

SURVEI SEMPUL PELAKU EKONOMI KREATIF MENUJU TERBENTUKNYA CREATIVE HUB KOTA TANGERANG 2022

Rekomendasi BPS Nomor : V-22.3671.028



KATA PENGANTAR

Puji syukur kami ucapkan kehadiran Tuhan YME karena atas karunia dan hidayah-Nya “**Penyusunan Buku Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang**” dapat diselesaikan dengan baik.

Buku ini berisi penjelasan mengenai Latar Belakang, Dasar hukum, Maksud dan Tujuan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Hasil Analisis dan Pembahasan, serta Kesimpulan dari hasil Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang.

Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Tahun 2022 ini telah mendapat rekomendasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) dengan Nomor : V-22.3671.028

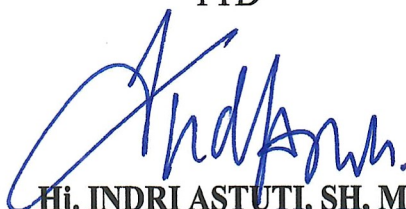
Demikian Buku ini disusun dan kami sampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan buku ini.

Tangerang, Oktober 2022

Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika

Kota Tangerang

TTD



Hj. INDRI ASTUTI, SH. M.Si
NIP. 197301041997032001

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Dasar Hukum	5
1.3 Maksud dan Tujuan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Creative Hub.....	7
2.1.1 Pengertian Creative Hub	7
2.1.2 Jenis Creative Hub.....	8
2.1.3 Fungsi Creative Hub.....	9
2.2 Industri Kreatif.....	10
2.2.1 Fungsi Creative Hub.....	10
2.2.2 Sejarah Industri Kreatif	10
2.2.2 Elemen Industri Kreatif	12
2.3 Persyaratan Fasilitasi Infrastruktur Fisik Ruang Kreatif	13
2.4 Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informatika	15
2.5 Gambaran Umum Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang.....	20



BAB III METODOLOGI PELAKSANAAN KEGIATAN	28
3.1 Jumlah Sampel Responden	28
3.2 Variabel / Susunan Pernyataan	29
3.3 Jangka Waktu Pelaksanaan	33
BAB IV ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Deskripsi Penilaian Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Tahun 2022	34
4.2 Deskripsi Profil Responden	35
4.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Sub Sektor usaha kecil dan menengah yang dimiliki. 35	
4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kecamatan	37
4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kelurahan	388
4.2.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia...	43
4.2.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
4.2.6 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	45
4.2.7 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.8 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kepemilikan No Induk Berusaha (NIB)	47
4.2.9 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha	48



4.2.10	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Pelatihan.....	50
4.2.11	Pengelompokan Responden Berdasarkan Bentuk Pusat Pelatihan Dalam Bentuk Yang Dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang	52
4.2.12	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis	53
4.2.13	Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk yang dibutuhkan..	54
4.2.14	Pengelompokan Responden Berdasarkan Coworking Space	55
4.2.15	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis kegiatan yang dibutuhkan (Coworking Space) ...	57
4.2.16	Pengelompokan Responden Berdasarkan Makerspace	58
4.2.17	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace).....	59
4.2.18	Pengelompokan Responden Berdasarkan Creative Space	60
4.2.19	Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space)	61
4.3	Hasil Perhitungan Skala Likert	63
PENUTUP		65
4.4	Kesimpulan	65
LAMPIRAN		66
Lampiran 1.	Link dan form Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Bagan Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika.....	20
Gambar 2.2	Bagan Struktur Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Tangerang ...	27
Gambar 3.1	Rumus Slovin.....	29
Gambar 3.2	Formulir Survei Menggunakan URL	31
Gambar 4.1	Sebaran Ekonomi Kreatif di Kecamatan Wilayah Kota Tangerang.....	35
Gambar 4.2	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Sub Sektor usaha kecil dan menengah yang dimiliki.....	36
Gambar 4.3	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kecamatan.....	37
Gambar 4.4	Profil Responden Survei Pada Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kelurahan.....	39
Gambar 4.5	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Usia	43

Gambar 4.6	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Gambar 4.7	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	45
Gambar 4.8	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pekerjaan.....	46
Gambar 4.9	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB).....	47
Gambar 4.10	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kendala yang di hadapi dalam menjalankan usaha.....	49
Gambar 4.11	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Pelatihan dalam bentuk yang dibutuhkan.....	51
Gambar 4.12	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Pelatihan dalam bentuk yang dibutuhkan.....	52

Gambar 4.13	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan yang dibutuhkan (Coworking Space)	53
Gambar 4.14	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space).....	54
Gambar 4.15	14 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace).....	56
Gambar 4.16	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Sub Sektor usaha kecil dan menengah yang dimiliki.....	57
Gambar 4.17	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis.	58
Gambar 4.18	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Coworking Space	59
Gambar 4.19	Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Creative Space	60

Gambar 4.20 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Makerspace 61



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Likert.....	32
Tabel 4.1	Hasil Perhitungan Skala Likert.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Rekomendasi Survei Tangerang Creative Hub oleh Badan Pusat Statistik..... 66
- Lampiran 2. Link dan form Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang.... 67



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Menurut Wallas, G (1926:1) Proses kreatif dapat diartikan sebagai proses menemukan ide-ide baru atau menjalankan ide-ide yang sudah ada dalam ruang lingkup yang berbeda. Kolaborasi yang kreatif dapat terjadi apabila dua orang atau lebih atau tiap-tiap komunitas bekerja sama dalam sebuah pertemuan yang membahas tujuan yang sama dengan cara membagi pengetahuan, belajar dan menciptakan mufakat.” (Tanuwidjaja, 2010)

Menurut Romer (1986) menjelaskan bahwa, “Kreatifitas diperlukan di dalam proses untuk memproduksi solusi baru dalam mencapai pertumbuhan ekonomi.” Sementara itu, Florida (2002) menyatakan bahwa “Sebuah wilayah yang dilengkapi dengan Teknologi, Talenta dan Toleransi or ‘3T’ akan memiliki perkembangan ekonomi yang memuaskan.” 3 Kreatifitas membutuhkan ruang; oleh karena itu ruang kreatif publik diperlukan untuk memfasilitasi kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif dan berbagai kebutuhan manusia. Seperti yang dinyatakan oleh Jane Jacobs (1961), “Kota mampu menyediakan sesuatu untuk semua orang, hanya jika, dan ketika kota tersebut diciptakan oleh semua orang.” (Tanuwidjaja, 2010) Jane Jacobs (1961) mengartikan kota

sebagai tempat yang bisa dihuni dan ekosistem yang berkembang dari waktu ke waktu. Beberapa faktor utama diantaranya adalah taman dan lingkungan perumahan seharusnya mampu saling bersinergi. Ia mengembangkan tentang “kegunaan percampuran” antara perkembangan perkotaan (menyatukan tipe-tipe bangunan dan kegunaannya) serta keragaman kegunaannya, seperti halnya para penghuni menempati area di waktu yang berbeda tiap harinya, menghasilkan kekuatan sebuah komunitas. Kota-kota tersebut akan menjadi sangat penting karena “ke-organikan, ke-spontanitas dan ketidak rapiannya” situasi mereka dan hal ini mampu dicapai dengan Bottom-Up Community Planning. (Tanuwidjaja, 2010)

Lebih jauh lagi, Evans, G., dkk (2006), *Lessons Learned in Strategies for Creative Spaces and Cities*, menyatakan bahwa, “Membangun , ruang publik dan ruang alami sangat diperlukan untuk dapat mengekspresikan dan menstimulasi kreativitas sebuah kota. Kota tersebut dapat mempertahankan ruang-ruang kreatif dan juga energi kreatif dengan cara melestarikan bangunan-bangunan bersejarah, mempublikasikan dan menjual karya seni untuk kebutuhan ruang publik dan ruang alami serta menggunakan bangunan-bangunan yang di desain secara baik sehingga dapat digunakan untuk memamerkan karakter khusus dari desain itu sendiri. (Tanuwidjaja, 2010)

Kolaborasi Kreatif hanya dapat menggunakan tempat-tempat tertentu yang mendukung terjadinya interaksi sosial. Hal ini pernah disebutkan oleh Snyder (1979). Hubungan kritis yang terjadi antara lingkungan dan perilaku dalam sebuah komunitas kecil biasanya dinamakan sebagai komunitas ekologi kecil. Hal ini berarti hubungan-hubungan yang terjadi secara interpersonal dipengaruhi oleh suatu jarak yang diciptakan oleh masyarakat itu sendiri dengan orang lain dalam

berbagai tipe tertentu, contohnya aktivitas, dimensi, bentuk dan karakter dari suatu ruang tertentu. Survei ini mempelajari tentang tipe ruangan seperti apa yang cocok digunakan untuk seminar, konferensi, rapat, diskusi informal, dst. Dan komunitas interaksi kecil seperti apa yang dapat terjadi di suatu lorong, di ruang pengadilan atau di sekitar alun-alun. Interaksi sosial lebih mudah terjadi di area-area yang sesuai seperti halnya di ruang seminar yang mempunyai daerah central dan daerah “hiburan”, diskusi yang intens dan kesempatan untuk keluar (-merasa terhibur-) dari pembicaraan yang intens dapat terjadi tanpa harus meninggalkan ruangan. (Tanuwidjaja, 2010)

Indonesia merupakan negara yang memiliki kekayaan alam yang luar biasa indah dan beraneka ragam tersebar luas dari Sabang sampai Merauke. Keistimewaan alam itu berupa gunung, bukit, laut, pantai, sawah, sungai, dan keanekaragaman hayati lainnya yang tak ternilai harganya. Selain itu, Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki kawasan hutan yang sangat luas. (Borneo, 2016).

Pertumbuhan penduduk, kualitas sumber daya manusia (SDM) yang rendah, dan sempitnya kesempatan kerja merupakan akar permasalahan kemiskinan. Jadi aspek demografis mempunyai kaitan erat dengan masalah kemiskinan yang dihadapi di Indonesia pada saat ini. Daerah miskin sering ditinggalkan penduduknya untuk bermigrasi ke tempat lain dengan alasan mencari kerja. Kota Tangerang termasuk salah satu dari sekian banyak kota di Indonesia yang berkembang pesat. Dan semakin tahun penduduknya semakin bertambah. Kota ini memiliki luas wilayah 164,6 km² dan berpenduduk sebanyak 2.274.000 jiwa pada tahun 2020.

Pertumbuhan penduduk sangat mempengaruhi kondisi perekonomian kota Tangerang yang juga dengan menurunnya dan bertambahnya jumlah pengangguran. Kurangnya sarana ruang kreatif yang tersedia di Kota Tangerang untuk pemain UMKM bisa berdampak terhadap produktivitas ekonomi daerah yang juga mengindikasikan peningkatan intensitas system kegiatan ekonomi.

Menurut Kementrian Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025 2 menyebutkan bahwa industri kreatif dapat dikelompokkan kedalam 14 sub sektor. Sub sektor tersebut diantaranya : periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, video (film dan fotografi), permainan interaktif (game), musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak 50 (software), televisi dan radio, dan riset pembangunan. Ke- 14 sektor tersebut merupakan acuan dalam pengembangan jenis usaha kreatif yang ada di Indonesia. (elib.unikom.ac.id)

Fakta bahwa kini konsep Kota Kreatif semakin mengglobal, menurut perhitungan yang dilakukan oleh Landry (2006: 386), terdapat 20 kota di Inggris Raya, mulai dari Creative London, Bristol, Plymouth dan Norwich sampai Creative Manchester. Kemudian di Kanada terdapat Toronto, dengan Culture Plan for the Creative City-nya dan Vancouver dengan Creative City Task Force-nya. Di Amerika, terdapat Creative Cincinnati, Creative Tampa Bay dan Creative New England. Liveable Communities di Washington DC juga meluncurkan Creative Cities Initiative pada tahun 2001. Di Australia, juga terdapat strategi Brisbane Creative City dan Creative Auckland. Osaka pun membangun Graduate School for Creative Cities pada tahun 2003 dan meluncurkan Japanese Creative Cities Network tahun 2005. (Manisyah,2009)

Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat banyak kota di dunia yang dapat dijadikan contoh pengembangan Kota Kreatif, terutama bagi kota Palangkaraya. Salah satu kota yang dapat dijadikan sebagai contoh pengembangan Kota Kreatif bagi Palangkaraya yaitu kota London. Creative London dapat dijadikan contoh utama pengembangan Kota Kreatif untuk lebih memahami bagaimana perwujudan dari konsep tersebut di dunia nyata.

1.2 Dasar Hukum

Creative Hub dilakukan untuk melihat gambaran pelayanan publik yang telah diberikan kepada masyarakat/pengguna berlandaskan pada :

1. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1993 Tentang Pembentukan Kotamadya Daerah Tingkat II Tangerang (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1993 Nomor 18, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3518)
2. Undang Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataa;n
3. Undang Undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif
5. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 24 tahun 2022 Tentang Peraturan Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 142 Tahun 2018 Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025
7. Peraturan Wali Kota Tangerang Nomor 137 Tahun 2021 Tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kebudayaan dan Pariwisata

1.3 Maksud dan Tujuan

Adapun maksud dari Tangerang Creative hub adalah untuk memberikan fasilitas dan ruang bagi para pelaku kreatif yang membutuhkan tempat untuk mengerjakan dan mengembangkan kegiatan kreatifnya.

Tujuan Tangerang Creative Hub sebagai wadah Mewujudkan konsep perencanaan dan perancangan bangunan Ruang Publik Kreatif di Kota Tangerang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Creative Hub

2.1.1 Pengertian Creative Hub

Creative hub merupakan sebuah frasa dalam bahasa Inggris yang memiliki pengertian “pusat kreatif” dalam bahasa Indonesia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kreatif memiliki arti bersifat (mengandung) atau memiliki daya cipta, sedangkan pusat memiliki arti pokok pangkal atau yang menjadi pumpunan (berbagai-bagai urusan, hal, dan sebagainya). Secara harfiah, creative hub atau pusat kreatif dapat diartikan sebagai pokok pangkal atau yang menjadi pumpunan dalam hal-hal yang memiliki daya cipta. Definisi creative hub atau pusat kreatif sebagai sebuah pokok pangkal dalam hal-hal yang berdaya cipta tidak hanya mencakup segi fisik saja, melainkan juga dari segi jaringan komunitas kreatif yang terbentuk dari pelaku-pelaku kreatif dan aktivitas-aktivitas yang dilakukan. Dari segi fisik, creative hub menyediakan tempat dengan ruang-ruang untuk bekerja bagi komunitas-komunitas kreatif sekaligus menjadi inkubator bisnis industri kreatif. Secara fisik, creative hub hanya mencakup satu tempat sesuai esensinya sebagai sebuah pusat. Namun, aktivitas-aktivitas dalam creative hub menyatukan bakat, keterampilan dan disiplin pelaku-pelaku kreatif dalam suatu komunitas kreatif lokal. Creative hub membentuk suatu jaringan yang menggerakkan pertumbuhan industri kreatif dalam level lokal, yang kemudian berlanjut ke level regional. Creative hub

menjadi ruang dinamis yang menyediakan lapangan pekerjaan lebih, memperluas layanan pendidikan, kesempatan networking dan pengembangan bisnis, serta menciptakan inovasi dengan lebih intensif dalam industry kreatif. Creative hub ini menjadi suatu cara baru untuk mengorganisasi inovasi dan pengembangan industri kreatif.

2.1.2 Jenis Creative Hub

Menurut the British Council's Creative Hub Toolkit, terdapat 6 jenis creative hub:

1. Studio, merupakan kumpulan individu-individu dalam skala kecil dan/atau bisnis kecil yang bekerja dalam suatu co-working space.
2. Centre, merupakan bangunan berskala besar untuk melakukan aktivitas kreatif dengan fasilitas-fasilitas lain seperti kafe, bar, bioskop, tempat produksi (maker space), toko dan ruang pameran.
3. Network, merupakan kelompok individu-individu atau bisnisbisnis yang cenderung tersebar namun membentuk jaringan berdasarkan sektor tertentu yang spesifik.
4. Cluster, merupakan kelompok individu-individu dan bisnis-bisnis kreatif yang bekerja dalam satu area geografis tertentu.
5. Online platform, merupakan wujud creative hub yang hanyamenggunakan metode online seperti website dan media sosialdalam pelaksanaan bisnis kreatif.

6. Alternative, merupakan wujud creative hub yang fokus pada percobaan dengan komunitas, sektor, dan model keuangan baru.

Dari keenam jenis creative hub di atas, creative hub jenis studio dan centre memiliki wujud fisik, sedangkan network, cluster, online platform dan alternative merupakan jenis-jenis creative hub yang terbentuk secara tak kasat mata berupa jaringan pelaku dan bisnis kreatif dalam suatu komunitas kreatif lokal.

2.1.3 Fungsi Creative Hub

Creative hub atau pusat kreatif memiliki fungsi untuk:

1. Menyediakan fasilitas-fasilitas untuk mengembangkan industry kreatif Indonesia,
2. Menyediakan ruang bagi para pelaku industri kreatif yang membutuhkan tempat untuk mengerjakan dan mengembangkan kegiatan kreatifnya,
3. Menyediakan wadah bagi para pelaku kreatif untuk mengembangkan bisnis kreatifnya,
4. Mengadakan program pelatihan dalam bidang-bidang subsector industri kreatif,
5. Mengintegrasikan keseluruhan kegiatan subsector industri kreatif sehingga terbentuk jaringan kreatif yang mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat Indonesia dan wisatawan asing akan produk-produk kreatif Indonesia.

2.2 Industri Kreatif

2.2.1 Fungsi Creative Hub

Industri kreatif didefinisikan sebagai “industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” (Departemen Perdagangan RI, 2008).

2.2.2 Sejarah Industri Kreatif

Awal mula kemunculan industri kreatif sebagai dasar dari ekonomi kreatif di dunia tidak terlepas dari era-era ekonomi sebelumnya. Era ekonomi gelombang pertama merupakan era pertanian di mana sumber daya manusia bekerja dan mengandalkan hasil-hasil mentah dari alam sebagai sumber utama kegiatan perekonomiannya. Era ini kemudian berkembang mengikuti zaman menjadi era industrialisasi, yaitu era di mana sumber daya manusia melakukan kegiatan perekonomian berupa kegiatan pengolahan bahan mentah menggunakan mesin-mesin produksi menjadi produk setengah jadi atau produk jadi (Dumairy, 1996). Dalam era industrialisasi ini, efisiensi dan harga murah tercipta dalam produksi, distribusi dan pola kerja akibat adanya penemuan-penemuan baru di bidang teknologi, informasi dan komunikasi, seperti internet, email, short message service (SMS) dan global system mobile communication (GSM). Penemuan-penemuan baru ini juga mempermudah interkoneksi dan komunikasi antarmanusia sehingga menjadikan manusia semakin produktif dalam melakukan aktivitas (Departemen Perdagangan RI, 2008).

Penemuan-penemuan teknologi, informasi dan komunikasi membawa era ekonomi baru berupa ekonomi informasi, yaitu era dimana terjadi interaksi sosial yang semakin mudah dan globalisasi dibidang media dan hiburan sehingga mengubah karakter, gaya hidup dan perilaku manusia dan masyarakat menjadi lebih kritis sehingga pasar perekonomian semakin luas dan global, disertai persaingan yang semakin ketat. Negara-negara Barat mulai disaingi oleh negara-negara Asia seperti China dengan biaya industri yang sangat murah dan Jepang dengan efisiensi industrinya. Negara-negara Barat mulai menyadari supremasi di bidang industri mulai tidak bisa diandalkan sebagai kekuatan perekonomian. Dengan semakin terbentuknya karakter, gaya hidup dan perilaku manusia yang semakin kritis dan produktif, terbentuklah era baru perekonomian yang disebut ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan era perekonomian yang mengandalkan industri kreatif, yaitu industri yang memanfaatkan sumber daya manusia dengan mengintensifkan kreativitas. Bergeraknya perekonomian menuju era ekonomi kreatif juga menunjukkan suatu upaya menerapkan pembangunan yang berkelanjutan. Sumber daya alam dan cadangannya semakin menipis sehingga tidak dapat lagi menjadi sumber kekuatan ekonomi. Ide, bakat dan kreativitas merupakan sumber daya yang terbarukan dan tidak terbatas sehingga pemanfaatannya menawarkan sumber kekuatan ekonomi baru dunia, baik bagi negara-negara maju maupun negara-negara berkembang.

Di Indonesia, industri kreatif sudah ada bahkan sejak era ekonomi gelombang pertama yaitu era ekonomi pertanian. Namun, tingkat interaksi sosial dan tingkat kebutuhan manusia pada era

tersebut belum memungkinkan berkembangnya industri kreatif seperti pada abad ke-21 saat ini. Industri kreatif di Indonesia menunjukkan pengaruh yang signifikan dalam perekonomian sejak tahun 2000 sehingga pada era kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mulai disusunlah Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Arah pengembangan perekonomian Indonesia menjadi ekonomi kreatif dengan pemanfaatan industri kreatif semakin kuat dalam era kepemimpinan Presiden Joko Widodo dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bekraf merupakan lembaga nonkementrian yang dibentuk untuk bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan demikian, ekonomi kreatif dengan dasar industry kreatif menjadi tumpuan yang memegang masa depan perekonomian Indonesia.

2.2.2 Elemen Industri Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif pusat di Indonesia perlu diimbangi dengan pengembangan ekonomi kreatif pada daerah-daerah dalam skala kabupaten dan kota di Indonesia. Pengembangan di daerah ini memerlukan pemetaan potensi dan permasalahan ekonomi untuk mendapatkan gambaran melaksanakan pembangunan yang berkelanjutan melalui industri kreatif yang ada di kabupaten dan kota. Hasil pemetaan di daerah ini menjadi pedoman bagi pemerintah pusat untuk menyusun program-program ekonomi kreatif yang dibutuhkan untuk mendorong percepatan pembangunan ekonomi kreatif di kabupaten dan kota. Dalam mewujudkan pengembangan ekonomi kreatif pada tingkat kabupaten dan kota, diperlukan 4 elemen

kreatif untuk menggerakkan kabupaten dan kota tersebut sebagai entitas kreatif, yaitu: (1) Enam belas subsektor industri kreatif Indonesia, (2) Empat aktor kreatif, (3) Lima proses kreatif dan (4) Dua keterkaitan subsektor industri kreatif dengan sektor non ekonomi kreatif.

2.3 Persyaratan Fasilitasi Infrastruktur Fisik Ruang Kreatif

Dalam melaksanakan pengembangan industri kreatif menuju ekonomi kreatif Indonesia, seluruh elemen industri kreatif memerlukan fasilitas berupa infrastruktur fisik ruang kreatif. Infrastruktur fisik ruang kreatif merupakan bangunan, sarana dan lingkungan yang mendukung tumbuh dan berkembangnya beberapa potensi di antara 16 subsektor industri kreatif. Dalam pembentukannya, infrastruktur fisik ruang kreatif perlu memenuhi suatu bentuk lingkungan kreatif. Lingkungan kreatif merupakan kondisi ideal di mana masyarakat dapat saling mempengaruhi, berkolaborasi, bahkan bersaing untuk melakukan kegiatan kreatif. Pembentukan lingkungan kreatif memiliki tujuan untuk membentuk kreativitas sebagai bagian dari kebiasaan masyarakat, baik pelaku ekonomi kreatif maupun pelaku ekonomi konvensional.

Pembentukan lingkungan kreatif perlu memenuhi beberapa aspek dasar yang ditetapkan oleh Deputi Infrastruktur Badan Ekonomi Kreatif, yaitu:

a. Kenyamanan

Kreativitas dapat muncul apabila pelaku-pelaku kreatif berada dalam kondisi kenyamanan yang tepat. Kenyamanan dalam suatu lingkungan kreatif dikaitkan dengan aspek kebersihan, kebisingan dan keteraturan. Kondisi nyaman dalam ruang publik sebagai lingkungan kreatif dapat dicapai apabila suatu lingkungan bersih, kondusif dan tertata.

b. Keterbukaan

Lingkungan kreatif dapat terbentuk dengan adanya unsur keterbukaan pada suatu ruang publik, baik secara fisik maupun nonfisik. Keterbukaan secara fisik berarti lingkungan kreatif harus memberi nuansa yang terbuka, bebas dan tidak monoton. di mana pelaku-pelaku kreatif dapat bekerja dengan optimal. Sedangkan keterbukaan secara nonfisik juga terkait dengan aspek toleransi dan keberagaman di mana suatu lingkungan kreatif harus terbuka terhadap siapapun pelaku-pelaku kreatif yang bekerja di dalamnya.

c. Aksesibilitas

Aspek aksesibilitas dalam lingkungan kreatif terlihat dari kemudahan masyarakat untuk menjangkau dan menggunakan ruang publik sebagai lingkungan kreatif. Hal ini terkait dengan kedekatan lingkungan kreatif dengan kawasan hunian, perkantoran maupun sarana komersial seperti pasar.

d. Toleransi

Dalam bukunya *Cities and the Creative Class*, Richard Florida menyebutkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif dipengaruhi oleh faktor yang disebut 3T: teknologi, talenta dan toleransi. Menurut Richard, toleransi menjadi unsur terpenting karena pelaku-pelaku kreatif bekerja dan menghasilkan ide kreatif jika berada dalam suatu lingkungan kreatif dengan tingkat toleransi yang tinggi. Toleransi terwujud dengan tidak adanya dominasi dan diskriminasi berdasarkan kedudukan atau jabatan tertentu.

e. Keragaman

Aspek keragaman dalam lingkungan kreatif meliputi keragaman aktivitas, latar belakang, budaya, ide dan kedinamisan bagi pelaku kreatif agar optimal dalam pemanfaatan lingkungan kreatif.

2.4 Gambaran Umum Dinas Komunikasi dan Informatika

Dinas Komunikasi dan Informatika di bentuk berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 2016 tentang Perangkat Daerah, yang mempunyai tugas pokok melaksanakan urusan pemerintahan di bidang komunikasi dan informatika, persandian dan statistik berdasarkan asas otonomi dan tugas pembantuan sesuai dengan visi, misi dan program Wali Kota sebagaimana dijabarkan dalam Rencana Pembangunan.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika mempunyai fungsi :

1. Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan urusan di bidang komunikasi dan informatika;
2. Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan urusan di bidang persandian;
3. Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan urusan di bidang statistik;
4. Pemberian dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah di bidang komunikasi dan informatika;
5. Pemberian dukungan atas penyelenggaraan urusan pemerintahan daerah di bidang persandian;
6. Pemberian dukungan atas urusan pemerintahan daerah di bidang statistik;

7. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang komunikasi dan informatika;
8. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang persandian;
9. Pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang statistik;
10. Pelaksanaan ketatausahaan Dinas;
11. Pengelolaan UPT; dan
12. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan Wali Kota sesuai dengan lingkup tugas dan fungsinya.

Susunan Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika terdiri dari :

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat, membawahkan Sub Bagian Umum dan Kepegawaian.
- c. Bidang Sarana dan Prasarana TIK dan Persandian;
- d. Bidang Statistik dan Pemberdayaan TIK;
- e. Bidang Pengembangan *e-Government*;
- f. Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik;
- g. UPT; dan
- h. Kelompok Jabatan Fungsional.

Dalam melaksanakan tugas dan kewajiban Dinas Komunikasi dan Informatika dipimpin oleh Kepala Dinas yang dalam pelaksanaan tugasnya dibantu oleh :

1. Sekretariat yang membawahi :
 - a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian; dan
 - b. Kelompok Jabatan Fungsional.
2. Bidang Sarana dan Prasarana TIK dan Persandian membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.

3. Bidang Statistik dan Pemberdayaan TIK membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.
4. Bidang Pengembangan *e-Government* membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.
5. Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.

Unsur Pelaksana :

1. Bidang Sarana dan Prasarana TIK dan Persandian mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas dalam lingkup fasilitasi di bidang sarana dan prasarana TIK dan Persandian.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Sarana dan Prasarana TIK dan Persandian mempunyai fungsi :

- a. Penyelenggaraan infrastruktur internet dan data center;
 - b. Penyelenggaraan tata kelola SPBE;
 - c. Penyelenggaraan ekosistem TIK *Smart City*;
 - d. Penyelenggaraan keamanan informasi dan persandian;
 - e. Pelaporan; dan
 - f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.
2. Bidang Statistik dan Pemberdayaan TIK mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas dalam lingkup fasilitasi di bidang statistik dan pemberdayaan TIK.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Statistik dan Pemberdayaan TIK mempunyai fungsi :

- a. Penyelenggaraan pembangunan metadata statistik sektoral;

- b. Penyelenggaraan koordinasi dan sinkronisasi pengumpulan, pengolahan, analisis dan diseminasi data statistik sektoral;
 - c. Penyelenggaraan peningkatan kapasitas SDM Pemda dalam peningkatan mutu statistik daerah yang terintegrasi;
 - d. Penyelenggaraan pemberdayaan TIK;
 - e. Penyelenggaraan peningkatan kapasitas kelembagaan statistik sektoral;
 - f. Penyelenggaraan pemberdayaan TIK;
 - g. Pelaporan; dan
 - h. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.
3. Bidang Pengembangan *e-Government* mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas dalam lingkup fasilitasi di bidang pengembangan *e-Government*.

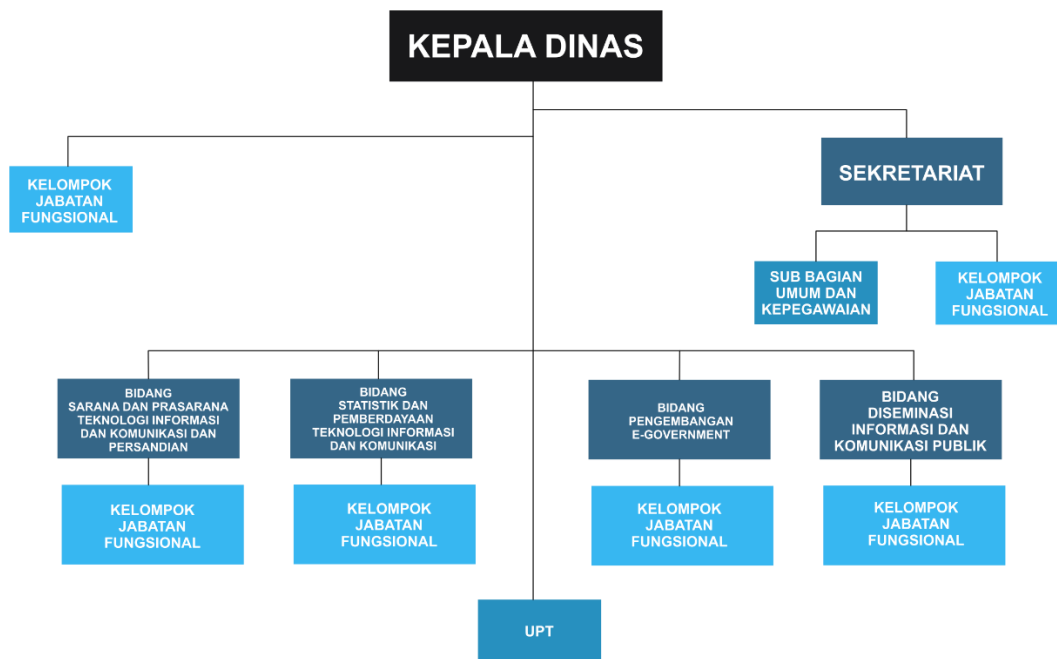
Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Pengembangan *e-Government* mempunyai fungsi :

- a. Penyelenggaraan pengembangan dan integrasi aplikasi manajemen pemerintahan;
- b. Penyelenggaraan layanan manajemen data dan informasi *e-Government*.
- c. Penyelenggaraan layanan pusat *Application Programming Interface* (API) Daerah;
- d. Penyelenggaraan pengembangan dan integrasi aplikasi layanan publik;
- e. Penyelenggaraan pemeliharaan dan implementasi aplikasi;
- f. Pelaporan; dan

- g. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.
4. Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas dalam lingkup fasilitasi di bidang diseminasi informasi dan komunikasi publik, serta pelayanan informasi publik.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Diseminasi Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai fungsi :

- a. Perumusan kebijakan teknis bidang informasi dan komunikasi publik dan penetapan agenda prioritas komunikasi Pemerintah Daerah;
- b. Penyelenggaraan pengelolaan konten dan perencanaan media komunikasi publik dan manajemen komunikasi krisis;
- c. Penyelenggaraan pengelolaan media komunikasi publik dan layanan hubungan media;
- d. Penyelenggaraan penyediaan/pengadaan sarana dan prasarana pendukung informasi dan komunikasi publik Pemerintah Daerah;
- e. Penguatan kapasitas sumber daya komunikasi publik;
- f. Pengelolaan pelayanan informasi publik dan kesekretariatan PPID di Daerah;
- g. Penyelenggaraan hubungan masyarakat, media dan kemitraan komunitas;
- h. Pelaporan; dan
- i. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.



Gambar 2.1 Bagan Struktur Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika

2.5 Gambaran Umum Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang

Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Disperindagkopukm) Kota Tangerang terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Perubahan atas Peraturan Daerah Nomor 8 tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah. Dalam regulasi tersebut, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang termasuk dalam klasifikasi Dinas tipe A. Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang mempunyai tugas membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah yang menjadi kewenangan Daerah dan tugas

pembantuan yang diberikan pada Daerah sesuai dengan visi, misi, dan program Walikota sebagaimana dijabarkan dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah. Pegawai Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Tangerang per Januari 2022 berjumlah 58 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah mempunyai fungsi:

1. Perumusan kebijakan teknis pelaksanaan urusan di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah;
2. Pelaksanaan kebijakan sesuai dengan bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah;
3. Pelaksanaan administrasi Dinas sesuai dengan bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah;
4. Pelaksanaan evaluasi dan pelaporan di bidang perindustrian, perdagangan, koperasi, usaha kecil dan menengah;
5. Pengelolaan UPT; dan
6. Pelaksanaan tugas lain yang diberikan Wali Kota sesuai dengan lingkup tugas

Susunan Organisasi Dinas Komunikasi dan Informatika terdiri dari :

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat, membawahkan Sub Bagian Umum dan Kepegawaian dan Sub Bagian Keuangan
- c. Bidang Perindustrian
- d. Bidang Perdagangan

- e. Bidang Pemberdayaan Koperasi
- f. Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro
- g. UPT; dan
- h. Kelompok Jabatan Fungsional.

Dalam melaksanakan tugas dan kewajiban Dinas Komunikasi dan Informatika dipimpin oleh Kepala Dinas yang dalam pelaksanaan tugasnya dibantu oleh :

1. Sekretariat yang membawahi :
 - a. Sub Bagian Umum dan Kepegawaian
 - b. Sub Bagian Keuangan
 - c. Kelompok Jabatan Fungsional.
2. Bidang Perindustrian membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.
3. Bidang Perdagangan membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.
4. Bidang Pemberdayaan Koperasi membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.
5. Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro membawahi :
 - a. Kelompok Jabatan Fungsional.

Unsur Pelaksana :

1. Sekretariat mempunyai tugas pokok menyelenggarakan kegiatan di bidang administrasi umum, keuangan dan perencanaan.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Sekretariat mempunyai fungsi :

- a. Penatausahaan urusan umum
- b. Penatausahaan urusan kepegawaian;

- c. Penatausahaan urusan keuangan;
 - d. Pengkoordinasian dalam penyusunan perencanaan dinas; dan
 - e. Pengkoordinasian pelaksanaan tugas bidang dan UPT di lingkungan dinas.
2. Bidang Perindustrian mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta kerjasama, pengawasan dan promosi.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Perindustrian mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta kerjasama, pengawasan dan promosi;
- b. Perumusan kebijakan teknis di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta kerjasama, pengawasan dan promosi;
- c. Pelaksanaan kebijakan di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta Kerjasama, pengawasan dan promosi;
- d. Pelaksanaan koordinasi di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta kerjasama, dan pengawasan dan promosi;
- e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan di bidang pembangunan sumber daya industri, sarana dan prasarana industri serta kerjasama, pengawasan dan promosi; dan
- f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.

3. Bidang Perdagangan mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Perdagangan mempunyai fungsi :

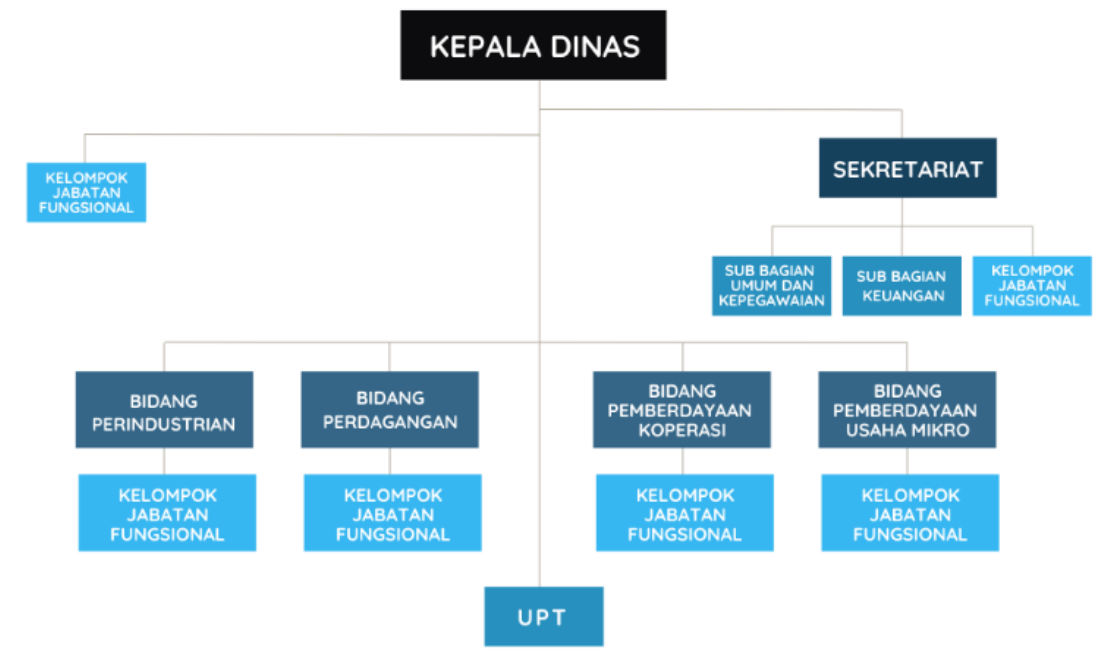
- a. Penyusunan program kerja di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga;
 - b. Perumusan kebijakan teknis di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga;
 - c. Pelaksanaan kebijakan di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga;
 - d. Pelaksanaan koordinasi di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga;
 - e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan di bidang pengembangan perdagangan dalam dan luar negeri, serta perlindungan konsumen dan tertib niaga; dan
 - f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pimpinan.
4. Bidang Pemberdayaan Koperasi mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi.

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Pemberdayaan Koperasi mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi;
 - b. Perumusan kebijakan teknis di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi;
 - c. Pelaksanaan kebijakan di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi;
 - d. Pelaksanaan koordinasi di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi;
 - e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan di bidang kelembagaan dan pengawasan koperasi, pengembangan, penguatan dan perlindungan koperasi serta peningkatan kualitas SDM koperasi; dan
 - f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pemimpin.
5. Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai tugas pokok menyelenggarakan sebagian tugas Dinas di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro, penguatan daya saing dan perlindungan usaha mikro serta data dan peningkatan kualitas SDM usaha mikro;

Untuk menyelenggarakan tugas sebagaimana dimaksud, Bidang Pemberdayaan Usaha Mikro mempunyai fungsi :

- a. Penyusunan program kerja di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro, penguatan daya saing dan perlindungan usaha mikro serta data peningkatan kualitas SDM usaha mikro;
- b. Perumusan kebijakan teknis di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro, penguatan daya saing dan perlindungan usaha mikro serta data dan peningkatan kualitas SDM usaha mikro;
- c. Pelaksanaan kebijakan di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro, penguatan daya saing dan perlindungan usaha mikro serta data dan peningkatan kualitas SDM usaha mikro;
- d. Pelaksanaan koordinasi di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro, penguatan daya saing dan perlindungan usaha mikro serta data dan peningkatan kualitas SDM usaha mikro;
- e. Pelaksanaan monitoring, evaluasi, dan pelaporan di bidang fasilitasi dan kemitraan usaha mikro serta data dan peningkatan kualitas SDM usaha mikro; dan
- f. Pelaksanaan fungsi lain yang diberikan oleh pemimpin



Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UMKM Kota Tangerang

BAB III

METODOLOGI PELAKSANAAN KEGIATAN

3.1 Jumlah Sampel Responden

Untuk memenuhi akurasi hasil penyusunan survei, responden terpilih ditetapkan minimal 400 responden dari jumlah populasi penduduk Kota Tangerang 2.273.697 orang (Sumber Data KTDA 2020), jumlah sampel responden ditentukan berdasarkan Rumus Slovin.

Rumus Slovin adalah Suatu sistem matematis yang digunakan untuk menghitung jumlah dari sebuah populasi objek tertentu yang belum diketahui karakteristiknya secara pasti.

Rumus ini diperkenalkan pertama kali oleh seorang Ilmuwan Matematis yang bernama Slovin, pada tahun 1960. Rumus Slovin ini biasa digunakan untuk sebuah penelitian pada suatu objek tertentu dalam jumlah populasi yang besar, sehingga digunakanlah untuk meneliti pada sebuah sampel dari populasi objek yang besar tersebut.

Setelah kita mengetahui pengertian dari Rumus Slovin, berikutnya dalam menghitung pada jumlah populasi suatu objek tertentu, kita pasti memerlukan sebuah formula atau rumus untuk menghitung sampel dari jumlah objek yang akan kita jadikan sebuah penelitian, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Keterangan
n = Jumlah Sampel
N = Jumlah Seluruh Populasi
e = Toleransi Eror

Gambar 3.1. Rumus Slovin

Dalam penggunaan penggunaan Rumus Slovin ini, hal yang pertama kali harus kita lakukan, yaitu Menetapkan Taraf Keyakinan atau Confidence Level (95%) terhadap hasil kebenaran, atau Taraf Signifikansi Toleransi Kesalahan (0,05) yang akan terjadi. Dengan penjelasan bahwa taraf Keyakinan 95% akan kebenaran hasil (yakin bahwa penelitian yang kita lakukan 95% benar) dan Taraf Signifikansi 0,05 (memastikan bahwa hanya 5% saja kesalahan yang akan terjadi).

3.2 Variabel / Susunan Pernyataan

a. Kuesioner

Dalam penyusunan survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya creative hub Kota Tangerang digunakan kuesioner sebagai alat bantu pengumpulan data persepsi masyarakat Kota Tangerang. Metode penyebaran kuesioner akan disebar secara online menggunakan URL yang dapat diakses pada <https://maps.tangerangkota.go.id/tangerangcreativehub/>

DATA DIRI

Apakah anda pelaku usaha kecil dan menengah?*

Ya

► Pilih sub sector usaha kecil dan menengah yang dimiliki? (Boleh pilih lebih dari 1)

 Fashion Kuliner Film, Animasi dan Video Fotografi Desain Komunikasi Visual Televisi dan Radio Pengembangan Permainan Kriya Desain Interior Musik Seni Rupa Desain Produk Arsitektur Periklanan Seni Pertunjukan Penerbitan Aplikasi Lainnya

1. Nama*

Nama*

2. NIK*

NIK*

3. Alamat*

Alamat*

4. Kecamatan*

---Pilih Salah Satu---

5. Kelurahan*

---Pilih Salah Satu---

6. RW

---Pilih Salah Satu---

6. RW

---Pilih Salah Satu---

7. RT

---Pilih Salah Satu---

8. Email*

Email*

9. Nomor Whatsapp*

Nomor Whatsapp*

10. Usia*

---Pilih Salah Satu---

11. Jenis Kelamin*

---Pilih Salah Satu---

12. Pendidikan Terakhir*

---Pilih Salah Satu---

13. Pekerjaan*

---Pilih Salah Satu---

14. Sebutkan Nama Usaha?

Nama Usaha

15. Kendala apa yang Anda hadapi dalam menjalankan usaha Anda?

 SDM

Sebutkan ...

 Keuangan

Sebutkan ...

 Peralatan Produksi

Sebutkan ...

 Pemasaran

DAFTAR ISI	PERTANYAAN	SELESAI
PERTANYAAN		
<p>► PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER</p> <ol style="list-style-type: none"> Sebelum mengisi kuesioner ini, dimohon bapak/ ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat. Bapak/ ibu memberikan tanda bintang (★) pada kolom yang sesuai dengan pilihan. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun terlewat. <p>► KETERANGAN JAWABAN</p> <ol style="list-style-type: none"> SS = Sangat Setuju S = Setuju RG = Ragu-ragu TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju <p>► PENJELASAN ISTILAH DALAM KUISIONER</p> <ol style="list-style-type: none"> Pusat Pelatihan = Wadah dan fasilitas pengembangan keterampilan Pusat Inkubasi Bisnis = Membina perusahaan rintisan untuk pengembangan bisnisnya Coworking Space = Sebagai ruang kerja & kolaborasi Creative Space = Biasanya sebagai ruang pameran seni Makerspace = Ruang kerja untuk menghasilkan barang jadi <p>Mohon Kiranya Bapak/Ibu/Saudara(i) Responden memahami ketentuan tersebut sebelum melanjutkan pada pertanyaan berikutnya.</p>		
<p>1. Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat wadah dan fasilitas pusat pelatihan untuk pengembangan keterampilan dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?*</p> <p>► Pusat Pelatihan dalam bentuk apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)?* <input type="radio"/> Dalam Bentuk Fisik</p> <p>2. Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Pusat Inkubasi Bisnis dalam membina perusahaan rintisan untuk mengembangkan bisnisnya yang dapat meningkatkan Kreativitas Lokal?*</p> <p>► Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)?* <input type="radio"/> Dalam Bentuk Fisik <input type="radio"/> Dalam Bentuk Virtual <input type="radio"/> Dalam Bentuk Fisik dan Virtual</p> <p>3. Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Coworking Space sebagai ruang kerja dan kolaborasi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?*</p> <p>► Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)?* <input type="radio"/> Belajar/berkumpul <input type="radio"/> Workshop <input type="radio"/> Diskusi <input type="radio"/> Ekshibisi <input type="radio"/> Presentasi <input type="radio"/> Lainnya</p> <p>4. Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Creative space sebagai ruang pameran seni dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?*</p> <p>► Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)?* <input type="radio"/> Belajar/berkumpul <input type="radio"/> Workshop <input type="radio"/> Diskusi <input type="radio"/> Ekshibisi <input type="radio"/> Presentasi <input type="radio"/> Lainnya</p> <p>5. Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Makerspace sebagai ruang kerja untuk menghasilkan barang jadi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?*</p> <p>► Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)?* <input type="radio"/> Belajar/berkumpul <input type="radio"/> Workshop <input type="radio"/> Diskusi</p>	<p>0 / 5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> <p>0 / 5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> <p>0 / 5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> <p>0 / 5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div> <p>0 / 5</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> </div>	

Gambar 3.2 Formulir Survei Menggunakan URL

b. Bagian dari Kuesioner

Kuesioner dibagi 2 (dua) bagian yaitu :

1. Data Diri meliputi: Nama, NIK, Alamat Kecamatan, Kelurahan, RW, RT Email, Nomor Whatsapp, Usia, Jenis Kelamin, Pendidikan terakhir, Pekerjaan, Nama Usaha, dan Kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha
 2. Jawaban / Persepsi Responden dalam kuesioner survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya creative hub Kota Tangerang, dengan memuat kesimpulan atau pendapat responden terhadap unsur-unsur pernyataan menggunakan penilaian dengan skala likert.
- c. Bentuk jawaban dari setiap pernyataan secara umum memberikan persepsi responden tentang survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang, yaitu dari yang sangat setuju sampai dengan sangat tidak setuju.

Adapun skala penilaian dari jawaban survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang menggunakan skala likert yang dapat dilihat pada tabel 1 :

Tabel 3.1 Skala Likert

Nilai Interval	Nilai Hasil Interval Konversi	Deskripsi
0% – 19,99%	1	Sangat Tidak Setuju
20% – 39,99%	2	Tidak Setuju
40% – 59,99%	3	Ragu- Ragu
60% – 79,99%	4	Setuju
80% – 100%	5	Sangat Setuju

3.3 Jangka Waktu Pelaksanaan

Penyusunan Survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang diperkirakan memerlukan waktu selama 30 hari dengan rincian :

1. Persiapan, 6 hari kerja;
2. Pelaksanaan pengumpulan data, 30 hari kalender (01 Agustus – 31 Agustus 2022)
3. Pengolahan data indeks, Penyusunan dan Pelaporan 6 hari kalender.

BAB IV

ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Penilaian Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Tahun 2022

Penilaian Kinerja Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang berdasarkan persepsi masyarakat kota tangerang dilakukan melalui kegiatan Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang baik secara langsung maupun survei digital yang dilaksanakan melalui aplikasi yang sudah dibangun oleh Dinas Komunikasi dan Informatika.

Kegiatan Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang tersebar berdasarkan Kecamatan di Wilayah Kota Tangerang yang dapat dilihat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Sebaran Ekonomi Kreatif di Kecamatan Wilayah Kota Tangerang

Selanjutnya Rincian Hasil Survei kegiatan ekonomi kreatif dari tiap pernyataan akan dibahas lebih lanjut pada poin-poin dibawah ini.

4.2 Deskripsi Profil Responden

4.2.1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Sub Sektor usaha kecil dan menengah yang dimiliki

Pengelompokan responden berdasarkan Sub Sektor Usaha Kecil dan Menengah yang dimiliki pada survei simpul pelaku

ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.2.



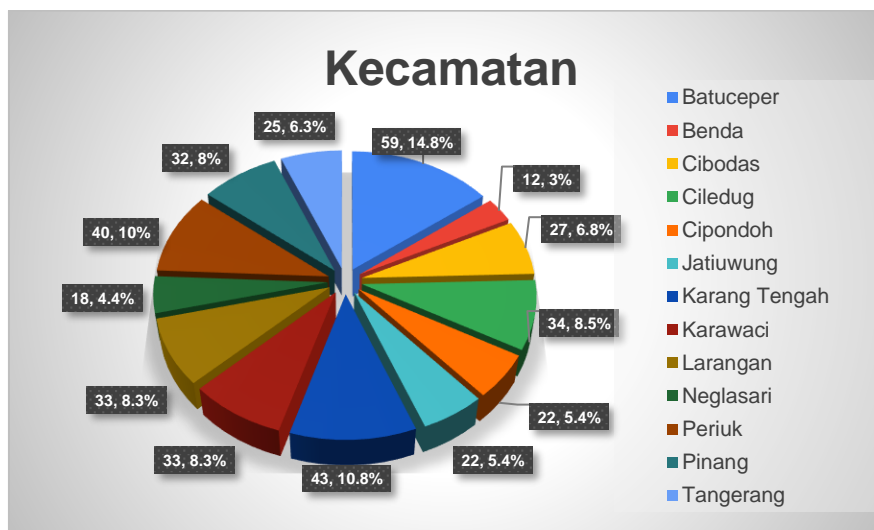
Gambar 4.2 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Sub Sektor usaha kecil dan menengah yang dimiliki.

Berdasarkan Gambar 4.2 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan sub sektor usaha kecil dan menengah didominasi oleh responden yang menjawab Kuliner sebanyak 282 orang (70.5%), selanjutnya responden yang menjawab Fashion sebanyak 46 orang (11.5%), responden yang menjawab Lainnya sebanyak 34 orang (8.5%), responden yang menjawab Kriya sebanyak 11 orang (2.8%), responden yang menjawab Desain Produk sebanyak 9 orang (2.3%), responden yang menjawab Seni Rupa sebanyak 4 orang (1%), responden yang menjawab Desain Komunikasi Visual sebanyak 3

orang (0.8%), responden yang menjawab Seni Pertunjukan sebanyak 3 orang (0.8%), responden yang menjawab Film, Animasi dan Video sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Fotografi sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Televisi dan Radio sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Pengembangan Permainan sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Musik sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Arsitektur sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Periklanan sebanyak 1 orang (0.3%), responden yang menjawab Aplikasi sebanyak 1 orang (0.3%), sedangkan responden yang menjawab Desain Interior dan responden yang menjawab Penerbitan adalah 0 orang (0%).

4.2.2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kecamatan

Pengelompokan responden berdasarkan Kecamatan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.3.



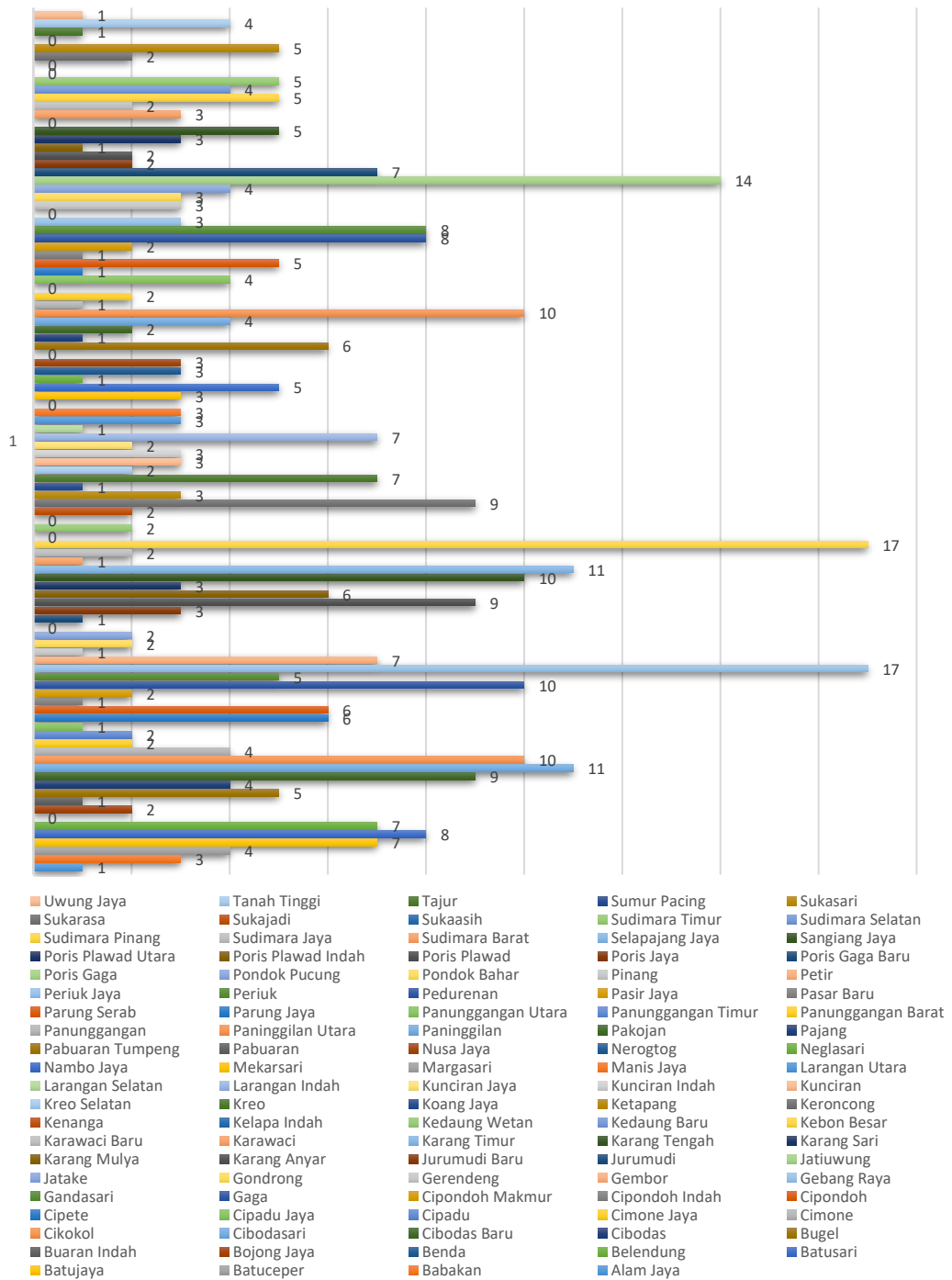
Gambar 4.3 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kecamatan

Berdasarkan Gambar 4.3 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan kecamatan didominasi oleh responden di kecamatan Batuaceper sebanyak 59 orang (14.8%), selanjutnya responden di kecamatan Karang Tengah sebanyak 43 orang (10.8%), responden di kecamatan Periuk sebanyak 40 orang (10%), responden di kecamatan Ciledug sebanyak 34 orang (8.5%), responden di kecamatan Karawaci sebanyak 33 orang (8.3%), responden di kecamatan Larangan sebanyak 33 orang (8.3%), responden di kecamatan Pinang sebanyak 32 orang (8%), responden di kecamatan Cibodas sebanyak 27 orang (6.8%), responden di kecamatan Tangerang sebanyak 25 orang (6.3%), responden di kecamatan Cipondoh sebanyak 22 orang (5.4%), responden di kecamatan Jatiuwung sebanyak 22 orang (5.4%), responden di kecamatan Neglasari sebanyak 18 orang (4.4%) dan yang terakhir responden di kecamatan Benda sebanyak 12 orang (3%).

4.2.3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kelurahan

Pengelompokan responden berdasarkan Kelurahan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.4.

Kelurahan



Gambar 4.4 Profil Responden Survei Pada Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kelurahan

Berdasarkan Gambar 4.4 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan kelurahan didominasi oleh responden di kelurahan Gebang Raya sebanyak 17 orang (4.3%), selanjutnya responden di kelurahan Kebon Besar sebanyak 17 orang (4.3%), responden di kelurahan Poris Gaga sebanyak 14 orang (3.5%), responden di kelurahan Cibodasari sebanyak 11 orang (2.8%), responden di kelurahan Karang Timur sebanyak 11 orang (2.8%), responden di kelurahan Cikokol sebanyak 10 orang (2.5%), responden di kelurahan Gaga sebanyak 10 orang (2.5%), responden di kelurahan Karang Tengah sebanyak 10 orang (2.5%), responden di kelurahan Paninggilan Utara sebanyak 10 orang (2.5%), responden di kelurahan Cibodas Baru sebanyak 9 orang (2.3%), responden di kelurahan Karang Anyar sebanyak 9 orang (2.3%), responden di kelurahan Keroncong sebanyak 9 orang (2.3%), responden di kelurahan Batusari sebanyak 8 orang (2%), responden di kelurahan Pedurenan sebanyak 8 orang (2%), responden di kelurahan Periuk sebanyak 8 orang (2%), responden di kelurahan Batujaya sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Belendung sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Gembor sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Kreo sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Larangan Indah sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Poris Gaga Baru sebanyak 7 orang (1.8%), responden di kelurahan Cipete sebanyak 6 orang (1.5%), responden di kelurahan Cipondoh sebanyak 6 orang (1.5%), responden di kelurahan Karang Mulya sebanyak 6 orang (1.5%), responden di

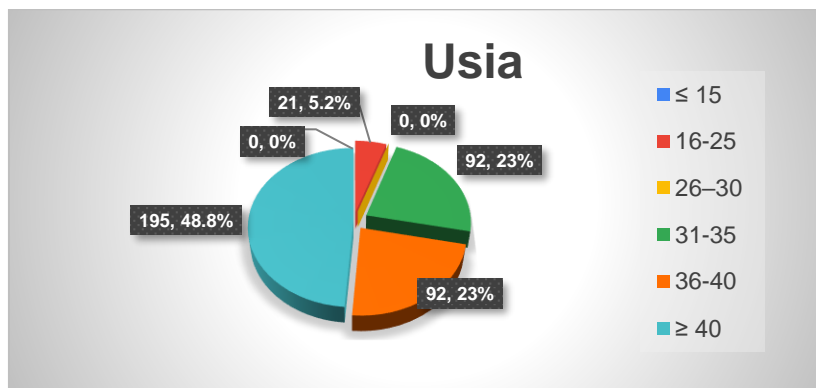
kelurahan Pabuaran Tumpeng sebanyak 6 orang (1.5%), responden di kelurahan Bugel sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Gandasari sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Nambo Jaya sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Parung Serab sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Sangiang Jaya sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Sudimara Pinang sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Sudimara Timur sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Sukasari sebanyak 5 orang (1.3%), responden di kelurahan Batuceper sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Cibodas sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Cimone sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Paninggilan sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Panunggangan Utara sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Pondok Pucung sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Sudimara Selatan sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Tanah Tinggi sebanyak 4 orang (1%), responden di kelurahan Babakan sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Jurumudi Baru sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Karang Sari sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Ketapang sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Kunciran sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Kunciran Indah sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Larangan Utara sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Manis Jaya sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Mekarsari sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Nerogtog sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Nusa Jaya sebanyak 3 orang (0.8%), responden di

kelurahan Periuk Jaya sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Pinang sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Pondok Bahar sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Poris Plawad Utara sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Sudimara Barat sebanyak 3 orang (0.8%), responden di kelurahan Bojong Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Cimone Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Cipadu sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Cipondoh Makmur sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Gondrong sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Jatake sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Karawaci Baru sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Kedaung Wetan sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Kenanga sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Kreo Selatan sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Kunciran Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Pakojan sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Panunggangan Barat sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Pasir Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Poris Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Poris Plawad sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Sudimara Jaya sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Sukarasa sebanyak 2 orang (0.5%), responden di kelurahan Alam Jaya sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Buaran Indah sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Cipadu Jaya sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Cipondoh Indah sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Gerendeng sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Jurumudi

sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Karawaci sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Koang Jaya sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Larangan Selatan sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Neglasari sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Pajang sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Panunggangan sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Parung Jaya sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Pasar Baru sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Poris Plawad Indah sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Tajur sebanyak 1 orang (0.3%), responden di kelurahan Uwung Jaya sebanyak 1 orang (0.3%), sedangkan responden di kelurahan Benda, Jatiuwung, Kedaung Baru, Kelapa Indah, Margasari, Pabuaran, Panunggangan Timur, Petir, Selapajang Jaya, Sukaasih, Sukajadi dan Sumur Pacing adalah sebanyak 0 orang (0%).

4.2.4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia

Pengelompokan responden berdasarkan Usia pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.5.

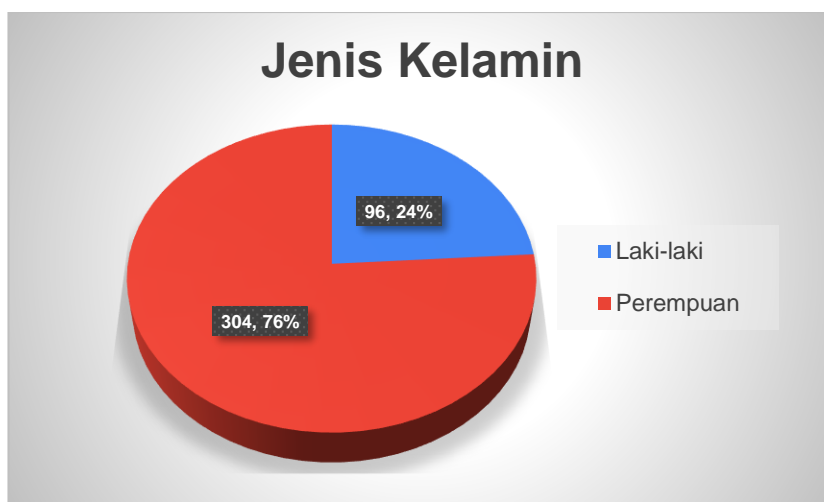


Gambar 4.5 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Usia

Berdasarkan Gambar 4.5 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Sumpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan usia didominasi oleh responden ≥ 40 sebanyak 195 orang (48.8%), selanjutnya responden 31-35 sebanyak 92 orang (23%), responden 36-40 sebanyak 92 orang (23%), responden 16-25 sebanyak 21 orang (5.2%), responden ≤ 15 sebanyak 0 orang (0%) dan yang terakhir responden 26–30 sebanyak 0 orang (0%).

4.2.5 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengelompokan responden berdasarkan Jenis Kelamin pada survei sumpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.6.



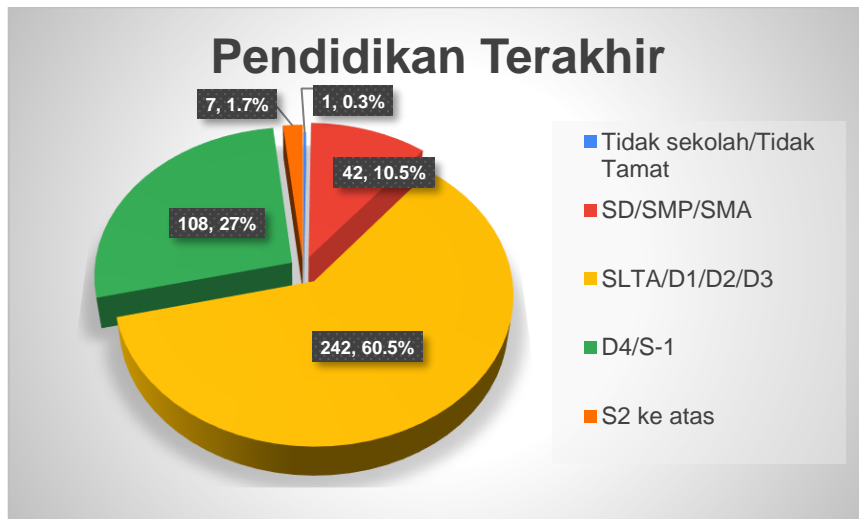
Gambar 4.6 Profil Responden Pada Survei Sumpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 4.6 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Sumpul Pelaku Ekonomi

Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh responden Perempuan sebanyak 304 orang (76%), selanjutnya responden Laki-laki sebanyak 96 orang (24%).

4.2.6 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pengelompokan responden berdasarkan Pendidikan Terakhir pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.7.



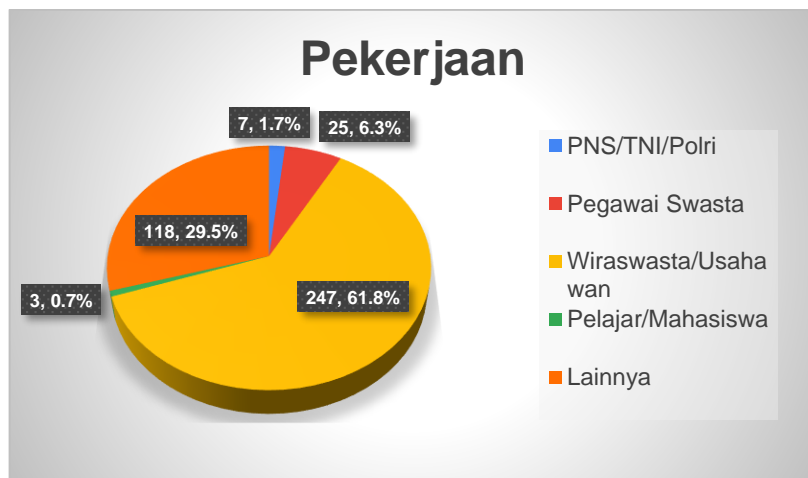
Gambar 4.7 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan Gambar 4.7 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh responden SLTA/D1/D2/D3 sebanyak 242 orang (60.5%), selanjutnya responden D4/S-1 sebanyak 108 orang (27%), responden

SD/SMP/SMA sebanyak 42 orang (10.5%), responden S2 ke atas sebanyak 7 orang (1.7%) dan yang terakhir responden Tidak sekolah/Tidak Tamat sebanyak 1 orang (0.3%).

4.2.7 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengelompokan responden berdasarkan Pekerjaan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.8.



Gambar 4.8 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan Gambar 4.8 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan pekerjaan didominasi oleh responden Wiraswasta/Usahawan sebanyak 247 orang (61.8%), selanjutnya responden Lainnya sebanyak 118 orang (29.5%), responden Pegawai Swasta sebanyak 25 orang (6.3%), responden PNS/TNI/Polri sebanyak 7 orang (1.7%) dan yang terakhir responden Pelajar/Mahasiswa sebanyak 3 orang (0.7%).

4.2.8 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kepemilikan No Induk Berusaha (NIB)

Pengelompokan responden berdasarkan Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB) pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.9.



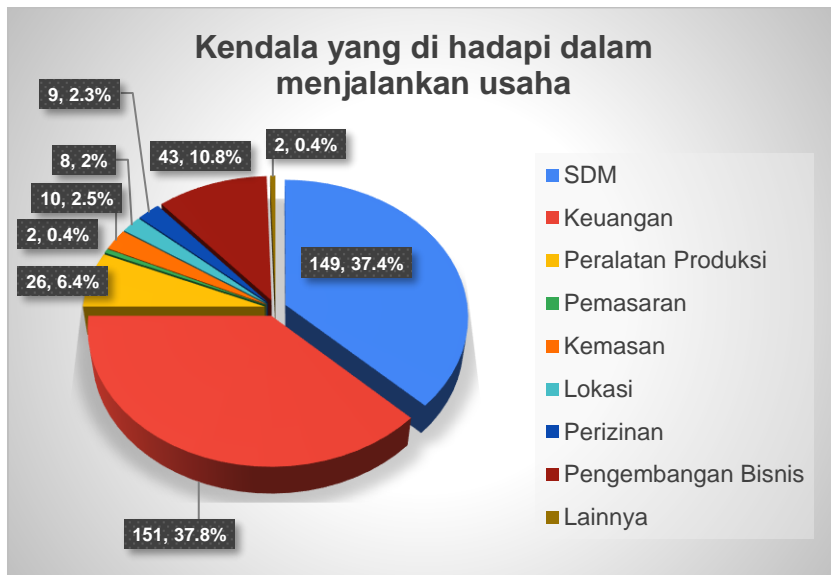
Gambar 4.9 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kepemilikan Nomor Induk Berusaha (NIB)

Berdasarkan Gambar 4.9 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Memiliki nomer induk berusaha (NIB) didominasi oleh responden yang menjawab Ya sebanyak 302 orang (75.5%), selanjutnya responden yang menjawab Tidak sebanyak 98 orang (24.5%) yang tersebar pada Kecamatan Batuceper pada Kelurahan Batuceper, Batujaya, Batusari, Kebon Besar, Poris Gaga, Poris

Gaga Baru, Poris Jaya, Kecamatan Benda pada Kelurahan Cibodas Baru dan Cibodasari, Kecamatan Cibodas pada Kelurahan Cibodas Baru dan Cibodasari, Kecamatan Ciledug pada Kelurahan Paninggilan, Paninggilan Utara, dan Sudimara Timur, Kecamatan Cipondoh pada Kelurahan, Cipondoh, Gondrong, Kenanga, Ketapang, Poris Plawad Utara, Kecamatan Jatiuwung pada Kelurahan Gandasari, Keroncong, Manis Jaya, Pasir Jaya, Kecamatan Karang Tengah pada Kelurahan Karang Tengah, Karang Timur, Pedurenan, Pondok Pucung, Kecamatan Karawaci pada Kelurahan Bugel, Karawaci, dan Pabuaran Tumpeng, Kecamatan Larangan pada Kelurahan Gaga, Kreo, Kreo Selatan, dan Larangan Indah, Kecamatan Neglasari pada Kelurahan Karang Anyar, Kedaung Wetan, Mekarsari, dan Neglasari, Kecamatan Periuk pada Kelurahan Gebang Raya, Periuk, Periuk Jaya, dan Sangiang Jaya, Kecamatan Pinang pada Kelurahan Cipete, Kunciran, Nerogtog, Pakojan, Panunggangan, Panunggangan Utara, Pinang, Sudimara Pinang, lalu Kecamatan Tangerang pada Kelurahan Cikokol.

4.2.9 Pengelompokan Responden Berdasarkan Kendala yang dihadapi dalam menjalankan usaha

Pengelompokan responden berdasarkan Kendala yang di hadapi dalam menjalankan usaha pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.10.



Gambar 4.10 Profil Responden Pada Survei Sumpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Kendala yang di hadapi dalam menjalankan usaha

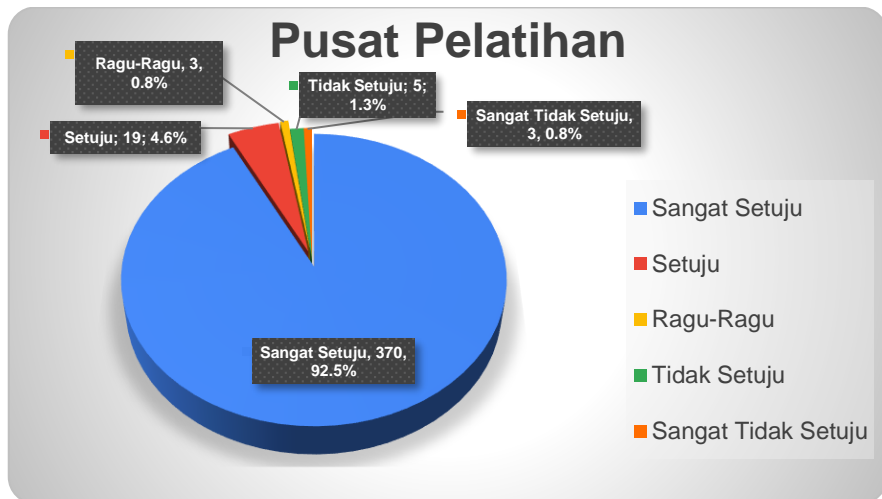
Berdasarkan Gambar 4.10 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Sumpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Kendala yang di hadapi dalam menjalankan usaha didominasi oleh responden yang menjawab Keuangan sebanyak 151 orang (37.8%), selanjutnya responden yang menjawab SDM sebanyak 149 orang (37.4%), responden yang menjawab Pengembangan Bisnis sebanyak 43 orang (10.8%), responden yang menjawab Peralatan Produksi sebanyak 26 orang (6.4%), responden yang menjawab Kemasan sebanyak 10 orang (2.5%), responden yang menjawab Perizinan sebanyak 9 orang (2.3%), responden yang menjawab Lokasi sebanyak 8 orang (2%), responden yang menjawab Pemasaran sebanyak 2 orang (0.4%) dan yang terakhir responden yang menjawab Lainnya sebanyak 2

orang (0.4%). Adapun rincian dari kendala-kendala yang dimaksud adalah sebagai berikut :

- a. SDM : Kendala yang bersumber dari kurangnya SDM yang memiliki kompetensi, kapasitas serta komitmen yang tinggi,
- b. Keuangan : Kendala yang bersumber dari kekurangan modal dalam menjalankan usaha.
- c. Peralatan Produksi : Kendala yang bersumber dari kurangnya dukungan terhadap alat-alat produksi.
- d. Pemasaran : Kendala yang bersumber dari kurangnya pemahaman terhadap strategi dan pemasaran dalam menjalankan usaha.
- e. Kemasan : Kendala yang bersumber dari pengemasan produk.
- f. Lokasi : Kendala yang bersumber dari lokasi yang tepat ataupun lokasi yang strategis dalam menjalankan usaha.
- g. Perizinan : Kendala yang bersumber dari terkait soal perizinan usaha.
- h. Pengembangan Bisnis : Kendala yang bersumber terkait kurangnya pengetahuan mengenai cara mengembangkan bisnis
- i. Lainnya : faktor-faktor kendala lainnya yang di hadapi dalam menjalankan usaha

4.2.10 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Pelatihan

Pengelompokan responden berdasarkan Pusat Pelatihan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.11.

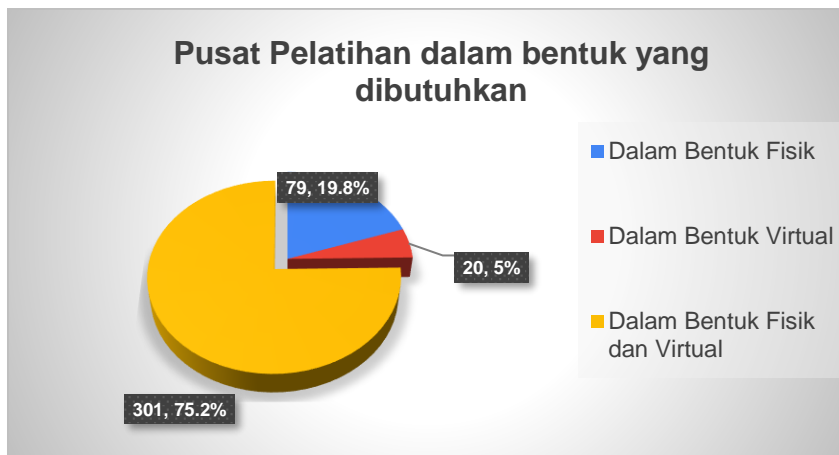


Gambar 4.11 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Pelatihan.

Berdasarkan Gambar 4.11 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Pusat Pelatihan didominasi oleh responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 370 orang (92.5%), selanjutnya responden yang menjawab Setuju sebanyak 19 orang (4.6%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 5 orang (1.3%), responden yang menjawab Ragu-Ragu sebanyak 3 orang (0.8%) dan yang terakhir responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (0.8%). Hasil survei bentuk pusat pelatihan yang dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang akan dibahas pada poin 4.2.11.

4.2.11 Pengelompokan Responden Berdasarkan Bentuk Pusat Pelatihan Dalam Bentuk Yang Dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang

Pengelompokan responden berdasarkan Pusat Pelatihan Dalam Bentuk Yang Dibutuhkan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.12.



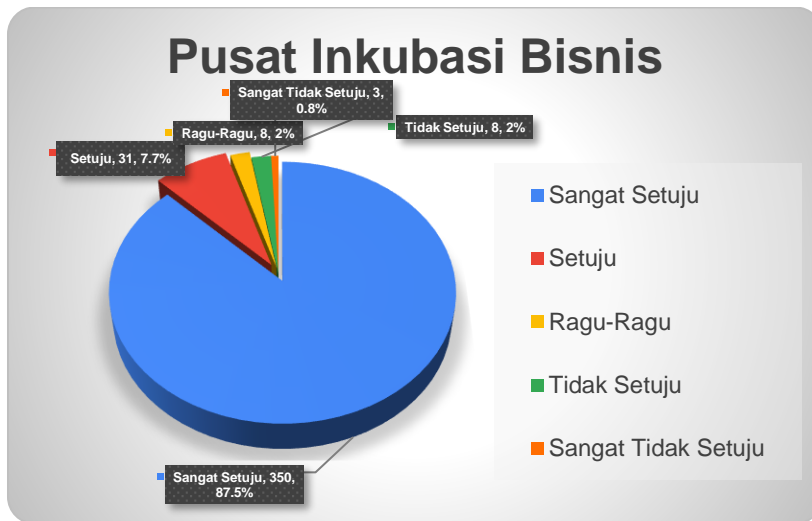
Gambar 4.12 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Pelatihan dalam bentuk yang dibutuhkan.

Terdapat 3 model bentuk pusat pelatihan yang dibutuhkan, yaitu pusat pelatihan dalam bentuk fisik, pusat pelatihan dalam bentuk virtual serta pusat pelatihan dalam bentuk Fisik dan Virtual. Berdasarkan Gambar 4.12 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Pusat Pelatihan dalam bentuk apa yang dibutuhkan didominasi oleh responden yang menjawab Dalam Bentuk Fisik dan Virtual sebanyak 301 orang (75.2%), selanjutnya responden yang menjawab Dalam Bentuk Fisik sebanyak 79 orang (19.8%)

dan yang terakhir responden yang menjawab Dalam Bentuk Virtual sebanyak 20 orang (5%). Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan Masyarakat Kota Tangerang mendukung adanya Pusat Pelatihan dalam Bentuk Fisik dan Virtual.

4.2.12 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis

Pengelompokan responden berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.13.



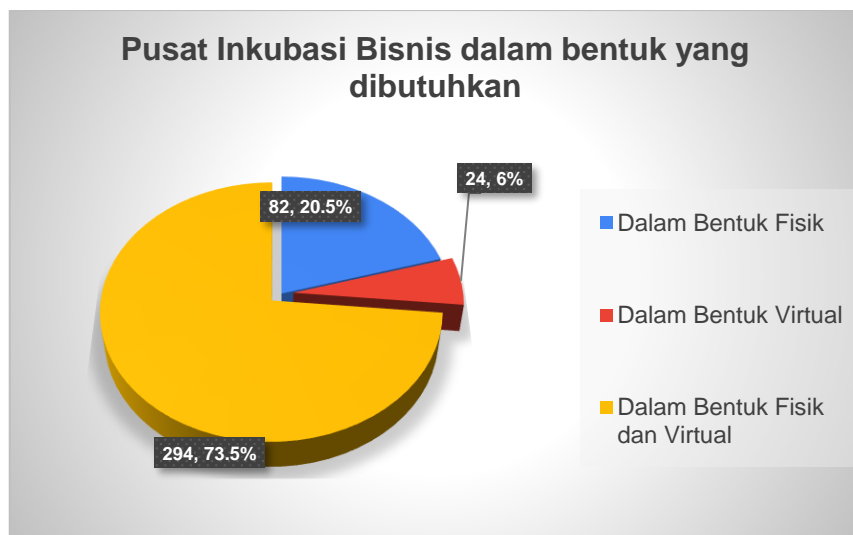
Gambar 4.13 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis.

Berdasarkan Gambar 4.13 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis didominasi oleh responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 350 orang (87.5%), selanjutnya

responden yang menjawab Setuju sebanyak 31 orang (7.7%), responden yang menjawab Ragu-Ragu sebanyak 8 orang (2%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 8 orang (2%) dan yang terakhir responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 3 orang (0.8%). Hasil survei bentuk pusat inkubasi bisnis yang dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang akan dibahas pada poin 4.2.13.

4.2.13 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk yang dibutuhkan

Pengelompokan responden berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk yang dibutuhkan pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.14.

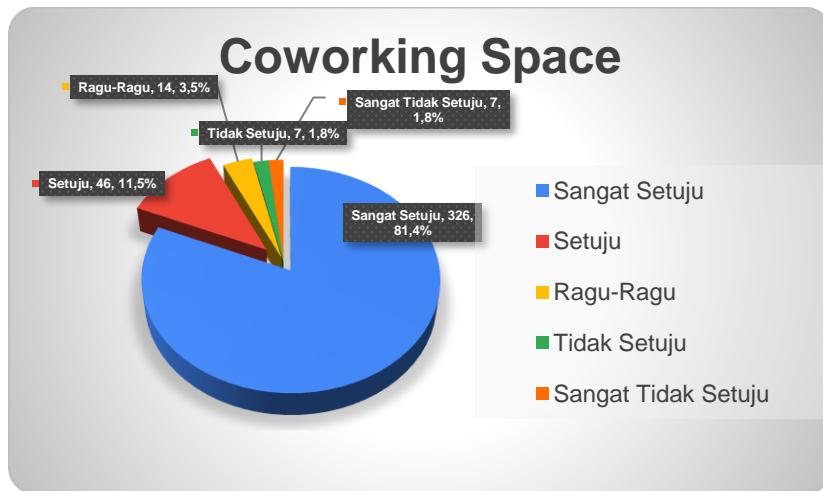


Gambar 4.14 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Pusat Pelatihan dalam bentuk yang dibutuhkan.

Terdapat 3 model bentuk pusat inkubasi bisnis yang dibutuhkan, yaitu pusat inkubasi bisnis dalam bentuk fisik, pusat inkubasi bisnis dalam bentuk virtual serta pusat inkubasi bisnis dalam bentuk Fisik dan Virtual. Berdasarkan Gambar 4.14 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk apa yang dibutuhkan didominasi oleh responden yang menjawab Dalam Bentuk Fisik dan Virtual sebanyak 294 orang (73.5%), selanjutnya responden yang menjawab Dalam Bentuk Fisik sebanyak 82 orang (20.5%) dan yang terakhir responden yang menjawab Dalam Bentuk Virtual sebanyak 24 orang (6%). Dari hasil survei tersebut dapat disimpulkan Masyarakat Kota Tangerang mendukung adanya Pusat Inkubasi Bisnis dalam Bentuk Fisik dan Virtual.

4.2.14 Pengelompokan Responden Berdasarkan Coworking Space

Pengelompokan responden berdasarkan Coworking Space pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.15.

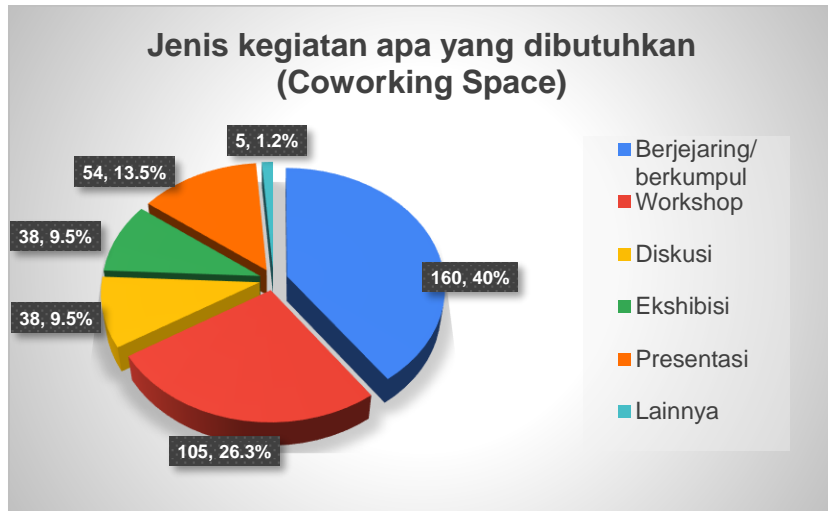


Gambar 4.15 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Coworking Space

Berdasarkan Gambar 4.15 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Coworking Space didominasi oleh responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 326 orang (81.4%), selanjutnya responden yang menjawab Setuju sebanyak 46 orang (11.5%), responden yang menjawab Ragu-Ragu sebanyak 14 orang (3.5%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 7 orang (1.8%) dan yang terakhir responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (1.8%). Hasil survei jenis kegiatan (Coworking Space) yang dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang akan dibahas pada poin 4.2.15.

4.2.15 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis kegiatan yang dibutuhkan (Coworking Space)

Pengelompokan responden berdasarkan Jenis kegiatan yang dibutuhkan (Coworking Space) pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.16.



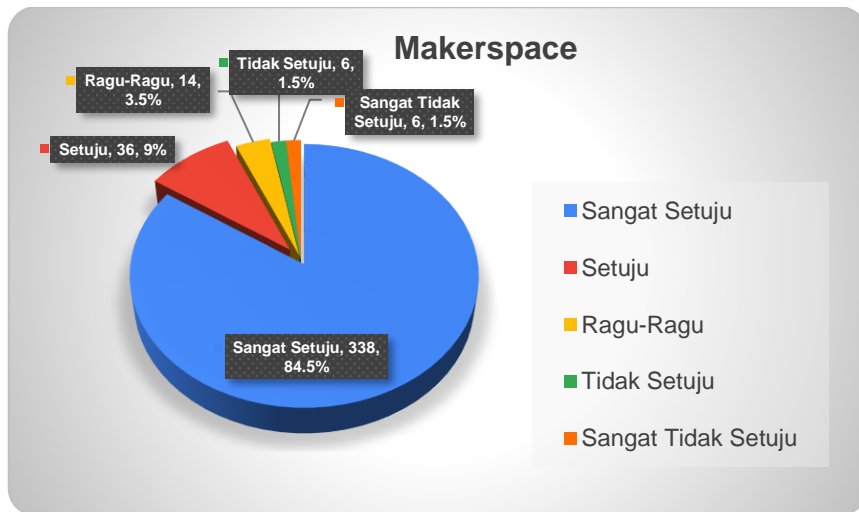
Gambar 4.16 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan yang dibutuhkan (Coworking Space)

Terdapat 6 model bentuk jenis kegiatan (Coworking Space) yang dibutuhkan, yaitu dalam bentuk berjejaring/berkumpul, workshop, diskusi, ekshibisi, Presentasi, dan lainnya. Berdasarkan Gambar 4.16 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Coworking Space) didominasi oleh responden yang menjawab Berjejaring/berkumpul sebanyak 160 orang (40%), selanjutnya responden yang menjawab Workshop

sebanyak 105 orang (26.3%), responden yang menjawab Presentasi sebanyak 54 orang (13.5%), responden yang menjawab Diskusi sebanyak 38 orang (9.5%), responden yang menjawab Ekshibisi sebanyak 38 orang (9.5%) dan yang terakhir responden yang menjawab Lainnya sebanyak 5 orang (1.2%).

4.2.16 Pengelompokan Responden Berdasarkan Makerspace

Pengelompokan responden berdasarkan Makerspace pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.17.



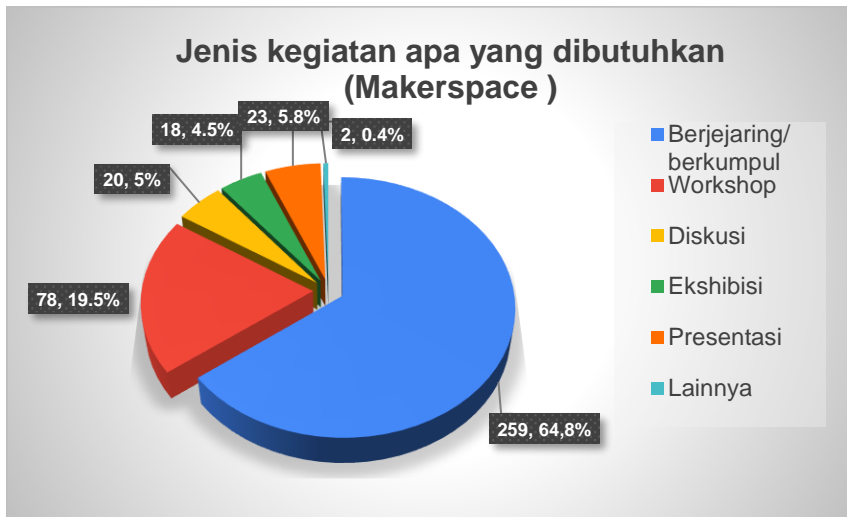
Gambar 4.17 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Makerspace

Berdasarkan Gambar 4.17 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Makerspace didominasi oleh responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 338 orang (84.5%), selanjutnya responden yang menjawab Setuju sebanyak 36 orang (9%), responden yang

menjawab Ragu-Ragu sebanyak 14 orang (3.5%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 6 orang (1.5%) dan yang terakhir responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 6 orang (1.5%). Hasil survei jenis kegiatan (Makerspace) yang dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang akan dibahas pada poin 4.2.17.

4.2.17 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace)

Pengelompokan responden berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace) pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.18.



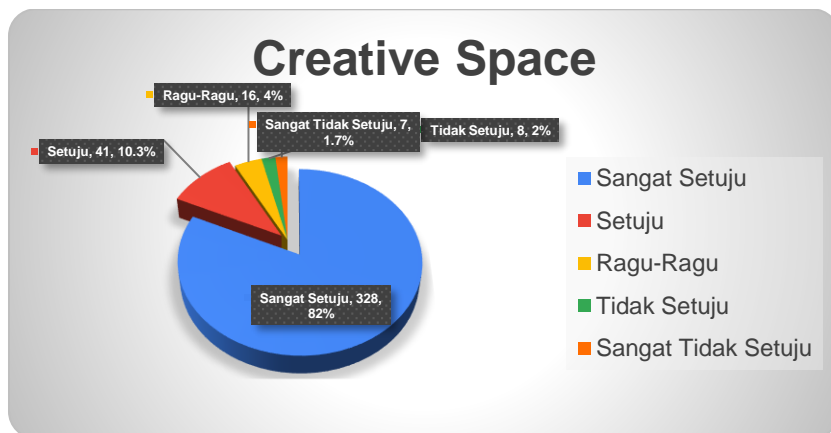
Gambar 4.18 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace)

Terdapat 6 model bentuk jenis kegiatan (Makerspace) yang dibutuhkan, yaitu dalam bentuk berjejaring/berkumpul, workshop, diskusi, ekshibisi, presentasi, dan lainnya. Berdasarkan Gambar 4.18 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner

Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Makerspace) didominasi oleh responden yang menjawab Berjejaring/ berkumpul sebanyak 259 orang (64.8%), selanjutnya responden yang menjawab Workshop sebanyak 78 orang (19.5%), responden yang menjawab Presentasi sebanyak 23 orang (5.8%), responden yang menjawab Diskusi sebanyak 20 orang (5%), responden yang menjawab Ekshibisi sebanyak 18 orang (4.5%) dan yang terakhir responden yang menjawab Lainnya sebanyak 2 orang (0.4%).

4.2.18 Pengelompokan Responden Berdasarkan Creative Space

Pengelompokan responden berdasarkan Creative Space pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.19.



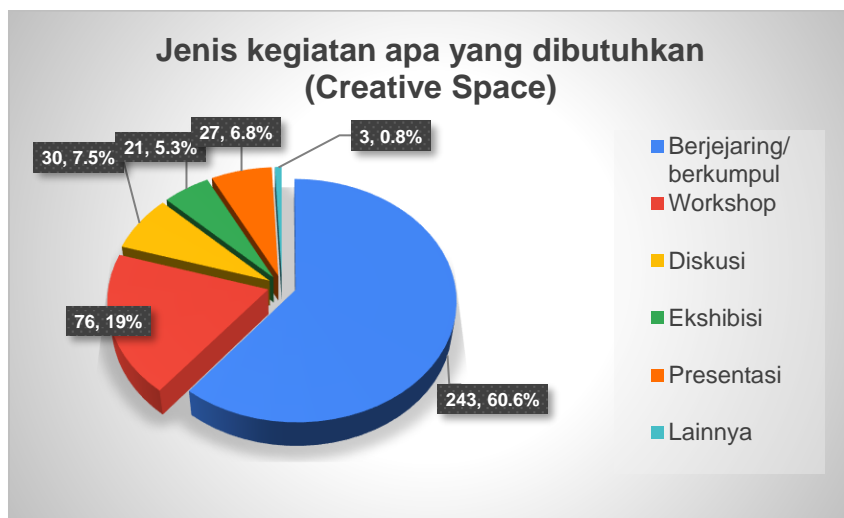
Gambar 4.19 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Creative Space

Berdasarkan Gambar 4.19 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi

Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Creative Space didominasi oleh responden yang menjawab Sangat Setuju sebanyak 328 orang (82%), selanjutnya responden yang menjawab Setuju sebanyak 41 orang (10.3%), responden yang menjawab Ragu-Ragu sebanyak 16 orang (4%), responden yang menjawab Tidak Setuju sebanyak 8 orang (2%) dan yang terakhir responden yang menjawab Sangat Tidak Setuju sebanyak 7 orang (1.7%). Hasil survei jenis kegiatan (Creative Space) yang dibutuhkan oleh Masyarakat Kota Tangerang akan dibahas pada poin 4.2.19.

4.2.19 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space)

Pengelompokan responden berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space) pada survei simpul pelaku ekonomi kreatif menuju terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang disajikan dalam Gambar 4.20.



Gambar 4.20 Profil Responden Pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space)

Terdapat 6 model bentuk jenis kegiatan (Creative Space) yang dibutuhkan, yaitu dalam bentuk berjejaring/berkumpul, workshop, diskusi, ekshibisi, presentasi, dan lainnya. Berdasarkan Gambar 4.20 terlihat bahwa responden yang menjawab pernyataan kuesioner Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang berdasarkan Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Creative Space) didominasi oleh responden yang menjawab Berjejaring/ berkumpul sebanyak 243 orang (60.6%), selanjutnya responden yang menjawab Workshop sebanyak 76 orang (19%), responden yang menjawab Diskusi sebanyak 30 orang (7.5%), responden yang menjawab Presentasi sebanyak 27 orang (6.8%), responden yang menjawab Ekshibisi sebanyak 21 orang (5.3%) dan yang terakhir responden yang menjawab Lainnya sebanyak 3 orang (0.8%).

4.3 Hasil Perhitungan Skala Likert

Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Skala Likert

No	Pernyataan	Total Responden	Total Skor	Skor Ideal	Nilai Interval	Persen
1	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat wadah dan fasilitas pusat pelatihan untuk pengembangan keterampilan dalam meningkatkan Kreativitas Lokal	400	1948	2000	97.4	97.4%
2	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Pusat Inkubasi Bisnis dalam membina perusahaan rintisan untuk mengembangkan bisnisnya yang dapat meningkatkan Kreativitas Lokal	400	1917	2000	95.9	95.9%
3	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Coworking Space sebagai ruang kerja dan kolaborasi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal	400	1877	2000	93.9	93.9%
4	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Creative space sebagai ruang pameran seni dalam meningkatkan Kreativitas Lokal	400	1875	2000	93.8	93.8%
5	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Makerspace sebagai ruang kerja untuk menghasikan barang jadi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal	400	1894	2000	94.7	94.7%
Rata-rata			1902	2000	95.1	95.1%

Sumber : Hasil Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Tahun 2022

Pernyataan kuesioner pada Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang yang Difasilitasi Dinas Komunikasi dan Informatika beserta Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (Disperindagkopukm) Kota Tangerang, mendapatkan nilai tertinggi dari hasil perhitungan dengan menggunakan skala likert dengan nilai skor rata-rata 1902 atau nilai interval 95,1 (95,1%).

PENUTUP

4.4 Kesimpulan

Perancangan Creative Hub Kota Tangerang diharapkan menjadi wadah untuk mengembangkan industri kreatif masyarakat kota Tangerang yang memfasilitasi pengunjung dengan ruang co-working space, creative space, dan juga ,makerspace bagi masyarakat Kota Tangerang. Berdasarkan analisis terhadap hasil pengolahan Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang Tahun 2022 dapat disimpulkan beberapa hal berikut:

1. Secara keseluruhan nilai hasil Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang memiliki Total Skor **1902** atau nilai interval sebesar **95,1 (95,1%)**. Hal ini menunjukkan bahwa Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya *Creative Hub* Kota Tangerang Tahun 2022 mendapatkan hasil “**Sangat Setuju**”.
2. Hasil penyusunan Buku Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang menunjukkan kategori **Sangat Setuju** yang artinya masyarakat Kota Tangerang mendukung dan menyambut baik terbentuknya *Creative Hub* di Kota Tangerang.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Rekomendasi Survei Tangerang Creative Hub oleh Badan Pusat Statistik



Nomor : B-057/36716/OT.130/10/2022
Sifat : Biasa
Lampiran : 1 (satu) set
Perihal : Rekomendasi Kegiatan Statistik

Jakarta, 10 Oktober 2022

Yth. Kepala Dinas Komunikasi dan Informatika
Kota Tangerang
di tempat

Sehubungan dengan pemberitahuan rancangan penyelenggaraan survei statistik sektoral:

Penyelenggara : Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Tangerang
Judul : SURVEI SIMPUL PELAKU EKONOMI KREATIF MENUJU
TERBENTUKNYA CREATIVE HUB KOTA TANGERANG TAHUN 2022
Dinyatakan : **LAYAK**
dengan rekomendasi terlampir
Nomor : **V-22.3671.028**
Rekomendasi

Nomor rekomendasi ini harus dicantumkan pada kuesioner.

Sesuai amanat UU No.16 Tahun 1997 penjelasan Pasal 17 ayat 4, instansi pemerintah yang menyelenggarakan statistik wajib mengikuti rekomendasi BPS dan menyerahkan hasil penyelenggaraan statistik kepada BPS. Penjaminan kualitas harus dilakukan pada setiap tahap kegiatan, agar output yang dihasilkan berkualitas.

Demikian disampaikan. Atas perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Kepala Badan Pusat Statistik
Kota Tangerang,



Jl. Raya RHM Noer Radji No.28, Karawaci, Kota Tangerang
Telp /Fax: (021)55792858/55796910 Email : bps3671@bps.go.id, Website: <http://tangerangkota.bps.go.id>

Lampiran 2. Link dan form Survei Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Menuju Terbentuknya Creative Hub Kota Tangerang

Link Form Survei :

<https://maps.tangerangkota.go.id/tangerangcreativehub/>

Kuesioner Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Tangerang 2022

Simpul Pelaku Ekonomi Kreatif adalah wadah perkumpulan komunitas kreatif yang diharapkan dapat menampung berbagai macam ide dari para pelaku ekonomi kreatif daerah.

Kuesioner ini diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Tangerang dengan tujuan untuk memetakan kebutuhan adanya simpul ekonomi kreatif di Kota Tangerang.

Mohon partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Responden yang dicakup dalam survei ini adalah masyarakat Kota Tangerang.

Dengan mengikuti survei ini, Bapak/Ibu/Saudara memberikan persetujuan kepada Pemerintah Kota Tangerang untuk menyimpan dan menganalisis jawaban. Kerahasiaan jawaban tersebut dilindungi oleh Undang-undang No.16 Tahun 1997 tentang Statistik.

Apakah anda pelaku usaha kecil dan menengah?

Ya

Tidak

Pilih sub sector usaha kecil dan menengah yang dimiliki* (Boleh pilih lebih dari 1)

Fashion

Kuliner

Film, Animasi dan Video

Fotografi

Desain Komunikasi Visual

Televisi dan Radio

Pengembangan Permainan

Kriya

Desain Interior

Musik

Seni Rupa

Desain Produk

Arsitektur

Periklanan

Seni Pertunjukan

Penerbitan

Aplikasi

Lainnya

D. PENJELASAN ISTILAH DALAM KUISIONER

1. Pusat Pelatihan = Wadah dan fasilitas pengembangan keterampilan
2. Pusat Inkubasi Bisnis = membina perusahaan rintisan untuk pengembangan bisnisnya
3. Coworking Space = Sebagai ruang kerja & kolaborasi
4. Creative Space = Biasanya sebagai ruang pameran seni
5. Makerspace = Ruang kerja untuk menghasilkan barang jadi

A. KARAKTERISTIK RESPONDEN

- 1. Nama Pemilik Usaha* :
 - 2. NIK* :
 - 3. Alamat* :
 - 4. RT :
 - 5. RW :
 - 6. Kelurahan* :
 - 7. Kecamatan* :
 - 8. Email* :
 - 9. Nomor Whatsapp* :
 - 10. Usia* : ≤ 15 26 – 30 36-40
 16-25 31-35 ≥ 40
 - 11. Jenis Kelamin* : Pria Wanita
 - 12. Pendidikan Terakhir* : Tidak Sekolah/ Tidak Tamat
 SD/SMP/SMA D4/S1
 D1/D2/D3 S2 Keatas
 - 13. Pekerjaan* : PNS/TNI/POLRI
 Pegawai Swasta
 Wiraswasta/Usahawan
 Pelajar/Mahasiswa
 Lainnya
 - 14. Sebutkan Nama Usaha :
- Apakah anada memiliki nomer induk berusaha (NIB)?
 Ya Tidak
- Bila ya dimohon untuk mengisi nomor induk berusaha (NIB):
Nomer NIB:



15. Kendala apa yang Anda

hadapi dalam

menjalankan

usaha Anda?

- : SDM :.....sebutkan.
 Keuangan:sebutkan.
 Peralatan Produksi:sebutkan.
 Pemasaran:.....sebutkan.
 Kemasan:sebutkan.
 Lokasi:sebutkan.
 Perizinan:sebutkan.
 Pengembangan Bisnis:sebutkan.
 Lainnya:sebutkan.

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, dimohon bapak/ ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Bapak/ ibu memberikan tanda *check list* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list* (✓) pada kolom sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon dijawab tanpa ada satupun terlewat.

C. KETERANGAN JAWABAN

1. SS = Sangat Setuju
2. S = Setuju
3. RG = Ragu-ragu
4. TS = Tidak Setuju
5. STS = Sangat Tidak Setuju

E. BUTIR PERTANYAAN

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat wadah dan fasilitas pusat pelatihan untuk pengembangan keterampilan dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?					
	Pusat Pelatihan dalam bentuk apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)? - Dalam Bentuk Fisik - Dalam Bentuk Virtual - Dalam Bentuk Fisik dan Virtual					
2	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Pusat Inkubasi Bisnis dalam membina perusahaan rintisan untuk mengembangkan bisnisnya yang dapat meningkatkan Kreativitas Lokal?					
	Pusat Inkubasi Bisnis dalam bentuk apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)? - Dalam Bentuk Fisik - Dalam Bentuk Virtual - Dalam Bentuk Fisik dan Virtual					
3	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Coworking Space sebagai ruang kerja dan kolaborasi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?					
	Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1) ? - Berjejaring/ berkumpul - Workshop - Diskusi - Ekshibisi - Presentasi - Lainnya					

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
		5	4	3	2	1
4	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Creative space sebagai ruang pameran seni dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?					
	Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)? - Berjejaring/ berkumpul - Workshop - Diskusi - Ekshibisi - Presentasi - Lainnya					
5	Apakah anda setuju Pemerintah Kota Tangerang membuat Makerspace sebagai ruang kerja untuk menghasikan barang jadi dalam meningkatkan Kreativitas Lokal?					
	Jenis kegiatan apa yang dibutuhkan (Boleh Pilih Lebih dari 1)? - Berjejaring/ berkumpul - Workshop - Diskusi - Ekshibisi - Presentasi - Lainnya					