

**PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERKAITAN DENGAN ASPEK
HUKUM EKONOMI DI KOTA MALANG**

Ekky Tony Heryadi - 201000173
Siti Nurhasanah Natalia Muslihat - 201000180
Adetya Rahma Amellia – 201000172
Dewi Rahmawati G

Fakultas Hukum Universitas Pasundan - Jl. Lengkong Besar No.68, Cikawao, Kec.
Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40261

Abstrak

Seiring dengan jalannya waktu, berbagai hal terus berkembang, diantaranya manusia itu sendiri dengan teknologi yang mana teknologi berguna untuk menunjang kebutuhan manusia. Dalam menunjang hidupnya selain bergantung kepada teknologi, manusia melakukan kegiatan jual-beli untuk mendapatkan apa yang manusia tersebut inginkan. Kegiatan jual-beli ini tidak hanya dilakukan oleh segelintir manusia saja, namun seluruh umat manusia di berbagai tempat dan zaman. Kembali pada kalimat awal tadi, seiring dengan berjalannya waktu, berbagai hal berkembang, termasuk kegiatan jual-beli (ekonomi) ini. Manusia terus berinovasi dalam berkegiatan ekonomi, sehingga sekarang ini dikenal istilah ekonomi kreatif untuk mencari profit. Agar terciptanya keteraturan dalam berkegiatan ekonomi, manusia pun membentuk sekumpulan aturan, biasa disebut hukum, yang kemudian pada zaman sekarang termasuk dalam salah satu cabang dari Ilmu Hukum yaitu Hukum Ekonomi. Kami secara khusus meneliti perkembangan ekonomi kreatif yang ada di Kota Malang berkaitan dengan aspek Hukum Ekonomi.

Kata Kunci: Hukum, Ekonomi, Kreatif.

Abstract

As time goes by, various things continue to develop, including humans themselves with technology where technology is useful to support human needs. In supporting his life apart from depending on technology, humans carry out buying and selling activities to get what these humans want. This buying and selling activity is not only carried out by a handful of people, but all human beings in various places and times. Returning to the initial sentence above, over time, various things developed, including buying and selling (economic) activities. Humans continue to innovate in economic activities, so that now it is known as the creative economy for profit. In order to create order in economic activities, humans also form a set of rules, commonly called laws, which are then included in one of the branches of Law Science, namely Economic Law. We specifically examine the development of the creative economy in Malang City with regard to aspects of Economic Law.

Key Words: Law, Economy, Creative

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif memiliki konsep dimana ilmu pengetahuan dan teknologi menjadi input untuk mendorong pembangunan ekonomi dan juga menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang baik. Konsep ekonomi kreatif pertama kali dikembangkan di Amerika Serikat dan Inggris. Perkembangan ekonomi kreatif dengan ikatan kedua negara juga mempengaruhi negara-negara lain, terutama di kawasan Asia. Ekonomi kreatif pada dasarnya adalah kegiatan ekonomi yang mengandalkan pemikiran kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dengan hak kekayaan intelektual seperti makna dan nilai, budaya (1), bidang kegiatan kreatif (2) atau hak cipta pencipta. daerah perlu mendapat perhatian serius.

Ekonomi kreatif itu sendiri dapat mendatangkan manfaat ekonomi dan merangsang terciptanya ide dan inovasi baru yang kreatif untuk menciptakan daya saing ekonomi dan bisnis, serta dapat memberikan pendapatan yang sebesar-besarnya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya. Dari segi wacana dan pandangan, ada pandangan bahwa ekonomi kreatif tidak harus menguntungkan secara ekonomi, tetapi ekonomi kreatif dapat bermanfaat secara moral, budaya, alam, dan lingkungan. PDRB dalam proses produksi barang dan jasa yang dihasilkan di suatu wilayah tertentu

Masalah ini belum terselesaikan dengan baik dengan tingginya laju pertumbuhan ekonomi yang tidak menjamin kesejahteraan rakyatnya. , Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), saat ini terdapat 15 subkategori: pengembangan ekonomi kreatif, ekonomi, penerbitan, periklanan, pertunjukan seni, dan kecantikan. memiliki industri. seni, televisi dan radio Masalah utama dan mendasar ketenagakerjaan di Indonesia adalah rendahnya upah dan tingginya pengangguran serta lambatnya pertumbuhan penduduk.

Perkembangan ekonomi kreatif di Kota Malang dapat dilihat dari statistik peningkatan pelaku sektor kreatif pada masing-masing subsektor menurut Malang Creative Fusion. Ekonomi kreatif dapat ditingkatkan dengan tersedianya sumber daya manusia dan kreativitas sebagai satu kesatuan.

Dari driver Kota Malang telah menciptakan berbagai produk industri kreatif ini. Industri makanan merupakan salah satu produk industri kreatif kota Malang. Industry keramik juga terdapat di Kota Malang, dan produk industri dapur kreatif juga terdapat di pinggir jalan dan di sudut pusat kota yang ramai. Berbagai inovasi di industri makanan dan minuman semakin mempertajam fokus persaingan di ruang dapur untuk merebut perhatian

konsumen. Industri fashion juga cukup kaya dan terdapat beberapa toko ternama di kota Malang. Pengembangan kreativitas sumber daya manusia harus dilanjutkan untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di kota Malang Pengembangan ekonomi kreatif dapat mendukung ekonomi lokal untuk pembangunan daerah jangka panjang.

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif adalah proses ekonomi yang berkaitan dengan produksi dan distribusi barang dan jasa, yang pengembangannya membutuhkan ide dan gagasan kreatif serta sumber daya intelektual. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dari dua kata yang masing-masing memiliki arti tersendiri. Jika dilihat pengertian menurut KBBI , ekonomi sendiri adalah ilmu tentang asas produksi, distribusi dan penggunaan barang dan kekayaan, sedangkan kreativitas adalah kemampuan mencipta dan mencipta. Dengan kata lain Dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang mengutamakan penciptaan nilai.

Ekonomi Kreatif adalah tren ekonomi baru pertama yang muncul di awal abad ke-21. Kursus ekonomi ini diakui sebagai kekuatan intelektual yang sangat baik dalam menghasilkan uang, meningkatkan kesempatan kerja dan memastikan kesehatan masyarakat. Dalam teori nya Alvin Toffler (1980) menunjukkan bahwa terlihat tiga gelombang dalam budaya ekonomi. Yang pertama adalah pertanian. Yang kedua adalah ekonomi energi, yang ketiga adalah ekonomi informasi. Ia juga memprediksi akan ada gelombang keempat, yakni ekonomi kreatif. Industri kreatif merupakan inti dari ekonomi kreatif yang digerakkan oleh kreator dan inovator. satu hal cukup terpenting dalam konsep ekonomi kreatif adalah kreativitas.

METODE ANALISIS

Deskriptif

Metode pengambilan data dilakukan dengan melakukan pemeriksaan data dan tabulasi merupakan salah satu metode analisis data. Yang perlu dilakukan adalah membaca tabel, grafik, atau gambar yang tersedia kemudian memberikan penjelasan interpretasinya. Tujuan dari metode deskriptif adalah untuk melukiskan gambaran yang lengkap dan akurat tentang subjek penelitian. Berdasarkan teori-teori dalam literatur

yang relevan, tujuannya adalah untuk menggambarkan faktor-faktor lapangan secara sistematis dan faktual.

Objek Penelitian

Objek Penelitian adalah landasan untuk mendapatkan suatu data. bahwa objek penelitian merupakan sebuah kumpulan elemen yang bisa berupa orang organisasi, maupun suatu barang yang akan diteliti. Landasan dari objek penelitian yang kami teliti adalah perkembangan ekonomi kreatif berkaitan dengan aspek, hukum ekonomi di Kota Malang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sektor ekonomi kreatif kota malang meliputi, 1)Kuliner , 2)Kerajinan , 3)Barang Antik dan seni , 4)Mode , 5)Seni Pertunjukan ,6) Trelevisi dan Radio , 7)Desain , 8)Penerbit dan percetakan , 9)Arsitektur , 10) Permainan Interaktif , 11) Film, video, dan fotografi ,12)Musik , 13)Layanan computer dan perangkat Lunak , 14)Periklanan , 15) Penelitian dan pengembangan

Kuliner

Berdasarkan literatur yang dibaca oleh kami , industri kreatif kuliner Kota Malang berada di tengah strategi pertumbuhan yang pesat. Apa yang dimaksud dengan mode pertumbuhan (growth). Secara spesifik posisi pengembangan ekonomi kreatif kota Malang berada pada ruang A, sehingga subsektor kerajinan ini masuk dalam bagian strategi pertumbuhan cepat yaitu kategori ekonomi kreatif yang dapat diandalkan oleh pemerintah kota Malang seperti subsektor kuliner. dapat tumbuh dengan cepat. harus memperhatikan produk kuliner mana yang harus lebih baik dan mendapatkan ikon kuliner kota Malang, artinya di Triwulan H, lingkungan eksternal kategori kuliner akan terancam, namun industri kuliner akan lebih diuntungkan. bahaya yang mereka hadapi.

Pembagian peluang bisnis melibatkan identifikasi peluang bisnis dan peluang yang dapat dimanfaatkan, serta menentukan seberapa besar potensi bisnis yang ada dan berapa lama bisnis akan bertahan. Ancaman dan peluang selalu datang dari dalam perusahaan, sehingga penting untuk melihat dan mengendalikan perubahan lingkungan dan kemampuan beradaptasi dari dalam perusahaan untuk tumbuh dan bertahan dalam persaingan yang ketat.

Pemetaan potensi bisnis dapat dilakukan berdasarkan sektor unggulan masing-masing daerah. Pemetaan potensi bisnis daerah sangat penting untuk mendorong

pertumbuhan ekonomi daerah, dengan mengutamakan kedaerahan dan pemerataan. Ada beberapa cara atau metode untuk memetakan potensi bisnis baik secara kuantitatif maupun kualitatif.

Kerajinan

berdasarkan literatur yang dibaca oleh kami , potensi ekonomi kreatif di bidang kerajinan sangat besar, peluang dan pengembangan kerajinan, strategi yang terlihat di kota malang adalah peningkatan sumber daya manusia melalui pelatihan, lokakarya dan pelatihan kerajinan kreatif, meningkatkan keterampilan kreatif. branding melalui multimedia dan media sosial serta mendirikan pusat pasar kerajinan kreatif.

Mengingat banyaknya kerajinan di kota Malang, masalah pasar global dan persaingan dengan kerajinan dari daerah lain, sementara itu dimungkinkan untuk mempromosikan kemitraan kerja kreatif melalui asosiasi . , untuk mempromosikan intelektual kreatif hak cipta. kerajinan dan meningkatkan lingkungan bisnis kreatif yang kompetitif. Kerajinan tangan kota malang juga memiliki banyak kekurangan seperti kekurangan bahan baku, peningkatan teknologi alat produksi dan manajemen usaha yang lemah, oleh karena itu pemerintah kota malang melihat peluang yang besar dan membuka pasar kerajinan yang selalu diminati. . apa yang harus dilakukan Mempermudah akses permodalan, menjodohkan, memfasilitasi inovasi teknologi dan menstandarkan kualifikasi seniman kreatif.

Keterbatasan industri kreatif di bidang kerajinan semakin berkembang dan tantangan industri kerajinan adalah pemerintah mengambil peran dan strategi ganda untuk menjamin keberlangsungan dan keberlangsungan kerajinan tangan di kota Malang. Strategi yang akan dikembangkan mendorong terciptanya komunitas kerajinan kreatif, meningkatkan sentra-sentra industri kerajinan kreatif, serta mempromosikan dan membantu terciptanya alat-alat kerajinan kreatif.

Barang Antik dan Seni

Berdasarkan literatur yang dibaca oleh kami , di atas tentang industri kreatif, seni dan pasar barang antik, melihat banyak komunitas pecinta seni dan barang antik dan pembukaan pasar di kota Malang sebagai kota kreativitas, seni dan pariwisata, strategi yang dapat diimplementasikan adalah mempromosikan kerajinan pasar seni/galeri terpadu, mengangkat kota Malang menjadi kota seni dan menandainya dengan identitas subkultur Arek dalam motif, pola seni, menarik investor ke pasar barang dan seni.

Saat ini, berkat teknologi informasi, akses terhadap barang seni dan barang antik semakin terbuka, bahkan barang seni dan barang antik diperjualbelikan melalui media online. Untuk mengatasi masalah ini, agar seni tetap bernilai, pemerintah kota Malang dapat melakukannya dengan mempromosikan hak kekayaan intelektual seni dan penghargaan seniman, menggunakan teknologi untuk mendukung seni, mempromosikan pameran di luar dan di dalam negeri.

Tidak mungkin menumbuhkan kecintaan terhadap seni, tetapi dapat diperkenalkan dan diajarkan kepada semua orang yang tahu bagaimana mencintai, mencintai dan menikmati serta berpartisipasi dalam pengembangan produk seni. Oleh karena itu, Pemkot Malang dapat memberikan bantuan dalam penyelenggaraan festival, pameran seni dengan jadwal pendahuluan, mendorong pengembangan komunitas seni, mendirikan sekolah/fakultas seni dan kerajinan.

Karena mudahnya benda seni dan hilangnya karya seni dan aset lainnya, Pemerintah Kota Malang dapat menyelenggarakan penelitian seni yang berharga dan berharga, lokakarya seni dan barang antik, mengembangkan kemitraan antara seniman / seniman dan pengrajin lainnya.

Mode

Banyaknya pekerja kreatif yang tertarik dengan subsektor fashion di kota Malang, dan untuk menjawab tantangan dan kebutuhan industri fashion, pemerintah kota Malang dapat mendorong tumbuhnya sekolah mode, meningkatkan jumlah peragaan busana, undang desainer ternama untuk meningkatkan kreativitas.

Kendala lain adalah Kota Malang bukan merupakan produsen tekstil, dan bahan bakunya relatif bersumber dari daerah lain bahkan didatangkan dari luar negeri, dan untuk menjaga tingginya permintaan fashion di Kota Malang dapat didirikan zona industri tekstil, bahan lainnya. dapat digunakan, alternatif desain busana, kolaborasi busana dengan subsektor kreatif lainnya seperti kriya dan fotografi.

Selain untuk mengurangi kelemahan seperti upah yang rendah, modal yang terbatas, pengelolaan bisnis fashion, tantangan yang dihadapi terkait persaingan harga dan produk dari luar yang lebih baik dan murah, diperlukan penetrasi kebijakan dengan mempermudah akses permodalan. dengan subsektor kreatif lainnya (fotografi, seni, kerajinan), mode dan pendidikan mode.

Seni Pertunjukan

Minat masyarakat terhadap seni semakin berkembang, terbukti dengan munculnya komunitas seni dan budaya yang ramah di kota Malang, maka dari itu apresiasi seni pertunjukan perlu diperluas lebih luas lagi. Oleh karena itu perlu dilakukan langkah-langkah untuk memfasilitasi partisipasi seniman kota Malang dalam festival seni budaya pada event nasional dan internasional, meningkatkan publisitas melalui berbagai media cetak dan elektronik seperti radio televisi lokal dan nasional, video klip terkait produk. . , 1000 pertunjukan Tari Topeng Malang, Banteng, Baskelan, Jaranan dan lainnya.

Di antara gejolak budaya akibat pesatnya pergerakan informasi dan teknologi serta pelestarian seni budaya Malang, para pelaku seni budaya harus membangun infrastruktur galeri-galeri seni yang tersebar di berbagai titik dan pusat budaya kota. Malang yang memberdayakan para pelaku seni budaya untuk lebih mengembangkan dan menyelenggarakan lomba-lomba seni budaya di kota Malang untuk mencetak generasi baru para pelaku seni budaya.

Selanjutnya, dengan keterbatasan kapasitas dan infrastruktur untuk mengolah pekerja budaya dan pertunjukan, sementara kebutuhan pertunjukan tumbuh dengan kebutuhan tontonan dan hiburan penonton, memfasilitasi kecintaan pada seni adalah strategi yang layak. komunitas dan budaya di kota Malang untuk meningkatkan jumlah jemaah dan umat, sehingga Dewan Kesenian Kota Malang sebagai organisasi meningkatkan kesempatan untuk menggali dan memperkuat seniman budaya dan menyelenggarakan seminar dan lokakarya penelitian untuk mempromosikan budaya yang lebih terlihat dalam budaya seluruh kota Malang.

Kreasi seni dengan berkembangnya seni pertunjukan klasik yang semakin termakan oleh budaya pop dan kontemporer, maka salah satu strategi yang digunakan untuk melestarikan seni budaya Malanga adalah dengan mengadakan kelas seni dan teater di semua sekolah dan penerbitan surat edaran di semua ruang privat. dan instansi pemerintah Menghadirkan seni budaya dalam setiap dinamika, merumuskan kebijakan untuk melindungi dan memperkuat seni dan budaya di kota Malang

Televisi Dan Radio

Dengan kelangsungan dunia penyiaran, radio dan televisi di kota Malang dan kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan serta pemasaran . , strategi yang

dikembangkan bertujuan untuk meningkatkan investasi penyiaran, frekuensi penyiaran dan kerjasama dengan stasiun penyiaran dan sarana produksi nasional.

Sebaliknya, mengingat rendahnya frekuensi, monotonnya transmisi dan terbatasnya ruang untuk membangun tiang radio dan televisi, diatur penggunaan stasiun relai dan stasiun radio publik yang bekerja sama dengan kegiatan kota Malang. Pemerintah dengan cakupan. Topik Subsektor Radio dan Televisi Televisi pada umumnya merupakan menu acara. Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk memajukan dunia penyiaran, antara lain mengorganisir penggunaan stasiun penyiaran dan stasiun co-broadcast, menjalin kerjasama dengan pemerintah kota Malang dan lembaga swasta dalam kegiatan pemberitaan, serta membuat KPI kota Malang.

Persaingan di dunia penyiaran semakin berkembang seiring dengan perkembangan teknologi, dimana teknologi media sosial saat ini paling mudah dan efektif digunakan oleh masyarakat luas. untuk menyediakan apa yang dibutuhkan masyarakat saat ini. Strategi yang akan dilaksanakan antara lain riset pasar radio dan televisi, meningkatkan liputan langsung dan konten lokal, menciptakan ikon penyiaran kota Malang berbasis industri pariwisata dan pendidikan.

Desain

Berdasarkan hasil analisis dapat dinyatakan bahwa posisi ekonomi kreatif desain adalah baik. yang artinya negara sedang berkembang (tumbuh). Secara lebih spesifik posisi perkembangan industri desain kreatif di Kota Malang berada pada posisi yang baik, karena digunakan strategi Stable Growth yaitu strategi pertumbuhan stabil, dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dan berkelanjutan. . maju dan desain bisa menjadi andalan kota Malang.

Penerbit dan Percetakan

Peluang pengembangan desain di Kota Malang dapat diwujudkan dengan menerapkan beberapa strategi dan menawarkan produk/jasa yang lebih baik yang disukai pasar, sehingga strategi tersebut bertujuan untuk mengembangkan Kota Malang sebagai kota kreatif desain untuk memperkuat, meningkatkan mutu dan kualitas desain . , menyelenggarakan festival, pameran dan workshop bertema desainer, menempatkan perusahaan desain di lokasi strategis, memfasilitasi penerbitan izin usaha desainer.

Maka yang dapat dilakukan adalah dengan membentuk Persatuan Desainer Malang, menetapkan standar kualitas dan harga jasa desainer, mengatur segmentasi pasar agar dapat

bersaing dengan perusahaan besar dan ternama, memperbaiki tata kelola dan pengelolaan usaha, mempermudah akses permodalan bank.

Arsitektur

Peluang arsitektur terbuka dan berkembang dengan bonus demografi dan peningkatan pemukiman di kota Malang. Dengan demikian, jasa arsitektur Pemerintah Kota Malang sebagai tenaga ahli tata kota dan perancangan, agar Kota Malang lebih tertata baik dalam perencanaan maupun penataan wilayah, dapat memfasilitasi penyelenggaraan pameran/pameran hunian di kecamatan tersebut. Kota Malang, melibatkan perencana arsitek dalam penyusunan peraturan. tentang perizinan, konstruksi, izin usaha jasa konstruksi sesuai petunjuk.

Jika masyarakat tidak menghargai jasa arsitektur dan masyarakat lebih berorientasi pada proyek/pekerjaan jasa konstruksi, maka dapat diselenggarakan pertemuan arsitektur yang akan meningkatkan profesionalisme dalam jasa konsultasi desain arsitektur, tambah IAI (Ikatan Arsitektur Indonesia) dalam memperkuat peran Kota Malang. layanan arsitektur profesional, desain arsitektur ekologis canggih sesuai dengan perencanaan wilayah dan distribusi wilayah.

Dengan perkembangan teknologi dan pengetahuan untuk memperkuat bisnis desain arsitektur, pengusaha arsitektur harus dapat bertukar produk untuk mengembangkan peluang bisnis desain arsitektur dan lanskap, membandingkan arsitektur dan desain lanskap yang optimal untuk memfasilitasi pengembangan bisnis. Strategi Desain Arsitektur.

Pemkot Malang dapat melaksanakan, memfasilitasi dan meningkatkan kerjasama dengan komunitas arsitektur, meningkatkan peran promosi berbagai saluran media dan menghadapi konsumen yang belum mengetahui desain arsitektur dan desain lanskap serta masih belum memiliki standar desain arsitektur. menyediakan layout yang menarik dan mendesain iklan sesuai dengan kebutuhan pasar. Memfasilitasi kolaborasi dengan pendukung.

Film, Video, dan Fotografi

Berdasarkan literatur yang dibaca oleh kami , kemungkinan, peluang, kelemahan dan tantangan subsektor industri kreatif film, video dan fotografi Kota Malang dapat dipromosikan di berbagai event daerah, luar. di dalam dan luar negeri, fasilitasi tempat pameran dan pameran, fasilitasi produser film nasional dan internasional, fasilitasi legalisasi usaha industri film, video dan foto, fasilitasi dalam bentuk kompetisi, kompetisi

pameran, percepatan standar kualitas dan harga, fasilitasi . akses perbankan, promosi kampanye di berbagai saluran media dan segala sesuatunya bagi operator dan pengguna subsektor video dan film foto, memfasilitasi lokakarya dan pertemuan, memfasilitasi kerjasama kemitraan bisnis di subsektor film video dan foto Malang dalam mode strategis , yang digunakan adalah strategi pertumbuhan yang stabil, yaitu strategi pertumbuhan yang stabil, di mana pengembangan dilakukan secara bertahap dan kemudian ditambahkan, dan musik dapat menjadi fondasi dari kota Malang.

Kota Malang subsektor industri kreatif film, video dan foto keterampilan, peluang, kelemahan dan tantangan berdasarkan literatur yang dibaca, pengenalan dapat dilakukan di berbagai acara di daerah, luar. di dalam dan di luar negeri, memfasilitasi tempat pameran dan pameran, memfasilitasi produser film nasional dan internasional, memfasilitasi legalisasi usaha industri film, video dan foto, memfasilitasi dalam bentuk kompetisi, kompetisi pameran, mempromosikan standar kualitas dan harga, memfasilitasi akses ke bank, beriklan di berbagai media dan semua video dan stills untuk operator dan pengguna subsektor, memungkinkan lokakarya dan pertemuan, memfasilitasi kerjasama dalam kemitraan bisnis di subsektor video dan stills.

Layanan komputer dan perangkat lunak

Strategi yang dapat diterapkan antara lain konsultasi kerusakan komputer gratis, layanan perawatan oleh tenaga yang ahli di bidangnya, jaminan barang layak pakai, harga perangkat komputer lebih murah, melakukan kampanye terobosan untuk menyadarkan masyarakat akan keberadaan bisnis ini, yang menawarkan diskon khusus untuk seminggu kepada konsumen yang melayani atau membeli peralatan komputer selama periode ini, bekerja sama dengan beberapa pedagang serupa yang berada di lokasi berbeda untuk memfasilitasi penjualan produk.

Periklanan

Dari hasil analisis diperkirakan posisi industri kreatif periklanan berada pada posisi strategi pertumbuhan cepat, yaitu pada strategi pertumbuhan yang stabil, dimana pengembangan dilakukan secara bertahap dan lebih ditingkatkan serta kinerjanya Kesenian bisa menjadi pilar kota Malang. Langkah-langkah tersebut antara lain: Meningkatkan kerjasama dengan kemitraan periklanan dan pengusaha, meningkatkan penguatan asosiasi periklanan, meningkatkan kualitas sumber daya manusia pada bengkel periklanan kelas dunia, membuat regulasi periklanan.

Penelitian dan Pengembangan

Peluang pemasaran untuk layanan konsultasi penelitian mencakup penelitian, survei, perencanaan, dan persiapan dokumen untuk perusahaan publik dan swasta. Responden penelitian ini adalah pengusaha swasta di industri penelitian, termasuk PT. Grup Konsultasi dan Inspirasi. Peran pemerintah sebagai regulator dan pemandu sangat menuntut mengatasi ancaman yang ada dan menciptakan suasana yang menguntungkan bagi konsultan, menjaga kepercayaan klien melalui standar program kerja dan prosedur, meningkatkan sistem manajemen informasi dan komputerisasi dengan dukungan pemerintah, meningkatkan kerjasama. sistem manajemen informasi dan teknologi serta permodalan untuk memperkuat dan mengurangi persaingan, menjaga kepercayaan pelanggan dengan melakukan kontrol kualitas dan kontrol desain dari setiap proses desain, kepercayaan pelanggan dan kredibilitas perusahaan melalui peningkatan pengalaman.

KESIMPULAN

Industri kreatif Kota Malang meliputi 1) Seni Kuliner, 2) Kerajinan Tangan, 3) Barang Antik dan Seni, 4) Fashion, 5) Seni Pertunjukan, 6) Televisi dan Radio, 7) Desain, 8) Penerbitan dan Percetakan. , 9) Arsitektur, 10) Permainan interaktif, 11) Film, video dan fotografi, 12) Musik, 13) Layanan komputer dan perangkat lunak, 14) Periklanan, 15) Penelitian dan pengembangan.

Pertumbuhan ekonomi kreatif Malang relatif stabil. Ruang ini harus dikembangkan secara bertahap dan terus ditingkatkan. Peran negara sebagai fasilitator dan regulator diharapkan mampu memenuhi kebutuhan pelaku ekonomi kreatif dan menciptakan regulasi yang mendorong ekonomi kreatif. Pengusaha di bidang industri kreatif harus terus berinovasi untuk mengembangkan usahanya. Ulasan ini menarik untuk dikaitkan dengan kajian ekonomi kreatif di kota Malang. Penelitian ini masih sebatas penelitian, sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dan mengimplementasikan solusi dari permasalahan yang ditemukan.

DAFTAR PUSTAKA

Rin dan Czarani. (2010). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal generasi muda dalam rangka menjawab permasalahan ekonomi global. Jurnal UI Seri Sosial Humaniora Bangsa, Volume 1 2010.

- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, (2009). *Survei Ekonomi Kreatif Indonesia 2009*, Kementerian Perdagangan RI, Jakarta.
- Anggraini, Nenny, 2008. *Industri Kreatif*, Jurnal Ekonomi. Jilid XIII No. 15.00 1-151.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, (2008). *Membangun Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, Kementerian Perdagangan RI, Jakarta.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025*, Kementerian Perdagangan RI, Jakarta.
- Ratih Kusumaning Esti dan Dinie Suryani. *Potret Ekonomi Kreatif Indonesia*.
- Audit keuangan no. 212, Juni 2008 Kristen, Wheny, (2008). *Peluang dan Tantangan Ekonomi Kreatif Indonesia*, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol 5, nomor 1, hlm. 33-37.
- Yogi Suprayogi Sugandi. *Perlunya Kebijakan Industri Kreatif*, Harian Pikiran Rakyat, Jumat 27 Maret 2009.
- Sunanik. (2013). *Penguatan Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis Sumberdaya Desa Besuki di Kecamatan Besuki Tulungagung*. Jurnal Pengabdian Masyarakat. Vol. 1, No. 1. 20-27. ISSN: 1907-2015