

**PEMETAAN SPASIAL EKONOMI KREATIF BERBASIS *DIGITAL*
ASSET TEMPLATING DI KOTA CIMAHI**

LAPORAN ARTIKEL

Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Perencanaan Wilayah dan Kota
dari Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas Teknik, Universitas Pasundan



Oleh :

Muhammad Fikri Rasyid Mutaqin 183060078

**JURUSAN PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN BANDUNG**

2022

LEMBAR PENGESAHAN I

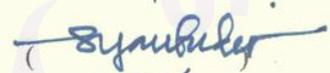
PEMETAAN SPASIAL EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL ASSET TEMPLATING DI KOTA CIMAH

Oleh :

Muhammad Fikri Rasyid Mutaqin 183060078

Menyetujui :

1. Pembimbing I : Deden Syarifudin, S.T, M.T

()

2. Pembimbing II : Fury Sari Nurwulandari, S.T, M.T

()

3. Penguji :

()

4. Ketua Sidang : Deden Syarifudin, S.T, M.T

()

LEMBAR PENGESAHAN II
PEMETAAN SPASIAL EKONOMI KREATIF BERBASIS
DIGITAL ASSET TEMPLATING DI KOTA CIMAHI



Muhammad Fikri Rasyid Mutaqin
NRP. 183060078

Mengetahui dan Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II

Deden Syarifudin, S.T, M.T

Fury Sari Nurwulandari, S.T, M.T

LETTER OF ACCEPTANCE



ISSN: 2442-3777 (cetak) ISSN: 2622-691X (online)

Website: <https://ojs.unigal.ac.id/index.php/moderat>

LETTER OF ACCEPTANCE

Ciamis, 30 Januari 2023

Kepada Yth.

1. Muhammad Fikri Rasyid Mutaqin, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Pasundan
2. Deden Syarifudin, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Pasundan
3. Fury Sari Nurwulandari, Perencanaan Wilayah dan Kota, Universitas Pasundan

Di

Tempat

Melalui surat ini kami dewan redaksi Moderat Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan menerangkan bahwa :

Judul Artikel	Status Artikel	Keterangan
PEMETAAN SPASIAL EKONOMI KREATIF BERBASIS DIGITAL ASSET TEMPLATING DI KOTA CIMAHI	DITERIMA	Sedang dalam proses review oleh tim Moderat. dan setelah selesai akan kami kirim kepada penulis untuk diperbaiki sebelum di publish.

Untuk itu penulis dapat mengikuti informasi di bawah ini;

1. Bagi penulis yang sudah dinyatakan diterima artikelnya diwajibkan melakukan pembayaran biaya terbit sebesar Rp. 250.000 melalui transfer Bank Syariah Indonesia, No Rekening 7111167677 An. Jurnal moderat IP Unigal;
2. Pembayaran maksimal dilakukan paling lambat satu minggu dari surat ini diterbitkan, Lakukan konfirmasi setelah pembayaran dengan melampirkan bukti transfer kepada sdr. Regi Refian Garis, S.IP.,M.Si (Hp/Whatsapp:082321211204).
3. Artikel akan kami terbitkan pada Jurnal Moderat Volume 9 Nomor 3 tanggal 30 Agustus 2023

Demikian surat ini kami buat agar diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya. Atas Perhatiannya kami sampaikan terima kasih.



Dewan Redaksi Moderat
Ketua,

H.Asep Nurwanda, S.HI., M.Si
NIDN. 0412089101

ABSTRAK

Industri kreatif di Indonesia berkembang dengan begitu pesat dan tidak dapat ipisahkan dengan adanya media baru. Penggunaan media baru oleh industry kreatif ini dapat menarik konsumen tidak hanya dari dalam negeri tetapi juga dari manca negara. Adapun masalah yang akan diteliti yaitu melihat tersedianya banyak pelaku digital kreatif Kota Cimahi kehilangan Project serta terhambat proses bisnisnya. Tujuan yang ingin dicapai di dalam penyusunan laporan ini Mengetahui Potensi Ekonomi Kreatif dalam bidang Industri Kreatif digital Aset Templating Metode penelitian pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk memahami bagaimana proses dan mengungkapkan makna dari setiap fenomena secara khas dan mendalam menurut persepsi masyarakat dalam hal ini anggota komunitas dan peserta Program Cimahi Makerspace yang mendalami bidang Digital Templating, pelaku usaha industri digital kreatif templating di Kota Cimahi. Jenis penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif yang tujuannya untuk eksplorasi dan klarifikasi Berdasarkan kesimpulan diatas dapat disimpulkan bahwa selama kegiatan Makerspace Digital Creative ini telah berjalan selama hampir dua tahun kegiatan ini sudah menghasilkan 6252 produk pendapatan senilai 2,5 milyar rupiah serta apresiasi dari Marketplace dan stakeholder lainnya kepada peserta kegiatan Makerspace digital kreatif yang siap dikembangkan kearah industri keberhasilan. kolaborasi yang apik dari sektor pemerintah komunitas bisnis dan akademisi yang terus mendukung perkembangan Cimahi Makerspace digital kreatif. Secara keseluruhan program Cimahi Makerspace ini sudah sangat baik untuk menjadi potensi pengembangan kota namun perlu adanya beberapa peningkatan dalam segi internal maupun eksternal. Seperti peningkatan fasilitas dan peningkatan kompetensi yang didasari oleh adanya rencana pembelajaran yang lebih detail dan silabus pembelajaran yang lebih mengasah kepada ketajaman kreator dalam memberikan kreatifitas dan inovasi dan Bidang-bidang yang ditekuni pun harus lebih beragam sehingga lebih luas cakupan yang dapat dicapai oleh para Kreator.

Kata Kunci: Industri Kreatif, Digital Asset Templating, Ekonomi Kreatif,, Potensi Kota, Cimahi Makerspace, Komunitas bisnis, Perencanaan Wilayah Kota

ABSTRACT

Industry Creative especially in Cimahi City and generally in developing Indonesia so rapidly with exists becoming a global marketplace the place or available facilities used by creators in Cimahi City . But when the Covid -19 pandemic struck many very perpetrator effort losing business eye his livelihood . Not yet exists researcher previously discussed. Economy Creative based on Digital Asset in Cimahi City in corner view spatial . This article discusses about the solution is the government of Cimahi City through UPTD Cimahi Technopark to overcome problems that exist in Cimahi City especially in the field Economy Creative can Becomes potential and solutions existing problems as well as could Becomes branding that can be used by the City of Cimahi . This research uses method qualitative with using analytical instruments combined description with method collaborative planning. Research results showing that there is a potential Cimahi City program developed and available Become a Cimahi City branding . Already more from 22 studios born from this Cimahi Makerspace Digital Program with total earnings as big Rp . 1,235,718,618. UPTD Cimahi This Technopark Becomes center development in activity Cimahi Makerspace Digital . This Activity Center includes activity production, marketing , distribution and marketing . This activity includes Education and training activities with collaboration Among Government, Academics , and perpetrator business, as well which community is in Cimahi City have ability and the same goals to achieve something the success of the Cimahi Makerspace Digital program in Cimahi City . This article contributes to science Economy creative industrial sector creative Digital that is practical used as consideration government in arrange plan strategic or plan parent detailed city.

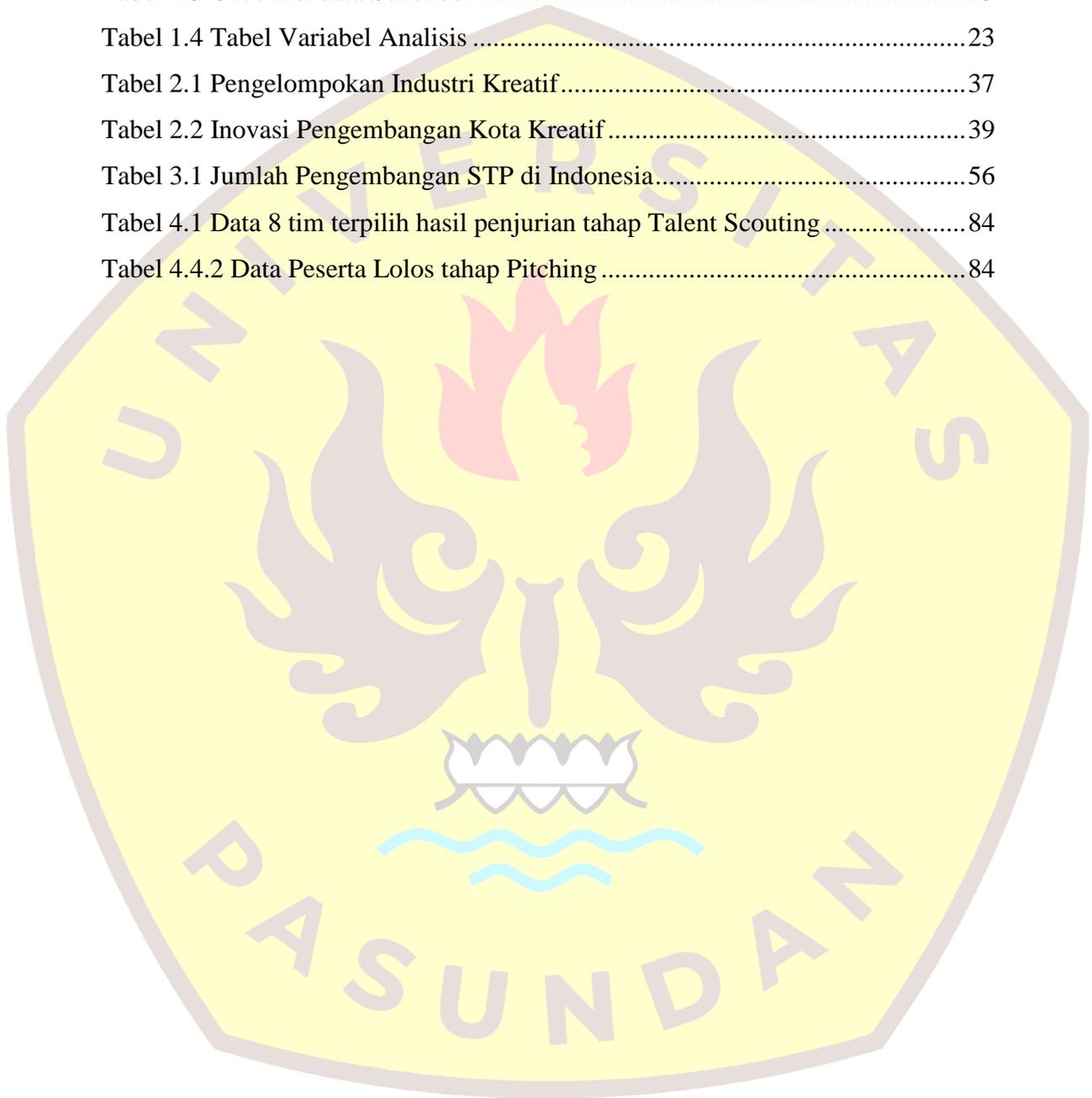
Keywords : Mapping Spatial , Economics Creative , Industry Creative , Digital Asset Templateing, City Potential , Cimahi Makerspace, Cimahi City , Urban Regional Plannin

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
BAB 1 PENDAHULUAN	5
1.1 Latar Belakang	7
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan dan Sasaran	11
1.3.1 Tujuan	11
1.3.2 Sasaran	11
1.4 Ruang Lingkup	11
1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah	11
1.4.2 Ruang Lingkup Materi	12
1.5 Metodologi	13
1.5.1 Metode Pendekatan	13
1.5.2 Metode Pengumpulan Data	14
1.5.3 Metode Analisis	18
1.5.4 <i>Colaborative Planning</i>	19
1.6 Kerangka Pikir	21
1.7 Sistematika Pembahasan	22
BAB II TINJAUAN TEORI	23
2.1 Tinjauan Teori	23
2.1.1 Pengertian Perencanaan	23
2.1.2 Penataan Ruang	23
2.1.3 Definisi Pemetaan Spasial	24
2.1.4 Definisi Ekonomi	26
2.1.5 Kolaborasi Quadruple Helix	38
2.1.6 <i>Digital Aset Templating</i>	39
2.1.7 Unit Pelayanan Terpadu Daerah Cimahi <i>Technopark</i>	40
BAB III GAMBARAN UMUM WILAYAH	42
3.1 Gambaran Umum Kebijakan.....	42
3.1.1 Peraturan Daerah Kota Cimahi Nomor 4 Tahun 2013 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Cimahi.....	42
3.1.2 Peraturan Walikota Kota Cimahi Nomor 14 Tahun 2018 Tentang Cimahi <i>Technopark</i> Sebagai Kawasan Sains dan Teknologi.....	42
3.1.3 Peraturan Wali Kota Cimahi Nomor 35 Tahun 2018 tentang Unit Pelaksana Teknis Cimahi <i>Technopark</i>	42
3.2 Karakteristik Kota Cimahi	43

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Observasi Lapangan	20
Tabel 1.2 Topik dan Kriteria Narasumber	22
Tabel 1.3 Checklist data Sekunder	23
Tabel 1.4 Tabel Variabel Analisis	23
Tabel 2.1 Pengelompokan Industri Kreatif.....	37
Tabel 2.2 Inovasi Pengembangan Kota Kreatif.....	39
Tabel 3.1 Jumlah Pengembangan STP di Indonesia.....	56
Tabel 4.1 Data 8 tim terpilih hasil penjurian tahap Talent Scouting	84
Tabel 4.4.2 Data Peserta Lolos tahap Pitching	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kontribusi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap PDB Nasional	29
Gambar 3.1 Peta Administrasi Kota Cimahi.....	43
Gambar 3.2 Arah, Kebijakan dan Strategi Pembangunan	47
Gambar 3.3 Dimensi, Sasaran dan Indikator Keberhasilan Taman Sains dan Teknologi	49
Gambar 3.4 Indikator Keberhasilan Maturitas Taman Sains dan Teknologi.....	50
Gambar 4.1 Peta Lokasi UPTD Cimahi Technopark.....	61
Gambar 4.2 Briefing Persiapan Penilaian Peserta Makerspace	64
Gambar 4.3 Kegiatan Bootcamp Sebagai Evaluasi Kegiatan Cimahi Makerspace	66
Gambar 4.4 Aset Digital yang telah Publish di Marketplace.....	67
Gambar 4.5 Peserta Cimahi Makerspace 2021	67
Gambar 4.6 Peta Sebaran Kreator Digital Asset Templating	68
Gambar 4.7 Gambaran Pendapatan Envato Pertahun	69
Gambar 4.8 Grafik Hasil inventarisir data sekunder pola simulasi pendapatan bagi contributor/creator dengan metode Big Pool	70
Gambar 4.9 Grafik Hasil inventarisir data sekunder pola simulasi pendapatan bagi contributor/creator.....	71
Gambar 4.10 Hasil inventarisir data sekunder potensi market place Canva.....	72
Gambar 4.11 Hasil inventarisir data sekunder potensi market place Canva.....	72
Gambar 4.12 Rapat Persiapan Penilaian Peserta	73
Gambar 4.13 Proses Talent Scouting	74
Gambar 4.14 Data Performa serta target audiens menonton video promosi Pra-Inkubasi 2021 hingga selesai.	78
Gambar 4.15 Flyer Kegiatan Maneuver day	81
Gambar 5.1 Lokasi UPTD Cimahi Technopark	84
Gambar 5.2 Peta Sebaran Pelaku Digital Asset Templating.....	85

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi pengembangan sangat penting era industri gelombang keempat, Pemerintah Republik Indonesia menyebut era industri 4.0 salah satunya industri kreatif. Bahkan di sejumlah negara, kreativitas dan inovasi sudah menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi, dengan menciptakan lapangan kerja dan memunculkan banyak peluang bisnis baru.

Ekonomi kreatif adalah sektor usaha yang menekankan pada ide-ide kreatif, sehingga kreativitas memegang peranan yang sangat penting. Pada tahun 1990an dimulailah era ekonomi baru yang lebih menekankan pada kreativitas, yang sekarang dikenal sebagai era ekonomi kreatif. Di Indonesia sektor ekonomi kreatif mulai diperhatikan lebih serius pada sekitar tahun 2006. Pemerintah melalui Departemen Perdagangan telah menerbitkan buku “Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”. Buku tersebut menjelaskan tentang rencana pengembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia yang terdiri dari 14 (empat belas) sub sektor ekonomi kreatif, meliputi: periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penribitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan. (Rumiah et al., 2019)

Ekonomi kreatif merupakan salah satu pilar penopang pertumbuhan ekonomi, yang berbasis pada sumber daya manusia, khususnya inovasi dan kreativitas. Adanya keterbatasan wilayah, dan sumber daya alam, serta hasil kajian dengan beberapa stake holder, untuk menggerakkan sektor perekonomian di Kota Cimahi, maka sudah sejak tahun 2009 diciptakanlah sektor unggulan di bidang ekonomi kreatif sektor telematika, khususnya animasi. Alasan lain dipilihnya industri kreatif animasi karena Kota Cimahi memiliki sumber daya manusia yang dapat diberdayakan menjadi entrepreneur dan insan kreatif. (Rumiah et al., 2019)

Konsep Kota Kreatif yang dikembangkan oleh Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian merupakan suatu koridor umum yang berfungsi sebagai rujukan untuk menciptakan kesepahaman tentang Kota Kreatif di Indonesia. Sebagai tahapan awal menuju kota yang berkelanjutan, Kota Kreatif dapat menjadi bagian dari kota tematik. Karakteristik yang sangat membedakan Kota Kreatif dengan kota tematik lainnya adalah

1. Fokus kepada pengembangan ide dan kreativitas;

2. Pendekatan *bottom-up* melalui eksistensi komunitas kreatif;
3. Dikembangkan untuk memenuhi rantai nilai kreasi-produksi-distribusi-konsumsi-konservasi.

Sebagai konsekuensi, kota tersebut perlu berjejaring dengan kota-kota yang memiliki fungsi mata rantai lain untuk dapat membentuk satu kesatuan fungsi. (Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Kreatif; Kewirausahaan; dan Daya Saing Koperasi dan UKM, 2021)

Menurut Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Kreatif; Kewirausahaan; dan Daya Saing Koperasi dan UKM, 2021 Definisi Kota Kreatif dapat dipahami sebagai Kota/Kabupaten yang mampu menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan, mengelola, dan mengkonservasi kreativitas serta memanfaatkan IPTEK untuk mengembangkan potensi lokal (sumber daya manusia, kebudayaan, potensi ekonomi) sehingga dapat menjadi keunggulan dan identitas daerah dalam mendorong peningkatan kesejahteraan dan pencapaian pembangunan yang berkelanjutan. Berdasarkan pemahaman tersebut dirumuskan kriteria Kota/ Kabupaten Kreatif, yaitu kota/kabupaten yang memiliki:

1. Komunitas kreatif lokal;
2. Ruang kreatif yang dapat menumbuhkembangkan kreativitas dan inovasi (contohnya: pusat kreatif, science/techno park, inkubator);
3. Ruang publik yang menjadi pusat aktivitas dan interaksi bagi lintas pelaku ekonomi kreatif (pemerintah, pelaku usaha/industri, akademisi, dan komunitas/forum kreatif);
4. Potensi lokal daerah sebagai keunggulan dan identitas suatu kota/kabupaten;
5. Ekosistem yang dapat mengintegrasikan sebagian atau seluruh proses kreasi, produksi dan distribusi/pasar. Akan diperlukan jejaring kota/kabupaten bila suatu kota/kabupaten hanya memiliki sebagian rantai nilai sehingga terbentuk kesatuan fungsi;
6. Sarana dan prasarana kota yang dapat mendorong kreativitas;
7. Program pembangunan Pemerintah Daerah terkait kreativitas dan inovasi;
8. Wadah kolaborasi antara akademisi, dunia usaha, komunitas kreatif, dan pemerintah. Selain definisi dan kriteria, telah disusun pula misi pengembangan Kota Kreatif yang

Pandemic covid 19 yang berdampak terhadap semua aspek salah satunya aspek ekonomi menyebabkan banyaknya pelaku digital kreatif Kota Cimahi kehilangan Project serta

terhambat proses bisnisnya. Melihat situasi tersebut Pemerintah Kota Cimahi dan komunitas digital kreatif menginisiasi kegiatan *Makerspace* digital kreatif yang hadir sebagai solusi bagi para pelaku digital kreatif Kota Cimahi yang sangat terdampak oleh pandemic covid 19. (Technopark, 2021)

Industri kreatif di Indonesia berkembang dengan begitu pesat dan tidak dapat ipisahkan dengan adanya media baru. Penggunaan media baru oleh industry kreatif ini dapat menarikkonsumen tidak hanya dari dalam negeri tetapi juga dari manca negara. (Rusdi & Sukendro, 2018)

Inovasi baru dari Cimahi Technopark bernama Cimahi *Makerspace*. Cimahi *Makerspace* merupakan kegiatan *Quick Win* yang merupakan inisiasi antara pemerintah kota Cimahi komunitas dan juga Lini bisnis dalam rangka percepatan pemulihan ekonomi akibat pandemik yang muncul karena melimpahnya potensi sumber daya manusia kreatif Kota Cimahi yang perlu disalurkan bakatnya dan dikomersialisasikan karyanya melalui pendampingan intensif selama 1 tahun di gedung Cimahi Technopark. (Technopark, 2021)

Pemerintah Kota Cimahi terus berkomitmen untuk melanjutkan kegiatan ini dengan menyusun kegiatan tersebut di rencana strategis tahun 2023 hingga 2026 pelaksanaan *workshop* bagi talenta baru untuk penguatan studio yang ada menambah kolaborator untuk mendukung keberlangsungan kegiatan dan membuka peluang bagi *stakeholder* digital kreatif Cimahi untuk mengadaptasi kegiatan ini. Semoga Kegiatan ini dapat terus berkembang dan juga memberikan dampak positif bagi pelaku kreatif Kota Cimahi sehingga mimpi untuk mewujudkan industri aset *digital creative Template* dapat tercapai di Kota Cimahi. (Technopark, 2021)

Selama hampir dua tahun kegiatan ini sudah menghasilkan 22 studio 66 peserta 6252 produk pendapatan senilai 2,5 milyar rupiah serta beberapa apresiasi dari Marketplace dan stakeholder lainnya kepada peserta kegiatan yang menjadi wujud kegiatan *Makerspace* digital kreatif yang siap dikembangkan kearah industri keberhasilan. Kegiatan ini tidak lepas dari kondusifnya ekosistem digital kreatif di kawasan Cimahi Technopark dan kolaborasi yang apik dari sektor pemerintah komunitas bisnis dan akademisi yang terus mendukung perkembangan para peserta *Makerspace* digital kreatif. (Technopark, 2021)

Program pembangunan dan Pendukung Operasional Technopark Kota Cimahi di seluruh Indonesia merupakan prioritas dan akan dikembangkan pada tingkat pusat, provinsi, dan Kabupaten/Kota. Sementara dalam Rancangan Rencana Kerja Pemerintah (RKP) tahun

2016 pemerintah mencanangkan untuk dimulainya pembangunan dan pengembangan 100 technopark di seluruh Indonesia. Ekosistem industri kreatif yang memberikan nilai bagi produk industri kreatif yang kompetitif, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum (Tambahan Lembaran Negara R.I Nomor 212.2019 KESRA. Ekonomi Kreatif (Penjelasan Dalam Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 6414) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, 2019)

Tugas Akhir ini ditujukan untuk mengetahui bagaimana peluang dari industri kreatif yang ada di kota cimahi sehingga dapat meningkatkan nilai ekonomi kota dan pribadi. Tugas Akhir ini belum pernah diteliti oleh para peneliti sebelumnya, Karena bidang ekonomi kreatif ini merupakan bidang yang baru peneliti lain dan bagi peneliti sendiri sehingga peneliti tertarik untuk membahas mengenai Ekonomi Kreatif Berbasis Digital *Asset Templating* dalam bidang spasial yang bertujuan untuk melihat adanya potensi pengembangan yang sangat besar didalamnya.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, peneliti menemukan perbedaan sudut pandang dari aspek pengembangan animasi di kota Cimahi (Rumiah et al., 2019). Dilihat berdasarkan struktur ekonomi kota, maka pembangunan industri kreatif tampaknya menjadi pilihan yang tepat. Dengan melihat potensi lokal yang telah ada dalam sebuah industri, keberadaan industri kreatif di Kota Cimahi dapat berpengaruh terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat setempat.(Monasa, 2018). Penerapan konsep Quadruple Helix sebagai konsep kolaborasi yang diterapkan pada kawasan Cimahi Techno Park (CTP) dalam pengembangan industri kreatif klaster animasi di Kota Cimahi untuk mengetahui bagaimana proses kolaborasi yang terjadi oleh stakeholders kolaborasi (Septriliya, 2018)

Berdasarkan kondisi yang ada, maka perlu diupayakan agar sektor ekonomi kreatif khususnya pada digital *asset templating* harus ditingkatkan guna dapat menjadikan potensi yang sangat dapat membantu perekonomian masyarakat di Kota Cimahi dan menjadikan sektor *Templating* sebagai sektor yang dapat dimunculkan dan berdaya saing bagi bidang ekonomi kreatif sehingga diharapkan dapat menjadi solusi bagi Kota Cimahi dalam menyerap tenaga kerja yang besar. Sejauh ini, publikasi mengenai Ekonomi kreatif berbasis digital *asset templating* belum pernah diteliti oleh peneliti sebelumnya. Kemudian, dari sisi spasial ini ditujukan untuk memperkuat pengembangan industry kreatif di Kota Cimahi.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang akan diteliti yaitu sebagai mana yang telah dijelaskan dalam latar belakang diatas melihat tersedianya banyak pelaku digital kreatif Kota Cimahi kehilangan Project serta terhambat proses bisnisnya maka dibuatlah sebuah Program Cimahi *Makerspace* sebagai inovasi yang sangat unik dalam rangka pemulihan ekonomi yang fokus pada pendampingan pengembangan serta fasilitasi bisnis bagi pelaku ekonomi digital kreatif di bidang aset *Template* (Pemerintah Daerah Kota Cimahi, 2018)

Berdasarkan hasil kajian literatur dan melihat kondisi eksisting Dalam segi fasilitas Cimahi *Technopark* dalam pengembangan industri digital kreatif *templating* ini sudah mempuni dalam tingkat daerah, dari segi sarana prasarana Cimahi *Techno Park* mempunyai Gedung atau fasilitas yang digunakan untuk meningkatkan kompetensi dan sumber daya manusia dalam bidang *templating*, dan juga dapat digunakan untuk acara pameran, *workshop* dan lain sebagainya.

1.3 Tujuan dan Sasaran

1.3.1 Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai di dalam penyusunan laporan ini adalah untuk Mengetahui Perkembangan Industri kreatif terhadap Pengembangan Kota Cimahi sehingga dapat Mengetahui Potensi Ekonomi Kreatif dalam bidang Industri Kreatif digital Aset *Templating* Kota Cimahi dengan adanya Kawasan Sains dan Teknologi yang bertempat di Gedung Cimahi *Technopark* di Kelurahan Baros Kota Cimahi

1.3.2 Sasaran

Sasaran yang ingin dicapai dalam laporan ini terbagi dalam sub-kajian, yaitu:

1. Teridentifikasinya Program Ekonomi Kreatif dalam bidang *Digital Asset Templating* pada Kawasan Sains dan Teknologi di Kota Cimahi
2. Teridentifikasinya potensi dari ekonomi kreatif bidang *digital templating*.
3. Teridentifikasinya pemetaan spasial dari pengembangan ekonomi kreatif bidang *digital templating*.

1.4 Ruang Lingkup

1.4.1 Ruang Lingkup Wilayah

Kota Cimahi dengan letak astronomis berdasarkan peta rupa bumi lembar Bandung dan Cimahi berada pada koordinat 107°30'30" BT – 107°34'30" BT dan 06°50'00" LS – 06°56'00" LS. Kota Cimahi secara administratif terdiri dari 3 kecamatan dan 15 kelurahan yaitu: Kecamatan Cimahi Utara yang terdiri dari 4 kelurahan, Kecamatan Cimahi Tengah yang terdiri dari 6 kelurahan dan Kecamatan Cimahi Selatan yang terdiri dari 5 kelurahan. Luas wilayah Kota Cimahi yaitu 40,2km². Di antara 3 kecamatan yang terdapat di Kota Cimahi, Kecamatan Cimahi Selatan adalah kecamatan dengan wilayah terluas yaitu 16,9 km². Sedangkan Kecamatan Cimahi Tengah adalah wilayah yang memiliki luas terkecil 10 km². Sisanya adalah luas Kecamatan Cimahi Utara sekitar 13,3 km². Secara geografis, wilayah ini merupakan lembah cekungan yang melandai ke arah selatan, dengan ketinggian di bagian utara 900-1025 meter dpl (Kelurahan Ciparegan Kecamatan Cimahi Utara) yang merupakan lereng Gunung Burangrang dan Gunung Tangkuban Perahu serta ketinggian di bagian selatan 850-900 meter dpl (sebagian di Kelurahan Cibeber dan Kelurahan Leuwi Gajah Kecamatan Cimahi Selatan). Adapun dibagian tengah Kota Cimahi lebih didominasi dengan ketinggian 700-750 mdpl. Diketahui luas wilayah Kota Cimahi yang tertinggi terdapat pada Kecamatan Cimahi Selatan sebesar 40,82% dengan luas lahan sebesar 1654,30 Ha. Untuk Kecamatan Cimahi Utara berada pada posisi kedua sebesar 24,42% dengan luas wilayah sebesar 989,62 Ha dan persentase terendah berada pada Kecamatan Cimahi Tengah yaitu 34,76% dengan luas wilayah sebesar 1.408,96 Ha.

Kota Cimahi termasuk ke dalam 5 besar kota terpadat yang ada di Indonesia. Batas-batas wilayah Kota Cimahi yaitu sebagai berikut:

- Sebelah Utara: Kecamatan Parongpong, Kecamatan Cisarua, dan Kecamatan Ngamprah Kabupaten Bandung.
- Sebelah Timur: Kecamatan Sukasari, Kecamatan Sukajadi, Kecamatan Cicendo, dan Kecamatan Andir Kota Bandung.
- Sebelah Selatan: Kecamatan Bandung Kulon Kota Bandung dan Kecamatan Margaasih Kabupaten Bandung.
- Sebelah Barat: Kecamatan Padalarang dan Kecamatan Batujajar Kabupaten Bandung Barat.

1.4.2 Ruang Lingkup Materi

Pada penelitian ini ruang lingkup materi membahas mengenai:

1. Teridentifikasi nya kondisi eksisting Ekonomi Kreatif bidang *Digital Templating* di Kawasan Sains dan Teknologi di Kota Cimahi yang kemudian dikembangkan dalam rencana strategis dinas perdagangan dan koperasi industri tahun 2023 hingga 2026
2. Identifikasi potensi dari ekonomi kreatif bidang *Digital Templating* sebagai salah satu nilai pengembangan di Kota Cimahi yang dimana Kota Cimahi bersama dengan *stakeholder* lainnya mengembangkan Program *Cimahi Makerspace* sebagai salah satu solusi yang dapat digunakan untuk memulikan ekonomi pasca pandemic Covid - 19 di Kota Cimahi
3. Identifikasi pemetaan pengembangan Kawasan Sains dan Teknologi yang bertempat di Gedung Cimahi *Technopark* yang bertujuan untuk pemulihan ekonomi kreatif bidang *Digital Templating* sebagai salah satu potensi Kota Cimahi.

1.5 Metodologi

1.5.1 Metode Pendekatan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif yang mengungkapkan pada permasalahan-permasalahan berdasarkan fakta yang ada. Menurut Tika (2005:4) metode penelitian deskriptif adalah metode yang mengarah pada pengungkapan suatu masalah atau keadaan sebagaimana adanya dan mengungkapkan fakta-fakta yang ada, walaupun terkadang diberikan interpretasi atau analisis.

Menurut Surakhmad (1994: 139) mengemukakan bahwa metode deskriptif yaitu metode yang mendeskripsikan atau menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat, dan hubungan antara fenomena yang ada di daerah penelitian.

Dalam pelaksanaannya di lapangan, metode yang digunakan adalah metode survei. Menurut Tika (2005: 6) mengemukakan bahwa metode survei adalah metode penelitian yang bertujuan menentukan mengumpulkan sejumlah data berubah variabel, unit atau individu dalam waktu yang bersamaan.

Kawasan Cimahi *Technopark* dikembangkan menjadi Kawasan Sains dan Teknologi di Kota Cimahi sebagai wahana untuk kerja sama penelitian dan pengembangan berkelanjutan antara pemerintah pusat, Pemerintah daerah, Perguruan Tinggi, Lembaga penelitian dan pengembangan dan industry. Kawasan sains teknologi ini dikelola secara professional untuk mengembangkan dan mendorong pertumbuhan ekonomii secara berkelanjutan melalui

pengembangan, penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi serta penumbuhan perusahaan pemula berbasis teknologi

Metode penelitian pendekatan kualitatif ini dilakukan untuk memahami bagaimana proses dan mengungkapkan makna dari setiap fenomena secara khas dan mendalam menurut persepsi masyarakat dalam hal ini anggota komunitas dan peserta Program Cimahi *Makerspace* yang mendalami bidang *Digital Templating*, pelaku usaha industri digital kreatif *templating* di Kota Cimahi.

Jenis **penelitian kualitatif yang digunakan adalah deskriptif** yaitu suatu penelitian yang tujuannya untuk eksplorasi dan klarifikasi terkait suatu fenomena yang menghasilkan gambaran akurat tentang sebuah kelompok, menggambarkan mekanisme sebuah proses atau hubungan, serta menggambarkan kondisi apa adanya tanpa memberi perlakuan atau manipulasi terhadap variabel yang diteliti. Peneliti mengumpulkan informasi menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data berdasarkan waktu yang telah ditentukan. Pendekatan deskriptif dalam penelitian kualitatif dimaksudkan untuk mengetahui potensi Ekonomi Kreatif bidang *Digital Templating* di Kawasan Sains dan Teknologi di Kota Cimahi berdasarkan penuturan langsung yang didapat dari narasumber serta pihak terkait.

1.5.2 Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan pendekatan yang telah dijelaskan, metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini maka diperlukan adanya penelompokan data yang terbagi menjadi 2 yaitu data primer dan data sekunder. Menurut Danang Sunyoto (2013:21), Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus dan data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya.

Sedangkan Data Sekunder Menurut Arikunto (2013:22) menyatakan “data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen dokumen grafis (tabel, catatan, notulen rapat, SMS, dan lain-lain), foto-foto, film, rekaman video, benda-benda dan lain-lain yang dapat memperkaya data primer serta menguatkan data primer. Data sekunder ini dapat digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh. Data sekunder dapat diperoleh melalui buku-buku, arsip, laporan, publikasi dari pemerintah/swasta, hasil sensus, jurnal, dan lain-lain baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

1.5.2.1 Data Primer

Data primer ini digunakan untuk mendapatkan data secara rill (Langsung) yang mengarah kepada objek sasaran yang akan diteliti. Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Data Primer itu sendiri didapatkan dengan beberapa metode yang akan dilaksanakan selama penelitian berlangsung,diataranya adalah :

a) Observasi (Pengamatan)

Tika (2005, hlm. 44) menyatakan bahwa observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena yang ada pada objek penelitian.

Observasi Lapangan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengamati langsung objek penelitian yaitu untuk melihat gambaran terkait wilayah penelitian, pengamatan langsung seperti pengambilan foto pada kegiatan Cimahi Maker Space Digital

Tabel 1.1 Tabel Observasi Lapangan

Point Observasi	Penjelasan Point Observasi	Metode Observasi Lapangan	Alat	Bentuk Dokumentasi
Kondisi Ekonomi Kreatif bidang digital aset di lapangan				
Kondisi UPTD Cimahi <i>Technopark</i> sebagai pelaksana program Cimahi <i>Makerspace digital templating</i>		Teknik Visualisasi	<ul style="list-style-type: none">• Kamera• Alat tulis	<ul style="list-style-type: none">• Foto• Video
Kondisi fasilitas penunjang yang diberikan oleh pemerintah Kota Cimahi				

Sumber : Hasil Peneliti 2022

b) Wawancara

Menurut Nasution (dalamTika, 2005, hlm. 40) wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian.

Wawancara kualitatif terjadi ketika peneliti menanyakan berbagai pertanyaan terbuka (*open-ended questions*) umum kepada seseorang partisipan atau lebih (Creswell, 2015). Wawancara dalam penelitian ini memilih *key informan* berdasarkan pengetahuannya terkait dengan Pemerintah Kota Cimahi melalui Perwakilan UPTD Cimahi *Technopark* sebagai penyelenggara program Cimahi *Makerspace Digital Templating*, akademisi yang turut membantu melancarkan program Cimahi *Makerspace Digital Templating*. Teknik pemilihan narasumber pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive* sampling merupakan teknik pengambilan informan kunci yang dianggap mengetahui informasi yang berkaitan dengan penelitian dan dapat merepresentasikan pihak yang dianggap mengetahui informasi mengenai penelitian (Widyastuti, 2016).

Dalam *purposive sampling* peneliti memilih individu dan tempat untuk mempelajari atau memahami fenomena sentral. Standar yang digunakan dalam memilih partisipan dan tempat adalah kaya akan informasi (Creswell, 2015). Dalam pemilihan narasumber penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dimana berdasarkan kriteria – kriteria tertentu yang telah ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Kemudian ada beberapa kriteria narasumber yang ditetapkan oleh peneliti yaitu:

1. Mampu menjelaskan secara terperinci apa itu program Cimahi *Makerspace Digital Templating*
2. Mengetahui Potensi dalam program Cimahi *Makerspace Digital Templating*.
3. Memahami mengenai pengembangan para pelaku ekonomi kreatif bidang digital asset di Kota Cimahi sehingga di buatlah program Cimahi *Makerspace Digital Templating* oleh pihak UPTD Cimahi *Technopark*.

Berdasarkan kriteria narasumber yang telah ditetapkan beberapa narasumber dalam penelitian ini yaitu berjumlah 8 orang : Kepala atau yang mewakili UPTD Cimahi *Technopark*, Penanggung jawab program Cimahi *Makerspace Digital Templating* , Akademisi yang terlibat dalam program Cimahi *Makerspace Digital Templating* dikawasan sains dan teknologi yang berada di Gedung UPTD Cimahi *Technopark* sebanyak dua orang, Pelaku program Cimahi *Makerspace Digital Templating* sebanyak empat orang dari berbagai studio.

Tabel 1.2 Topik dan Kriteria Narasumber

Metode	Narasumber	Topik	Kriteria
Wawancara	Penanggung Jawab Program Cimahi <i>Makerspace</i>	Target Pengembangan Program Cimahi <i>Makerspace</i> di Kota Cimahi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi Ekonomi Kreatif Digital Asset Templating di lapangan 2. Kondisi pertumbuhan pelaku digital kreatif asset Templating di lapangan 3. Karakteristik pelaku digital kreatif asset Templating 4. Kondisi fasilitas penunjang yang diberikan oleh pemerintah Kota Cimahi
	<ul style="list-style-type: none"> • Perwakilan UPTD Cimahi <i>Technopark</i> • Penanggung Jawab Program Cimahi <i>Technopark</i> • Akademisi yang terlibat dalam Program Cimahi <i>Technopark</i> 		

Sumber : Hasil Peneliti 2022

c) Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mencari data mengenai variabel yang berupa catatan, buku, foto, peta, dan lainnya yang berhubungan atau berkaitan dengan penelitian yang dapat menjadi sumber informasi lain dalam hal keperluan penelitian.

1.5.2.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dan berbagai sumber informasi yang diperoleh melalui penelusuran yang berasal dari berbagai kajian literatur dan dokumen terkait, melalui kegiatan studi kepustakaan dan studi dokumen yang dapat menerangkan berbagai masalah yang telah dijadikan obyek penelitian sebagai fungsi pendukung terhadap data primer.

Data sekunder dalam penelitian ini termasuk pada hal-hal yang diungkapkan oleh Sugiyono (2008: 137) bahwa “data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, dan dokumen perusahaan maupun instansi terkait”.

Pengumpulan data sekunder dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kondisi lingkungan eksternal dari industri kreatif bidang *Digital Templating* di Kota Cimahi. Identifikasi dilakukan untuk melihat kondisi lingkungan eksternal yang meliputi infrastruktur

fisik, infrastruktur penunjang *Digital Templating*, entrepreneurship, perangkat hukum, jaringan pemasaran, pembiayaan dan infrastruktur pendidikan.

Tabel 1.3 Checklist data Sekunder

No	Data yang dibutuhkan	Instansi	Bentuk data	Tahun	Lokasi
1	Data Jumlah studio yang berfokus pada <i>Digital Kreatif Templating</i> dikota Cimahi	Dinas Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil Dan Menengah, Dan Perindustrian Kota Cimahi (UPTD Cimahi <i>Technopark</i>)	<ul style="list-style-type: none"> • Kamera • Alat tulis 	<ul style="list-style-type: none"> • Foto • Video 	Jl. Baros Utama No.78, Leuwigajah, Kecamatan. Cimahi Selatan., Kota Cimahi, Jawa Barat 40532
2	Data pendapatan dari Industri kreatif pertahun				
3	Data Profil Industri kreatif di Kota Cimahi dan pertumbuhannya				
4	Data Program Cimahi <i>Makerspace Digital</i>				

1.5.3 Metode Analisis

Sebelum masuk ke pembahasan metode analisis, akan dijelaskan terlebih dahulu terkait variabel, indikator dan parameter yang digunakan dalam penelitian ini:

Tabel 1.4 Tabel Variabel Analisis

No	Sasaran	Variabel	Indikator
1	Teridentifikasinya Program Ekonomi Kreatif dalam bidang <i>Digital Asset Templating</i> pada Kawasan Sains dan Teknologi di Kota Cimahi	Studio	Jumlah Studio
		Pendapatan	Jumlah pendapatan studio per bulan
2	Teridentifikasinya potensi dari ekonomi kreatif bidang <i>digital templating</i> .	Peraturan	Dasar Hukum Kegiatan
		Visi Kota	Branding Kota

No	Sasaran	Variabel	Indikator
3	Teridentifikasinya pemetaan spasial dari pengembangan ekonomi kreatif bidang digital <i>templating</i> .	Lokasi kegiatan <i>Cimahi Makerspace Digital</i>	Kawasan Sains dan Teknologi

Setelah data terkumpul, selanjutnya untuk menjawab permasalahan yang sudah diidentifikasi sebelumnya dilakukan analisis data sebagai berikut. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistik parametris menurut Sugiono dijelaskan bahwa Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik atau menguji ukuran populasi melalui data sampel (Sugiono , 2017:150).

1.5.3.1 Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif dalam penelitian ini akan menggambarkan mengenai data dan variabel yang ada sehingga mudah dibaca dan dipahami oleh pihak-pihak yang berkepentingan. Deskripsi yang dilakukan dapat berupa tabel, diagram dan lainnya

Setelah melihat pada Teknik analisis dengan menggunakan teknik analisis diatas maka di gunakan lah metode analisis berupa :

1.5.4 Collaborative Planning

Perencanaan kolaboratif (*collaborative planning*) adalah proses pembuatan keputusan dimana berbagai pemangku kepentingan, yang melihat permasalahan dari berbagai sudut, duduk bersama untuk menggali perbedaan mereka secara konstruktif, kemudian mencari solusi, dan untuk mendapatkan lebih dari apa yang diperoleh jika hanya mencari solusi sendiri-sendiri. Perencanaan kolaboratif merupakan perencanaan berbasis komunikasi (rasionalitas komunikatif). Pemahaman tersebut diperoleh dari beberapa pendapat: bahwa perencanaan kolaboratif merupakan perencanaan yang berorientasi pada para pemangku kepentingan, melibatkan stakeholders (Healey, 2006; All mendingerdan Tewdwr-Jones, 2002) tidak dibatasi oleh tempat dan waktu (Graham and Healey, 1999), didasari oleh konsep *structuralist* dari Gidden dan *communicative action* dari Habermas (1984), sehingga

dalam prosesnya melibatkan proses komunikasi, dialog, dan transaktif (Graham dan Healey, 1999; Healey, 2006). Proses ini merupakan proses saling belajar antar pelaku, sehingga masing-masing mendapatkan pengetahuan akan permasalahan yang dihadapi melalui dialog yang terstruktur, yang pada akhirnya akan saling menguntungkan. (Sufianty, 2014)

1.5.4.1 Kolaborasi Quadruple Helix

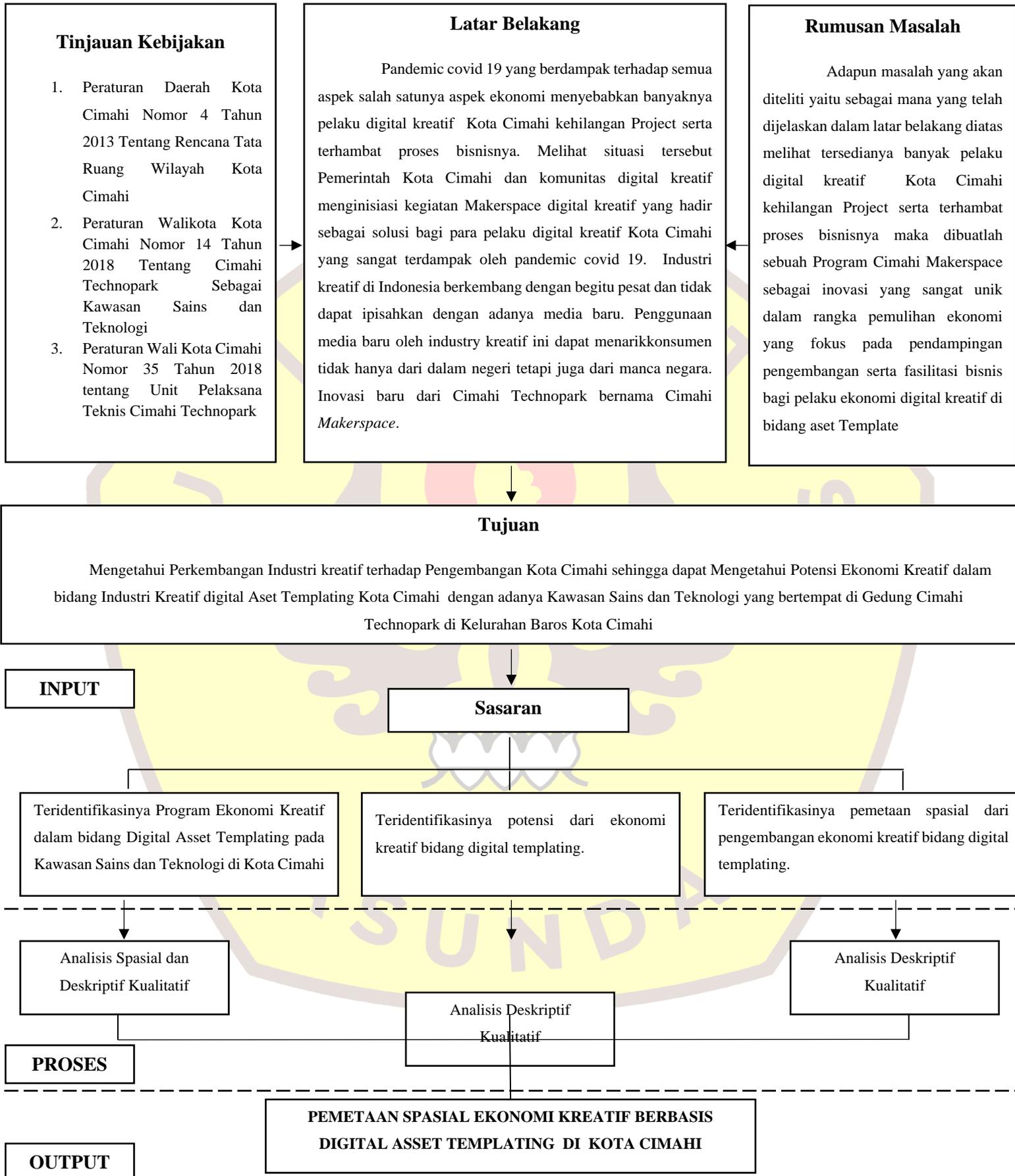
Quadruple Helix merupakan pilar utama yang berperan mendorong tumbuhnya industri kreatif yang meliputi empat aktor yaitu : *government, business, academia dan civil society*. Konsep Quadruple Helix merupakan pengembangan Triple Helix dengan mengintegrasikan *civil society* serta mengintegrasikan inovasi dan pengetahuan (Septriliya, 2018)

Quadruple Helix merupakan konsep kolaborasi pertama yang mengintegrasikan investasi publik yang relevan dan pentingnya kelengkapan antara perbedaan ekonomi, investasi dan kebijakan untuk mencapai keseimbangan pertumbuhan ekonomi (Afonso, Monteiro dan Thompson, 2010). Intellectuals, government, business dan civil society mengakui bahwa inovasi yang dilakukan oleh masyarakat secara kreatif dan inovatif dapat mendukung keberhasilan sebuah negara (Afonso, Monteiro dan Thompson, 2010).

Menurut (Septriliya, 2018) Dimana dapat diartikan bahwa *Quadruple Helix* adalah sebuah model inovasi kolaborasi yang mana terdiri dari Pemerintah, Akademisi, Sektor Bisnis dan Masyarakat untuk bekerja sama untuk menghasilkan sebuah inovasi. Dimana inovasi ini dianggap bermanfaat bagi mitra kerjasama tersebut; misalnya inovasi teknologi, sosial, produk, jasa (service), dan komersial ataupun nonkomersial.

Kolaborasi memainkan peranan penting dalam merumuskan pembagian tugas, wewenang dan tanggung jawab dalam organisasi, sekaligus melakukan jaringan hubungan kerja yang diperlukan oleh organisasi. Kolaborasi dibutuhkan setiap level organisasi, karena pada hakekatnya kolaborasi adalah suatu kerjasama. Kolaborasi dapat berlangsung dalam dua konteks, yaitu di dalam organisasi (internal organisasi), serta kerjasama eksternal organisasi atau interorganizational relations yang dilakukan beberapa organisasi (dua atau lebih). (Septriliya, 2018). Seperti dalam penerapan program *Cimahi Makerspace Digital Creative* mengadopsi konsep Kolaborasi *Quadruple Helix* dimana terdapat beberapa *stakeholder* diantaranya adalah akademisi, pemerintah, dan pelaku bisnis, dan komunitas.

1.6 Kerangka Pikir



1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan penulisan Proposal Metodologi dan Riset dengan judul Identifikasi Sektor Potensi Dalam Industri Kreatif Animasi Terhadap Perkembangan Ekonomi Kota Cimahi. ini meliputi:

BAB 1 PENDAHULUAN

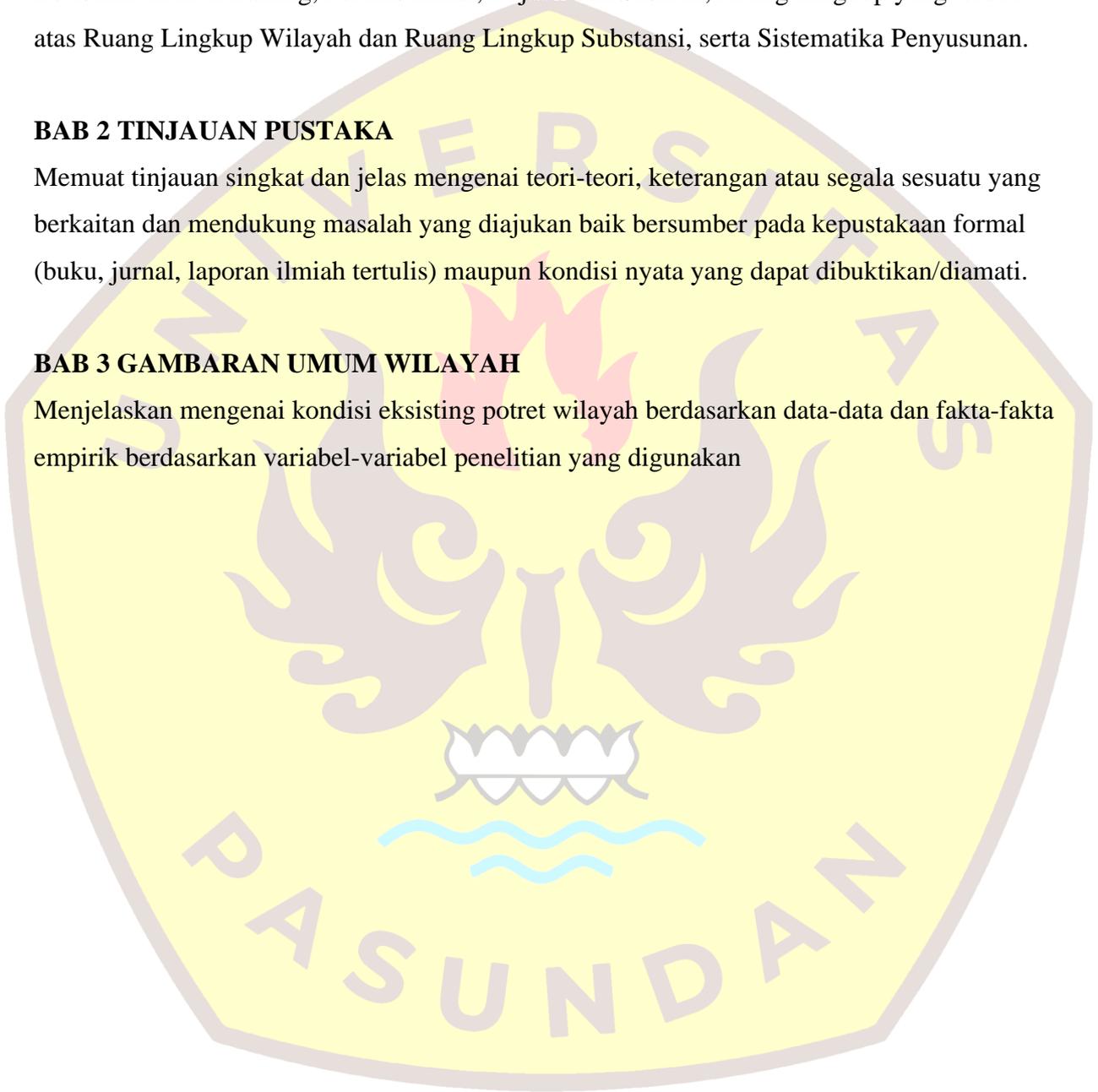
Berisikan Latar Balakang, Permasalahan, Tujuan dan Sasaran, Ruang Lingkup yang terdiri atas Ruang Lingkup Wilayah dan Ruang Lingkup Substansi, serta Sistematika Penyusunan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Memuat tinjauan singkat dan jelas mengenai teori-teori, keterangan atau segala sesuatu yang berkaitan dan mendukung masalah yang diajukan baik bersumber pada kepustakaan formal (buku, jurnal, laporan ilmiah tertulis) maupun kondisi nyata yang dapat dibuktikan/diamati.

BAB 3 GAMBARAN UMUM WILAYAH

Menjelaskan mengenai kondisi eksisting potret wilayah berdasarkan data-data dan fakta-fakta empirik berdasarkan variabel-variabel penelitian yang digunakan



Ambarwati, M. (2022). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual*.

Andre, J. C. (2019). System and Industrial Engineering Series. In *European University Institute* (Vol. 4, Issue 1). <https://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results>

Badan Perencanaan Pembangunan Nasional. (2014). Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019 - Buku I Agenda Pembangunan Nasional. *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024*, 313.

Bappenas. (2019). Rancangan Teknokratik Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020 - 2024 : Indonesia Berpenghasilan Menengah - Tinggi Yang Sejahtera, Adil, dan Berkesinambungan. *Kementerian PPN/ Bappenas*, 313. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Cimahi Technopark. (2022). *No Title*. Cimahi Technopark. <https://www.youtube.com/watch?v=dVqc80lhhbs&list=PL60IS4p84tBoulrVZ0bKGr6gf7fi-OF4c&index=1>

Deputi Bidang Koordinasi Ekonomi Kreatif; Kewirausahaan; dan Daya Saing Koperasi dan UKM. (2021). Laporan Kinerja Tahunan. In *Dialog* (Vol. 44, Issue 1, pp. i–Vi). <https://doi.org/10.47655/dialog.v44i1.470>

Devezas, T., Leitão, J., & Sarygulov, A. (2017). Industry 4.0: Entrepreneurship and Structural Change in the New Digital Landscape. In *Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics*.

Djarmiko, A., Syarifudin, D., Priyandoko, Z., Lisanti, M., & Diena, T. K. (2021). Development of Creative Handicrafts Industrial Zones in Rajapolah District, Tasikmalaya Regency: Spatial Recommendation for Village Areas. *Geosfera Indonesia*, 6(3), 398. <https://doi.org/10.19184/geosi.v6i3.27679>

Fedotova, G. V., Ushamirskaya, G. F., Sigidov, Y. I., Kuzmina, T. I., & Mandrik, N. V. (2020). Industry 4.0 as a new vector of growth and development of the knowledge economy. In *Advances in Intelligent Systems and Computing: Vol. 1100 AISC*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39319-9_9

Fradkin, A. (2020). The New Palgrave Dictionary of Economics. *The New Palgrave Dictionary of Economics*. <https://doi.org/10.1057/978-1-349-95121-5>

Freer, D. (2008). Microstock Photography. In *Microstock Photography*. <https://doi.org/10.4324/9780080560861>

Guizani, M. (2019). The industrial internet of things. In *IEEE Network* (Vol. 33, Issue 5). <https://doi.org/10.1109/MNET.2019.8863716>

Horton, J. J. (2021). The Ruble Collapse in an Online Marketplace: Some Lessons for Market Designers. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3834142>

Howkins, J. (2007). *The Creative Economy*. In *Penguin Press 2002* (Vol. 60, Issue 10 I).

Jeremy Aynsley -. (n.d.). *A Century of Graphic Design-Barron's Educational Series (2001)-Jeremy Aynsley -.pdf*.

Kanagachidambaresan, G. R. et. al. (2020). *Internet of Things for Industry 4.0 Design, Challenges and Solutions*.

Kemenparekraf, P. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*.
<https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif/statistik-ekonomi-kreatif-2020>

Kumar, A., & Gupta, D. (2020). Challenges Within the Industry 4.0 Setup. In *Advances in Science, Technology and Innovation*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-14544-6_11

Kunariyanti, D., & Yuwono, T. (2019). Inovasi Pemerintah Daerah Berbasis Kolaborasi, Bandung Creative City. *Journal of Politic and Government Studies*, 8(04), 231.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jpgs/issue/view/1339>

Landeta Echeberria, A. (2020). A Digital Framework for Industry 4.0. In *A Digital Framework for Industry 4.0*. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-60049-5>

Mackellar, L. (2016). Andrzej Klimczuk Economic Foundations for Creative Ageing Policy, Volume 1: Context and Considerations Palgrave Macmillan, 2015. 208 p. \$115.00. In *Population and Development Review* (Vol. 42, Issue 1). <https://doi.org/10.1111/j.1728-4457.2016.00117.x>

Monasa, N. I. (2018). *EKSISTENSI INDUSTRI KREATIF DI KOTA CIMAHI*.

Mulyadi, M. (2013). PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF SERTA PEMIKIRAN DASAR MENGGABUNGKANNYA. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>

Nambung Agami, S., Namis Responsi F Egali, D., Ve, C., Mandiri, P., Kabupaten, K. /, & Indonesia, K. (2018). *Profil Kota Infografis*.

Pemerintah Daerah Kota Cimahi. (2018). *Peraturan Wali Kota Cimahi tentang Cimahi Technopark sebagai Kawasan Sains dan Teknologi*.

Peraturan Wali Kota Cimahi tentang Unit Pelayanan Teknis Daerah Cimahi Techno Park, 1 (2018).

Pemerintah Kota Cimahi. (2017). *Rencana Strategis 2017-2022*.

Pramudya, M. A., Listanti, N. N., Handayani, R. T., Salsabil, S., Salsabila, S., Youliati, S., Subagyo, W., & Meliantika, V. (2021). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital Masyarakat Desa Kedung Pengawas. *Ejurnal.Ubharajaya.Ac.Id*, 1(1), 43–53.
<http://ejurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/komitmen/article/view/823>

Pusat Prestasi Nasional. (2022). *Pedoman Festival Inovasi dan Kewirausahaan Siswa*

Indonesia.

- Queiroz, M. M., & Wamba, S. F. (2022). Managing the Digital Transformation. In *Managing the Digital Transformation*. <https://doi.org/10.1201/9781003226468>
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2017 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Nomor 26 Tahun 2008 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional, Peraturan Pemerintah 75 (2017).
- Reynaldi, R. (2020). Bab II TINJAUAN UMUM CIMAH I TECHNOPARK. *Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253*.
- Rofaida, R., Suryana, Asti Nur Aryanti, & Yoga Perdana. (2020). Strategi Inovasi pada Industri Kreatif Digital: Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 8(3), 402–414*. <https://doi.org/10.33059/jmk.v8i3.1909>
- Rokhmat, D. F., & Paskarina, C. (2021). Analisis Inovasi Birokrasi Di Unit Pelaksana Teknis (Upt) Cimahi Techno Park. *Jurnal Caraka Prab u, 5(2), 141–162*. <https://doi.org/10.36859/jcp.v5i2.559>
- Romli, N. A. (2021). Implementasi Transformasi Branding Kota Cimahi Sebagai Kota Kreatif. *2010, 252–261*. <https://doi.org/10.32528/psneb.v0i0.5177>
- Roth, B. A. E. (2018). *Marketplaces , Markets , and Market Design †. 108(7), 1609–1658*.
- Rumiah, R., Muchtar, E. A., Tachjan, T., & Sumaryana, A. (2019). Progam Pengembangan Industri Kreatif Animasi Di Kota Cimahi. *Jurnal Administrasi Publik, 10(1), 1–8*. <https://doi.org/10.31506/jap.v10i1.5982>
- Rusdi, F., & Sukendro, G. G. (2018). Analisis Industri Kreatif Dalam Memanfaatkan Identitas Kota Melalui Media Baru. *Jurnal Komunikasi, 10(1), 95*. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i1.1221>
- Sari, P. P. (2018). Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Percepatan Berusaha Oleh Ekonomi Kreatif. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika, 7(3)*. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1824>
- Sekretariat Kabinet RI. (2002). Undang-undang Republik Indonesia Tahun 2002. *Undang-Undang Republik Indonesia Tahun 2002, 649*.
- Sepriliya, N. (2018). *Quadruple Helix Collaboration Pada Kawasan Cimahi Techno Park (CTP) Dalam Pengembangan Industri Kreatif Klaster Animasi di Kota Cimahi*.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, 3(1), 206–217*. <https://doi.org/10.47233/jitekssis.v3i1.212>
- Technopark, C. (2021). *Program Cimahi Makerspace Technopark*. <https://www.youtube.com/watch?v=dVqc80lhhs&list=PL60IS4p84tBoulrvZ0bKGr6gf7>

Tegar Insani, Azhar Fadholi, Ircham Mutaqin, Raihan Zein, & Dhanar Intan Surya Saputra. (2020). Industri Microstock sebagai Peluang Peningkatan Ekonomi Kreatif di Tengah Pandemi Covid-19. *JAMI: Jurnal Ahli Muda Indonesia*, 1(1), 46–54. <https://doi.org/10.46510/jami.v1i1.12>

UNCTAD. (2008). Creative Economy Report 2008. The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making. In *Harvard Business Review* (Vol. 8, Issue 9). http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf%5Cnhttp://www.oecd.org/dataoecd/35/56/2101733.pdf%5Cnhttp://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1595%5Cnhttp://www.isc.hbs.edu/Innov_9211.pdf

Warlina, L., Safariah, R., & Heryandi, A. (2019). Pengembangan Kawasan Industri Telematika Dalam Upaya Mendorong Daya Saing Regional (Kasus Kota Cimahi). *Tataloka*, 21(1), 63. <https://doi.org/10.14710/tataloka.21.1.63-74>

Yon Ade Lose Hermanto. (2020). Online Marketplace Characteristics for Freelance Designers. *KnE Social Sciences*, 2020, 345–356. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i4.649>

