
ANALISIS KESIAPAN KOTA PROBOLINGGO MENUJU KOTA KREATIF (STUDI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN DENGAN KONSEP KOTA KREATIF PMK3I)**Nurul Jannah Lailatul Fitria***

Program Studi Administrasi Publik, Universitas Panca Marga

Email: nuruljannahlailatulfitria@gmail.com

***Penulis Korespondensi**

ABSTRAK

Pembangunan daerah memiliki potensi dan keunggulan khas, sehingga kebijakan pemerintah dalam pembangunan mengutamakan potensi lokal. Pembangunan dengan konsep Kemenparekraf bernama kota kreatif dengan Penilaian Mandiri Kabupaten atau Kota Kreatif Indonesia (PMK3I). Kota Probolinggo memiliki komitmen pembangunan Kota Kreatif dengan orientasi potensi lokal. Seperti sumber daya lokal dan budaya pandalungan. Penulis tertarik dalam melakukan riset secara mendalam guna menganalisa kesiapan Kota Probolinggo menuju Kota Kreatif dengan PMK3I melalui riset dengan metode kualitatif deskriptif. Sumber data utama (primer) dan pendukung (sekunder) didapatkan dengan teknik wawancara, pengamatan langsung, dan dokumentasi. Lokasi difokuskan Kota Probolinggo dan waktu pelaksanaan dilakukan pada bulan Januari dan Februari 2023. Analisis data dilakukan dengan pengumpulan data, penyederhanaan atau penggolongan data, penyajian data, dan penarikan intisari atau simpulan. Selain itu analisis menerapkan konsep parameter kota kreatif. Pelaksanaan riset memastikan keabsahan data diperlukan teknis pemeriksaan. Sehingga diketahui Pemerintah Kota Probolinggo menerapkan strategi menuju Kota kreatif. Indikator untuk mengukur atau menetapkan kota kreatif sudah terpenuhi adalah ekonomi kreatif, golongan kreatif, dan lingkungan kreatif, meskipun masih ada variabel yang belum sempurna. Pemenuhan indikator kota kreatif memerlukan keterlibatan dan keterkaitan pihak-pihak dalam membangun Kota Kreatif. Pihak yang terlibat dalam pembangunan kota kreatif tersebut terdiri dari lima aktor, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku usaha, media, dan komunitas. Kelima faktor bersama menerapkan prinsip kota kreatif. Hal ini menunjukkan adanya kesiapan Kota Probolinggo menuju kota kreatif dengan melihat kesiapan ekonomi kreatif, kesiapan golongan kreatif, dan kesiapan lingkungan kreatif. Tujuannya pembangunan ini tidak hanya sekedar pembangunan formalitas sesuai dengan *city branding* tapi juga untuk keberlanjutan.

Kata Kunci: *ekonomi, komunitas, lingkungan, kota kreatif*

ANALYSIS OF THE READINESS OF PROBOLINGGO CITY TOWARDS A CREATIVE CITY (STUDY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT WITH PMK3I CREATIVE CITY CONSET)**ABSTRACT**

Regional development has potential and distinctive advantages. So that government policies in development prioritize local potential. Development with the Kemenparekraf concept called Creative Word with Self-Assessment of Creative Districts or Cities of Indonesia (PMK3I). Probolinggo City has a commitment to Creative City development with local potential orientation. Such as local resources and Pandalungan culture. The author is interested in conducting in-depth research to analyze the readiness of Probolinggo City towards a Creative City with PMK3I through research with descriptive qualitative methods. The main (primary) and supporting (secondary) data sources were obtained using interview techniques, direct observation, and documentation. The location focused on Probolinggo City and was conducted in January and February 2023. Data analysis was carried out by collecting data, simplifying

or classifying data, presenting data, and drawing conclusions. In addition, the analysis applied the concept of creative city parameters. The implementation of research to ensure data validity requires technical test. So that it is known that the Probolinggo City Government is implementing a strategy towards a creative city. Indicators to measure or determine that the creative city have been fulfilled are the creative economy, creative groups, and creative environment, although there are still variables that are not perfect. Fulfillment of creative city indicators requires the involvement and interrelation of parties in building a Creative City. The parties involved in the development of the creative city consist of five actors, namely the government, academics, business people, media, and communities. The five factors together apply the principles of a creative city. This shows the readiness of Probolinggo City towards a creative city by looking at creative economic readiness, creative group readiness, and creative environmental readiness. The goal is that this development is not just a formality development in accordance with City Branding but also for sustainability.

Keywords: *economy, community, environment, creative, history*

PENDAHULUAN

Setiap negara menerapkan strategi pembangunan yang sesuai dengan lingkup negara. Pembangunan perlu memperhatikan unsur penting yang dapat dijadikan pendukung pembangunan (Rosana, 2018). Pembangunan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi bentuk non-fisik. Konsep pembangunan berkelanjutan dapat menarik perhatian seluruh masyarakat kalangan internasional maupun nasional (Rahadian, 2016). Bahkan negara-negara yang tergabung dalam PBB sepakat dengan pembangunan konsep berkelanjutan untuk kepentingan pertumbuhan dan pembangunan negara (Hannan, 2018). Diberlakukan arah pembangunan untuk pemenuhan kebutuhan saat ini dan tidak merusak kebutuhan masa depan, khususnya paradigma pengembangan pembangunan nasional berbasis masyarakat (Mahadiansar et al., 2020). Menurut Mahadiansar et al. (2020) memaparkan bahwa model pembangunan nasional berorientasi masyarakat dirancang seperti pertama, pertumbuhan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi bagi masyarakat dengan mengembangkan sumber daya manusia. Selanjutnya, pembangunan berorientasi pada kebutuhan utama masyarakat guna mengurangi tingkat kemiskinan. Ketiga, pembangunan juga memerlukan pengawasan masyarakat serta proses pembangunan dapat meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Keempat, pembangunan sektor kedaerahan guna realisasi program dengan prinsip otonomi daerah, baik hak serta kewenangan daerah dalam pemenuhan kebutuhan wilayah atau daerah.

Setiap daerah memiliki potensi dan keunggulan masing-masing. Sehingga kebijakan pemerintah dalam pembangunan perlu melibatkan kearifan lokal atau nilai luhur yang ada dalam kekayaan budaya lokal. Kearifan lokal berkaitan dengan kebijakan masyarakat dan komunitas yang berasaskan pada filosofi, *value*, etika, tata cara dan tingkah laku yang terbangun dan melekat secara tradisional dalam pengelolaan sumber daya alam, sumber daya manusia dan sumber daya budaya secara berkesinambungan (Sahadula et al., 2017) (Maarif et al., 2013). Konsep kekuatan lokal dan kreativitas menjadi identitas atau *branding* yang *trending* di era modernitas (Rahayu & Sugiarto, 2020). Hal ini memberikan dorongan pada setiap daerah untuk membangun daerah dengan konsep ekonomi keberlanjutan, daya

citra kota (*city branding*), fokus arah dan prioritas pembangunan kota, serta kesepakatan dan peran partisipasi masyarakat guna memposisikan energi kreatif menjadi energi utama kota (Savanti, 2019).

Menurut Landry (2000) dalam Herawati et al. (2020) memaparkan bahwa kota kreatif adalah lingkungan kota yang memiliki kemampuan memberikan fasilitas untuk masyarakat agar dapat memiliki ide pikiran, perencanaan, dan tindakan dalam pemanfaatan peluang menjadi solusi pada permasalahan. Landry (2006) dalam (Herawati et al., 2020) memaparkan terdapat indikator penilaian kota yang memiliki potensi kota kreatif yaitu potensi ekonomi kreatif (*creative economy*), individu atau golongan kreatif (*creative class*), dan pengembangan dan perencanaan lingkungan kreatif (*creative milieu*). Menurut UNESCO *Creative Cities Network* (UCCN) terdapat tujuh bidang kota kreatif, yaitu kriya dan seni rakyat, desain, film, gastronomi, sastra, *media arts* dan musik.

Kota kreatif dapat terwujud secara optimal dengan kegiatan ekonomi kreatif, ada kebijakan, kelas kreatif, disertai dengan lingkungan kreatif (Hasanah et al., 2016). Menurut Landry (2006) dalam (Sari & Wijaya, 2016) memaparkan bahwa dukungan wujud kota kreatif membutuhkan perangkat keras seperti infrastruktur dan perangkat lunak seperti tenaga kerja yang memiliki kompetensi. Sehingga kota kreatif dapat dipilih menjadi konsep pembangunan karena berkaitan dengan penguatan kearifan lokal dan peningkatan ekonomi.

Indonesia mengaktualisasi konsep kreativitas selaras dengan konsep serta tujuan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf). Serta terdapat kebijakan Pemerintah Indonesia mendukung ekonomi kreatif ada pada Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Saat ini Indonesia berkomitmen dengan pembangunan kota kreatif. Presiden Republik Indonesia memperkuat dengan membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Tidak hanya pembangunan di pusat ibu kota atau provinsi, akan tetapi melibatkan partisipasi dan keaktifan kabupaten dan kota pada konsep membangun wilayah yang memiliki daya tarik dan memuat kreativitas (Nugraha, 2016).

Pembangunan kota yang diselaraskan dengan kebijakan dan strategi tepat dapat memberikan pengaruh pada bidang ekonomi, sosial, dan budaya di wilayah yang dikembangkan dengan kreativitas (Murad et al., 2021). Upaya dalam mendukung program ekonomi kreatif setiap kota dan kabupaten menggerakkan unsur entitas kreatif dalam tingkat wilayah regional hingga nasional bahkan tingkat global. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2016) memaparkan unsur tersebut seperti bidang industri kreatif, pihak yang mendukung, langkah proses, dan daya ungkit (Setyawati et al., 2018). Setiap daerah memiliki potensi lokal yang diberdayakan secara terstruktur dan tersistem akan menjadi salah satu penggerak dalam membangun dan mengembangkan wilayah. Pengembangan wilayah dengan pemberdayaan potensi lokal dengan melibatkan industri (UKM/IKM), gedung dan ekosistem, histori serta sosial budaya tradisional dapat menciptakan suatu wilayah menjadi kawasan kreatif (Priyatmono, 2013).

Pada penelitian terdahulu membahas tahapan Kota Bandung menjadi kota kreatif dengan fokus proses Kota Bandung menuju kota kreatif, aktor yang terlibat dalam proses Kota Bandung menuju kota kreatif, dan faktor yang mempengaruhi proses Kota Bandung menuju kota kreatif (Sunarso & Djunaedi, 2014). Penelitian oleh Sunarso & Djunaedi (2014) menerapkan metode wawancara semi terstruktur, pengamatan langsung, dan studi literatur. Hasil riset memaparkan proses Kota Bandung menjadi kota kreatif meliputi strategi perkembangan ekonomi kreatif, proses membentuk jaringan, menguatkan jejaring pengolahan potensi, serta membenahi ruang publik, yang disesuaikan dengan dimensi ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan. Aktor terlibat upaya Kota Bandung menjadi kota kreatif meliputi komunitas, pemerintah, perguruan tinggi, swasta dan media massa. Selanjutnya disebutkan faktor yang memberikan pengaruh pada upaya menuju kota kreatif seperti faktor kepemimpinan, komunikasi, inspirasi eksternal, struktur birokrasi dan partisipasi masyarakat.

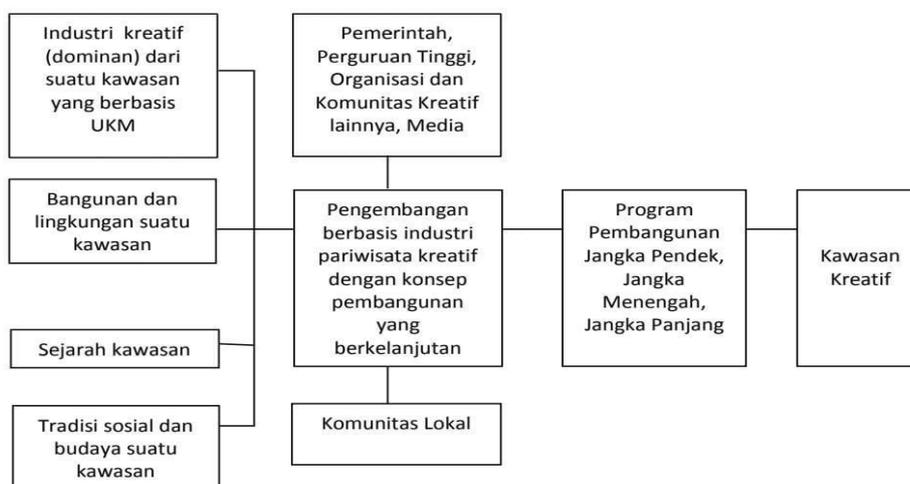
Penelitian selanjutnya adalah pembahasan kesiapan Kota Madiun dalam menerapkan kota kreatif gastronomi (Herawati et al., 2020). Penelitian oleh Herawati et al. (2020) memaparkan bahwa Pemerintah Kota Madiun Potensi menerapkan konsep kota kreatif gastronomi di Kota Madiun dengan mengorientasikan pada potensi lokal Kota Madiun. Penerapan kota kreatif di Madiun relevan dengan perencanaan Pemerintah Jawa Timur sebagai *hinterland* atau pusat aktivitas ekonomi untuk daerah sekitarnya. Penelitian yang dilakukan dengan metode kuantitatif dengan mengukur bentuk kesiapan Kota Madiun dalam penerapan konsep kota kreatif gastronomi. Hasil riset memaparkan skor variabel tingkat kesiapan Kota Madiun terhadap penerapan konsep kota kreatif gastronomi tergolong cukup siap. Hasil analisis menyebutkan dua variabel memperoleh nilai 3 dengan kategori siap pada industri kreatif dan komunitas kreatif, tetapi kesiapan kedua variabel tersebut tidak disertai lingkungan kreatif yang memperoleh nilai 1 yang tergolong kategori tidak siap. Sedangkan variabel kebijakan dan kebudayaan lokal memperoleh nilai 2 tergolong pada kategori cukup siap. Ketidaksiapan variabel yang ada memiliki alasan minimnya dukungan pemerintah dan pelaku industri dalam membentuk lingkungan kota yang mengorientasikan pada pengembangan ide penduduk Kota Madiun dalam penerapan konsep kota kreatif gastronomi.

Kota Probolinggo merupakan wilayah dalam budaya pendalungan, dengan keberadaan suku Jawa dan suku Madura mendominasi kebudayaan di Probolinggo. Kedua suku dominan tersebut mengalami akulturasi kebudayaan disebut sebagai pandalungan. Pandalungan menunjukkan eksponim yang diberikan pada masyarakat Kota Probolinggo yang masuk pada wilayah tapal kuda. Kearifan lokal mencerminkan budaya Jawa dan Madura berkolaborasi membentuk harmonisasi. Tentu pembangunan yang dilakukan di Kota Probolinggo melibatkan masyarakat lokal. Terlebih lagi dalam mengelola sumber daya daerah. Adanya tradisi, kelembagaan, dan kearifan lokal berhak berkontribusi dalam proses pembangunan Kota Probolinggo. Pemerintah Kota Probolinggo mengorientasikan pembangunan pada kearifan lokal, artinya pengembangan ekonomi kreatif menjadi inovasi

dengan peningkatan sumber Anggaran Pendapatan Belanja Daerah (APBD) yang disertai dengan pelestarian budaya lokal (PPID Kota Probolinggo, 2019b). Fenomena di Kota Probolinggo adalah adanya peluang industri kecil dalam mengembangkan ekonomi kreatif dengan potensi dan daya saing yang kuat melalui produksi industri unggulan yang memerlukan penunjang sumber daya manusia inovatif di Kota Probolinggo. Pemerintah Kota Probolinggo memfokuskan pada industri kreatif dengan beberapa pihak. Kota Probolinggo memiliki komoditi unggulan, meliputi buah mangga, anggur, jagung, dan hasil perikanan dan kelautan. hal ini tidak terlewat oleh pemerintah Kota Probolinggo dalam pembangunan ekonomi dengan konsep industri kreatif. Contohnya dengan kerjasama dengan Dekranasda Kota Probolinggo, pengrajin, pelaku usaha, dan masyarakat guna mendukung peningkatan aktivitas UMKM/IKM di sektor industri kreatif sekaligus mempromosikan produk-produk khas Kota Probolinggo (Astuti & Lailatul, 2022).

Berdasarkan paparan tersebut dapat dirumuskan permasalahan yaitu bagaimana bentuk kesiapan Kota Probolinggo menuju Kota Kreatif serta peran *stakeholder* yang diperlukan dalam kesiapan Kota Probolinggo sehingga perlu dilakukan pengkajian dan mendapatkan solusi terkait pembangunan kota kreatif di Kota Probolinggo. Penulisan ini untuk mengetahui kesiapan Kota Probolinggo menuju kota kreatif sekaligus menganalisa kondisi Kota Probolinggo sesuai dengan parameter kota kreatif serta menganalisis peran *stakeholder* dalam pembangunan kota kreatif di Kota Probolinggo.

Konsep kota kreatif merupakan renovasi lingkungan dan membentuk kondisi kota yang padat inspirasi. Usaha yang dapat dilakukan guna menuju kota kreatif adalah: melakukan perubahan terhadap kendala menjadi kreativitas; membentuk individu atau masyarakat lebih kreatif; menerapkan katalisator dalam membangun ruang untuk berkreasi, baik materi maupun non materi; menyelaraskan gagasan masyarakat dalam komunitas dan kelokalan; peran aktif masyarakat; menyediakan pelayanan dan sarana prasarana; dan penerapan birokrasi yang tepat dan akurat, diperlihatkan pada Gambar 1.



Gambar 1: Konsep Pengembangan Kawasan Kreatif
 Sumber: (Priyatmono, 2013)

Menjadikan kota dalam bentuk kota kreatif perlu memperhatikan membentuk lingkungan dan atmosfer yang kreatif, seperti keanekaragaman dan variasi bakat; individu kreatif; Ruang atau wadah kreatif beserta sarana prasarana; identitas lokal; peran aktif masyarakat; kemitraan; dan adanya penerapan kebijakan.

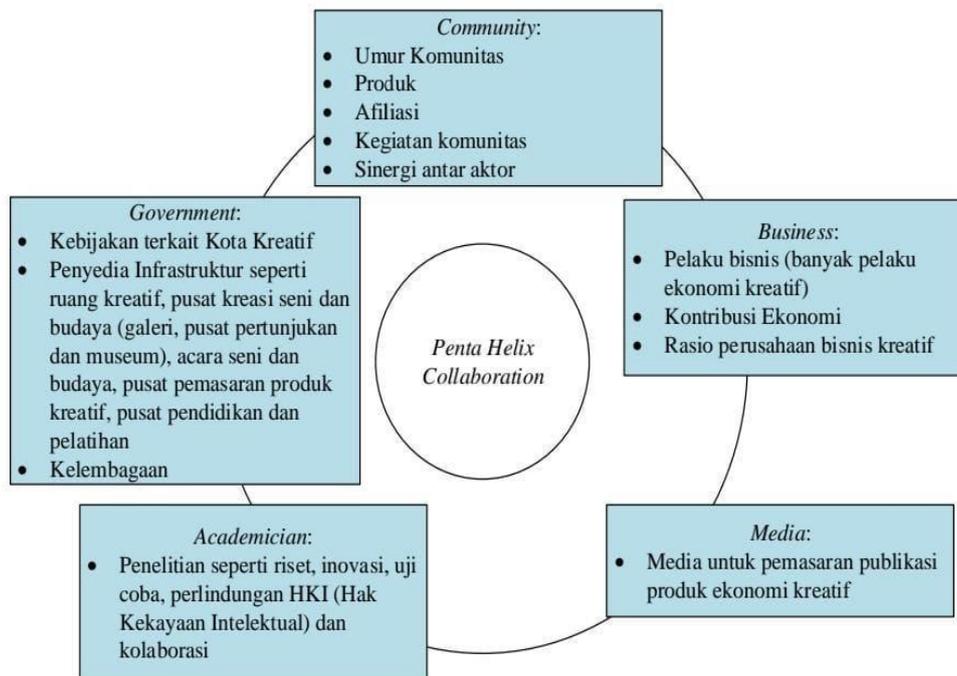
Parameter dapat menjadi alat dan pedoman dengan mengklasifikasikan wilayah yang memiliki kesempatan sebagai Kota Kreatif. Ada 3 unsur yang memuat formulasi kota kreatif, meliputi: konservasi dan pengembangan potensial dalam Ekonomi Kreatif; konservasi kelompok atau individu kreatif (*Creative Class*); perancangan dan memajukan lingkungan kreatif (LMS Spada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2013). Tiga unsur ini mencakup seluruh aspek kota yaitu aspek ekonomi, sosial dan lingkungan, seperti pada Tabel 1.

Tabel 1: Parameter Kota Kreatif

Indikator	Aspek	Konsep
Ekonomi Kreatif	Ekosistem kreatif	Potensial sub bidang industri dengan kreativitas
	Indeks pada kota kreatif Wirausaha kreatif di wilayah	Dasbor efektivitas program dalam OPD Program kewirausahaan dan kerjasama atau koordinasi kewirausahaan
Lingkungan Kreatif	Navigasi atau panduan arah dalam membangun kota	Susunan pedoman dan program pembangunan sesuai dengan 16 sub bidang ekonomi kreatif
	Strategi komunikasi dan narasi	Pengawasan pada publikasi dan sektor media pada tindakan dan kebijakan pemerintah
	Manajemen citra merek kota kreatif	Susunan, model pembangunan, dan manajemen citra merek kota
	Festival memuat kreativitas	Festival atau ajang mengenalkan potensial khas lokal atau khas kewilayahan
	Desain aksi atau musrenbag kreatif	Partisipasi aktif dari pihak atau aktor
	Pusat komando	Pusat pengendalian bagi Kepala Daerah serta Organisasi Perangkat Daerah
	Sarana prasarana dan ruang budaya untuk kegiatan kreasi	Wadah untuk produksi, pemasaran, inovasi, dan riset
Golongan Kreatif	Kelompok ekonomi kreatif	Kelompok ekonomi kreatif
	Dewan ekonomi kreatif	Lembaga atau komite terkait kolaborasi oleh pemerintah dan masyarakat lokal
	Pembelajaran formal dan non-formal	Lembaga pendidikan dan pelatihan ekonomi kreatif

Sumber: (D. H Nugraha, 2016)

Menurut John Wanna (2008) dalam (Rozikin, 2019) memaparkan bahwa tindakan kolaborasi dalam mewujudkan tujuan merupakan tindakan dengan melibatkan tokoh, individu, kelompok, organisasi. Pembangunan kota kreatif juga membutuhkan peran dari aktor atau pihak yang memiliki tugas masing-masing. Pengoptimalan peran *stakeholder* dengan konsep *penta helix*. *Penta helix* menjadi konsep kolaborasi pihak-pihak dalam mencapai tujuan. *Penta helix* di kembangkan dari model *triple helix* dan *quadruple helix*. *Penta helix* melibatkan peran ABCGM meliputi *Academician*, *Business*, *Community*, *Government*, dan *Media* (Slamet et al., 2016), seperti pada Gambar 2.



Gambar 2: Model Pentahelix Keterlibatan Keterkaitan Berbagai Pihak dalam Pembangunan Kota Kreatif
 Sumber: (Slamet et al., 2016)

METODE

Riset ini dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif. Peran peneliti langsung terlibat dalam lapangan (*insider*) dengan teknik mengamati dan menggabungkan diri dengan fenomena di Kota Probolinggo terkait kesiapan menuju Kota Kreatif. Sehingga mendapatkan data dan informasi lebih detail sehingga dapat dimungkinkan peneliti mendapatkan pembaruan ilmu pengetahuan melalui prosedur, langkah atau aktivitas, dan korelasi dengan objek riset (Moleong, 2018). Lokasi riset ini diselenggarakan di Kota Probolinggo. Waktu riset diselenggarakan pada bulan Januari dan Februari Tahun 2023. Fokus riset adalah garis besar riset dengan melibatkan data dan informasi guna dihimpun, dikelola, dianalisis dan dirumuskan relevan pada permasalahan yang timbul serta ada batas tertentu. Fokus pada riset ini merupakan bentuk kesiapan Kota Probolinggo menuju kota

kreatif: kondisi kesiapan Kota Probolinggo yang didasari indikator kota kreatif dan peran aktor yang dilibatkan di Kota Probolinggo menuju kota kreatif.

Sumber data yang digunakan pada riset adalah data primer yaitu wawancara dan pengamatan langsung bersama tokoh masyarakat, pengrajin di Kota Probolinggo, dan pihak Dekranasda Kota Probolinggo. Sedangkan data sekunder dihimpun dari literatur pustaka melalui buku, jurnal ilmiah, dan dokumen di internet. Selanjutnya diterapkan analisa data melalui pendekatan fenomenologi dan analisis data narasi. Miles, Matthew B. dan A. Michael Huberman (1992) dalam (Ahmad & Muslimah, 2021) memaparkan tahapan analisis data meliputi penghimpunan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan intisari. Analisa juga menerapkan konsep indikator kota kreatif dalam variabel dan kajian kota kreatif serta regulasi. Analisis peran aktor yang terlibat pada pembangunan kota kreatif dengan menerapkan konsep *helix*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Kota Probolinggo Berdasarkan Parameter Kota Kreatif

1) Ekonomi Kreatif

Ekonomi Kreatif adalah transformasi gagasan dan ekspresi kreatif berubah bentuk komoditas bernilai ekonomi tinggi dan termasuk pada kekayaan intelektual meliputi desain, arsitektur, fashion, periklanan, percetakan dan penerbitan, televisi dan radio, kuliner, seni rupa dan kriya, film, video, animasi, musik, fotografi, peranti lunak, hiburan interaktif, mainan, seni pertunjukan, serta riset dan pengembangan. Kota Probolinggo melakukan pengembangan ekonomi kreatif dengan adanya kerajinan khas daerah dan budaya serta kuliner khas Kota Probolinggo. Pembangunan Kota Probolinggo mengarah pada kota kreatif, yang mengorientasikan pada ekonomi kreatif serta industri kreatif yang diorientasikan pada sumber daya, potensi, dan kekhasan lokal. Kota Probolinggo memiliki sumber daya dan potensi lokal unggulan meliputi komoditas buah mangga, potensi hasil laut dan perikanan, komoditas hasil pertanian unggulan, dan potensi budaya pendalungan Kota Probolinggo (PPID Kota Probolinggo, 2019a).

Sumber daya dan potensi unggulan dapat dijadikan produk kuliner dan kerajinan unggulan. Produk Unggulan Daerah Kota Probolinggo memiliki daya saing yang tinggi. Pemerintah Kota Probolinggo mendeklarasikan 3 kategori produk unggulan Kota Probolinggo (Bappedalitbang Kota Probolinggo, 2017). Produk unggulan pertama adalah produk Agro seperti produk olahan perikanan dan hasil laut; rengginang; olahan buah mangga; kecap; keripik pisang; dan olahan jagung. Produk unggulan kedua adalah kerajinan, seperti anyaman plastik Sambrunang; kerajinan keramik; kerajinan batik; dan bordir. Produk unggulan ketiga berkaitan dengan budaya, seperti tari lengger dan jaran bodhag.

Produk-produk unggulan Kota Probolinggo mudah dijumpai pada Gambar 3. Produk unggulan tersebut di jual pada outlet oleh-oleh khas Probolinggo, gerai Dekranasda Kota Probolinggo, toko khusus di tempat wisata, dan minimarket (PPID Kota Probolinggo, 2021).



Gambar 3: Produk Olahan Ikan di Kota Probolinggo
Sumber: Dokumentasi Penulis (2023)

Menurut hasil observasi dan wawancara pada perwakilan komunitas pengrajin di Kota Probolinggo dan pihak Dekranasda Kota Probolinggo didapatkan data dan informasi bahwa Pemerintah Kota Probolinggo memberikan wadah untuk melakukan pameran dan bazar. Pada data tahun 2022, jumlah UMKM di Kota Probolinggo mencapai 19.645 orang, UMKM bergerak di sektor makanan dan minuman mencapai 6.325 atau 32,2%, dari jumlah pelaku usaha makanan dan minuman (Pemerintah Kota Probolinggo, 2022). Seluruh pelaku usaha tersebut selalu dilibatkan dalam kegiatan pemasaran dan kegiatan lainnya. Tidak hanya penyelenggaraan bazar dan pameran, kegiatan pemasaran produk diselenggarakan pada pasar minggu, hari jadi Kota Probolinggo (Hadi Pro), dan acara lainnya. Bahkan pameran dan bazar tingkat nasional, Pemerintah Kota Probolinggo melibatkan UMKM/IKM dengan mengumpulkan produk kuliner dan produk kerajinan, seperti pada kegiatan pameran di TMII Jakarta (*probolinggokota.go.id*, 2022). Kegiatan tersebut selalu dilakukan bertahap dan berkala. Ada program mingguan, bulanan, dan tahunan. Contohnya pada pagelaran pesta rakyat di Kota Probolinggo Tahun 2023, fokus kegiatan adalah memberikan bantuan, arahan sertifikasi halal untuk produk kuliner, penyediaan outlet penjualan produk di alun-alun, dan fasilitasi pujasera untuk UMKM/IKM Kota Probolinggo (Pemerintah Kota Probolinggo, 2023c).

Serapan pemberian fasilitas pada pujasera UMKM/IKM ini terdata oleh Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan (DKUP) memuat 187 pedagang yang menempati *food court* dua lantai. Di lantai atas, ditempati oleh sekitar 93 PKL. Lalu sisanya di lantai bawah, ada 95 PKL (Pemerintah Kota Probolinggo, 2023c). Sedangkan produk kuliner dan non kuliner

lainnya berada di outlet Dekranasda Kota Probolinggo yang lokasinya bersebelahan dengan Pujasera. Selanjutnya bagi UMKM/IKM lainnya dibuka stan khusus saat kegiatan dan acara tertentu, contohnya bazar ramadhan tahun 2023. Bazar dan Pasar Murah diikuti oleh 120 peserta terdiri dari 100 peserta bazar dan 20 peserta pasar murah yang didukung oleh lembaga swasta dan perangkat daerah (Pemerintah Kota Probolinggo, 2023b).

2) Kelompok atau Individu Kreatif (*Creative Class*)

Kelompok kreatif yang membangun kreativitas dalam ruang wilayah, melibatkan peran masyarakat mendapatkan jalan keluar memuat kreativitas guna menyelesaikan permasalahan yang dihadapi dalam keseharian. Kelompok kreatif perlu diperhatikan dengan orientasi ekosistem guna pembangunan kreativitas, lingkungan wilayah yang memberikan dukungan kegiatan kreativitas masyarakat melalui penyediaan kebutuhan golongan atau individu kreatif. Orientasi terbaru yang mendapat perhatian dari Kota Probolinggo adalah UMKM/IKM dan pengrajin yang berorientasi pada pengolahan potensi lokal. UMKM/IKM dan pengrajin dalam mengelola potensi lokal menjadi fokus utama untuk dikembangkan. Salah satu strategi pemerintah dengan bermitra bersama DEKRANASDA Kota Probolinggo. Selain itu seniman dan pegiat seni juga meningkatkan kreasi. Keberhasilan dan kesuksesan Kota Probolinggo menuju kota kreatif sangat berkaitan dengan keberadaan sumber daya manusia. Pada hasil wawancara pada pengrajin Kota Probolinggo menunjukkan bahwa Kota Probolinggo gencar memberikan bantuan dan fasilitas pengrajin dan produksi kuliner dan non-kuliner. Muncul komunitas yang mengundang berbagai kalangan, baik pemuda, ibu-ibu, dan kalangan lainnya. Jumlah UMKM di Kota Probolinggo yang terdata memiliki kartu E-UMKM sejumlah 6.907 orang (pengrajin) dan pelaku usaha perempuan sebesar 64,4% yaitu 4.448 pengrajin (Pemerintah Kota Probolinggo, 2023a).

Golongan kreatif tidak hanya pada pengrajin saja, tetapi terdapat kelompok media, penggiat dokumentasi, dan lainnya yang ikut mendokumentasikan dan mempublikasikan aktivitas, produk, dan program yang berkaitan dengan konsep pembangunan kota kreatif. Menurut hasil wawancara dan observasi didapatkan data dan informasi bahwa Pemerintah Kota Probolinggo sering melibatkan media dan komunitas dokumentasi baik ditarik untuk berperan langsung dan juga diadakan lomba-lomba video dan foto berkaitan dengan Kota Probolinggo. Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Probolinggo melakukan penyaringan dan penilaian 36 peserta sudah mendaftarkan diri dengan 27 video yang lolos administratif. Lomba tersebut bertemakan pembangunan Kota Probolinggo dan potensi Kota Probolinggo (Diskominfo Kota Probolinggo, 2022).

3) Lingkungan Kreatif

Unsur lingkungan yang menjadi media dari kegiatan ekonomi maupun sosial budaya. Menciptakan kondisi kota yang padat inspirasi diperlukan dukungan dengan lingkungan terkait psikologis maupun fisik untuk masyarakat dalam beraktivitas dan berkreasi secara

maksimal. Lingkungan psikologis berkaitan dengan tindakan sosial seperti bentuk mendukung dan menoleransi pada kreativitas dari pemerintah dan masyarakat lokal dalam menuju kota kreatif. Lingkungan fisik berkaitan ruang sebagai media aktivitas manusia beraktivitas dan berkreasi. Kota Probolinggo telah melakukan pembangunan lingkungan wisata, ruang terbuka hijau, dan gerai-gerai kerajinan seperti Dekranasda Kota Probolinggo (Astuti & Lailatul, 2022). Seperti di lingkungan Pelabuhan Tanjung Tembaga dan Pelabuhan Pantai Perikanan Mayangan disertai dengan adanya wisata hutan bakau BJBR (Supriyanto & Fitria, 2022a) (Supriyanto & Fitria, 2022b). Selain itu taman-taman wisata dan alun-alun dioptimalkan untuk membangun kreasi. Menurut hasil wawancara dan observasi pada perwakilan pengrajin dan pihak Dekranasda Kota Probolinggo didapatkan data dan informasi bahwa dukungan Pemerintah Kota Probolinggo juga dilakukan pada kegiatan kota. Seperti pada Hari Jadi Kota Probolinggo disediakan panggung untuk pertunjukan dan stan untuk penjualan produk kuliner dan kerajinan khas Kota Probolinggo (Pemerintah Kota Probolinggo, 2023c). Keterlibatan actor pembangunan kota Probolinggo seperti diperlihatkan pada Tabel 2.

Tabel 2: Keterlibatan Aktor Pembangunan Kota Kreatif Di Kota Probolinggo

Indikator	Aspek	Konsep	Status	Keterangan
Ekonomi Kreatif	Ekosistem kreatif	Potensial sub bidang industri dengan kreativitas	Ada	Subbidang kuliner merupakan sektor dengan tingkat tertinggi. Serta subsektor fashion yang memiliki tingkat peminat yang tinggi
	Indeks pada kota kreatif	Dasbor efektivitas program dalam OPD	Ada	Dasbor ada pada di PPID Kota Probolinggo
	Wirausaha kreatif wilayah	Program kewirausahaan dan kerjasama atau koordinasi kewirausahaan	Ada	Pemkot Probolinggo memiliki sarana wirausaha kreatif melalui Gerai Dekranasda Kota Probolinggo dan pelataran Museum Kota Probolinggo. Program wirausaha melalui komunitas berinovasi. Contohnya komunitas <i>handicraft</i> .
Lingkungan Kreatif	Navigasi atau panduan arah dalam membangun kota	Susunan pedoman dan program pembangunan sesuai dengan 16 sub bidang ekonomi kreatif	Ada	Program dan sasaran ekokraf pembangunan kota kreatif melibatkan BAPPEDALITBANG Kota Probolinggo. Rencana Aksi Daerah Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Probolinggo Tahun 2019-2023

Indikator	Aspek	Konsep	Status	Keterangan
				dan RPJMD Kota Probolinggo Tahun 2019-2024
	Strategi komunikasi dan narasi	Pengawasan pada publikasi dan sektor media pada tindakan dan kebijakan pemerintah	Ada	Monitoring dilakukan Pemerintah Kota Probolinggo melalui media sosial Instagram Kota Probolinggo @probolinggoimpressive dan Website Kota Probolinggo dengan link probolinggokota.go.id
	Manajemen citra merek kota kreatif	Susunan, model pembangunan, dan manajemen citra merek kota	Ada	Manajemen <i>branding</i> kota kreatif di Kota Probolinggo adalah Kota Kreatif Bersejarah. <i>City branding</i> Kota Probolinggo adalah Kota Angin, Mangga Anggur, dan Bayuangga.
	Festival memuat kreativitas	Festival pengenalan potensi lokal atau khas kewilayahan	Ada	Kota Probolinggo menyelenggarakan festival, seperti Hari Jadi Kota Probolinggo (Hadi Pro), Kemilau Kriya Kota Probolinggo, dan lainnya
	Desain aksi musrenbang kreatif	Partisipasi aktif dari pihak atau aktor	Ada	Aktivitas musrenbag dilakukan berkala di Kota Probolinggo. Bahkan musrenbag dilakukan ditingkat kecamatan dan kelurahan.
	Pusat komando	Pusat pengendalian bagi Kepala Daerah serta Organisasi Perangkat Daerah	Ada	Pusat komando Kota Probolinggo tepat di Pemerintah Kota Probolinggo
	Sarana prasarana dan ruang budaya kegiatan kreasi	Wadah produksi, pemasaran, inovasi, dan riset	Ada	Kota Probolinggo memiliki gerai Dekranasda, alun-alun, pelataran gedung museum sebagai wadah kreativitas. Serta kerjasama pihak swasta menyediakan tempat khusus untuk panggung seni dan outlet penjualan produk ditempat wisata.

Indikator	Aspek	Konsep	Status	Keterangan
	Kerjasama	Kerjasama dan koordinasi terkait ekonomi kreatif	Ada	Kerjasama tingkat nasional diselenggarakan pada pensi dan pagelaran budaya, serta pengenalan produk unggulan dari pelaku usaha Kota Probolinggo di TMII Jakarta tahun 2022. Tingkat internasional ada kerjasama dengan museum Tropen di Belanda terkait kerajinan batik lawasan milik Kota Probolinggo yang dipublikasikan museum Kota Probolinggo.
Golongan Kreatif	Kelompok ekonomi kreatif	Kelompok ekonomi kreatif	Ada	Terdapat komunitas ekonomi kreatif dan forum kreatif akan dikembangkan oleh Dekranasda Kota Probolinggo
	Dewan ekonomi kreatif	Lembaga atau komite terkait kolaborasi oleh pemerintah dan masyarakat lokal	Ada	Terdapat Dewan Kerajinan Nasional Tingkat Daerah Kota Probolinggo yang merupakan mitra Pemerintah Kota Probolinggo yang bekerjasama dengan DKUPP dan Dispopar. Selain itu juga bekerjasama dengan UMKM/IKM dalam memasarkan produk ekonomi kreatif dan melayani konsumen melalui gerai dan <i>e-commerce</i>
	Pembelajaran formal dan non-formal	Lembaga pendidikan dan pelatihan ekonomi kreatif	Ada	Kota Probolinggo telah melakukan pemberdayaan ekonomi kreatif baik penyuluhan dan pelatihan, walaupun belum maksimal. Akan tetapi komunitas memiliki inisiatif pemberdayaan dengan melakukan program kerajinan secara berkala. Selain itu terdapat beberapa program penelitian dan pengabdian oleh pihak akademisi.

Sumber: Diolah peneliti (2022)

Keterlibatan dan Keterkaitan *Stakeholder* Pembangunan Kota Kreatif Di Kota Probolinggo

Peran aktor atau pihak yang terlibat serta pembangunan Kota Kreatif sebagai berikut:

1) Pemerintah Kota Probolinggo

Merumuskan kebijakan tentang ekonomi kreatif di Kota Probolinggo dalam regulasi Perwali Kota Probolinggo Nomor 80 Tahun 2018 terkait Ekonomi Kreatif di Kota Probolinggo 2019-2023. Pemerintah Kota Probolinggo menyediakan fasilitas dalam mendukung kreativitas masyarakat baik dalam bentuk kerajinan, produk kuliner, dan pertunjukkan. Membangun gerai Dekranasda, alun-alun, taman kota. Kelembagaan yang dibentuk adalah Dewan Kerajinan Nasional Daerah Kota Probolinggo.

2) Akademisi

Peran akademisi adalah berkaitan dengan bentuk penelitian dan pengabdian terkait perwujudan pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi. Riset dan pengabdian seputar pada pembangunan berbasis masyarakat, ekonomi kreatif, konsep kewirausahaan kearifan lokal, serta lainnya.

3) Pelaku Usaha

Peran dari pelaku usaha adalah saat ini sebagai pihak ketiga seperti dalam penjualan produk kuliner dan kerajinan di minimarket, mall, outlet di tempat wisata, dan lainnya.

4) Media

Media dalam partisipasi pembangunan kota kreatif dibagi menjadi dua. Media pertama adalah penggunaan media sosial dan media kedua adalah adanya media pers. Pemerintah Kota Probolinggo mengoptimalkan penggunaan media sosial *Instagram* dengan nama akun @probolinggoimpressive, *Meta* dengan nama akun Pemerintah Kota Probolinggo, *Youtube* dengan nama akun Pemerintah Kota Probolinggo dan *website* milik Pemerintah Kota Probolinggo. Media pers yang dilibatkan baik pers lokal dan nasional baik pada berita cetak dan *online* yang meliputi kegiatan, program, dan potensi Kota Probolinggo.

5) Komunitas

Komunitas di Kota Probolinggo beragam dan bervariasi. Komunitas kreatif kebanyakan tidak pada naungan kelembagaan. Komunitas kreatif lebih sering melaksanakan kegiatan pelatihan dan penyuluhan secara internal komunitas. Untuk penyuluhan dan pelatihan berskala besar dengan melibatkan beberapa komunitas di adakan oleh Pemerintah Kota Probolinggo seperti pada kegiatan Kemilau Kriya Tahun 2022 dan koordinasi kerjasama pengadaan seragam batik di Kota Probolinggo melibatkan UMKM/IKM Kota Probolinggo. Sinergitas dan kolaborasi antar pihak-pihak sangat

bervariasi. Pemerintah, komunitas, pelaku usaha, media, dan akademisi melakukan aktivitas dan program bersama.

Inovasi

Inovasi pada kesiapan Kota Probolinggo menuju kota kreatif, meliputi:

- 1) Pemerintah Kota Probolinggo mendukung lingkungan kreatif dengan membangun fasilitas kreativitas masyarakat baik dalam bentuk kerajinan, produk kuliner, dan pertunjukkan.
- 2) Pemerintah dan Dekranasda Kota Probolinggo ikut serta dalam membangun kota kreatif, khususnya dengan membuka gerai Dekranasda Kota Probolinggo serta aktif dalam festival tingkat lokal, regional, nasional, bahkan internasional.
- 3) Inovasi yang diberikan akademisi adalah memberikan sumbangsih hasil penelitian dan penemuan terkait kota kreatif Kota Probolinggo
- 4) Pelaku usaha atau pengrajin dapat memberikan ide dan gagasan serta hasil produksi atau prakaryanya mengelola potensi lokal, seperti pada komunitas pengrajin batik, *handycraft*, dan lainnya.
- 5) Diberlakukan media sosial untuk mendukung kegiatan ekonomi kreatif, seperti aktif penggunaan media sosial instagram *@probolinggoimpressive*, website resmi Kota Probolinggo, dan aplikasi lainnya.

SIMPULAN

Pemerintah Kota Probolinggo menerapkan strategi dalam menuju Kota kreatif. Indikator kota kreatif meliputi ekonomi kreatif, golongan kreatif, dan lingkungan kreatif. Diperlukan peran aktor yang terlibat dalam pembangunan Kota Kreatif. Partisipasi lima aktor atau pihak meliputi Pemerintah Kota Probolinggo, akademisi, pelaku usaha atau bisnis di Kota Probolinggo, media, dan komunitas atau masyarakat Kota Probolinggo. kelima faktor bersama menerapkan prinsip kota kreatif. Hal ini menunjukkan adanya kesiapan Kota Probolinggo menuju kota kreatif dengan melihat kesiapan ekonomi kreatif, kesiapan golongan kreatif, dan kesiapan lingkungan kreatif. Tujuannya pembangunan ini tidak hanya sekedar pembangunan formalitas sesuai dengan *City Branding* tapi juga untuk keberlanjutan.

Riset ini dapat diimplikasikan sebagai acuan referensi dan pertimbangan Pemerintah Kota Probolinggo dalam membuat kebijakan dan program untuk menuju kota kreatif dan mengarahkan keterlibatan *stakeholder* dengan optimal. Riset ini memiliki keterbatasan pada lingkup ekonomi kreatif, lingkungan kreatif, dan aktor kreatif dan riset dalam metode kualitatif deskriptif. Rekomendasi penelitian ditujukan untuk Pemerintah Kota Probolinggo menjalankan peran fasilitator, katalisator, dinamisator, dan regulator guna pengoptimalan pengelolaan potensi lokal; Akademisi dapat terus berperan dalam melakukan penelitian, penemuan, dan pengabdian mendukung pengelolaan potensi lokal dan membangun Kota Probolinggo menjadi kota kreatif; Pelaku usaha dapat meningkatkan kreatifitas, peka pada

lingkungan, dan ikut serta pada program pemerintah; peran media dapat membantu menyiarkan dan menginformasikan jalannya program pengelolaan potensi lokal dan pembangunan Kota Probolinggo menjadi kota kreatif; dan masyarakat dapat berperan serta dalam meningkatkan produksi lokal dan penjualan lokal, termasuk mendukung dan melakukan pengawasan Kota Probolinggo menjadi kota kreatif.

PERNYATAAN RESMI

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada Universitas Panca Marga yang mendukung peneliti pada proses penelitian. Kami mengucapkan pada Pemerintah Kota Probolinggo, Dekranasda Kota Probolinggo, dan Komunitas Pengrajin Kota Probolinggo yang bersedia membantu penelitian ini.

REFERENSI

- Ahmad, & Muslimah. (2021). Memahami Teknik Pengolahan dan Analisis Data Kualitatif. *Proceedings Pincis*, 1(1), 173–186.
- Astuti, V. S. N., & Lailatul, J. N. F. (2022). Pengenalan Program Dekranasda Kota Probolinggo Sebagai Mitra Pemerintah Kota Probolinggo Dalam Pengembangan Pengrajin Berdaya. *Vivabio*, 4(5), 129–135.
- Bappedalitbang Kota Probolinggo. (2017). *Produk Unggulan Kota Probolinggo Mampu Bersaing di Pasar Internasional*. BAPPEDALITBANG Kota Probolinggo. <https://bappedalitbang.probolinggokota.go.id/2017/04/produk-unggulan-kota-probolinggo-mampu-bersaing-di-pasar-internasioanal/>
- Diskominfo Kota Probolinggo. (2022). *Proses Penjurian Rampung, Lomba Video Hasilkan Karya Berkualitas*. Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Probolinggo. <https://diskominfo.probolinggokota.go.id/detail/proses-penjurian-rampung-lomba-video-hasilkan-karya-berkualitas>
- Hannan, A. (2018). Pemberdayaan Nilai Kearifan Lokal. *Simulacra*, 1(1), 19–42.
- Hasanah, Z. N., Nugroho, P., Pembangunan, M., Teknik, F., Diponegoro, U., Soedarto, J. P., Tengah, J., Pengembangan, L., Lingkungan, M., Perencanaan, D., Kota, W., Gd, B., Teknik, F., & Diponegoro, U. (2016). KESIAPAN KOTA BANDUNG MENUJU KOTA KREATIF STUDI KASUS: KAMPUNG KREATIF DI BANDUNG Pendahuluan Bandung mengalami perkembangan yang cukup pesat sejak berdiri dari Perkembangan Kota Bandung terjadi dalam hal fungsi maupun spasial . Bandung merupakan salah s. *Prosiding Seminar Nasional Kota Kreatif*, 1(11), 199–209.
- Herawati, D., Astuti, W., & Rini, E. F. (2020). Kesiapan Kota Madiun Terhadap Penerapan Konsep Kota Kreatif Gastronomi. *Desa-Kota*, 2(2), 143. <https://doi.org/10.20961/desa-kota.v2i2.12940.143-157>
- LMS Spada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2013). *Kota Kreatif*. Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan. https://lmsspada.kemdikbud.go.id/pluginfile.php/80212/mod_resource/content/1/20

210310 KOTA KREATIF LapKegKKL2013 Merged.pdf

- Maarif, S., Azis, A., & Setiani, P. (2013). Pembangunan Nasional: Kearifan Lokal sebagai Sarana dan Target Community Building untuk Komunitas Ammatoa. *Masyarakat, Kebudayaan Dan Politik*, 26(3), 167–181. <http://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-mkp5e930c418cfull.pdf>
- Mahadiansar, M., Ikhsan, K., Sentanu, I. G. E. P. S., & Aspariyana, A. (2020). Paradigma Pengembangan Model Pembangunan Nasional Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Administrasi: Media Pengembangan Ilmu Dan Praktek Administrasi*, 17(1), 77–92. <https://doi.org/10.31113/jia.v17i1.550>
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhyi, H. A., Chan, A., Sukoco, I., & Herawaty, T. (2017). The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 6(1), 412–417.
- Murad, R. F. P., Dewi, I. K., & Hidayat, J. T. (2021). Implementasi Konsep Kota Kreatif Di Kota Bogor. *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI)*, 1(12), 67–74.
- Nugraha, D. H. (2016). Kota Kreatif Dan Strategi Keberlanjutannya Studi Kasus: Kota Yogyakarta Dan Bandung. *Prosiding Seminar Nasional Kota Kreatif*, 1(11), 169–179.
- Nugraha, D. H. (2016). Kota Kreatif dan Strategi Keberlanjutannya Studi Kasus: Kota Yogyakarta dan Bandung. *SMART: Seminar on Architecture Research and Technology*, 1(1), 169–179. Retrieved from <https://smartfad.ukdw.ac.id/index.php/smart/article/view/68>
- Pemerintah Kota Probolinggo. (2022). *Tingkatkan Daya Saing Produk UMKM, Pemkot Gelar Bimtek Sertifikat Jaminan Produk Halal*. Probolinggokota.go.id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/tingkatkan-daya-saing-produk-umkm-pemkot-gelar-bimtek-sertifikat-jaminan-produk-halal>
- Pemerintah Kota Probolinggo. (2023a). *Dekranasda Dukung Pengembangan Pelaku Usaha Lebih Berjaya*. Probolinggokota.go.id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2023/dekranasda-dukung-pengembangan-pelaku-usaha-lebih-berjaya>
- Pemerintah Kota Probolinggo. (2023b). *Fasilitasi Pelaku Usaha dan Warga, Pemkot Gelar Bazar Ramadhan-Pasar Murah*. Probolinggokota.go.id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2023/fasilitasi-pelaku-usaha-dan-warga-pemkot-gelar-bazar-ramadan-pasar-murah>
- Pemerintah Kota Probolinggo. (2023c). *Pujasera Alun-alun Diresmikan Walikota Habib Hadi*. Probolinggokota.go.id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2023/pujasera-alun-alun-diresmikan-wali-kota-habib-hadi>
- PPID Kota Probolinggo. (2019a). *BAPPEDA Gandeng ICCN Bangun Kota Kreatif Bersejarah*. PPID Kota Probolinggo. <https://ppid.probolinggokota.go.id/bappeda-gandeng-iccn-bangun-kota-kreatif-bersejarah/>
- PPID Kota Probolinggo. (2019b). *Kembangkan Ekonomi Kreatif Bagi Industri Kecil, Bappeda*
-

- Gelar Seminar.* PPID Kota Probolinggo.
<https://ppid.probolinggokota.go.id/kembangkan-ekonomi-kreatif-bagi-industri-kecil-bappeda-gelar-seminar/>
- PPID Kota Probolinggo. (2021). *Belanja Oleh-oleh Khas Kota Probolinggo, Yuk Ke Gerai Dekranasda*. PPID Kota Probolinggo. <https://ppid.probolinggokota.go.id/belanja-oleh-oleh-khas-kota-probolinggo-yuk-ke-gerai-dekranasda/>
- Priyatmono, A. F. (2013). Dari Wisata Kreatif Menuju Solo Kota Kreatif (From Creative Tourism Towards Creative City Solo). *Sinektika*, 13(2), 69–75.
- PROBOLINGGOKOTA.GO.ID. (2022). *Produk UMKM Laris Manis di TMII*. Probolinggokota.go.id. <https://probolinggokota.go.id/berita-1-2/2022/produk-umkm-laris-manis-di-tmii>
- Rahadian, A. . (2016). Strategi Pembangunan Berkelanjutan. *Jurnal Stiami*, 3(1). https://www.academia.edu/36168647/Strategi_pembangunan_berkelanjutan_AML
- Rahayu, T., & Sugiarto, R. (2020). Pemberdayaan Lokalitas Dan Kreativitas: Upaya Menuju Bandung Kota Kreatif. *ATRIUM - Jurnal Arsitektur*, 2(2), 93–108. <https://doi.org/DOI:10.21460/atrium.v2i2.56>
- Rosana, M. (2018). Berwawasan Lingkungan Di Indonesia. *Jurnal Kelola: Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 148–163.
- Rozikin, M. (2019). KOLABORASI ANTAR STAKEHOLDERS PENTA HELIX DALAM PENGEMBANGAN KOTA KREATIF (Studi di Kota Malang). *Pangripta*, 2(2), 49–57. <https://jurnalpangripta.malangkota.go.id/index.php/pangripta/index>
- Sahadula, F. J., Interdisiplin, F. P., Kristen, U., Wacana, S., Therik, W. M. A., Interdisiplin, F. P., Kristen, U., & Wacana, S. (2017). Manam ' Mi: Pembangunan Berbasis Kearifan Lokal Studi Pada Masyarakat Miangas. *KRITIS: Jurnal Studi Pembangunan Interdisiplin*, 26(2), 144–175.
- Sari, I. K., & Wijaya, S. H. B. (2016). KOTA KREATIF DESAIN DALAM MEDIA KOMUNIKASI (Strategi Penggunaan Media Komunikasi Pemerintah Kota Bandung dalam Rangka Mensosialisasikan Bandung sebagai Kota Kreatif Desain). *Jurnal Kommas*, 1(1), 1–20.
- Savanti, D. A. (2019). *Membangun Kota Berkelanjutan Lewat UNESCO Creative Cities Network*. Biro Perencanaan Kemendikbud Ristek. <https://roren.kemdikbud.go.id/membangun-kota-berkelanjutan-lewat-unesco-creative-cities-network/>
- Setyawati, S. M., Wulandari, S. Z., Kreatif, K., & Kreatif, I. (2018). Analisis potensi pengembangan purbalingga sebagai kota kreatif berdasarkan persepsi pelaku usaha kreatif. *Prosiding Pengembangan Sumber Daya Perdesaan Dan Kearifan Lokal Berkelanjutan*, 8(11), 482–491.
- Slamet, R., Nainggolan, B., Roessobiyatno, Ramdani, H., Hendriyanto, A., & Ilma, L. L. (2016). Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 16(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/jmi.v16i2.319>
- Sunarso, A. P., & Djunaedi, A. (2014). *Tahapan Kota Bandung Menuju Kota Kreatif* [Universitas

Gadjah Mada]. <http://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/73792>

Supriyanto, & Fitria, N. J. L. (2022a). Pengembangan Wisata Lokal Di Kompleks Pelabuhan Kota Probolinggo Dengan Partisipasi Masyarakat Serta Dimediasi Pemerintah Daerah. *Empati*, 11(1).

Supriyanto, & Fitria, N. J. L. (2022b). Social Capital and Tourism Potential in the Development of Community-Based Port Tourism Complex in Probolinggo City. *ENTITA: Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 4(2).