

Pangkalpinang Menuju Kota Kreatif (Sebuah Kajian Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Pangkalpinang)

Nurwasya^{1*}, Ria Atlantika^{2*}, Marlina Safitri^{3*}, Karmawan^{4*}, Ryand Daddy Setyawan^{5*}

- 1 BAPPEDA dan LITBANG, Kota Pangkalpinang
 - 2 BAPPEDA dan LITBANG, Kota Pangkalpinang
 - 3 BAPPEDA dan LITBANG, Kota Pangkalpinang
 - 4 Jurusan Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung Pangkalpinang
 - 5 Jurusan Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung, Pangkalpinang
- *Korespondensi: nurwasya@pangkalpinangkota.go.id, riaatlantika@gmail.com, karmawan77@gmail.com, ryand.daddy@ubb.ac.id

Abstrak: *This study describes the Development of the Creative Economy in Pangkalpinang City, based on a survey of 92 Creative Industry Business Actors in Seven Districts in Pangkalpinang City. The approach used in this research is qualitative which describes and analyzes descriptively. In addition, this research is also analytical descriptive in nature because the research is not only limited to descriptions of the object of study but also analyzes how creative economic policy models innovate. As for data processing using the following methods: The types of data used in this study are primary data and secondary data. Primary data collection was carried out using survey techniques through interviews and submission of questionnaires to Pangkalpinang City officials, creative economy experts, and creative economy industry players in the fashion, culinary, craft sub-sectors. Secondary data is supporting data from primary data obtained from related agencies such as the Central Bureau of Statistics (BPS) of Pangkalpinang City, the Tourism Office of Pangkalpinang City, the Office of Industry of Pangkalpinang City, previous studies, and other relevant literature. The results are based on data from 17 sub-sectors of the creative economy, it is obtained that the culinary sub-sector is the most dominant for development in Pangkalpinang City.*

Kata Kunci: Pangkalpinang; Creative Economy; Creative City

JEL : M21,O25,D22

1. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia kini diwarnai dengangelombang ekonomi kreatif. Dalam ekonomi kreatif, ide kreatif dan inovatif akan selalu diperlukan untuk melakukan pengembangan. Oleh karena itu, penciptaan produk baru akan selalu berdasar pada ide baru. Dalam menjalankan industri kreatif, diperlukan kerja sama yang baik di antara berbagai pihak yang bersangkutan dengan suatu ekonomi kreatif tertentu. Salah satunya, diperlukan kerja sama antara pengusaha dan pemerintah untuk mengatur kebijakan. Dalam menjalankan industri kreatif, diperlukan kerja sama yang baik di antara berbagai pihak yang bersangkutan dengan suatu ekonomi kreatif tertentu. Salah satunya, diperlukan kerja sama antara pengusaha dan pemerintah untuk mengatur kebijakan. Pada dasarnya, berbagai produk yang dihasilkan suatu perusahaan memiliki siklus produk yang cukup singkat. Hal tersebut dikarenakan produk mudah ditiru sehingga cepat digantikan. Maka dari itu, kreativitas dan inovasi perlu terus dikembangkan. Kreasi intelektual akan menghasilkan berbagai kreativitas, keahlian, serta talenta. Maka dari itu, kreasi intelektual memiliki nilai jual yang tinggi dan perlu ditingkatkan dalam menjalankan ekonomi kreatif.

Pembangunan Ekonomi Kreatif dan kepariwisataan merupakan satu kesatuan dalam proses pembangunan daerah perkotaan. Dengan dijadikannya Kota Pangkalpinang sebagai Ibukota Propinsi Kepulauan Bangka Belitung, diharapkan jumlah wisatawan yang datang ke Pangkalpinang semakin meningkat setiap tahunnya. Kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor pendukung dalam