

URAIAN SINGKAT
BELANJA JASA KONSULTANSI PENYUSUNAN LAPORAN
MONEV KONTRIBUSI EKONOMI KREATIF TERHADAP PDRB

1. Latar Belakang

A. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah konsep perekonomian di era ekonomi baru yang menginvestasikan informasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif mengedepankan ide dan berbagai pengetahuan dari sumber daya manusia itu sendiri. Ekonomi kreatif berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Pengembangan Ekonomi Kreatif mengisyaratkan adanya ide – ide kreatif berasal dari insan kreatif sehingga mampu menghasilkan produk kreatif yang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat. Era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan pada ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai aktor utama dalam kegiatan ekonomi. Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai kebijakan yang berupaya mendorong pertumbuhan baru melalui operasi ekonomi yang merangsang kreativitas, konvergensi pengetahuan dan teknologi ilmiah berdasarkan program pendidikan. Ekonomi kreatif memberikan konsekuensinya dalam menciptakan pasar dan lapangan kerja baru (Fathurahman dan Huseini, 2018; Hawkins, 2007; Schiray dkk., 2017; Sung, 2015).

Ekonomi kreatif memfokuskan pada menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Ekonomi kreatif dapat mendukung pembangunan ekonomi dan juga inovasi berdasarkan potensi daerah atau kota yang kemudian disebut sebagai smart city meliputi urbanisasi, perencanaan dan kreativitas (Scott, 1997; Landry, 1995; Lazzeretti dan Francesco, 2016). Ekonomi kreatif merupakan kebijakan yang bertujuan untuk menghasilkan pertumbuhan baru melalui operasi ekonomi yang mendorong kreativitas, konvergensi ilmu pengetahuan dan teknologi mutakhir berdasarkan pembelajaran yang terkoordinasi, sehingga menciptakan pasar baru dan lapangan kerja baru (Sung, 2015). Keberhasilan pembangunan ekonomi kreatif adalah pentingnya menghubungkan penelitian dan strategi untuk mengukur dampak ekonomi dari kreativitas dengan tujuan kebijakan yang realistis, nyata, dan praktis (Tepper, 2002). Pelaku, komunitas dan pemerintah berkolaborasi untuk mengembangkan aset berbasis ide/kreativitas. Pelaku usaha

menggunakan kekuatan mereka dengan berbagi atau menggunakan kekayaan intelektual yang dimiliki menjadikan inovasi untuk daya saingnya. Di era saat ini aliran informasi bebas untuk diakses oleh masyarakat luas. Kemudahan dalam mendapatkan informasi merupakan input penting bagi pengembangan ekonomi kreatif. Investasi modal dan kreatifitas bergerak dari manufaktur tradisional ke industri berbasis pengetahuan. Ekonomi kreatif yang muncul merupakan sumber utama pertumbuhan ekonomi di masa depan dan potensi lapangan kerjanya yang tidak diragukan lagi.

Perkembangan ekonomi kreatif telah menunjukkan kontribusinya dalam mendorong peningkatan kesejahteraan pelakunya dan memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Ekonomi kreatif yang bersumber dari seni budaya dan kebudayaan lokal menjadi modal yang bisa dioptimalkan sebagai penggerak ekonomi kreatif di daerah. Kekuatan intelektual, seni budaya lokal dan teknologi akan mampu menciptakan potensi ekonomi yang besar. Seni budaya mejadi pendorong suatu daerah sebagai daya tarik yang memiliki ciri khas yang berbeda dengan daerah lainnya. Ekonomi kreatif yang berbasis pada kebudayaan dan kekayaan budaya lokal memiliki potensi untuk dikembangkan karena mampu menjadi ikon bagi suatu daerah.

Ekonomi kreatif terus memberikan kontribusi yang menjanjikan bagi Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Pemerintah menargetkan nilai ekspor ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2022 dapat mencapai US\$ 25,14 miliar lebih tinggi pada 2021 mencapai 6,98 persen atau dengan nilai Rp1.134 triliun (US\$ 23,90 miliar). Jika dibandingkan tahun 2020 memberikan sumbangan Rp. 1.100 triliun terjadi pertumbuhan dari tahun. Pandangan optimis ini juga terlihat dari perkembangan PDB di sektor pariwisata Indonesia berada di angka 4,2 persen pada 2021 dan tumbuh menjadi 4,3 persen di 2022. Nilai ekspor ekonomi kreatif Indonesia juga menunjukkan pertumbuhan, dari tahun 2021 dengan 20,58 miliar USD, menjadi 21,28 miliar USD sesuai target 2022. Dalam pengembangan ekonomi kreatif Kota Surakarta khususnya memperhatikan perkembangan dan perubahan kondisi saat ini. Pengetahuan menjadi *trigger* dalam melakukan inovasi. Kepemilikan pengetahuan yang digunakan untuk pengembangan produk baik secara *incremental* maupun inovasi radikal akan meningkatkan daya saing dari pelaku ekonomi kreatif.

Perubahan cara pemasaran untuk mendukung sektor pariwisata perlu mendapatkan perhatian dan penyesuaian dalam promosi.

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengedepankan konsep padat karya dengan kemampuan kreativitas yang diterapkan dalam produk inovatif, artinya sektor ini mengedepankan faktor produksi yang berasal dari tenaga kerja manusia yang memiliki kreativitas yang diimplementasikan menjadi produk kreatif. Sektor ini mampu menyerap lebih banyak tenaga kerja khususnya tenaga kerja muda sehingga mampu menekan angka pengangguran. Terlebih sektor ekonomi kreatif sebagian besar didominasi oleh unit Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang tentunya memiliki kemampuan dalam menyerap tenaga kerja dengan skala yang besar. Selain itu kontribusi ekonomi kreatif mampu mendorong pada peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup. Dari sisi iklim usaha ekonomi kreatif mampu menciptakan daya saing dan *sharing* ekonomi serta nilai tambah. Perannya dalam menghadirkan citra dan karakteristik daerah, ekonomi kreatif menjadikan ikon dan identitas karakteristik yang unik.

Salah satu indikator keberhasilan pelaksanaan pembangunan yang dapat dijadikan tolok ukur secara makro adalah pertumbuhan ekonomi yang dicerminkan dari perubahan PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) dalam suatu daerah. PDRB didefinisikan sebagai jumlah nilai tambah yang dihasilkan oleh seluruh unit usaha dalam suatu wilayah, atau merupakan jumlah seluruh nilai barang dan jasa akhir yang di hasilkan oleh seluruh unit ekonomi di suatu wilayah. Semakin tinggi pertumbuhan ekonomi suatu wilayah menandakan semakin baik kegiatan ekonomi daerah. Pertumbuhan ekonomi daerah tersebut ditunjukkan dari laju pertumbuhan PDRB atas dasar harga konstan (Todaro & Smith, 2008). Dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat berarti produksi dari jenis jasa maupun barang yang dihasilkan juga meningkat, dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah banyak. Sehingga pengangguran berkurang dan kemiskinan yang semakin menurun. Pemerintah melalui Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional mengatakan bahwa bahwa perencanaan pembangunan nasional maupun regional merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan mengikuti pola tertentu berdasar hasil dokumen yang cermat terhadap situasi dan kondisi bagus. Pembangunan yang bersifat menyeluruh dan tuntas perlu dilakukan, sehingga sasaran pembangunan yang optimal dapat

tercapai. Akan tetapi, kemampuan setiap daerah dalam pembangunan berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh pengaruh baik secara langsung maupun tidak langsung. perencanaan pembangunan nasional maupun regional merupakan kegiatan yang berlangsung terus menerus dan berkesinambungan mengikuti pola tertentu berdasar hasil dokumen yang cermat terhadap situasi dan kondisi bagus. Pembangunan yang bersifat menyeluruh dan tuntas perlu dilakukan, sehingga sasaran pembangunan yang optimal dapat tercapai.

Sejalan dengan pengembangan ekonomi kreatif nasional, subsektor ekonomi kreatif di Kota Surakarta merupakan salah satu prioritas untuk dikembangkan. Kota Surakarta memiliki modal Ekonomi kreatif yang sangat potensial untuk dikembangkan. Untuk melihat perkembangan dari pembangunan khususnya ekonomi kreatif perlu dilihat kontribusinya terhadap PDRB. Kota Surakarta berkepentingan untuk mendapatkan informasi yang komprehensif tentang perkembangan ekonomi kreatif diantaranya: 1) Sebaran pelaku usaha dan tempat usaha kreatif, 2) Serapan tenaga kerja, 3) Jenis inovasi dan TKT yang sudah dimiliki, 4) Rantai pasok dan rantai nilai dari produk kreatif. 5) Nilai tambah yang diciptakan dari aktivitas kreatif. Saat ini Pemerintah Kota Surakarta sedang menyusun basis data termutakhir tentang sebaran pelaku ekonomi kreatif dan kontribusinya terhadap PDRB Kota Surakarta. Dokumen ini akan menganalisis tentang perkembangan usaha kreatif Kota Surakarta. Selain itu, dokumen ini bertujuan untuk mengidentifikasi sebaran pelaku usaha dari 4 (empat) prioritas subsektor ekonomi kreatif yaitu subsektor seni pertunjukkan, subsektor fesyen, subsektor kuliner dan subsektor kriya namun tidak ketinggalan pula subsektor ekonomi kreatif lainnya yang terdampak dari ke-4 subsektor prioritas tersebut. Dokumen ini akan memberikan informasi tentang *supply chain* dan *value chain* dalam aktivitas bisnis serta mengukur *value added* yang berkontribusi terhadap perekonomian Kota Surakarta.

B. KERANGKA KERJA

1. Cetak Biru (*Blueprint*) Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2025

Tonggak pengembangan ekonomi kreatif Indonesia diinisiasi pada tahun 2017 melalui Peta Jalan (Selanjutnya disebut dengan *Blueprint*) Ekonomi Kreatif Indonesia dengan tajuk “*Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*” oleh Kementerian Pariwisata

dan Ekonomi Kreatif. Ekonomi kreatif pada saat itu dinilai memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sektor penggerak yang dapat mewujudkan “Indonesia yang mandiri, maju, adil dan makmur” sesuai dengan visi pembangunan Indonesia hingga 2025 mendatang.

Blueprint Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2025 mengangkat 7 (tujuh) isu strategis yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif meliputi:

- a) Ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang profesional dan kompetitif;
- b) Ketersediaan bahan baku yang berkualitas, beragam, dan kompetitif;
- c) Pengembangan industri yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam;
- d) Ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif;
- e) Perluasan pasar bagi karya kreatif
- f) ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif;
- g) kelembagaan dan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan isu-isu strategis yang telah diidentifikasi berdasarkan kondisi internal dan eksternal pengembangan ekonomi kreatif nasional, ditetapkan bahwa visi pengembangan ekonomi kreatif hingga 2025 mendatang adalah menjadikan:

“Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Terciptanya Indonesia yang Berdaya Saing dan Masyarakat Berkualitas Hidup”

Untuk mencapai Visi menjadikan ekonomi kreatif sebagai penggerak terciptanya Indonesia yang berdaya saing dan masyarakat berkualitas hidup, maka disusun misi meliputi:

- a) Mengoptimalkan pengembangan dan pelestarian sumber daya lokal yang berdaya saing, dinamis dan berkelanjutan;
- b) Mengembangkan industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, beragam, dan berkualitas; dan
- c) Mengembangkan lingkungan yang kondusif yang mengarusutamakan kreativitas dalam pembangunan nasional dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan.

2. Rencana Strategis Kemenparekraf/ Baparekraf 2020-2024

Rencana Strategis Kemenparekraf/Baparekraf 2020-2024 disusun secara selaras dan mendukung visi presiden Republik Indonesia, yaitu “Terwujudnya Indonesia Maju yang Berdaulat, Mandiri dan Berkepribadian Berlandaskan Gotong Royong”. Penyelarasan ini yang dijadikan landasan Visi Kemenparekraf/

Baparekraf yaitu:

“Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia yang Maju, Berdaya Saing, Berkelanjutan, serta Mengedepankan Kearifan Lokal”

Visi tersebut sejalan dengan *Blueprint* Ekonomi Kreatif Tahun 2025. Guna mendukung Visi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Oleh karena itu, dalam upaya melaksanakan Visi tersebut maka diusung misi bahwa “Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah memperkokoh struktur ekonomi nasional yang produktif, mandiri dan berdaya saing melalui optimasi pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif”.

Berdasarkan visi dan misi Presiden Republik Indonesia yang secara otomatis menjadi visi dan misi Kemenparekraf/ Baparekraf khususnya bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, maka ditentukan tujuan strategis (*strategic goals*) Kemenparekraf/ Baparekraf.

Tujuan ini menjadi tujuan akhir pembangunan nasional bidang pariwisata dan ekonomi kreatif dalam menyukseskan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020-2024. Tujuan Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020-2024 adalah “Meningkatnya kontribusi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terhadap ketahanan ekonomi nasional”. Pencapaian tujuan ini diukur melalui 3 (tiga) indikator, yaitu:

- a) Nilai devisa pariwisata;
- b) Kontribusi PDB Pariwisata; dan
- c) Nilai ekspor produk ekonomi kreatif.

3. Peta Jalan Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi kreatif ini merupakan rencana pembangunan ekonomi yang merupakan bagian dari dokumen perencanaan pembangunan Kota Surakarta yang akan menjadi acuan bagi Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan pemerintah Kota Surakarta dalam menyusun rencana pembangunan, baik rencana pembangunan jangka menengah maupun perencanaan tahunan, diantaranya RPJMD, RKPD, Rencana Strategis OPD, dan Rencana Kerja OPD. Rencana Aksi Daerah pengembangan ekonomi kreatif Kota Surakarta tertuang dalam 10 prinsip kota kreatif yang digunakan sebagai acuan bagi stakeholder dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Kota Surakarta. Peran pemerintah daerah, cendekiawan dan masyarakat tersebut

saling melengkapi untuk mendorong tumbuhnya aspirasi dan kontribusi serta usaha-usaha masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kota Surakarta sehingga mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Peta jalan dan rencana aksi pengembangan ekraf adalah amanat Perpres tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf). Kedua regulasi ini membuka jalan bagi ekraf untuk dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Undang - undang Ekonomi kreatif mengatur dimasukkannya Rencana Induk Ekonomi Kreatif dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional dan pedoman dokumen perencanaan daerah.

4. Rantai Pasok

Rantai Pasok yaitu sebuah sistem organisasi yang didalamnya terdapat peran serta melakukan berbagai macam kegiatan, yang meliputi informasi, dana, dan sumber daya lainnya yang saling terkait dalam pergerakan suatu produk atau jasa dari pemasok ke konsumen atau pelanggan (Putradi, 2017). Menurut (Radhi & Hariningsih, 2019) rantai pasokan merupakan jaringan fisiknya, yaitu semua perusahaan yang berperan dalam memasok bahan baku, memproduksi barang, hingga mengirimkannya ke konsumen/ pengguna akhir. Berdasarkan pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa Rantai Pasok (Supply Chain) adalah suatu sistem jaringan kerja yang didalamnya terdapat berbagai kegiatan mulai dari memasok bahan baku sampai mengirimnya ke pelanggan atau konsumen akhir.

Menurut P. Tyagi (2014) *supply chain* adalah suatu sistem tempat organisasi menyalurkan barang produksi dan jasanya kepada pelanggannya. Rantai ini juga merupakan jaringan atau jejaring dari berbagai organisasi yang saling berhubungan yang mempunyai tujuan yang sama, yaitu sebaik mungkin menyelenggarakan pengadaan dan penyaluran barang tersebut. Sedangkan menurut Schroeder (2007, 189), *supply chain* adalah serangkaian dari proses bisnis dan informasi yang menyediakan produk atau jasa dari suplier ke perusahaan dan mendistribusikannya ke konsumen.

Supply chain atau rantai pasok adalah serangkaian jaringan perusahaan – perusahaan yang bekerja sama dalam menciptakan dan menghantarkan suatu produk ke tangan pemakai akhir. Perusahaan –

perusahaan tersebut biasanya termasuk supplier, pabrik, distributor, toko atau ritel, serta perusahaan – perusahaan pendukung seperti perusahaan jasa logistik (Pujawan; 2010: 5). Selain itu Chopra dan Meindl (2013: 13) berpendapat bahwa rantai pasok terdiri dari semua pihak yang terlibat untuk memenuhi permintaan pelanggan dan menghasilkan keuntungan. Rantai pasok terdiri dari produsen, pemasok, pengangkutan, pergudangan, pengecer dan pelanggan itu sendiri. Rantai pasok memiliki sifat yang dinamis namun melibatkan tiga aliran yang konstan, yaitu aliran informasi, produk dan uang. Berdasarkan Stevenson dan Chuong (2014:130), supply chain atau rantai pasok adalah urutan fasilitas, fungsi dan aktivitas yang terlibat dalam produksi dan pengiriman suatu produk atau jasa.

5. Analisis Rantai Nilai

“Value chain analysis (VCA) adalah proses di mana perusahaan mengidentifikasi aktivitas utama dan pendukungnya yang menambah nilai pada produk akhirnya dan kemudian menganalisis aktivitas ini untuk mengurangi biaya atau meningkatkan diferensiasi. VCA adalah alat strategi yang digunakan untuk menganalisis aktivitas internal perusahaan. Tujuannya adalah untuk mengenali, kegiatan mana yang paling berharga (yaitu sumber biaya atau keunggulan diferensiasi) bagi perusahaan dan mana yang dapat ditingkatkan untuk memberikan keunggulan kompetitif. Rantai nilai menggambarkan rangkaian lengkap aktivitas yang diperlukan untuk menghadirkan produk atau layanan mulai dari konsep/ide, melalui fase produksi yang berbeda (melibatkan kombinasi transformasi fisik dan masukan dari berbagai layanan produsen), pengiriman ke konsumen akhir. Meskipun sering digambarkan sebagai rantai vertikal, hubungan intra-rantai paling sering bersifat dua arah misalnya, agen desain khusus tidak hanya memengaruhi sifat proses produksi dan pemasaran, tetapi pada gilirannya dipengaruhi oleh kendala dalam hal jaringan hilir dalam rantai suplai.

6. Nilai Tambah

Nilai tambah berawal dari proses kreativitas dalam berpikir. Hasil dari kreativitas berfikir ditransformasikan ke dalam bentuk inovasi untuk menciptakan nilai pada setiap rantainya. Nilai tambah yang dihasilkan pada setiap rantai nilai dapat diukur baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Secara kuantitatif, nilai tambah dapat

diukur dari selisih atau perbedaan. Sementara secara kualitatif, nilai tambah dapat diukur dengan menggunakan karakter nilai tambah yaitu pembaharuan, kegunaan, dan kemudahan untuk dipahami (Suryana, 2012). Proses pembentukan nilai tambah dapat diimplementasikan pada setiap rantai nilai ekonomi kreatif. Untuk meningkatkan nilai tambah dan peluang dapat mengembangkan dengan model penciptaan diantaranya:

- a) Model Penciptaan Nilai dengan Kreasi atau Gagasan
- b) Model Penciptaan Nilai melalui Produksi
- c) Model Penciptaan Nilai melalui Distribusi
- d) Model Penciptaan Nilai melalui Pemasaran
- e) Model Penciptaan Nilai melalui Inovasi
- f) Model Penciptaan Nilai Tambah pada Pekerjaan

d) Maksud dan Tujuan

a. Maksud

Secara umum Kegiatan Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB adalah memberikan informasi tentang perkembangan ekonomi kreatif didasarkan pada pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif dengan nilai sumbangan tertinggi terhadap PDRB didasarkan pada rantai suplai dan rantai nilai serta nilai tambah yang dihasilkan dari proses bisnis yang dilakukan pelaku ekonomi kreatif serta mengeksplorasi masalah-masalah dan merumuskan solusi-solusi yang dapat diimplementasikan pada tahun selanjutnya. Dokumen ini nantinya digunakan sebagai acuan dalam perencanaan pengembangan ekonomi kreatif Kota Surakarta.

b. Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB adalah :

- 1) Mengidentifikasi sebaran pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif dengan nilai sumbangan tertinggi terhadap PDRB;
- 2) Mengidentifikasi serapan tenaga kerja pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif;
- 3) Mengidentifikasi rantai suplai dan rantai nilai pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif;
- 4) Mengukur nilai tambah yang dihasilkan oleh pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif;
- 5) Menyusun solusi dan strategi pengembangan ekonomi kreatif.

- e) **Sasaran** Sasaran pekerjaan Belanja Jasa Konsultansi Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB adalah terlaksananya program koordinasi dan sinkronisasi perencanaan pembangunan daerah, kegiatan koordinasi perencanaan bidang perekonomian dan SDA (Sumber Daya Alam), sub kegiatan pelaksanaan monitoring dan evaluasi penyusunan dokumen perencanaan pembangunan perangkat daerah bidang perekonomian tentang laporan monev kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDRB.

DATA PENUNJANG

- f) **Referensi Hukum** Landasan hukum yang digunakan dalam pekerjaan Belanja Jasa Konsultansi Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB, sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah-Daerah Kota Besar Dalam Lingkungan Provinsi Jawa Timur, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Daerah Istimewa Yogyakarta;
2. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan;
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah diubah beberapa kali terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua Atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
4. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif;
5. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi;
6. Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2020 tentang Kebijakan Keuangan Negara dan Stabilitas Sistem Keuangan untuk Penanganan Pandemi Covid-19;
7. Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025;
8. Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2021 sebagai perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 16 Tahun 2018 tentang Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah;
9. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2020 tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2020-2024;

10. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 13 Tahun 2020 tentang Standarisasi dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata dalam Masa Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019.
11. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 77 Tahun 2020 tentang Pedoman Teknis Pengelolaan Keuangan Daerah;
12. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah;
13. Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 5 Tahun 2021 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Tengah (Lembaran Daerah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2021 Nomor 5 Noreg Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah (4-38/2021));
14. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 10 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Surakarta;
15. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 9 Tahun 2021 tentang Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah Kota Surakarta Tahun Anggaran 2022;
16. Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 6 Tahun 2021 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021-2026;
17. Peraturan Walikota Surakarta Nomor 15 Tahun 2017 tentang Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta Tahun 2017-2021.

g) Ruang Lingkup

1. Melakukan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB Kota Surakarta;
2. Melakukan identifikasi sebaran dan serapan tenaga kerja pelaku usaha 4 (empat) subsektor prioritas ekonomi kreatif Kota Surakarta;
3. Melakukan identifikasi rantai suplai dan rantai nilai dari pelaku usaha 4 (empat) subsektor prioritas ekonomi kreatif Kota Surakarta;
4. Melakukan pengukuran nilai tambah yang dihasilkan dari aktivitas bisnis pelaku usaha 4 (empat) subsektor prioritas ekonomi kreatif Kota Surakarta;
5. Merumuskan strategi, program, dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif Kota Surakarta.

h) Metodologi

Metode yang digunakan untuk pelaksanaan kegiatan ini adalah:

1. Tahap persiapan adalah tahapan dalam rangka penyusunan

TOR/Kerangka Acuan Kerja, dan penetapan pekerjaan;

2. Tahapan penyusunan laporan pendahuluan, yaitu kegiatan perumusan permasalahan dan kondisi umum wilayah, dan metode pelaksanaan pekerjaan;
3. Tahapan FGD, yaitu mendiskusikan pengumpulan data, pemilihan data, pengesahan data, pengolahan data, analisis terhadap hasil pengolahan data serta penyusunan hasil analisis dalam laporan dokumen evaluasi;
4. Tahap penyusunan Draft Laporan Akhir, yaitu pembahasan draft laporan akhir sebelum menjadi Buku Laporan Akhir.
5. Tahap penyusunan Laporan Akhir, yaitu Dokumen Monev Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif.

i) **Keluaran/
Output**

Keluaran yang diharapkan dari hasil kegiatan Belanja Jasa Konsultansi Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB adalah dokumen yang memuat :

Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB yang telah disesuaikan dengan perubahan kondisi yang saat ini yaitu sebaran pelaku usaha 4 (empat) subsektor ekonomi kreatif yang memuat tentang rantai suplai dan rantai nilai serta pengukuran nilai tambahnya.

j) **Pelaporan**

Jenis laporan yang dihasilkan dari Kegiatan Belanja Jasa Konsultansi Laporan Monev Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap PDRB yaitu:

1. Laporan Pendahuluan
2. Laporan Akhir
3. *Executive Summary*