

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Kota Malang**

##### **1. Sejarah Kota Malang**

Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Selain itu kota Malang juga memiliki letak yang sangat strategis ditengah-tengah wilayah kabupaten Malang. Kota Malang sama seperti kota-kota lain di Indonesia pada umumnya baru tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Belanda. Fasilitas umum di rencanakan sedemikian rupa agar memenuhi kebutuhan keluarga Belanda. Kesan diskriminatif itu masih berbekas hingga sekarang.

Misalnya Ijen Boulevard kawasan sekitarnya. hanya dinikmati oleh keluarga- keluarga Belanda dan Bangsa Eropa lainnya, sementara penduduk pribumi harus puas bertempat tinggal di pinggiran kota dengan fasilitas yang kurang memadai. Kawasan perumahan itu sekarang bagai monumen yang menyimpan misteri dan seringkali mengundang keluarga-keluarga Belanda yang pernah bermukim disana untuk bernostalgia. Pada Tahun 1879, di Kota Malang mulai beroperasi kereta api dan sejak itu Kota Malang berkembang dengan pesatnya.

Berbagai kebutuhan masyarakatpun semakin meningkat terutama akan ruang gerak melakukan berbagai kegiatan. Akibatnya terjadilah perubahan tata guna tanah, daerah yang terbangun bermunculan tanpa terkendali. Perubahan fungsi

lahan mengalami perubahan sangat pesat, seperti dari fungsi pertanian menjadi perumahan dan industri.

## **2. Kondisi Geografis dan Demografi Kota Malang**

Kota Malang secara geografis terletak pada posisi 112,06 - 112,07° Bujur Timur dan 7,06° - 8,02° Lintang Selatan sehingga membentuk wilayah dengan luas sebesar 11.006 ha atau 110,06 km<sup>2</sup>. Meskipun hanya memiliki wilayah yang relatif kecil, namun Kota Malang merupakan kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya. Kota Malang berada di tengah-tengah wilayah administrasi Kabupaten Malang dengan wilayah batas administrasi sebagai berikut :

- Sebelah Utara : berbatasan dengan Kecamatan Singosari dan Kecamatan Karangploso (Kabupaten Malang)
- Sebelah Selatan : berbatasan dengan Kecamatan Tajinan dan Kecamatan Pakisaji (Kabupaten Malang)
- Sebelah Barat : berbatasan dengan Kecamatan Wagir (Kabupaten Malang) dan Kecamatan Dau (Kabupaten Malang)
- Sebelah Timur : berbatasan dengan Kecamatan Pakis dan Kecamatan Tumpang (Kabupaten Malang)

Dalam ketentuan tentang pembagian wilayah, Kota Malang secara administratif terbagi menjadi 5 (lima) kecamatan dengan jumlah kelurahan sebanyak 57 (lima puluh tujuh) kelurahan. Dari 57 kelurahan tersebut, terbagi lagi menjadi 544 Rukun Warga (RW) dan 4.071 Rukun Tetangga (RT). Kota Malang

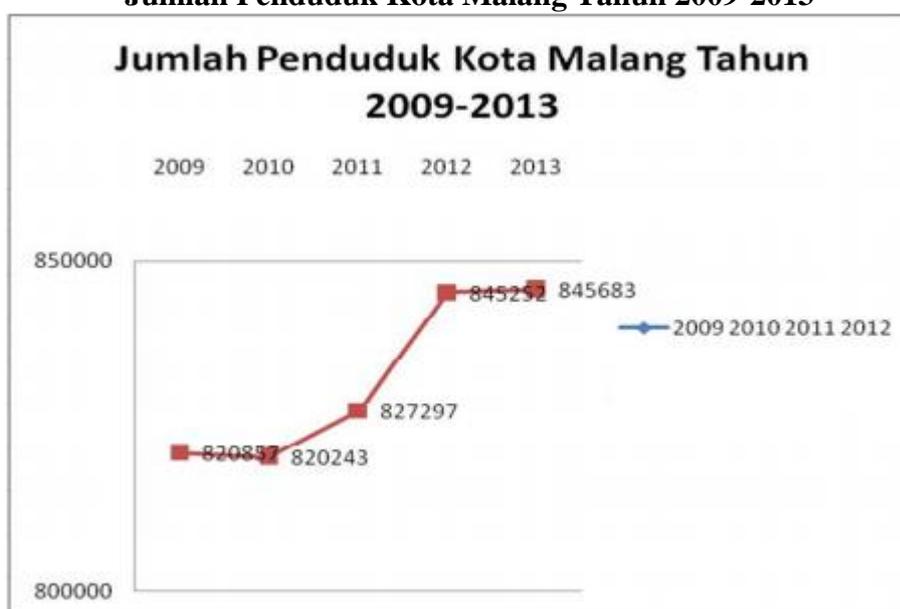
terletak pada lokasi yang cukup tinggi yaitu 440 – 667 meter di atas permukaan air laut. Salah satu lokasi yang paling tinggi adalah Pegunungan Buring yang terletak di sebelah Timur Kota Malang. Dengan letak lokasi yang tinggi dan berada diantara wilayah pegunungan, menjadikan Kota Malang sebagai kota yang berpotensi dalam sektor pariwisata. Dari atas pegunungan ini terlihat jelas pemandangan yang indah antara lain dari arah Barat terlihat barisan Gunung Kawi dan Pandoman, sebelah Utara adalah Gunung Arjuno, sebelah Timur adalah Gunung Semeru dan jika melihat kebawah terlihat hamparan Kota Malang.

Lokasi administrasi Kota Malang, dipandang dari aspek hidrologis, terletak pada Cekungan Air Tanah (CAT) Brantas. Di dalam CAT Brantas terkandung potensi dan cadangan air tanah dengan kualitas yang sangat bagus untuk bahan baku air minum. Wilayah CAT Brantas ini mempunyai wilayah cekungan yang terbesar di Propinsi Jawa Timur. Karena letak Kota Malang yang berada pada CAT Brantas ini, maka pemerintah daerah melalui PDAM saat ini menggunakannya sebagai bahan baku utama untuk air minum bagi masyarakat. Sementara itu, perairan permukaannya berupa aliran beberapa sungai yang berfungsi sebagai bahan baku pengairan maupun untuk saluran pembuangan akhir dari drainase kota. Di wilayah Kota Malang terdapat 4 (empat) sungai utama yang cukup besar, yaitu Sungai Brantas, Sungai Metro, Sungai Mewek-Kalisari Bango, dan Sungai Amprong. Sungai-sungai yang lain adalah merupakan sungai-sungai relatif kecil yang merupakan sungai pecahan, maupun sungai terusan dari keempat sungai besar

Berdasarkan data-data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik dalam buku Kota Malang dalam Angka (Tahun 2009 hingga Tahun 2013), jumlah penduduk

Kota Malang terus meningkat setiap tahunnya sebagaimana ditampilkan di dalam grafik di bawah. Jumlah penduduk Kota Malang dari tahun 2009 hingga tahun 2013 secara berurutan adalah Tahun 2009 sebanyak 820.857 jiwa, Tahun 2010 sebanyak 820.243 jiwa, Tahun 2011 sebanyak 827.297 jiwa, Tahun 2012 sebanyak 845.252 jiwa dan Tahun 2013 sebanyak 845.683 jiwa.

**Gambar 4.1**  
**Jumlah Penduduk Kota Malang Tahun 2009-2013**



*Sumber data : RPJMD Kota Malang*

Ditinjau dari sebaran jumlah penduduk pada lima kecamatan yang ada, Kecamatan Lowokwaru memiliki jumlah penduduk terbanyak, kemudian diikuti Kecamatan Sukun, Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Blimbing, dan terakhir Kecamatan Klojen. Namun berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Pendudukan dan Catatan Sipil, pada tahun 2013, di Kecamatan Kedungkandang terjadi lonjakan jumlah penduduk yaitu menjadi 194.076 jiwa sehingga menjadi kecamatan berpenduduk paling banyak.

### 3. Visi, dan Misi Kota Malang

Visi dari pemerintahan daerah hendaknya tidak lepas dari kondisi riil dan isu-isu strategis yang ada di daerah. Dengan demikian, visi kepala daerah terpilih adalah cerminan dari pemahaman atas kondisi riil dan isu strategis yang ada di Kota Malang, untuk kemudian dijadikan sebagai tujuan pembangunan daerah. Adapun Visi Kota Malang yang tertulis pada RPJMD Kota Malang periode 2013-2018 adalah :

**“TERWUJUDNYA KOTA MALANG SEBAGAI KOTA  
BERMARTABAT”**

Adapun makna dari nilai-nilai Visi tersebut adalah:

MARTABAT : Istilah yang menunjuk pada harga diri kemanusiaan, yang memiliki arti kemuliaan. Sehingga, dengan visi “TERWUJUDNYA KOTA MALANG SEBAGAI KOTA BERMARTABAT” diharapkan dapat terwujud suatu kondisi kemuliaan bagi Kota Malang dan seluruh masyarakatnya. Hal ini adalah penerjemahan langsung dari konsep Islam mengenai *baldatun thoyyibatun warobbun ghofur* (negeri yang makmur yang diridhoi oleh Allah SWT).

Untuk dapat disebut sebagai Kota BERMARTABAT, maka akan diwujudkan Kota Malang yang aman, tertib, bersih, dan asri, dimana masyarakat Kota Malang adalah masyarakat yang mandiri, makmur, sejahtera, terdidik dan berbudaya, serta memiliki nilai religiusitas yang tinggi dilandasi dengan sikap toleransi terhadap perbedaan-perbedaan yang ada di tengah-tengah masyarakat,

dengan Pemerintah Kota Malang yang bersih dari KKN dan sungguh-sungguh melayani masyarakat. Sehingga, Kota Malang secara umum akan memiliki keunggulan-keunggulan dan berdaya saing tinggi untuk dapat menempatkan diri sebagai kota yang terkemuka dengan berbagai prestasi di berbagai bidang.

Selain itu, visi BERMARTABAT dapat menjadi akronim dari beberapa prioritas pembangunan yang menunjuk pada kondisikondisi yang hendak diwujudkan sepanjang periode 2013-2018, yakni: **BERSih**, **Makmur**, **Adil**, **Religius-toleran**, **Terkemuka**, **Aman**, **Berbudaya**, **Asri**, dan **Terdidik**. Masing-masing akronim dari BERMARTABAT tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

**Bersih :** Kota Malang yang bersih adalah harapan seluruh warga Kota Malang. Lingkungan kota yang bebas dari tumpukan sampah dan limbah adalah kondisi yang diharapkan dalam pembangunan Kota Malang sepanjang periode 2013-2018. Selain itu, bersih juga harus menjadi ciri dari penyelenggaraan pemerintahan. Pemerintahan yang bersih (*clean governance*) harus diciptakan agar kepentingan masyarakat dapat terlayani dengan sebaik-baiknya.

**Makmur :** Masyarakat yang makmur adalah cita-cita yang dipercayakan kepada pemerintah untuk diwujudkan melalui serangkaian kewenangan yang dipunyai pemerintah. Kondisi makmur di Kota Malang tercapai jika seluruh masyarakat Malang dapat memenuhi kebutuhan hidup mereka secara layak sesuai dengan strata sosial masing-masing. Dalam kaitannya

dengan upaya mencapai kemakmuran, kemandirian adalah hal penting. Masyarakat makmur yang dibangun di atas pondasi kemandirian merupakan kondisi yang hendak diwujudkan dalam periode pembangunan Kota Malang 2013 - 2018.

**Adil :** Terciptanya kondisi yang adil di segala bidang kehidupan adalah harapan seluruh masyarakat Kota Malang. Adil diartikan sebagai diberikannya hak bagi siapapun yang telah melaksanakan kewajiban mereka. Selain itu, adil juga berarti kesetaraan posisi semua warga masyarakat dalam hukum dan penyelenggaraan pemerintahan. Adil juga dimaksudkan sebagai pemerataan distribusi hasil pembangunan daerah. Untuk mewujudkan keadilan di tengah-tengah masyarakat, Pemerintah Kota Malang juga akan menjalankan tugas dan fungsinya dengan mengedepankan prinsip-prinsip keadilan.

**Religius-toleran:** Terwujudnya masyarakat yang religius dan toleran adalah kondisi yang harus terwujudkan sepanjang 2013-2018. Dalam masyarakat yang religius dan toleran, semua warga masyarakat mengamalkan ajaran agama masing-masing ke dalam bentuk cara berpikir, bersikap, dan berbuat. Apapun bentuk perbedaan di kalangan masyarakat dihargai dan dijadikan sebagai faktor pendukung pembangunan daerah. Sehingga, dengan pemahaman religius yang toleran, tidak

akan ada konflik dan pertikaian antar masyarakat yang berlandaskan perbedaan SARA di Kota Malang.

**Terkemuka :** Kota Malang yang terkemuka dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia merupakan kondisi yang hendak diwujudkan. Terkemuka dalam hal ini diartikan sebagai pencapaian prestasi yang diperoleh melalui kerja keras sehingga diakui oleh dunia luas. Kota Malang selama lima tahun ke depan diharapkan memiliki banyak prestasi, baik di tingkat regional, nasional, maupun internasional. Terkemuka juga dapat juga berarti kepeloporan. Sehingga, seluruh masyarakat Kota Malang diharapkan tampil menjadi pelopor pembangunan di lingkup wilayah masing-masing.

**Aman :** Situasi kota yang aman dan tertib merupakan kondisi yang mutlak diperlukan oleh masyarakat. Situasi aman berarti bahwa masyarakat Kota Malang terbebas dari segala gangguan, baik berupa fisik maupun non-fisik, yang mengancam ketentraman kehidupan dan aktivitas masyarakat. Sehingga situasi masyarakat akan kondusif untuk turut serta mendukung jalannya pembangunan. Untuk menjamin situasi aman bagi masyarakat ini, Pemerintah Kota Malang akan mewujudkan ketertiban masyarakat. Untuk itu, kondisi pemerintahan yang aman dan stabil juga akan diwujudkan demi suksesnya pembangunan di Kota Malang.

**Berbudaya :** Masyarakat Kota Malang yang berbudaya merupakan kondisi dimana nilai-nilai adiluhung dipertunjukkan dalam sifat, sikap, tindakan masyarakat dalam aktivitas sehari-hari di semua tempat. Masyarakat menjunjung tinggi kesantunan, kesopanan, nilai-nilai sosial, dan adat istiadat dalam kehidupan sehari-hari. Perilaku berbudaya juga ditunjukkan melalui pelestarian tradisi kebudayaan warisan masa terdahulu dengan merevitalisasi makna-maknanya untuk diterapkan di masa sekarang dan masa yang akan datang.

**Asri :** Kota Malang yang asri adalah dambaan masyarakat. Keasrian, keindahan, kesegaran, dan kebersihan lingkungan kota adalah karunia Tuhan bagi Kota Malang. Namun, keasrian Kota Malang makin lama makin pudar akibat pembangunan kota yang tidak memperhatikan aspek lingkungan. Maka, Kota Malang dalam lima tahun ke depan harus kembali asri, bersih, segar, dan indah. Sehingga, segala pembangunan Kota Malang, baik fisik maupun non-fisik, diharuskan untuk menjadikan aspek kelestarian lingkungan sebagai pertimbangan utama. Hal ini harus dapat diwujudkan dengan partisipasi nyata dari seluruh masyarakat, tanpa kecuali.

**Terdidik :** Terdidik adalah kondisi dimana semua masyarakat mendapatkan pendidikan yang layak sesuai dengan peraturan

perundangan. Amanat Undang-Undang nomer 12 tahun 2012 mewajibkan tingkat pendidikan dasar 12 tahun bagi seluruh warga negara Indonesia. Selain itu, diharapkan masyarakat akan mendapatkan pendidikan dan ketrampilan yang sesuai dengan pilihan hidup dan profesi masing-masing. Masyarakat yang terdidik akan senantiasa tergerak untuk membangun Kota Malang bersama dengan Pemerintah Kota Malang.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan sesuai dengan visi yang telah ditetapkan, agar tujuan dapat terlaksana dan berhasil dengan baik. Misi Walikota terpilih memperlihatkan secara jelas tahapan yang penting dalam proses pembangunan di kota Malang. Adapun Misi Kota Malang untuk periode Tahun 2013-2018 yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut:

- a. Menciptakan masyarakat yang makmur , berbudaya dan terdidik berdasarkan nilai-nilai spiritual yang agamis, toleran dan setara. (Visi: makmur, adil, berbudaya, religius-toleran, terkemuka, dan aman)
  - 1) Mengarahkan pembangunan untuk meningkatkan kualitas kesejahteraan masyarakat Kota Malang secara merata
  - 2) Mengantarkan masyarakat pada kondisi kehidupan masyarakat yang semakin berbudaya, dengan penghayatan dan pengamalan terhadap nilai-nilai religius-toleran
  - 3) Meningkatkan ketentraman dan ketertiban masyarakat berdasarkan hukum dan aturan sosial

- 4) Mengembangkan keberdayaan kaum perempuan agar mereka dapat meningkatkan partisipasi dan peran dalam mendukung pembangunan Kota Malang.
- b. Meningkatkan kualitas pelayanan publik yang adil terukur dan akuntabel.  
(Visi: adil, berbudaya, terdidik terkemuka, dan bersih)
    - 1) Melaksanakan reformasi birokrasi dalam organisasi Pemerintah Kota Malang
    - 2) Membuka ruang publik seluas-luasnya guna meningkatkan kualitas pemerintahan daerah
  - c. Mengembangkan potensi daerah yang berwawasan lingkungan yang berkesinambungan, adil dan ekonomis. (Visi: asri, bersih, terkemuka, adil, dan terdidik)
    - 1) Pemerintah, masyarakat, maupun kalangan swasta akan didorong untuk mengembangkan potensi Kota Malang di bidang kewilayahan dan lingkungan
    - 2) Meningkatkan kualitas lingkungan hidup Kota Malang melalui program-program penghijauan, konservasi dan revitalisasi kawasan ruang terbuka hijau, serta pencegahan pencemaran air, tanah, dan udara.
  - d. Meningkatkan kualitas pendidikan masyarakat Kota Malang sehingga bisa bersaing di era global. (Visi terkemuka, berbudaya, adil, terdidik, dan bersih)
    - 1) Pendidikan yang berkualitas, murah dan terjangkau oleh semua kalangan

- 2) Mewujudkan iklim dan sistem pendidikan yang demokratis dan bermutu guna memperteguh akhlak mulia, kreatif, inovatif, berwawasan kebangsaan, cerdas, sehat, berdisiplin dan bertanggung jawab, berketrampilan serta menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi dalam rangka mengembangkan kualitas masyarakat Kota Malang
  - 3) Mendorong lembaga-lembaga penyelenggara pendidikan di semua jenjang untuk meraih berbagai prestasi berskala internasional
  - 4) Memfasilitasi para pemuda agar lebih terdidik, lebih mandiri, serta mencapai berbagai prestasi yang membanggakan Kota Malang
- e. Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat Kota Malang baik fisik, maupun mental untuk menjadi masyarakat yang produktif. (Visi: terkemuka, bersih, berbudaya, dan adil)
- 1) Jaminan kesehatan diberikan bagi semua penduduk Kota Malang, terutama bagi wong cilik, dengan prosedur yang cepat dan mudah
  - 2) Meningkatkan kualitas dan kuantitas tenaga kesehatan di masing-masing puskesmas dan puskesmas pembantu, pemerataan dan peningkatan sarana dan prasarana kesehatan, peningkatan mutu manajemen pelayanan kesehatan, serta ketersediaan obat-obatan yang cukup bagi warga miskin
  - 3) Kesigapan untuk mencegah dan mengatasi perkembangan penyakit menular berbahaya juga menjadi perhatian dalam pelaksanaan misi ini

- 4) Meningkatkan kualitas lingkungan sehat dan meningkatkan perilaku hidup bersih dan sehat serta mendorong peran serta masyarakat dalam meningkatkan kualitas kesehatan di Kota Malang
- f. Membangun Kota Malang sebagai Kota tujuan wisata yang aman, nyaman, dan berbudaya. (Visi: berbudaya, bersih, terkemuka, makmur, dan asri)
- 1) Nilai-nilai adiluhung tradisional dikembangkan dalam kehidupan masyarakat
  - 2) Bentuk-bentuk kebudayaan tradisional dipelihara dan direvitalisasi
  - 3) Lokasi-lokasi yang penuh dengan nilai sejarah dirawat, dikembangkan, dan dipadukan dengan pembangunan Kota Malang yang modern
  - 4) Sarana dan fasilitas rekreasi perkotaan diperluas, diperbaharui dan ditingkatkan agar menarik lebih banyak kunjungan wisatawan domestik dan manca negara
  - 5) Menstimulasi dan memfasilitasi investasi-investasi di sektor pariwisata guna menambah daya tarik wisata di Kota Malang
  - 6) Menumbuhkan dan mendukung penuh adanya industri-industri kreatif masyarakat sebagai penunjang pariwisata daerah, disinergikan dengan keberadaan industri perhotelan, rumah makan, dan jasa pariwisata lainnya

g. Mendorong pelaku ekonomi sektor informal dan UKM agar lebih produktif dan kompetitif. (Visi: adil, terkemuka, makmur, dan terdidik)

- 1) Mengembangkan usaha kecil informal yang berbasis rumah tangga (home industry), penataan dan pengembangan usaha pedagang kaki lima, penataan dan pengembangan pedagang musiman, dan penguatan daya saing para pedagang keliling
- 2) Memfasilitasi akses untuk mendapatkan bantuan dan kredit modal usaha
- 3) Pemberdayaan pelaku ekonomi sektor informal dengan memberikan berbagai pengetahuan dan ketrampilan yang dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing
- 4) Merevitalisasi keberadaan pasar tradisional
- 5) Penguatan kelembagaan, pembinaan untuk memperbaiki kualitas produksi, kebijakan perlindungan, serta memfasilitasi akses mereka terhadap modal pembiayaan dan pasar potensial

h. Mendorong produktivitas industri dan ekonomi skala besar yang berdaya saing, etis dan berwawasan lingkungan. (Visi: bersih, berbudaya, makmaur, aman, terkemuka, dan adil)

- 1) Menciptakan iklim usaha yang sehat guna mendorong produktivitas serta daya saing pelaku usaha industri berskala besar
- 2) Pro-aktif terhadap investasi ekonomi berskala besar

- 3) Mempromosikan potensi dan keunggulan-keunggulan daerah agar memiliki nilai tambah yang tinggi dengan dukungan industri berskala besar
  - 4) Mendorong perluasan lapangan kerja, sekaligus menjamin harmonisasi hubungan industrial antara pengusaha dan pekerja
  - 5) Mensinergikan berbagai industri kecil dan industri kreatif yang ada di Kota Malang menjadi satu usaha dan kawasan pengembangan bersama yang saling terintegrasi, yang memunculkan aktivitas-aktivitas ekonomi skala besar
  - 6) Penataan jaringan jalan akan dikembangkan untuk mendukung transportasi antar kawasan ekonomi, untuk mempermudah pengangkutan barang dan produk jasa
- i. Mengembangkan sistem transportasi terpadu dan infrastruktur yang nyaman untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. (Visi: bersih, asri, dan terkemuka)
- 1) Mengembangkan ketersediaan infrastruktur transportasi bagi pengembangan sistem transportasi terpadu di Kota Malang
  - 2) Meningkatkan ketersediaan infrastruktur perkotaan yang lain yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kenyamanan masyarakat, yang antara lain berupa: infrastruktur air bersih, drainase, pemukiman, fasilitas umum, dan sebagainya
  - 3) Menyediakan infrastruktur dasar di pemukiman miskin

## **B. Profil Dinas Perindustrian**

### **1. Visi dan Misi Dinas Perindustrian**

Untuk mencapai peningkatan produktivitas dan daya saing daerah yang telah diungkapkan pada visi pembangunan Kota Malang, maka Dinas Perindustrian merumuskan Visi sebagai berikut :

**"TERWUJUDNYA INDUSTRI DAN PERDAGANGAN YANG TANGGUH  
DAN BERDAYA SAING SEBAGAI SEKTOR PENGGERAK EKONOMI  
YANG BERKEADILAN"**

Untuk mewujudkan visi tersebut di atas serta berpedoman terhadap tugas pokok dan fungsi Dinas yang berperan sebagai regulator dan fasilitator dalam pembangunan perindustrian dan perdagangan yang transparan dan akuntabel dengan mengutamakan kepentingan masyarakat, maka Misi Dinas Perindustrian tahun 2013- 2018 adalah :

1. Meningkatkan daya saing industri
2. Meningkatkan kinerja dan daya saing perdagangan
3. Meningkatkan Kinerja Sektor Perdagangan dan Ekonomi Kreatif melalui Fasilitasi Promosi dan Perbaikan Iklim Usaha

### **2. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi menspesifikasikan pembagian kerja dan menunjukkan bagaimana fungsi atau aktivitas yang beraneka ragam yang dihubungkan sampai batas tertentu, juga menunjukkan tingkat spesialisasi aktivitas kerja. Struktur Organisasi diperlukan untuk membedakan batas-batas wewenang dan tanggung

jawab secara sistematis yang menunjukkan adanya hubungan/ keterkaitan antara setiap bagian untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Struktur organisasi akan menggambarkan secara jelas mengenai pembagian dan pembatasan antara tugas, wewenang, dan tanggung jawab setiap orang dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan setiap bagian dan tujuan organisasi itu dengan cara yang paling efektif. Dasar pembentukan struktur organisasi Dinas Perindustrian Kota Malang adalah sebagai berikut:

- 1) Peraturan Daerah Kota Malang Nomor 6 Tahun 2012 tentang Organisasi dan Tata Kerja Dinas Daerah (Lembaran Daerah Kota Malang Tahun 2012 Nomor 6, Tambahan Lembaran Daerah Kota Malang Nomor 4).
- 2) Peraturan Walikota Malang Nomor 51 Tahun 2012 Tentang Uraian Tugas Pokok, Fungsi dan Tata Kerja Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Malang

Adapun susunan organisasi Dinas Perindustrian Kota Malang, terdiri dari:

- a. Kepala Dinas;
- b. Sekretariat terdiri dari:
  - 1) Subbagian Keuangan;
  - 2) Subbagian Umum;
  - 3) Subbagian Penyusunan Program;
- c. Bidang Perindustrian Agro dan Kimia , terdiri dari:
  - 1) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Makanan Minuman;

- 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Pertanian dan Kehutanan;
  - 3) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Kimia.
- d. Bidang Perindustrian ILMETA dan IATT, terdiri dari :
- 1) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri logam dan Mesin;
  - 2) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Tekstil dan Aneka;
  - 3) Seksi Pembinaan dan Pengembangan Industri Elektronika dan IATT (Industri Alat Transportasi dan Telematika).
- e. Unit Pelaksana Teknis (UPT)
- f. Kelompok Jabatan Fungsional.

Dalam hal pelaksanaan tugas dan fungsinya, untuk kesekretariatan dipimpin oleh Sekretaris sedangkan untuk Bidang dipimpin oleh Kepala Bidang dimana masing-masing berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Kepala Dinas.

### 3. Kepegawaian Dinas Perindustrian

Dalam pelaksanaan tugas dan fungsinya, sumber daya manusia terutama terkait kualitasnya merupakan salah satu indikator yang vital didalam penyelenggaraan pelaksanaan otonomi daerah di bidang perindustrian . Terkait hal tersebut, berikut ini susunan kepegawaian di lingkungan Dinas Perindustrian Kota Malang:

**Tabel 4.1**  
**Data PNS Dinas Perindustrian Menurut ESELON**

NO	PANGKAT / GOL.	JABATAN YANG DIDUDUKI								JUMLAH
		ESELON II		ESELON III		ESELON IV		NONESELON		
		L	P	L	P	L	P	L	P	
1	IV/d	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	IV/c	-	1	-	-	-	-	-	-	1
	IV/b	-	-	2	1	-	-	-	-	3
	IV/a	-	-	1	1	2	3	-	-	7
2	III/d	-	-	-	-	5	4	-	1	10
	III/c	-	-	-	-	1	-	-	1	2
	III/b	-	-	-	-	-	-	7	5	12
	III/a	-	-	-	-	-	-	-	2	2
3	II/d	-	-	-	-	-	-	1	1	2
	II/c	-	-	-	-	-	-	3	-	3
	II/b	-	-	-	-	-	-	-	1	1
	II/a	-	-	-	-	-	-	1	-	1
4	I/d	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	I/c	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	I/b	-	-	-	-	-	-	1	-	1
	I/a	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5	SUKWAN / PTT	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	<b>JUMLAH</b>	-	1	3	2	8	7	13	11	<b>45</b>

**Tabel 4.2**  
**Data PNS Dinas Perindustrian Menurut Golongan**

NO	PANGKAT	GOLONGAN	JUMLAH		JUMLAH	SUB TOTAL
			L	P		
I.1	Pembina Utama Muda	IV/c	-	1	1	
2	Pembina TK. I	IV/b	2	1	3	
3	Pembina	IV/a	3	4	7	
						11
II. 1	Penata TK. I	III/d	5	5	10	
2	Penata	III/c	1	-	1	
3	Penata Muda TK. I	III/b	7	6	13	
4	Penata Muda	III/a	-	2	2	
						26
III.1	Pengatur TK. I	II/d	1	1	2	
2	Pengatur	II/c	3	-	3	
3	Pengatur Muda TK. I	II/b	-	1	1	
4	Pengatur Muda	II/a	1	-	1	
						7
IV.1	Juru TK. I	I/d	-	-	-	
2	Juru	I/c	-	-	-	
3	Juru Muda TK. I	I/b	1	-	1	
4	Juru Muda	I/a	-	-	-	1
V	PTT	-	-	-	-	-
	<b>TOTAL</b>		24	21		<b>45</b>

**Tabel 4.3**  
**Data PNS Dinas Perindustrian Menurut Pendidikan**

NO	PENDIDIKAN	LAKI-LAKI	PEREMPUAN	JUMLAH	KETERANGAN
1	SD	-	-	-	-
2	SLTP	2	-	2	-
3	SLTA	4	1	5	-
4	SARJANA MUDA / DIII	1	1	2	-

5	S-1	10	13	23	-
6	S-2	6	7	13	-
7	S-3	-	-	-	-
	<b>JUMLAH</b>	<b>24</b>	<b>21</b>	<b>45</b>	<b>-</b>

*Sumber* : Renstra Disperin, 2013-2018

#### 4. Tugas Pokok dan Fungsi

Dinas Perindustrian Kota Malang merupakan pelaksana pemerintah daerah di bidang perindustrian dan dipimpin oleh seorang Kepala Dinas yang dalam melaksanakan tugas pokok dan fungsinya berada di bawah dan bertanggungjawab kepada Walikota melalui Sekretaris Daerah. Adapun uraian tugas pokok dari masing-masing unsur dalam organisasi Dinas Perindustrian, dapat diuraikan sebagai berikut ;

- a. Kepala Dinas, mempunyai tugas menyelenggarakan tugas pokok dan fungsi mengkoordinasikan dan melakukan pengendalian internal terhadap unit kerja di bawahnya serta melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Walikota sesuai tugas dan fungsinya.
- b. Sekretariat, melaksanakan tugas pokok pengelolaan administrasi umum meliputi penyusunan program, ketatalaksanaan, ketatausahaan, keuangan, kepegawaian, urusan rumah tangga, perlengkapan, kehumasan dan keputakaan serta kearsipan.
- c. Bidang Perindustrian Agro dan Kimia, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Agro dan Kimia.

- d. Bidang Perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT) mempunyai tugas pokok pembinaan, pengembangan dan pemantauan bidang perindustrian Industri Logam, Mesin, Elektronika, Tekstil dan Aneka (ILMETA), dan Industri Alat Transportasi dan Telematika (IATT)
- e. Bidang Perdagangan, melaksanakan tugas pokok pembinaan, pengembangan, dan pengawasan usaha perdagangan.
- f. Bidang Perlindungan Konsumen melaksanakan tugas pokok penyelenggaraan upaya perlindungan konsumen.

### **C. Penyajian Data dan Fokus Penelitian**

#### **1. Pengembangan Industri Kreatif di Kota Malang**

##### **a. Definisi isu-Isu Strategis Pengembangan Industri Kreatif oleh Dinas Perindustrian**

Pengidentifikasian isu strategis merupakan hal utama dari suatu proses dalam merumuskan strategi. Isu strategis berperan sentral dalam proses *decision making*, apabila isu strategis berhasil diidentifikasi maka kemudian akan dilakukan proses *decision making* secara sistematis dan dengan begitu maka nantinya keputusan yang dihasilkan akan dapat diterima dan dilaksanakan dengan baik. Maka dari itu dalam upaya pengembangan industri kreatif, Dinas Perindustrian Kota Malang melaksanakan penyusunan strategi yang dirumuskan berdasarkan isu-isu strategis

Perubahan paradigma ekonomi menjadi ekonomi yang berdasarkan ide-ide kreatif merupakan salah satu isu strategis yang dihadapi Dinas Perindustrian Kota Malang. Pengembangan industri harus diarahkan pada industri berbasis lapangan usaha kreatif, budaya dan hak kekayaan intelektual. Sebelumnya Pemerintah Kota Malang telah merencanakan untuk menjadi Kota Kreatif. Hal ini menjadikan komitmen untuk menjadi Kota Kreatif sebagai isu strategis yang dihadapi Dinas Perindustrian. Kota Kreatif merupakan rangkuman dari “*Tri Bina Cita*” Kota Malang yang terdiri dari :

- a) Kota Pelajar / Kota Pendidikan
- b) Kota Industri
- c) Kota Pariwisata

Hal ini seperti yang diungkapkan saat wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang sebagai berikut:

“Kota Kreatif ini sebenarnya merupakan rangkuman dari Tri Bina Cita Kota Malang. Mungkin anda sudah mendengar tentang istilah tersebut. Dalam Tri Bina Cita ada Kota Pendidikan, Kota Industri dan Kota Kreatif. Gabungan ketiga-tiganya ini lah yang sekarang disebut sebagai Kota Kreatif” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang).

Dalam wawancara tersebut diketahui bahwa sebutan Kota Kreatif di Kota Malang merupakan rangkuman dari “*Tri Bina Cita*” Kota Malang. Dalam “*Tri Bina Cita*” Kota Malang terdapat Kota Pendidikan, Kota Industri dan Kota Pariwisata. Pertama yaitu Kota Pendidikan. Di Kota Malang jumlah institusi pendidikan sangat banyak. Hal ini berdampak pada ekonomi kreatif dimana

pendidikan berperan aktif dalam penanaman nilai sampai pada implementasi Ekonomi Kreatif agar tercipta lulusan yang memiliki kompetensi dan berkontribusi pada Ekonomi Kreatif.

Kedua adalah Kota Industri. Tentunya dalam sistem ekonomi terdapat industri. Begitu juga dengan ekonomi kreatif dimana industri berperan penting dalam memberikan nilai material pada ekonomi kreatif. Beragamnya sektor perindustrian di Kota Malang memberikan dampak langsung terhadap perekonomian Kota Malang. Ketiga adalah Pariwisata. Pariwisata selalu memanfaatkan ide-ide kreatif pada bisnisnya. Setiap objek pariwisata tentu memerlukan tambahan unsur ke-kreatifitasan agar terlihat menarik. Contohnya pada Kampung Warna Warni di Jodipan dimana kampung itu memainkan warna sehingga menjadi objek wisata di Kota Malang.

Dari ke 16 sub sektor industri kreatif yang diakui oleh Badan Ekonomi Kreatif semuanya ada di Kota Malang. Namun dari ke 16 subsektor tersebut hanya tiga yang menjadi unggulan yaitu Aplikasi dan Pengembang Permainan, Sinematografi, dan Kuliner. Hal tersebut kemudian didukung dengan adanya hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang sebagai berikut:

“Jadi ya mas dari 16 subsektor industri kreatif, semuanya ada di Kota Malang. Namun yang menjadi keunggulan di Kota Malang ada 3. Game, film, dan kuliner.” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang)

Kemudian perkembangan IPTEK merupakan isu startegis yang dihadapi selanjutnya. Perkembangan IPTEK mendorong efisiensi produksi untuk menghasilkan produk-produk kreatif dan berkualitas. Maka dari itu pelatihan-pelatihan untuk pelaku industri kreatif diperlukan agar meningkatkan kemampuan mereka dalam berkreasi. Hal ini seperti yang diungkapkan saat wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang sebagai berikut:

“Kita selalu ada program workshop, seminar dan event-event lain dengan tujuan agar SDM kita bisa berkembang. Kalau bicara soal industri kreatif pusatnya adalah dari ide-ide itu. Maka dari itu pengembangan SDM sangat penting ” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang)

Dalam wawancara tersebut dijelaskan upaya yang dilakukan Dinas Perindustrian berupa workshop, seminar dan event-event lain .

Selanjutnya menurut pelaku industri kreatif, banyaknya pendatang dari luar malang juga menjadi masalah tersendiri bagi pelaku industri kreatif. Para pendatang yang memulai usahanya di malang dianggap mengganggu harga pasaran. Hal ini seperti yang di ungkap Mas Antong selaku pelaku industri kreatif, yaitu :

“Industri kreatif di kota malang sudah berkembang dari tahun ke tahun tetapi sangat disayangkan datangnya pendatang baru atau orang baru menyebabkan industri kreatif di malang yang asli malang banyak terpinggirkan.” (Hasil wawancara dengan Mas Antong, pada 3 Februari 2018, pukul 19:05)

Maka dari itu daya saing antara pelaku industri kreatif juga perlu menjadi perhatian bagi Dinas Perindustrian. Penciptaan iklim usaha yang sehat dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan daya saing.

#### **b. Kebijakan, Rencana dan Program dalam Mengembangkan Industri Kreatif oleh Dinas Perindustrian**

Strategi merupakan kumpulan program-program yang dirancang untuk mencapai tujuan. Maka dari itu wujud dari strategi adalah program-program dan kebijakan yang dilaksanakan di lapangan. Setelah menganalisis dan mendeskripsikan isu-isu strategis mengenai industri kreatif di Kota Malang, Dinas Perindustrian membuat kebijakan dan program yang bertujuan untuk mengembangkan industri kreatif di Kota Malang. Kebijakan yang dimiliki sesuai dengan visi dan misi dari Dinas Perindustrian yang telah dibuat sebelumnya. Dengan melihat visi dan misi yang telah dibuat, berikut adalah kebijakan yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian, yaitu:

**Tabel 4.4**  
**Tujuan, Rencana dan Kebijakan Dinas Perindustrian Kota Malang**  
**Tahun 2013 - 2018**

No.	Tujuan	Rencana	Kebijakan
Misi 1 : Mendorong Peningkatan Nilai Tambah Industri dengan Fasilitasi Penguasaan Teknologi Industri dalam Rangka Meningkatkan Peran dan Kontribusi IKM terhadap PDRB			
1	Memfasilitasi penguasaan teknologi industri untuk menumbuhkan industri-industri potensial yang akan menjadi kekuatan penggerak pertumbuhan industri di masa depan	Meningkatkan kapasitas SDM pelaku industri dan sarana prasarana berupa teknologi, pengukuran, standarisasi, pengujian, dan pengendalian kualitas	Menumbuhkan industri yang mampu menciptakan lapangan kerja melalui peningkatan produktivitas dan diversifikasi produk-produk olahan berbasis sumber daya yang terbarukan

No.	Tujuan	Rencana	Kebijakan
2	Meningkatkan daya saing produk lokal melalui peningkatan kualitas dan citra produk ekspor Kota Malang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kualitas produk lokal berorientasi ekspor dan bercirikan ikon daerah</li> <li>Fasilitasi Perlindungan HKI</li> </ul>	Meningkatkan daya saing produk lokal baik dari segi kualitas, desain, dan harga serta perlindungan terhadap HKI
Misi 2 : Meningkatkan Kinerja Sektor Perdagangan dan Ekonomi Kreatif melalui Fasilitasi Promosi dan Perbaikan Iklim Usaha Perdagangan			
1	Meningkatkan akses pasar dalam negeri dan pasar ekspor melalui fasilitasi promosi yang efektif	Meningkatkan sarana promosi yang efektif melalui teknologi informasi, pameran dan misi dagang	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatnya akses IKM terhadap berbagai sarana promosi</li> <li>Tersedianya sumber-sumber informasi tentang peluang pasar yang terbuka dan dapat diakses oleh masyarakat</li> </ul>
Misi 5 : Meningkatkan Perlindungan, Pembinaan, dan Pemberdayaan Usaha Melalui Regulasi			
1	Penyediaan regulasi di Bidang Industri dan Perdagangan dalam rangka melindungi usaha lokal serta pembinaan dan pemberdayaan sektor industri dan perdagangan	Melaksanakan reformasi bidang pelayanan umum dengan mengkaji dan mengusulkan perbaikan kebijakan, peraturan dan proses pelaksanaan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan industri dan perdagangan	Fasilitasi terhadap penyediaan regulasi terkait dengan perlindungan, pembinaan, dan pemberdayaan sektor industri dan perdagangan

Sumber : Renstra Dinas Perindustrian Tahun 2013-2018

Dari tabel diatas bisa kita lihat dari tabel kebijakan yang dimiliki oleh Dinas Perindustrian terdapat 3 misi yang berkaitan dengan pengembangan industri kreatif. Kalau kita lihat pada tabel misi 1 kolom rencana adalah meningkatkan kapasitas SDM pelaku industri kreatif dan sarana prasarana berupa teknologi, pengukuran, standarisasi, pengujian dan pengendalian kualitas, menurut hasil obesrvasi peneliti

di lapangan rencana tersebut belum sesuai dengan harapan karena pelaku industri kreatif belum semua yang dapat merasakan dampak dari rencana dan kebijakan tersebut. Hal ini seperti yang diungkapkan Kresna Wiryananta selaku pelaku industri kreatif di sektor *sinematografi* (film) dalam wawancaranya , sebagai berikut:

“Sejauh ini mas pemerintah sudah bagus dalam memberikan event-event untuk para sinematografi dan videografi dan kami beberapa kali ikut event-event berupa perlombaan. Jujur saja mas dengan adanya event-event seperti itu memberikan ruang gerak bagi kami untuk berkreasi. Tapi kalau untuk kami berkembang ya belum karena kami masih meningkatkan skill dengan cara kami sendiri” (wawancara pada 23 Januari 2017, pukul 16.00).

Dalam wawancara tersebut dijelaskan beliau belum merasakan dampak dari kebijakan tersebut. Hal ini bisa terjadi karena kurangnya sosialisasi yang dilakukan Dinas Perindustrian terhadap program-programnya.

Dalam misi 1 dijelaskan “*Mendorong Peningkatan Nilai Tambah Industri dengan Fasilitasi Penguasaan Teknologi Industri dalam Rangka Meningkatkan Peran dan Kontribusi IKM terhadap PDRB*” dan wujud dari misi tersebut salah satunya adalah Dinas Perindustrian memfasilitasi FAM (Forum Animasi Malang) untuk ikut serta dalam event INAFAC pada tahun 2017 lalu. INAFAC merupakan event untuk menampilkan produk-produk kreatif yang memanfaatkan teknologi.



**Gambar 4.2 FAM dalam INAFAC**

*Sumber* : Dokumentasi Forum Animasi Malang, 2017

Event tersebut memiliki pangsa internasional dan didukung oleh Kementerian Pariwisata. Dalam INAFAC, FAM mendapatkan special stage untuk mengisi talkshow terkait animasi.

Rencana dan Kebijakan tersebut kemudian diwujudkan dalam bentuk program-program untuk pelaku industri kreatif. Dinas Perindustrian membagi menjadi lima jenis program yaitu:

1. Peningkatan Kapasitas SDM Industri Kreatif

Dinas Perindustrian melakukan program peningkatan kapasitas SDM melalui berbagai *event-event* seperti seminar, workshop dan pameran. Contoh salah satu eventnya seperti Festival Malang Mbois

2. *Monitoring* dan Evaluasi

Setelah melakukan pembinaan Dinas Perindustrian melakukan monitoring untuk sampai mana perkembangan dari program-program yang di berikan. Monitoring ini bertujuan untuk mengetahui kesalahan

sedini mungkin mengenai program-program yang diberikan. Setelah itu Dinas Perindustrian juga melakukan evaluasi untuk mengukur sejauh mana efisiensi dari program-program yang diberikan. Hal ini seperti yang diungkapkan Bapak Fahmi Fauzan dalam wawancaranya :

“Kami selalu melakukan monitoring dan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana perkembangan dari event-event yang kita jalankan kemarin-kemarin” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang)

### 3. Menjaga dan Mengembangkan Sentra-sentra Industri

Di Kota Malang terdapat banyak daerah yang menjadi sentra industri. Hal ini merupakan tanggung jawab Pemerintah Kota Malang untuk menjaga eksistensi dan mengembangkan sentra-sentra industri di Kota Malang. Hal ini seperti yang diungkapkan Bapak Fahmi Fauzan dalam wawancaranya, seperti berikut :

“Jadi Dinas Perindustrian melakukan program – program dalam pengembangan industri kreatif, seperti peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan-pelatihan, pembinaan dan money, dan satu program untuk jangka panjang yaitu menjaga dan mengembangkan sentra-sentra industri seperti tembik di sanan, keramik di dinoyo, saniter di karang besuki dan lain-lain. Selain itu kita juga memfasilitasi para pelaku industri kreatif untuk sertifikasi, uji kompetensi, mengurus hak paten dan hak kekayaan intelektual (HAKI). Itu memang bukan tugas kita tapi kita membantu dengan memberikan kemudahan bagi para pelaku industri kreatif untuk mendapatkan itu semua.” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang)

#### 4. Memfasilitasi Pelaku Industri Kreatif

Dalam wawancara diatas juga disebutkan bahwa pemerintah memfasilitasi pelaku industri kreatif. Dalam hal ini Dinas Perindustrian membantu mereka para pelaku industri kreatif untuk mendapatkan sertifikasi, uji kompetensi, mengurus hak paten dan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual)

#### 5. Promosi

Dinas Perindustrian berupaya membantu para pelaku industri kreatif untuk mendapatkan market mereka dengan cara membantu mereka dalam mempromosikan produk-produk mereka. Salah satu cara yang dilakukan seperti memfasilitasi FAM (Forum Animasi Malang) untuk ikut serta dalam INAFAC di Tanggerang sehingga FAM bisa memperkenalkan produk-produk mereka.

Kemudian 5 jenis program ini diwujudkan menjadi program kegiatan.

Program-program tersebut seperti pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.5**  
**Program / Kegiatan Dinas Perindustrian Kota Malang Dalam**  
**Mengembangkan Industri Kreatif Kota Malang Tahun 2017**

No.	Program / Kegiatan	Output	
		Indikator Kegiatan	Target Program dan Kegiatan
<b>1.</b>	<b>Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor</b>		
	Pembangunan Promosi Perdagangan bagi IKM Kerajinan (Dekranasda) Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	4 kali pameran, @ 5 IKM
	Misi Dagang dan Buying Mission bagi Produk Berorientasi Ekspor	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran luar negeri	1 kali Misi dagang, 5 IKM
	Pencitraan produk ekspor skala daerah propinsi	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	2 kali
	Pekan Promosi Perdagangan dalam Rangka HUT Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	200 IKM
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Desain lay out show room bagi IKM	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	4 kali, @ 30 IKM
	Pengembangan peluang pemasaran dan promosi bagi produk unggulan kota malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	2 kali pameran, @ 5 IKM
	Fasilitasi Promosi melalui Web Site bagi Produk Unggulan Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran Dalam Negeri & luar negeri	1 website
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui fasilitasi promosi bagi usaha mandiri masyarakat melalui Pengembangan peluang pemasaran dan promosi bagi produk unggulan Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	5 kali pameran @ 5 IKM
<b>2.</b>	<b>Program peningkatan Kapasitas Iptek Sistem Produksi</b>		
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Pembuatan Game Developer	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan game developer	30 IKM bidang animasi

No.	Program / Kegiatan	Output	
		Indikator Kegiatan	Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Pembuatan Program Aplikasi Android	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan program aplikasi android	30 IKM Bidang Telematika
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan pemanfaatan limbah kayu	jumlah IKM yang mampu mengembangkan pengolahan limbah kayu menjadi barang produktif	14 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Desain dan Prototype Produk 3 Dimensi	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan desain dan prototype produk 3 dimensi	30 IKM animasi
	Festival Industri Kreatif (Film Fiksi, Dokumenter dan Animasi )	Terlaksananya pameran dan festival film animasi, fiksi dan dokumenter tingkat nasional	100%
	Pembinaan kemampuan dan keterampilan kerja masyarakat di lingkungan iht melalui Pelatihan Bordir	Jumlah IKM yang mendapat pelatihan bordir	40 IKM dan masyarakat
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Service dan Jaringan Komputer	Jumlah IKM yang mengikuti pelatihan	40 IKM Bid. telematika
	Pembinaan Kemampuan dan Ketrampilan Kerja Masyarakat melalui pengembangan wirausaha baru industri digital telematika	jumlah wirausaha baru	100 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Ketrampilan Kerja Masyarakat melalui pengembangan produk industri aneka	Melatih masyarakat dan IKM kerajinan membuat dan mengembangkan produk-produk kerajinan yaitu decoupage 3 dimensi, topeng malangan dan kerajinan daur ulang kain perca	90 IKM dan Masyarakat

No.	Program / Kegiatan	Output	
		Indikator Kegiatan	Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui pengembangan desain produk dan kemasan bagi IKM	Jumlah IKM yang menguasai pengembangan desain produk dan kemasan	30 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Fashion	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk fashion	30 IKM fashion dan garment
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Aplikasi Program IT pada industri rekaman dan musik	Jumlah IKM yang mampu memanfaatkan aplikasi IT untuk mengembangkan produk industri musik dan rekaman	20 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Kriya	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk Kriya	30 IKM kriya
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Game	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk game	30 IKM game
<b>3</b>	<b>Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah</b>		
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat di Lingkungan IHT melalui Pelatihan Aneka Kerajinan Berbahan Akrilik dan Manik-Manik bagi IKM	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan aneka kerajinan berbahan akrilik dan manik-manik bagi IKM	35 masyarakat dan IKM
	Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui pelatihan peningkatan keterampilan berbahan dasar Pelepah pisang	Jumlah IKM yang terampil dalam pembuatan kerajinan berbahan dasar pelepah pisang	30 IKM dan masyarakat
	Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Fabric Art	Jumlah IKM yang menguasai desain dan produksi aneka kerajinan fabric art	45 IKM dan Masyarakat

No.	Program / Kegiatan	Output	
		Indikator Kegiatan	Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan kemampuan dan keterampilan kerja masyarakat di lingkungan iht melalui Pelatihan kerajinan Paper Art	Jumlah IKM yang mampu membuat kerajinan papaer art	45 IKM dan Masyarakat
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik	Jumlah Masyarakat yang mampu menghasilkan produk pupuk organik	65 masyarakat dan IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Berbahan Dasar Daging	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan olahan berbahan dasar daging	30 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Gypsum	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan produk gypsum	40 IKM
<b>4</b>	<b>Program Penataan Struktur Industri</b>		
	Operasional pusat pengembangan industri kreatif digital	Terlaksananya operasionalisasi pusat pengembangan industri kreatif digital	100%
	Fasilitasi Sertifikasi Halal dan Nutrition Fact	Jumlah IKM yang mendapatkan fasilitas sertifikasi halal dan nutrition fact	50 IKM
	Pelatihan Gugus kendali Mutu bagi IKM	Jumlah IKM yang memahami gugus kendali mutu	30 IKM
	Pembuatan Sistem Informasi Data Industri	Jenis sistem informasi data industri	1 jenis
<b>5</b>	<b>Program Pengembangan sentra-sentra industri potensial</b>		
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat di Lingkungan IHT melalui Pelatihan Kerajinan Logam	Jumlah IKM yang mampu menghasilkan kerajinan logam untuk alat rumah tangga	20 IKM Bid. Logam dan mesin
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui pelatihan pembuatan aneka kue basah dan kering	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan kue basah dan kering	30IKM

Sumber : Dinas Perindustrian Kota Malang, 2017. Olahan Peneliti

Dalam tabel diatas dapat kita lihat program-program yang dimiliki Dinas Perindustrian dalam upayanya mengembangkan industri kreatif di Kota Malang beserta targetnya. Wujud penerapan program-program ini dilapangan berupa event-event pelatihan, workshop, seminar dan lain-lain. Hal ini juga disampaikan dalam wawancara dengan bapak Fahmi Fauzan yang mengatakan :

“Kami memang sering mas mengadakan event-event seperti workshop untuk para pelaku industri kreatif. Tujuan kami adalah untuk mengembangkan kapasitas dan kualitas SDM. Kami melakukan promosi tentang program-program kami melalui sosial media karena lebih hemat dalam biaya” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang).

Dari hasil wawancara tersebut diketahui bahwa Dinas Perindustrian melakukan sosialisasi program-programnya melalui sosial media. Hal ini memiliki banyak manfaat lebih ketimbang sosialisasi secara konvensional, dalam artian mengumpulkan para pelaku industri kreatif dan kemudian memberikan sosialisasi. Manfaat yang didapat adalah *low cost* dan mencakup lebih banyak *audiens*. Hal ini pun dibenarkan dalam wawancara diatas. Seperti pada gambar berikut ini merupakan salah satu program dari Dinas Perindustrian dalam memfasilitasi salah satu subsektor dari industri kreatif di Kota Malang yaitu *fashion*.



**Gambar 4.3**

**Sosialisasi Program Dinas Perindustrian Melalui Sosial Media**

*Sumber* : Instagram Dinas Perindustrian Kota Malang

Namun dalam mempromosikan program-programnya Dinas Perindustrian tidak bisa hanya mengandalkan sosial media yang dimiliki karena jika kita melihat jumlah followers akun di sosial media Dinas Perindustrian yang berjumlah hanya

132. Jumlah itu sangat sedikit untuk digunakan mempromosikan setiap postingannya. Berdasarkan observasi lapangan yang dilakukan peneliti, Dinas Perindustrian berkerjasama dengan *influencer* di sosial media agar dapat mempromosikan program-programnya. Tentunya hal ini sangat efektif dalam menjangkau lebih banyak *audiens*.

### c. Capaian Pelaksanaan Strategi

Dalam setiap program-program yang telah diselenggarakan Dinas Perindustrian untuk mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, tentunya harus ada realisasi dari target yang telah ditentukan untuk menentukan capaiannya. Dibawah ini tabel mengenai capaian pelaksanaan strategid dari Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang

**Tabel 4.5**  
**Capain Pelaksanaan Strategi dalam Mengembangkan Industri Kreatif di Kota Malang, 2017**

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan	Target Program dan Kegiatan	Realisasi Capaian Program
<b>1.</b>	<b>Program Peningkatan dan Pengembangan Ekspor</b>			
	Pembangunan Promosi Perdagangan bagi IKM Kerajinan (Dekranasda) Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	4 kali pameran, @ 5 IKM	4 kali pameran, @ 5 IKM
	Misi Dagang dan Buying Mission bagi Produk Berorientasi Ekspor	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran luar negeri	1 kali Misi dagang, 5 IKM	2 kali Misi dagang, 7 IKM
	Pencitraan produk ekspor skala daerah propinsi	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	2 kali	3 kali

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pekan Promosi Perdagangan dalam Rangka HUT Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	200 IKM	150 IKM
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Desain lay out show room bagi IKM	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	4 kali, @ 30 IKM	4 kali, @ 30 IKM
	Pengembangan peluang pemasaran dan promosi bagi produk unggulan kota malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	2 kali pameran, @5 IKM	3 kali pameran, @4 IKM
	Fasilitasi Promosi melalui Web Site bagi Produk Unggulan Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran Dalam Negeri & luar negeri	1 website	1 website
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui fasilitasi promosi bagi usaha mandiri masyarakat melalui Pengembangan peluang pemasaran dan promosi bagi produk unggulan Kota Malang	Peningkatan jumlah daerah tujuan pemasaran dalam negeri	5 kali pameran @ 5 IKM	7 kali pameran @ 5 IKM
<b>2.</b>	<b>Program peningkatan Kapasitas Iptek Sistem Produksi</b>			

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Pembuatan Game Developer	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan game developer	30 IKM bidang animasi	30 IKM bidang animasi
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Pembuatan Program Aplikasi Android	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan program aplikasi android	30 IKM Bidang Telematika	30 IKM Bidang Telematika
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan pemanfaatan limbah kayu	jumlah IKM yang mampu mengembangkan pengolahan limbah kayu menjadi barang produktif	14 IKM	14 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Desain dan Prototype Produk 3 Dimensi	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan desain dan prototype produk 3 dimensi	30 IKM animasi	30 IKM animasi
	Festival Industri Kreatif (Film Fiksi, Dokumenter dan Animasi )	Terlaksananya pameran dan festival film animasi, fiksi dan dokumenter tingkat nasional	100%	40%

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Service dan Jaringan Komputer	Jumlah IKM yang mengikuti pelatihan	40 IKM Bid. telematika	30 IKM Bid. telematika
	Pembinaan Kemampuan dan Ketrampilan Kerja Masyarakat melalui pengembangan wirausaha baru industri digital telematika	jumlah wirausaha baru	100 IKM	100 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Ketrampilan Kerja Masyarakat melalui pengembangan produk industri aneka	Melatih masyarakat dan IKM kerajinan membuat dan mengembangkan produk-produk kerajinan yaitu decoupage 3 dimensi, topeng malangan dan kerajinan daur ulang kain perca	90 IKM dan Masyarakat	90 IKM dan Masyarakat
	Pembinaan Kemampuan dan Ketrampilan Kerja bagi Masyarakat melalui pengembangan desain produk dan kemasan bagi IKM	Jumlah IKM yang menguasai pengembangan desain produk dan kemasan	30 IKM	30 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Fashion	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk fashion	30 IKM fashion dan garment	50 IKM fashion dan garment

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Aplikasi Program IT pada industri rekaman dan musik	Jumlah IKM yang mampu memanfaatkan aplikasi IT untuk mengembangkan produk industri musik dan rekaman	20 IKM	30 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Kriya	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk Kriya	30 IKM kriya	50 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja bagi Masyarakat melalui Workshop dan Promosi Produk Industri kreatif Game	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan desain dan memasarkan produk game	30 IKM game	30 IKM
<b>3</b>	<b>Program Pengembangan Industri Kecil dan Menengah</b>			
	Pembinaan Peningkatan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat di Lingkungan IHT melalui Pelatihan Aneka Kerajinan Berbahan Akrilik dan Manik-Manik bagi IKM	Jumlah IKM yang mampu mengembangkan aneka kerajinan berbahan akrilik dan manik-manik bagi IKM	35 masyarakat dan IKM	35 masyarakat dan IKM

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui pelatihan peningkatan keterampilan berbahan dasar Pelepah pisang	Jumlah IKM yang terampil dalam pembuatan kerajinan berbahan dasar pelepah pisang	30 IKM dan masyarakat	30 IKM dan masyarakat
	Pembinaan kemampuan dan ketrampilan kerja masyarakat di lingkungan IHT melalui Pelatihan Fabric Art	Jumlah IKM yang menguasai desain dan produksi aneka kerajinan fabric art	45 IKM dan Masyarakat	45 IKM dan Masyarakat
	Pembinaan kemampuan dan keterampilan kerja masyarakat di lingkungan iht melalui Pelatihan kerajinan Paper Art	Jumlah IKM yang mampu membuat kerajinan papaer art	45 IKM dan Masyarakat	45 IKM dan Masyarakat
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Pupuk Organik	Jumlah Masyarakat yang mampu menghasilkan produk pupuk organik	65 masyarakat dan IKM	65 masyarakat dan IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Olahan Berbahan Dasar Daging	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan olahan berbahan dasar daging	30 IKM	30 IKM

No.	Program / Kegiatan	Output		
		Indikator Kegiatan		Target Program dan Kegiatan
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui Pelatihan Pembuatan Produk Gypsum	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan produk gypsum	40 IKM	40 IKM
<b>4</b>	<b>Program Penataan Struktur Industri</b>			
	Operasional pusat pengembangan industri kreatif digital	Terlaksananya operasionalisasi pusat pengembangan industri kreatif digital	100%	
	Fasilitasi Sertifikasi Halal dan Nutrition Fact	Jumlah IKM yang mendapatkan fasilitas sertifikasi halal dan nutrition fact	50 IKM	10 IKM
	Pelatihan Gugus kendali Mutu bagi IKM	Jumlah IKM yang memahami gugus kendali mutu	30 IKM	40 IKM
	Pembuatan Sistem Informasi Data Industri	Jenis sistem informasi data industri	1 jenis	1 jenis
<b>5</b>	<b>Program Pengembangan sentra-sentra industri potensial</b>			
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat di Lingkungan IHT melalui Pelatihan Kerajinan Logam	Jumlah IKM yang mampu menghasilkan kerajinan logam untuk alat rumah tangga	20 IKM Bid. Logam dan mesin	30 IKM
	Pembinaan Kemampuan dan Keterampilan Kerja Masyarakat Di Lingkungan IHT Melalui pelatihan pembuatan aneka kue basah dan kering	Jumlah IKM yang menguasai pembuatan kue basah dan kering	30IKM	100 IKM

Sumber : Dinas Perindustrian Kota Malang, 2017. Olahan Peneliti

Berdasarkan tabel diatas dapat kita lihat dari 36 program yang dimiliki Dinas Perindustrian terdapat 5 program yang tidak sesuai dengan target, 8 program melebihi target dan 23 program sesuai dengan target. Hal ini menunjukkan keberhasilan program-program Dinas Perindustrian Dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang dimana mayoritas program memenuhi target. Program yang berhasil mayoritas pada program pembinaan dan pelatihan. Sedangkan untuk program yang belum memenuhi target ada 3 program promosi, 1 pembinaan dan 1 program sertifikasi halal. Dalam melaksanakan program-program untuk mengembangkan industri kreatif, Dinas Perindustrian dibantu oleh pihak swasta sebagai pelaksana program. Menurut Dinas Perindustrian penyebab program-program yang gagal dan tidak terlaksana adalah keterlambatan transfer dana dari Kemenkeu terkait pelaksanaan kegiatan yang bersumber dari anggaran DAK dari Kemenperin tahun 2017.

Dalam menjalankan program-program tersebut Dinas Perindustrian berkerjasama dengan *stakeholder* terkait. Terdapat 5 SKPD yang ikut serta dalam mewujudkan kota kreatif yaitu Dinas Perindustrian, Dinas Perdagangan, Dinas Kominfo, Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UKM. Kota Kreatif merupakan grand design Kota Malang, maka dari itu dalam mewujudkan malang sebagai Kota Kreatif, Dinas Perindustrian berkerja dengan dinas lain. Selain itu Dinas Perindustrian juga berkerja sama dengan pihak swasta dan perguruan tinggi di Kota Malang dalam mengembangkan industri kreatif.

## **2. Peluang dan Tantangan Dinas Perindustrian Kota Malang dalam Mengembangkan Industri Kreatif**

### **a. Peluang dalam Mengembangkan Industri Kreatif**

Dalam melaksanakan peran pengembangan industri kreatif di Kota Malang, Dinas Perindustrian Kota Malang memberikan dukungan yang nyata berupa berbagai program-program yang menunjang berkembangnya industri kreatif di Kota Malang. Pada saat ini Kota Malang memiliki banyak IKM-IKM kreatif yang dapat dijadikan penunjang berkembangnya industri kreatif. Pada perkembangannya, peluang yang didapat oleh Dinas Perindustrian dalam mengembangkan Industri Kreatif di Kota Malang cukup besar. Hal ini jika kita melihat adanya perguruan tinggi di Kota Malang yang cukup banyak sehingga dapat mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Kota Malang. Peluang lainnya adalah perkara teknologi yang meliputi teknologi pendukung industri kreatif dan kemampuan SDM dalam penguasaan teknologi. Hal ini seperti yang di ungkapkan Bapak Fahmi Fauzan dalam wawancaranya, seperti berikut :

“Kalau kita berbicara soal peluang, peluang kita cukup besar dan semakin besar. Adanya perguruan tinggi yang banyak di Kota Malang dan juga perkara teknologi. Hal ini merupakan sumber daya kita dalam mengembangkan industri kreatif di kota malang dan mewujudkan malang sebagai kota kreatif” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang)

Dalam wawancara tersebut dijelaskan 2 peluang dalam mengembangkan industri kreatif adalah banyaknya perguruan tinggi di Kota Malang dan perkara teknologi. Perkara teknologi yang dimaksud disini kemampuan para pelaku industri kreatif dalam pemanfaatan teknologi untuk industrinya. Hal ini menandakan bahwa SDM

industri kreatif di Kota Malang sudah memadai. Kemampuan para pelaku industri kreatif dari sektor non digital mendapatkan kemampuannya secara turun temurun, sedangkan dari sektor digital banyak yang mendapatkan kemampuannya dari berbagai cara seperti belajar secara otodidak maupun melalui jalur akademis

#### **b. Tantangan Dalam Mengembangkan Industri Kreatif di Kota Malang**

Jika kita berbicara soal peluang yang di dapat dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, tentunya juga ada tantangan yang akan dihadapi dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang. Dalam wawancara peneliti dengan Bapak Fahmi Fauzan dijelaskan bahwa :

“Tantangan yang kita hadapi dalam mengembangkan industri kreatif adalah masalah ide. Kita tidak boleh sampai kehabisan ide. Kalau tahun kemarin kita ada kampung tematik, tahun depan harus ada kegiatan lagi. Begitu seterusnya” (Hasil wawancara dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku Kepala Bidang ILMETA dan IATT pada Dinas Perindustrian Kota Malang pada tanggal 11 Januari 2018 pukul 13.00 di Kantor Dinas Perindustrian Kota Malang).

Dalam wawancara tersebut dapat diketahui bahwa tantangan yang di hadapi adalah terkait masalah ide. Pelaku industri kreatif di Kota Malang tidak semuanya berusia muda , beberapa ada yang sudah tua namun masih aktif dalam berkarya. Hal ini menyebabkan kurangnya wawasan mengenai inovasi-inovasi terbaru yang dapat meningkatkan nilai jual mereka. Selain itu Dinas Perindustrian sendiri juga tidak boleh kehabisan ide dalam menyelenggarakan program-program untuk pelaku industri kreatif. Setelah dulu pemerintah Kota Malang berhasil dengan kampung tematik, selanjutnya harus disiapkan program lanjutan.

Selain itu banyaknya pendatang juga menjadi tantangan tersendiri. Hal ini seperti yang diungkapkan Mas Antong selaku pelaku industri kreatif, yang mengatakan :

“Industri kreatif di kota malang sudah berkembang dari tahun ke tahun tetapi sangat disayangkan datangnya pendatang baru atau orang baru menyebabkan industri kreatif di malang yang asli malang banyak terpinggirkan.” (Hasil wawancara dengan Mas Antong, pada 3 Februari 2018, pukul 19:05)

Dengan banyaknya pendatang dari luar Kota Malang yang juga menjadi pelaku industri kreatif memberikan dampak semakin susahnya persaingan bisnis bagi para pelaku industri kreatif. Tentunya hal ini yang belum dideteksi oleh Dinas Perindustrian dan semoga dengan wawancara ini dapat menjadi pertimbangan bagi Dinas Perindustrian Kota Malang dalam mengembangkan industri kreatif.

#### **D. Pembahasan Data**

Uraian yang terdapat pada pembahasan ini digunakan untuk memaparkan temuan-temuan pokok yang berkaitan dengan Strategi Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang sesuai dengan teori-teori yang digunakan.

##### **1. Pengembangan Industri Kreatif di Kota malang**

Dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, Dinas Perindustrian memiliki program-program yang dapat digunakan untuk mengembangkan industri kereatif. Dari hasil wawancara yang telah peneliti lakukan serta observasi dan studi dokumentasi, program dalam mengembangkan industri kreatif diantaranya adalah:

**a. Definisi Isu-Isu Strategis Pengembangan Industri Kreatif oleh  
Dinas Perindustrian**

Berdasarkan hasil penelitian di lokasi yang telah diuraikan pada bagian terdahulu dalam merumuskan strategi perlu terlebih dahulu menganalisis isu strategis yang ada. Organisasi yang tidak menanggapi isu strategis dapat menghadapi akibat yang tidak diinginkan dari ancaman, peluang yang lenyap, atau keduanya (Bryson, 2007). Dalam mengidentifikasi isu-isu strategis, ditemukan bahwa isu-isu strategis dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, yaitu :

**1) Perubahan Paradigma Ekonomi**

Industri kreatif muncul pada fase keempat setelah setelah diawali era pertanian, industri dan informasi. Pada era ekonomi kreatif nilai barang dan jasa sangat ditentukan sejauh mana sumber daya manusia mampu memanfaatkan teknologi, kreativitas dan inovasi. Industri bersaing dipasar global tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi (Esti dan Suryani, 2008). Perubahan paradigma ini juga terjadi di Kota Malang dimana ekonomi yang mengandalkan kreatifitas mulai tumbuh. Hal ini juga disadari oleh Dinas Perindustrian maka dari itu dalam misi Dinas Perindustrian dijelaskan kebijakan-kebijakan yang mendukung perkembangan industri kreatif

## 2) Komitmen menjadi Kota Kreatif

Kota Malang sebelumnya telah berkomitmen menjadi Kota Kreatif. Semua sub sektor dari industri kreatif ada di Kota Malang. Selain itu konsep Kota Kreatif ini juga rangkuman dari Tri Bina Cita Kota Malang (Kota Pariwisata, Kota Industri, Kota Pendidikan). Perkembangan ekonomi kreatif tidak terlepas dari perkembangan budaya setempat sehingga semakin kreatif suatu negara mengemas budayanya, maka negara tersebut akan semakin kuat identitas dan citranya yang mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu faktor kunci untuk mengembangkan ekonomi kreatif adalah bagaimana sebuah kota diberlakukan sebagai pusat budaya dan seni (Howkins, 2009). Kota kreatif didefinisikan sebagai kota yang berbasiskan kreativitas sebagai cara hidup dalam tiga aspek utama: ekonomi (*creative economy*), sosial (*creative society*), dan pemerintahan (*creative policy*) (Howkins, 2001). Predikat kota kreatif yang telah disematkan kepada beberapa kota salah satunya seperti Kota Malang, telah menjadi bukti bahwa pemerintah telah memberikan perhatian khusus kepada potensi kota yang bersangkutan. Dalam kondisi saat ini, mempertahankan predikat kota kreatif ini jauh lebih sulit daripada mendapatkannya. Kota dengan predikat kreatif harus memiliki amunisi untuk pengembangan kegiatan kreatif dan perkembangan industrinya.

## 3) 3 Subsektor Unggulan

Deputi Infrastruktur Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif) telah menetapkan Aplikasi & Pengembangan Permainan (Games), Sinematografi/Film dan Animasi dan Kuliner sebagai 3 sub sektor unggulan industri kreatif di Kota Malang. Hal ini

menjadikan 3 sub sektor tersebut fokus Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif.

Selain 3 isu berdasarkan Dinas Perindustrian diatas, terdapat juga isu strategis menurut pelaku usaha industri kreatif yaitu banyaknya pendatang dari luar Kota Malang. Pendatang dari luar Kota Malang yang juga menjadi pelaku industri kreatif dalam artian membuka usaha di Kota Malang yang tentunya dianggap merusak pasar industri kreatif oleh pelaku industri kreatif yang asli Malang. Saat ini Dinas Perindustrian terus untuk mengoptimalkan kinerjanya agar permasalahan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif ini segera terselesaikan. Permasalahan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif akan ditampung Dinas Perindustrian yang kemudian akan ditindak lanjuti karena tidak semua permasalahan yang ada pada industri kreatif dapat diselesaikan oleh Dinas Perindustrian saja, kegiatan yang dilakukan Dinas Perindustrian yaitu melakukan koordinasi dengan badan pemerintahan lainnya yang juga menangani masalah industri kreatif. Hal tersebut sesuai teori yang dikemukakan Siagian yang dikutip oleh Anggun (2014) yaitu pengembangan kelembagaan sebagai salah satu indikator pembangunan guna mengembangkan industri kreatif.

#### **b. Kebijakan, Rencana dan Program dalam Mengembangkan Industri Kreatif oleh Dinas Perindustrian**

Strategi merupakan cara untuk mencapai tujuan dan sasaran organisasi yang dijabarkan ke dalam kebijakan-kebijakan dan program-program. Dinas Perindustrian Kota Malang adalah organisasi sektor publik yang bergerak dalam bidang perindustrian. Seperti yang tercantum dalam Rencana Strategis Dinas

Perindustrian Kota Malang 2013-2018 memiliki misi yaitu “*Meningkatkan daya saing industri*”. Pada pemaparan data sebelumnya telah dijelaskan kebijakan Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif yang masuk kedalam misi Dinas Perindustrian dan tercantum di dalam Rencana Strategis. Dalam pemaparan data dijelaskan terdapat 3 misi yang berkaitan langsung dengan upaya mengembangkan industri kreatif di Kota Malang yang terdapat pada Misi 1, misi 2, dan misi 5 . Adapun strategi pengembangan Dinas Perindustrian Kota Malang dalam mengembangkan industri kreatif melalui program-programnya yaitu:

- 1) Peningkatan Kapasitas SDM Industri Kreatif
- 2) Monitoring dan Evaluasi
- 3) Menjaga dan Mengembangkan Sentra-sentra Industri
- 4) Memfasilitasi Pelaku Industri Kreatif
- 5) Promosi

Program tersebut melibatkan pihak swasta, perguruan tinggi, dan juga pelaku industri kreatif itu sendiri. Hal ini sesuai dengan teori pembangunan yang telah dikemukakan oleh Siagian (2001) yaitu dalam menyelenggarakan kegiatan tidak hanya tugas dan tanggung jawab dari pemerintah dan jajarannya saja, tetapi juga harus melibatkan peran dari cendekiawan atau masyarakat untuk mampu memanfaatkan pengetahuan serta terlibat dalam semua kegiatan yang telah disusun oleh Dinas Perindustrian. Program dan kegiatan tersebut akan terlaksana dengan baik ketika semua stakeholder dilibatkan dan berpartisipasi dalam setiap kegiatan. Selain itu, hal ini juga sesuai dengan konsep teori The Triple Helix yang dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorf sebagaimana dikutip oleh Andry

(2010) yaitu adanya kolaborasi tiga aktor antara pemerintah, swasta, dan masyarakat/cendekiawan sebagai penggerak terlaksananya strategi dan lahirnya kreatifitas, yang menekankan pada pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM) yang terampil, terlatih dan mampu mengembangkan pengetahuan serta menumbuhkan inovasi yang baru.

Dalam pemaparan data juga dijelaskan bagaimana Dinas Perindustrian mensosialisasikan program-programnya kepada pelaku industri kreatif. Sosialisasi merupakan aspek yang sangat penting dalam seluruh proses kebijakan karena kebijakan yang telah di buat akan bermanfaat bila di sosialisasikan. Menurut Harton dan Hunt (1987 1989) sosialisasi kebijakan pada prinsipnya adalah “cara agar sebuah kebijakan dapat mencapai tujuannya”. Berdasarkan wawancara peneliti dengan Bapak Fahmi Fauzan selaku kepala bidang ILMETA dan IATT menyebutkan bahwa metode sosialisasi yang digunakan adalah menggunakan sosial media lantaran lebih *low cost*. Hal ini cukup tepat lantaran sosial media merupakan wadah yang memfassilitasi semua orang untuk berinteraksi. Namun pemanfaatan sosial media sebagai wadah sosialisai program-program Dinas Perindustrian juga memiliki kelemahan yaitu jika kita melihat jumlah follower akun sosial media Dinas Perindustrian yang terbilang sedikit.

Dinas Perindustrian juga menyadari hal ini dan oleh sebab itu dalam pemanfaatan sosial media, Dinas Perindustrian berkerja sama dengan influencer di sosial media yang tentunya mempunyai jumlah follower lebih banyak dan juga berkerja sama dengan komunitas pelaku industri kreatif. Sejauh ini cara itu cukup berhasil jika kita melihat pada tabel capain pelaksanaan program dimana jumlah

IKM kreatif yang ikut serta dalam program-program Dinas Perindustrian memenuhi target dan ada juga yang melebihi target.

### **c. Capaian Pelaksanaan Strategi**

Didalam penyajian data terdapat tabel program/kegiatan yang berisi target dan realisasinya. Dalam tabel tersebut terdapat 36 program yang dimiliki Dinas Perindustrian dan terdapat 5 program yang tidak sesuai dengan target, 8 program melebihi target dan 23 program sesuai dengan target. Program-program tersebut dirancang untuk mengembangkan industri kreatif. 31 program telah memenuhi target. Hal tersebut membuktikan berjalannya strategi yang digunakan Dinas Perindustrian. Dalam melaksanakan program tersebut Dinas Perindustrian berkerjasama dengan stakeholder terkait yaitu pelaku usaha, perguruan tinggi dan pihak swasta. Lagi-lagi hal ini membuktikan teori Triple Helix yang dipopulerkan oleh Etzkowitz dan Leydersdorf bahwa kolaborasi antara 3 aktor tersebut (Pemerintah, Cendekiawan, dan Swasta) sebagai faktor keberhasilan program tersebut.

Berdasarkan observasi peneliti, pelaksanaan strategi di lapangan yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian tidak selalu berjalan sesuai rencana. Terdapat beberapa hambatan yang dihadapi, yaitu belum mencakupnya program-program tersebut ke semua pelaku industri kreatif di Kota Malang. Sehingga dalam pelaksanaannya masih ada beberapa pelaku industri kreatif yang belum merasakan program-program yang diberikan. Hal ini disebabkan oleh kurang luasnya sosialisasi program yang diberikan Dinas Perindustrian dengan pelaku industri kreatif.

Sosialisasi menggunakan sosial media masih memiliki kekurangan dimana tidak semua pelaku industri kreatif update terhadap sosial media milik Dinas Perindustrian. Maka dari itu Dinas Perindustrian perlu mempromosikan program-programnya melalui pengiklanan di sosial media. Cara ini sudah digunakan di Kota lain dalam mempromosikan programnya. Hal ini dapat ditiru oleh Dinas Perindustrian. Biaya pengiklanan di sosial media juga tidak begitu besar dibanding dengan cara membuat banner atau spanduk.

## **2. Peluang dan Tantangan Dinas Perindustrian Kota Malang dalam Mengembangkan Industri Kreatif**

### **a. Peluang dalam Mengembangkan Industri Kreatif**

Peluang dapat dimanfaatkan Pemerintah dalam mengembangkan industri kreatif. Dalam pemaparan data sebelumnya telah disebutkan peluang yang didapatkan Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, yaitu:

- 1) Penguasaan Teknologi
- 2) Banyaknya Perguruan Tinggi di Kota Malang

Kedua peluang ini benar-benar dimanfaatkan oleh Dinas Perindustrian Kota Malang dalam mengembangkan industri kreatif. Hal ini tercermin dari program-program yang dijalankan oleh Dinas Perindustrian seperti pelatihan dalam bentuk seminar maupun workshop yang melibatkan perguruan tinggi. Selain melalui pelatihan, perguruan tinggi juga berperan dalam penelitian yang berguna untuk pengembangan industri kreatif di Kota Malang. Perguruan Tinggi juga

berperan dalam menghasilkan individu-individu yang kreatif dan melahirkan wirausaha baru. Fenomena ini sesuai dengan teori dukungan organisasi yang dikemukakan oleh Hutchinson yang dikutip oleh Rizky Amalia (2014) yang mengatakan dukungan adalah komitmen organisasi terhadap individu/organisasi lain. Disini organisasi lain yang di maksud adalah Perguruan Tinggi di Kota Malang yang bergerak bersama-sama dengan Dinas Perindustrian dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang.

Selain itu kemampuan pelaku industri kreatif di Kota Malang dalam pemanfaatan teknologi juga mejadikan peluang bagi industri kreatif untuk berkembang di Kota Malang. Kualitas SDM merupakan investasi terbesar dalam ekonomi kreatif, dimana kualitas SDM sangat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan . Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Suryana yang dikutip oleh Rizky Amalia (2014) yang mengatakan diperlukan orang-orang yang kreatif dan memiliki keahlian yang mampu menghadapi persaingan dan perubahan di dunia nyata.

## **b. Tantangan Dalam Mengembangkan Industri Kreatif di Kota**

### **Malang**

Berdasarkan penyajian data, tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan industri kreatif adalah masalah ide. Ide disini adalah dari sudut pandang Dinas Perindustrian sendiri dan dari pelaku industri kreatif. Dinas Perindustrian tidak boleh sampai kehabisan ide dalam mengembangkan industri kreatif. Saat ini, industri kreatif yang telah diklasifikasikan menjadi 16 subsektor

(aplikasi dan pengembangan game, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi video, fotografi, kriya (kerajinan tangan), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio ) memiliki tantangan masing-masing. 16 sub sector tersebut memiliki karakter yang khas dan hal ini berimbas pada pengembangannya. Jadi dalam menangani masalah yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif dari 16 sub sektor tersebut tentunya berbeda-beda.

Pelaku industri kreatif juga tidak boleh sampai kehabisan ide mengingat dalam ekonomi kreatif persaingan terletak pada gagasan dan inovasi. Faktor daya saing antar pelaku industri kreatif merupakan tantangan terbesar dalam pengembangan 16 sub sektor industri kreatif. Berdasarkan pengamatan di lapangan, pelaku industri kreatif dari 3 subsektor unggulan (*game* dan aplikasi, sinematografi dan animasi, kuliner) bergerak secara komunitas. Hal ini tentunya secara ringkas dapat dijelaskan bahwa komunitas yang aktif bergerak dan kolaborasi antar aktor ekonomi kreatif yang meliputi Akademisi, Bisnis dan Government terjadi berkesinambungan. Meskipun demikian, terdapat pula hal yang masih perlu dilengkapi untuk memaksimalkan peluang pengembangan industri kreatif, yakni penyelarasan komunitas kreatifnya dengan pemerintah.