

ANALISIS PENENTUAN IDE KELAYAKAN PERANCANGAN FASILITAS INDUSTRI KREATIF KOTA SURABAYA

Sheva Nanda Saputra¹, Darmansjah Tjahja Prakasa², Muhammad Faisal³

¹Arsitektur, , Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Surabaya, Indonesia

²Arsitektur, , Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Surabaya, Indonesia

³Arsitektur, , Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45, Surabaya, Indonesia

e-mail: 1442100048@surel.unTAG-SBY.ac.id¹

How to cite (in APA style):

Saputra, S.N., Prakasa, D.T., Faisal, M. (2025). Analisis Penentuan Ide Kelayakan Perancangan Fasilitas Industri Kreatif Kota Surabaya. *Undagi : Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa*. 13(1), pp.25-33.

ABSTRACT

Development of creative industry facilities for millennials, the younger generation, the general public as well as collaboration of actors for training, exhibitions, arts, festivals and creative markets from leading subsectors such as DKV, developer applications and games, culinary, performing arts, film, photography, music, fashion and crafts with the construction of creative industry facilities to unite actors and the creative community of the city of Surabaya. The grouping method of internal factors and external factors to produce a main idea of feasibility based on the grouping of s.w.o.t from the results of interviews, journals, mass media and legal aspects such as the Surabaya City RPJMD and the Surabaya City RTRW. The construction of creative industry facilities is a collaboration of actors and creative communities from various leading subsectors to increase the productivity of creative industry players who are globally competitive and contribute to the economy of the city of Surabaya.

Keywords: Facilities; Industry; Creative; City Of Surabaya

ABSTRAK

Pengembangan fasilitas industri kreatif bagi para milenial, generasi muda, masyarakat umum serta kolaborasi para pelaku untuk pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif dari subsektor unggulan seperti dkv, aplikasi pengembang dan game, kuliner, seni pertunjukan, film, fotografi, musik, fashion dan kriya dengan pembangunan fasilitas industri kreatif untuk menyatukan para pelaku dan komunitas kreatif kota surabaya. Metode pengelompokan dari faktor internal dan faktor eksternal untuk menghasilkan sebuah ide utama kelayakan berdasarkan pengelompokan s.w.o.t dari hasil wawancara, jurnal, media massa serta aspek legal seperti RPJMD Kota Surabaya dan RTRW Kota Surabaya. Pembangunan fasilitas industri kreatif sebagai kolaborasi pelaku dan komunitas kreatif dari berbagai subsektor unggulan untuk meningkatkan produktivitas pelaku industri kreatif yang berdaya saing global dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian kota surabaya.

Kata kunci: Fasilitas; Industri; Kreatif; Kota Surabaya

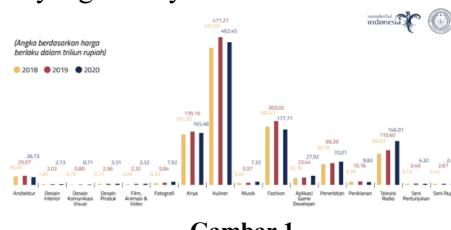
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Hasil dari **Survey Lapangan (Wawancara)** menyatakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perancangan industri kreatif Kota Surabaya. Jumlah pelaku ekonomi kreatif yang terdata pada pemerintah Kota Surabaya pada tahun 2023 yaitu sebanyak 569 unit usaha (**Strenght (S)1**). Surabaya sebagai kota terbesar

kedua di Indonesia memiliki akses mudah ke pasar nasional dan internasional (**Strenght (S)2**). Banyak generasi muda dengan talenta kreatif yang potensial di bidang desain, seni, musik hingga teknologi (**Strenght (S)3**). Pemerintah Kota Surabaya aktif mengembangkan program pemberdayaan untuk pelaku kreatif, seperti melalui acara pameran seni, festival dan pasar kreatif (**Strenght (S)4**). Surabaya memiliki universitas ternama dengan

jurus yang relevan seperti desain, seni rupa dan teknologi yang mendukung perkembangan SDM industri kreatif (**Strength (S)5**). Kelemahan pada industri kreatif Kota Surabaya tidak adanya fasilitas setara Bandung Creative Hub yang menyatukan komunitas kreatif,



Gambar 1

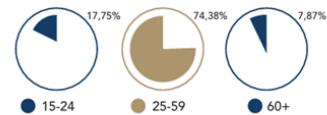
Data Penyumbang Terbesar Ekraf 2020
(Sumber : Infografis Data Statistik Indikator Makro Pariwisata, 2020)

pelaku bisnis dan pemerintah secara terstruktur (**Weakness (W)1**). Banyak pelaku kreatif mengalami kesulitan mendapatkan modal atau dukungan finansial yang memadai (**Weakness (W)2**). Produk lokal seringkali kurang dikenal karena kurangnya upaya promosi yang strategis dan terpadu (**Weakness (W)3**). Komunitas kreatif cenderung bekerja secara terpisah tanpa kolaborasi yang cukup, sehingga potensi pengembangan lebih lanjut terhambat (**Weakness (W)4**). Namun industri kreatif Kota Surabaya memiliki peluang dengan pemerintah Kota Surabaya mendukung pertumbuhan sektor industri kreatif dengan menyelenggarakan acara seperti Creative Community Day, menampilkan hasil karya dari berbagai subsektor seperti seni pertunjukan, film, musik, fashion dan kriya (**Opportunities (O)1**). Perkembangan e-commerce dan media sosial membuka peluang besar untuk memasarkan produk kreatif lokal secara global (**Opportunities (O)2**). Surabaya memiliki potensi pariwisata berbasis sejarah, seni dan budaya yang dapat dikemas menjadi produk kreatif (**Opportunities (O)3**). Peluang untuk kolaborasi antara sektor kreatif dengan sektor lainnya seperti teknologi, pendidikan dan pariwisata (**Opportunities (O)4**). Kebijakan pemerintah pusat seperti BEKRAF dan keberadaan platform internasional dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan dan peluang bisnis (**Opportunities (O)5**). Ancaman pada hasil wawancara lapangan menyatakan kota-kota seperti Bandung dan Yogyakarta sudah lebih maju dalam pengembangan industri kreatif, menciptakan persaingan ketat (**Threats (T)1**). Produk kreatif sering kali tergantung

pada tren, sehingga berisiko kehilangan relevansi jika tidak beradaptasi dengan cepat (**Threats (T)2**). Banyak masyarakat Surabaya yang lebih memilih produk luar dibandingkan mendukung produk kreatif lokal (**Threats (T)3**). Ketidakstabilan ekonomi dunia dapat memengaruhi daya beli dan permintaan terhadap produk kreatif (**Threats (T)4**).

Pada penelitian yang bersumber dari **Pustaka (Jurnal)** menyatakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri kreatif Kota Surabaya. Perkembangan Industri Kreatif yang mengalami kemajuan dari data Output Ekonomi Kreatif 2020, dengan kontribusi senilai 1,211 Triliun Rupiah (Sanusi ad all, 2021) (**Strength (S)1**). Surabaya sebagai pusat perdagangan, bisnis, industri, pendidikan dan pariwisata (Kusumowidagdo ad all, 2024) (**Strength (S)2**). Jumlah Pelaku Industri Kreatif Surabaya 142.438 unit usaha (Kusumowidagdo ad all, 2024) (**Strength (S)3**). Kolaborasi antar pelaku industri kreatif, lembaga kebudayaan, perguruan tinggi, dan pemerintah (Nisa Batrisiyah Afifa, 2023) (**Strength (S)4**). Status

Tenaga Kerja Ekraf 2019



Pola penduduk bekerja di sektor Ekonomi Kreatif 2019 sebagai besar penduduk bekerja tersebut berada pada kategori dewasa (25-59 tahun).

Gambar 2

Status Umur Tenaga Kerja Ekraf
(Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, 2020)

umur tenaga kerja Ekraf sebagian besar pada kategori dewasa (milenial) dan generasi sekarang (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020) (**Strength (S)5**). Adanya komunitas kreatif seperti Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI) chapter Surabaya, Surabaya Design Summit (SDS), dan Surabaya Creative Network (SCN) (Yosias ad all, 2020) (**Strength (S)6**). Tidak adanya kelemahan pada industri kreatif Kota Surabaya yang dinyatakan pada beberapa Pustaka (Jurnal). Kota Surabaya berpotensi pada subsektor unggulan yaitu kuliner, fashion dan kriya (Setiansyah ad all, 2020) (**Opportunities (O)1**).

Media Massa juga menyatakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada perancangan industri kreatif Kota Surabaya. Adanya komunitas kreatif yang mendukung terbentuknya kota kreatif (Qatrunnada Lestari, 2023) (**Strength (S)1**). Mengembangkan potensi anak muda dengan program pengembangan fasilitas berupa pusat ekonomi kreatif dan ekonomi digital (Bruriy Susanto, 2020) (**Strength (S)2**). Program pengembangan ekonomi kreatif pada bisnis start up terutama kalangan anak-anak muda yang dapat membantu pemulihhan ekonomi kota (Nuraini Faiq, 2021) (**Strength (S)3**). Meningkatkan dan memfasilitasi perkembangan kota sebagai pusat kreativitas sebagai lingkungan yang mendukung kreativitas, inovasi dan ekspresi budaya (Durroh Nafisah, 2023) (**Strength (S)4**). Banyak para pelaku dan komunitas kreatif yang masih bekerja secara individu (Qatrunnada Lestari, 2023) (**Weakness (W)1**). Belum tersedianya fasilitas yang menggabungkan beberapa subsektor yang akan signifikan untuk perekonomian Kota Surabaya (Lely Yuana, 2022) (**Weakness (W)2**). Ketua Industri Kreatif Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN), mengungkap permasalahan kualitas SDM, pengetahuan kewirausahaan, literasi digital dan akses permodalan (Sanusi, 2019) (**Weakness (W)3**). Surabaya menghadapi tantangan untuk menyediakan ruang-ruang kreatif bagi generasi muda (Moh Ali S, M, M, PSDM, 2023) (**Weakness (W)4**). Banyak startup kesulitan bersaing karena kurangnya modal, fasilitas dan edukasi mengenai industri kreatif (Sandhi Nurhartanto, 2021) (**Weakness (W)5**). Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) di Kota Surabaya yang sampai dengan tahun 2020 masih sangat banyak (Nuraini Faiq, 2021) (**Weakness (W)6**). Keterbatasan Sumber Daya dan Infrastruktur seperti ruang publik, studio seni dan fasilitas kreatif yang menjadi hambatan perkembangan industri kreatif Kota Surabaya (Durroh Nafisah, 2023) (**Weakness (W)7**). Kurangnya dukungan Pemerintah Surabaya dan kebijakan yang mendukung, hal ini dapat membatasi pertumbuhan industri kreatif (Durroh Nafisah, 2023) (**Weakness (W)8**). Perancangan industri kreatif Kota Surabaya memiliki peluang pada Menparekraf yang berkolaborasi dengan SCN menggelar Diskusi Urun Rembug Suroboyo pada 2022, untuk

mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Surabaya (Lely Yuana, 2022) (**Opportunities (O)1**). Event gelar karya dan apresiasi terhadap pelaku ekonomi kreatif Surabaya pada subsektor film, musik, seni pertunjukan, kuliner, fashion, kriya, fotografi pada acara Creative Community Day 2022 (Meilita Elaine, 2022) (**Opportunities (O)2**). Pengembangan industri kreatif dapat menciptakan peluang bagi talenta lokal untuk bersaing secara global pada sektor desain grafis, teknologi informasi dan industri kreatif lainnya (Moh Ali S, M, M, PSDM, 2023) (**Opportunities (O)3**). Pembangunan infrastruktur yang mendukung inovasi pada transformasi kreatif kota untuk memberdayakan seni, budaya lokal serta kolaborasi global (Moh Ali S, M, M, PSDM, 2023) (**Opportunities (O)4**). Kemenparekraf mengungkap tren ekonomi kreatif yang berkembang pesat pada 2024 meliputi, audio visual, mobile game, musik, dan kolaborasi antar subsektor (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2024) (**Opportunities (O)5**). Berbagai komunitas seni pertunjukan, musik dan film mengadakan festival dan acara seperti Locus menghubungkan komunitas industri kreatif dan masyarakat umum (Nisa Batrisiyah Afifa, 2023) (**Opportunities (O)6**). Meningkatkan infrastruktur Kota Surabaya untuk memfasilitasi pertumbuhan para pelaku industri kreatif (Nisa Batrisiyah Afifa, 2023) (**Opportunities (O)7**). Kota Surabaya memiliki aksebilitas dan pusat kota yang baik, namun perlu fasilitas pendukung seperti ruang co-working dan pusat kreatif (Nisa Batrisiyah Afifa, 2023) (**Opportunities (O)8**). Beberapa co-working seperti di ABJS dan Siola, belum cukup memberikan dukungan penuh pada beberapa subsektor industri kreatif Kota Surabaya (Nisa Batrisiyah Afifa, 2023) (**Opportunities (O)9**). Tidak adanya ancaman menurut media massa pada perancangan industri kreatif Kota Surabaya.

RPJMD Kota Surabaya 2016-2021 mengungkap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri kreatif Kota Surabaya. Kota Surabaya menjadi pusat penghubung perdagangan dan jasa antar pulau dan internasional dengan didukung pemerataan akses ke sumberdaya produktif, tata kelola pemerintahan yang baik, infrastruktur dan utilitas kota yang terpadu dan efisien serta mampu memantapkan pengembangan industri kreatif berdaya saing di pasar global (Bab V – 1) (Rismaharini ad all, 2016) (**Strength (S)1**). Meningkatkan pertumbuhan dan produktivitas pelaku sektor industri kreatif (Bab VII – 107) (Rismaharini ad all, 2016) (**Strength (S)2**). Tidak adanya kelemahan yang diungkap oleh RPJMD Kota Surabaya 2016-2021. Namun memiliki peluang yaitu Pemanfaatan fasilitas publik dalam pengembangan ekonomi kreatif masyarakat kota (Bab VI – 23) (Rismaharini ad all, 2016) (**Opportunities (O)1**). Program pemanfaatan rumah kreatif dan pengembangan usaha kreatif, Program legalisasi usaha kreatif, dan Program perkuatan permodalan usaha kreatif yang bertujuan untuk pengembangan industri kreatif (Bab VII – 64) (Rismaharini ad all, 2016) (**Opportunities (O)2**). Belum adanya ancaman pada industri kreatif Kota Surabaya menurut RPJMD Kota Surabaya 2016-2021.

RPJMD Kota Surabaya 2021-2026 juga mengungkap kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada industri kreatif Kota Surabaya. Terwujudnya kinerja industri kreatif yang ada dalam rangka memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian kota secara keseluruhan (Bab I – 21) ° (**Strength (S)1**). Terwujudnya kemampuan masyarakat untuk mengembangkan seni dan budaya lokal serta memantapkan pengembangan industri kreatif (Bab I – 22) ° (**Strength (S)2**). Kelemahan industri kreatif Kota Surabaya menurut RPJMD Kota Surabaya 2021-2026. Penurunan penyerapan tenaga kerja dan jumlah karyawan yang mengalami pemutusan hubungan kerja karena terdampaknya perekonomian Kota Surabaya, Indonesia dan ekonomi global. (Bab II – 31) (RPJMD Kota Surabaya, 2021) (**Weakness (W)1**).

Masih belum optimalnya kerjasama antar stakeholder bidang pariwisata dan ekonomi

kreatif (Bab IV - 10) (RPJMD Kota Surabaya, 2021) (**Weakness (W)2**). Perancangan industri kreatif Kota Surabaya juga memiliki peluang pada Pemerintah Kota Surabaya perlu mempersiapkan integrasi dan sinegritas antar sektor pariwisata dan industri kreatif dengan berbagai pelatihan dan kompetisi pada subsektor film, musik fotografi, seni pertunjukan, kuliner, fashion dan seni rupa yang



Gambar 2.14 Tingkat Pengangguran Terbuka Kota Surabaya, Jawa Timur dan Nasional Tahun 2016 – 2020

Sumber data: BPS Kota Surabaya, 2020

Gambar 1

Tingkat Pengangguran Terbuka Kota Surabaya, Jawa Timur dan Nasional Tahun 2016-2020
(Sumber : BPS Kota Surabaya, 2020)

dapat mendukung branding Kota Surabaya sebagai kota pariwisata (Bab VI – 20) (RPJMD Kota Surabaya, 2021) (**Opportunities (O)1**). Bangun pusat ekonomi kreatif dan ekonomi digital (Bab VI – 28) (RPJMD Kota Surabaya, 2021) (**Opportunities (O)2**). Pembangunan pusat pertumbuhan ekonomi baru yang dilakukan dengan infrastruktur yang ada dengan infrastruktur tambahan untuk mendukung pusat pertumbuhan baru agar aktivitas yang belum optimal perlu didorong untuk menciptakan kesejahteraan dan memajukan pemerataan ekonomi (Bab IV – 30) (RPJMD Kota Surabaya, 2021) (**Opportunities (O)3**). Belum adanya ancaman yang diungkap pada RPJMD Kota Surabaya 2021-2026.

RTRW Kota Surabaya Tahun 2014-2034 menjelaskan tentang kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperuntukkan pada perancangan industri kreatif Kota Surabaya. Pengembangan kawasan multi fungsi antara perkantoran, perdagangan dan jasa, fasilitas umum pada satu lokasi yang dilengkapi prasarana, sarana dan utilitas umum yang menjadi kewajiban pelaksana pembangunan yang sesuai dengan kriteria yang ditetapkan oleh Pemerintah Daerah (Hal 54) (Pemerintah Kota Surabaya, 2014) (**Strength (S)1**). Tidak

adanya kelemahan, peluang dan ancaman yang diungkap pada RTRW Kota Surabaya 2014-2034.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan langkah-langkah penelitian yang diambil dari Data Primer ; Survey Lapangan (Wawancara) dan Data Sekunder ; Pustaka (Jurnal), Media Massa, RPJMD Kota Surabaya dan RTRW Kota Surabaya.

Tahap pertama yaitu mengidentifikasi permasalahan pada lokasi dan pengumpulan data primer serta data sekunder, yang akan dijadikan dasar perancangan pusat industri kreatif Kota Surabaya dengan dikelompokkan menurut *Strength (S)*, *Weakness (W)*, *Opportunities (O)* dan *Threats (T)*.

Tahap kedua yaitu meringkas hasil data primer dan data sekunder, menjadi *Ifas (Internal Factors)* (*Strength (S)(+)* & *Weakness (W)(-)*) serta *Efas (External Factors)* (*Opportunities (O) (+)* & *Threats (T) (-)*). Akan diringkas dikecilkan kelompoknya lagi berdasarkan hasil pengumpulan data menurut (*S-O*) *AGGRESSIVE*, (*W-O*) *TURN AROUND*, (*S-T*) *DIVERSIFIKASI* dan (*W-T*) *DEFENSIF*.

Tahap ketiga menghasilkan sebuah ringkasan dari penggabungan dari metode hasil pengumpulan data menghasilkan poipin Ide Utama Proyek Perancangan yang akan dijadikan acuan untuk Identifikasi Masalah pada perancangan, Tujuan dan Sasaran Proyek perancangan dan juga Batasan pada Proyek perancangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *IFAS (Internal Factors) & EFAS (External Factors)*

Berdasarkan sumber-sumber yang telah dijelaskan akan diringkas dan dikelompokkan menjadi penentuan ide dari faktor internal dan faktor eksternal berdasarkan pengelompokan *S.W.O.T*.

- Pada *IFAS (Internal Factors)* menjelaskan tentang **Kekuatan (STRENGTH (S))**

(*S* (+)), Perkembangan industri kreatif yang terus meningkat dalam pertumbuhan dan produktivitas pelaku industri kreatif di Kota Surabaya (*Wawancara-S-1*) (*Jurnal-S-1*) (*RPJMD-S-2*). Surabaya sebagai pusat perdagangan, bisnis, industri, pendidikan dan pariwisata dengan didukung sumberdaya produktif, tata kelola pemerintah yang baik, infrastuktur kota yang terpadu dan efisien untuk pengembangan industri kreatif berdaya saing dipasar global (*Wawancara-S-2*) (*Jurnal-S-2*) (*RPJMD-S-1*). Banyak milenial dan generasi muda yang berpotensi di industri kreatif (*Wawancara-S-3*) (*Jurnal-S-5*).

Mengembangkan program untuk pelaku kreatif melalui acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif (*Wawancara-S-4*). Kolaborasi antar pelaku, komunitas industri kreatif, lembaga, perguruan tinggi dan pemerintah berperan penting dalam menyediakan tenaga kerja berkualitas untuk industri kreatif (*Jurnal-S-4*) (*Media Massa-S-1*). Pengembangan fasilitas pusat ekonomi kreatif (*Media Massa-S-2*) (*RTRW-S-1*). Terwujudnya kontribusi positif terhadap perekonomian kota dengan mengembangkan seni dan budaya lokal untuk pengembangan industri kreatif (*RPJMD-S-1-2*).

- Pada *IFAS (Internal Factors)* menjelaskan tentang **Kelemahan (WEAKNESS (W) (-))**, Tidak ada fasilitas yang menyatukan pelaku dan komunitas kreatif (*Wawancara-W-1*) (*Media Massa-W-2-4-5*). Para pelaku industri kreatif cenderung bekerja secara individu tanpa kolaborasi antar subsektor (*Wawancara-W-4*) (*Media Massa-W-1*) (*RPJMD-W-2*). Banyak pelaku industri kreatif yang bermasalah dalam kualitas SDM, pengetahuan dan akses permodalan (*Wawancara-W-2*) (*Media Massa-W-3*). Tingkat pengangguran yang tinggi akibat terdampaknya perekonomian Kota Surabaya (*Media Massa-W-6*) (*RPJMD-W-1*).

- Pada *EFAS (External Factors)* menjelaskan tentang **Peluang (OPPORTUNITIES (O) (+))**, Kota Surabaya mendukung industri kreatif dengan mengadakan acara dan festival serta berbagai pelatihan untuk menghubungkan komunitas industri kreatif dan masyarakat umum dari subsektor unggulan seperti DKV, aplikasi pengembang dan game, kuliner, seni

pertunjukan, film, fotografi, musik, fashion dan kriya (*Wawancara-O-1*) (*Jurnal-O-1-2*) (*Media Massa-O-1-2-4*) (*RPJMD-O-1*). Kolaborasi antar sektor kreatif dengan sektor lainnya seperti teknologi, pendidikan dan pariwisata (*Wawancara-O-4*). Meningkatkan infrastruktur Kota Surabaya untuk memfasilitasi para pelaku industri kreatif (*Jurnal-O-3-4*). Pengembangan dengan pembangunan fasilitas industri kreatif (*Media Massa-O-3*) (*RPJMD-O-2*) (*RPJMD-O-2-3*).

- Pada *EFAS (External Factors)* menjelaskan tentang **Ancaman (THREATS (T) (-))**, Kota-kota besar di Indonesia sudah lebih maju dalam pengembangan industri kreatif (*Wawancara-T-1*) (*Media Massa-T-1*).

B. Hasil *IFAS (Internal Factors) & EFAS (External Factors)*

- Berdasarkan *IFAS (Internal Factors)* dan *EFAS (External Factors)* akan diringkas dan dikelompokkan menjadi, (*STRENGHT (S) (+)* & *OPPORTUNITIES (O) (+)*) dengan sebutan **AGGRESSIVE** berisikan Perkembangan industri kreatif yang meningkat dalam produktivitas pelaku industri kreatif bagi para milenial, generasi muda, masyarakat umum serta kolaborasi antar pelaku, komunitas kreatif, lembaga, perguruan tinggi dan pemerintah melalui pengembangan fasilitas industri kreatif dengan meningkatkan infrastruktur kota Surabaya untuk pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif dari subsektor unggulan seperti DKV, aplikasi pengembang dan game, kuliner, seni pertunjukan, film, fotografi, musik, fashion dan kriya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota dengan memanfaatkan peluang yang ada yaitu pembangunan fasilitas industri kreatif yang sudah tertera pada RPJMD Kota Surabaya.

- Berdasarkan (*WEAKNESS (W) (-)* & *OPPORTUNITIES (O) (+)*) disebut dengan **TURN ARROUND** yang berisikan, Belum adanya fasilitas yang menyatukan para pelaku dan komunitas kreatif dengan memanfaatkan peluang meningkatkan infrastruktur Kota Surabaya melalui pengembangan dengan pembangunan fasilitas industri kreatif.

- Menurut (*STRENGHT (S) (+)* & *THREATS (T) (-)*) disebut **DIVERSIFIKASI**

yang berisikan, Meningkatkan produktivitas pelaku industri kreatif yang berdaya saing global bagi para milenial dan generasi muda serta kolaborasi antar pelaku, komunitas kreatif, lembaga, perguruan tinggi dan pemerintah melalui acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif melalui pengembangan fasilitas industri kreatif berkontribusi terhadap perekonomian kota agar dapat mengatasi persaingan industri kreatif kota-kota besar Indonesia yang lebih dulu maju dalam pengembangan industri kreatif.

- Pada (*WEAKNESS (W) (-)* & *THREATS (T) (-)*) disebut **DEFENSIF** yang berisikan, Adanya kendala serta menghindari ancaman adalah belum adanya fasilitas yang menyatukan pelaku dan komunitas kreatif seperti pada kota-kota besar Indonesia yang lebih maju dalam pengembangan industri kreatif.

C. Hasil **AGGRESSIVE, TURN ARROUND, DIVERSIFIKASI** dan **DEFENSIF**

Pengelompokan dari faktor internal dan faktor eksternal untuk menghasilkan sebuah ide utama kelayakan berdasarkan pengelompokan *S.W.O.T* dari hasil **Wawancara, Jurnal, Media Massa** serta Aspek Legal seperti **RPJMD Kota Surabaya** dan **RTRW Kota Surabaya**. Berdasarkan (**AGGRESSIVE-TURN ARROUND**) berisikan, Pengembangan fasilitas industri kreatif bagi para milenial, generasi muda, masyarakat umum serta kolaborasi para pelaku untuk pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif dari subsektor unggulan seperti DKV, aplikasi pengembang dan game, kuliner, seni pertunjukan, film, fotografi, musik, fashion dan kriya dengan pembangunan fasilitas industri kreatif untuk menyatukan para pelaku dan komunitas kreatif Kota Surabaya. Menurut (**DIVERSIFIKASI-DEFENSIF**) yang bertuliskan, Meningkatkan produktivitas pelaku industri kreatif yang berdaya saing global melalui pengembangan fasilitas industri kreatif berkontribusi terhadap perekonomian kota yang dapat menyatukan pelaku dan komunitas kreatif seperti pada kota-kota besar Indonesia yang lebih maju dalam pengembangan industri kreatif. Berdasarkan (**AGGRESSIVE-**

DIVERSIFIKASI) menjelaskan, Kolaborasi antar pelaku dan komunitas kreatif melalui pengembangan fasilitas industri kreatif dengan meningkatkan infrastruktur Kota Surabaya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota agar dapat mengatasi persaingan industri kreatif kota-kota besar Indonesia yang lebih dulu maju dalam pengembangan industri kreatif. Dari (**TURN ARROUND-DEFENSIF**) berisikan, Belum adanya fasilitas industri kreatif yang menyatukan para pelaku dan komunitas kreatif dengan solusi melalui pengembangan dengan pembangunan fasilitas industri kreatif.

D. Hasil Ide Utama

Hasil dari metode yang telah dilakukan pada pendahuluan akan menghasilkan Kesimpulan tentang **Ide Utama** yaitu **Pembangunan Fasilitas Industri Kreatif Sebagai Kolaborasi Pelaku Dan Komunitas Kreatif Dari Berbagai Subsektor Unggulan Untuk Meningkatkan Produktivitas Pelaku Industri Kreatif Yang Berdaya Saing Global Dan Memberikan Kontribusi Terhadap Perekonomian Kota Surabaya.**

E. Masalah Perancangan

• Identifikasi Masalah

Industri kreatif yang terus meningkat dalam pertumbuhan dan produktivitas pelaku industri kreatif di Kota Surabaya, dengan meningkatkan infrastruktur kota Surabaya untuk pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif dari subsektor unggulan seperti DKV, aplikasi pengembang dan game, kuliner, seni pertunjukan, film, fotografi, musik, fashion dan kriya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota dengan memanfaatkan peluang yang ada.

Kota Surabaya belum memiliki fasilitas yang menyatukan para pelaku dan komunitas kreatif yang dapat mengatasi persaingan industri kreatif kota-kota besar Indonesia yang lebih dulu maju dalam pengembangan industri kreatif.

Harapan Kota Surabaya pada RPJMD dan RTRW Kota Surabaya untuk mewujudkan pengembangan industri kreatif pada pasar global, meningkatkan pertumbuhan produktivitas pelaku industri kreatif, kerjasama antar stakeholder serta membangun pusat industri kreatif pada kawasan multifungsi dan

telah ditetapkan oleh Pemerintah Kota Surabaya dan didukung adanya potensi dan peluang yang ada.

• Rumusan Masalah

1. Bagaimana rancangan fasilitas industri kreatif yang dapat meningkatkan pertumbuhan dan produktivitas pelaku industri kreatif Kota Surabaya untuk sebuah pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif pada subsektor kreatif Kota Surabaya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota serta dapat menyatukan para pelaku industri kreatif untuk mengatasi persaingan industri kreatif pada kota-kota besar yang lebih maju?
2. Bagaimana rancangan fasilitas pengembangan industri kreatif dapat mewujudkan harapan RPJMD, RTRW dan Pemerintah Kota Surabaya pada pasar global dengan kerjasama antar stakeholder, serta membangun industri kreatif pada kawasan multi fungsi yang didukung oleh potensi dan peluang yang ada?

F. Tujuan dan Sasaran Proyek

Mengupayakan sebuah rancangan fasilitas industri kreatif di Kota Surabaya, sebagai pertumbuhan dan produktivitas pelaku industri kreatif Kota Surabaya untuk sebuah pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif pada subsektor kreatif Kota Surabaya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota serta dapat menyatukan para pelaku industri kreatif dalam pengembangan industri kreatif serta perwujudan harapan Pemerintah Kota Surabaya pada pasar global dengan kerjasama antar stakeholder, serta membangun fasilitas industri kreatif pada kawasan multi fungsi.

G. Batasan Proyek

Proyek pembangunan berupa Fasilitas Industri Kreatif di Kota Surabaya yang mewadahi pertumbuhan dan produktivitas pelaku industri kreatif Kota Surabaya berfungsi sebagai tempat pelatihan, acara pameran, seni, festival dan pasar kreatif pada subsektor kreatif Kota Surabaya yang berkontribusi terhadap perekonomian kota serta dapat menyatukan para pelaku industri kreatif dalam pengembangan industri kreatif pada pasar global dengan kerjasama antar stakeholder.

Berdasarkan hasil dari identifikasi masalah dan rumusan masalah tentang perancangan fasilitas industri kreatif Kota Surabaya, subsektor kreatif akan dikelompokkan menurut sektornya masing-masing :

1. Sektor Digital :

- Desain Komunikasi Visual (DKV)
- Aplikasi Pengembang dan Permainan atau Game

- Film

- Fotografi

2. Sektor Kuliner :

- Kuliner

3. Sektor Manual :

- Fashion

- Kriya

4. Sektor Pertunjukan :

- Seni Pertunjukan

- Musik

Hasil dari Analisis Penentuan Ide Utama yaitu Perancangan Pembangunan Fasilitas Industri Kreatif Sebagai Kolaborasi Pelaku Dan Komunitas Kreatif Dari Berbagai Subsektor Unggulan Untuk Meningkatkan Produktivitas Pelaku Industri Kreatif Yang Berdaya Saing Global Dan Memberikan Kontribusi Terhadap Perekonomian Kota Surabaya.

SIMPULAN

Dengan begitu pengertian hasil ide utama “Perancangan Fasilitas Industri Kreatif Kota Surabaya” adalah perancangan sebuah fasilitas yang berfungsi sebagai kebutuhan untuk aktivitas industri kreatif yang berfokus pada memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu menciptakan lingkungan kreatif pada Kota Surabaya yang menjadi pusat kegiatan ekonomi, keuangan, dan bisnis di daerah Jawa Timur dan Indonesia bagian timur.

UCAPAN TERIMA KASIH

Pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak yang bersangkutan dalam penentuan ide utama pada perancangan industri kreatif, serta ucapan terima kasih kepada kedua dosen pembimbing saya Bapak Dr. Ar. Darmansjah Tjahja Perkasa, ST., MT., IPM., ASEAN Eng., IAI dan Bapak Ir.

Muhammad Faisal, MT. atas bimbingannya selama pengerajan karya ilmiah dari awal hingga akhir.

DAFTAR PUSTAKA

Astrid Kusumowidagdo, Lusi Zafriana, Rahaju Saraswati, and Janet Rine Teowarang, ‘Evaluasi Industri Kreatif Di Surabaya’, *Journal Community Service Consortium*, 4.1 (2024), pp. 1–12, doi:10.37715/consortium.v4i1.4687

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif, *Statistik Ekonomi Kreatif 2020, Pusat Data Dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*, 2020 <www.kemenparekraf.go.id>

Pemerintah Kota Surabaya, ‘Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 12 Tahun 2014 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Surabaya Tahun 2014-2034’, *Pemerintah Kota Surabaya*, 1965 (2014), pp. 1–173

Polimpung, Yosias, Hizkia, ‘Laporan Riset Pemetaan Industri & Bisnis Kreatif di Surabaya’, 1 (2020), pp. 1–33

Rismaharini, Tri, ‘Lampiran Peraturan Daerah Kota Surabaya Nomor 10 Tahun 2016 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Surabaya Tahun 2016-2021’, *Pemda Surabaya*, 2025 (2016), pp. 315–16 <jdih.surabaya.go.id/peraturan/2850>

RPJMD Kota Surabaya, ‘Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Tahun 2021-2026’, *Pemerintah Kota Surabaya*, 2021, pp. 1–563 <chrome-extension://efaidnbmnnibpcajpcglclefin-dmkaj/https://bappedalitbang.surabaya.go.id/images/File Upload/RPJMD 2021-2026.pdf>

Sanusi, and Rina Paramida, ‘Industri Kreatif’, *Manajemen Industri Kreatif*, 5.1 (2021), p. 125

Setiansyah, Novan Bachtiar, Rizky Deco Praha,
Syafrida Razak, Joko Bramantyo, Nurhani
Yatimah Ismayanti, and Tempo Institute,
'Infografis Data Statistik Indikator Makro
Pariwisata &', 2020, p. 49