

TRANSFORMASI DAN *BRANDING CREATIVE* KAWASAN UNTUK KEBERLANJUTAN PERKOTAAN TELAHAH KASUS PERANCANGAN SIMPUL KREATIF PULOGADUNG C@P

Creative Transformation and Branding for Urban Sustainability an Analysis of Pulogadung C@P

Ramalis Sobandi¹ Davin² dan Binar Tyaghita³

^{1,2,3} Yayasan Pilar Tunas Nusa Lestari, Jalan Jati Indah V no 7 Bandung, 40275
Surel: ¹sobandiramalis@gmail.com, ²changdavin91@gmail.com, ³binar.tunasnusa@gmail.com

Diterima: 05 April 2018; Disetujui: 12 Oktober 2018

Abstrak

Tumbuhnya aktivitas industri adalah salah satu penyebab munculnya pusat-pusat perkotaan. Ketika globalisasi dan perkembangan teknologi maupun perubahan iklim terjadi, kota dan industri didalamnya mengalami perubahan yang dinamis dan mengancam keberlanjutan serta kelayakhunian ruang-ruang perkotaan. Ekonomi kreatif membuka peluang baru untuk perkembangan kawasan perkotaan yang berkelanjutan dan layak-huni, terbukti dari berbagai contoh kasus global di Inggris, Cina, Korea hingga beberapa contoh lokal di Jakarta dan Bandung. Telaahan ini mencoba menelusuri peluang keberlanjutan pembangunan perkotaan melalui transformasi Kawasan Industri Pulo Gadung sebagai simpul ekonomi kreatif tingkat nasional. Telaahan ini merekomendasikan konsep dan proses transformasi berlapis yang dilakukan berdasarkan metoda komparasi studi kasus dan pendekatan urban acupuncture dalam kerangka prisma 3 lapis. Konsep transformasi mengindikasikan adanya peluang keberlanjutan dan kelayakhunian pembangunan perkotaan melalui transformasi kawasan Industri JIEP Pulogadung menjadi simpul dari jejaring ekonomi kreatif. Kasus JIEP ini juga menunjukkan peluang transformasi bertahap dengan sumber daya, biaya dan waktu yang terbatas dengan tetap dapat mencapai hasil yang maksimal melalui perencanaan, penyepakatan dan konsistensi yang didasarkan atas kebijakan dan perencanaan yang tepat.

Kata Kunci: Transformasi perkotaan, ekonomi kreatif, place-making, branding, kelayakhunian

Abstract

The growth of Industrial activity is one of the cause of urban center development. However, as globalization, technology development and climate change happened; the urban centers dynamics changed as well and threatened the sustainability and livability of its environment. Creative economy offer new opportunity for urban regeneration which may restore the sustainability and livability of its environment; supported by global best practice in UK, China, South Korea; and local movement in Jakarta and Bandung. Thus, this paper focuses on searching the possibilities of expanding the urban sustainability through Industrial estate transformation into The nodes of Creative Economy by using the transformation case of Pulogadung Industrial Estate into national Creative economy hub of Indonesia. Our analysis recommend transformation concept based on global and local best practice's strategies, based on approach of Urban Acupuncture and framed within 3 layered prism. Transformation concept indicate there are opportunity for sustainability and livability restoration by transforming JIEP and Pulogadung previous Industry area into National Creative Economy Hub. This concept also showed that there are opportunity to do so within limited time, budget and resource; as long as there are good planning, agreement and supporting policy.

Keywords: Urban transformation, creative economy, place-making, branding, livability

PENDAHULUAN

Tantangan terbesar dari upaya menjaga keberlanjutan kota dan layak hunian bagi penduduknya muncul karena kota dan perkotaan memiliki beragam karakter, keterkaitan, serta dinamika perkembangannya. Ketika kota dalam

sistemnya menghadapi dinamika yang kompleks, misalnya saja gabungan dari turbulensi ekonomi, tekanan politik dan temuan teknologi yang menggeser efisiensi produksi, maka yang segera terancam adalah kelangsungan hidup penduduknya (Berger, 2000).

Ekonomi kreatif memungkinkan adanya perkembangan kawasan perkotaan yang berkelanjutan karena pemenuhan kebutuhan manusia yang tidak terlalu banyak mengorbankan serta memberikan peluang perbaikan kesehatan ekosistem dari ruang terbangun yang terkena dampak perkembangan industri. Kemudian ekonomi kreatif melalui berbagai simpul dan titik industri kreatif mendorong kelayakhunian kota pada skala lokal dengan penciptaan ruang – ruang yang nyaman dihuni dan produktif; pada skala global dengan penciptaan lapangan kerja baru.

Titik masuk (*entry point*) ekonomi kreatif dalam keberlanjutan dan kelayakhunian perkotaan adalah melalui transformasi pusat – pusat perkotaan, salah satunya yang didorong oleh pertumbuhan kawasan industri, khususnya sektor industri manufaktur yang tengah menurun yang umumnya mendorong perkembangan kawasan perkotaan yang kumuh dan beresiko menjadi kawasan yang ditinggalkan atau mengalami disparitas pelayanan dasar masyarakat.

JIEP adalah salah satu contoh kawasan industri di Indonesia di bidang industri manufaktur yang mendorong pertumbuhan kawasan perkotaan di Jakarta. Dalam proses pertumbuhannya, diperkuat dengan pembangunan terminal dan perkembangan Pulogadung sebagai salah satu simpul transportasi, proses menghuni pada lingkungan di sekitarnya menjadi tidak berkelanjutan sehingga ruang – ruang yang ada pun menjadi kurang layak untuk dihuni. Di luar potensi JIEP sebagai simpul ekonomi nasional dan bahkan global, Kecamatan Pulogadung tercatat sebagai kecamatan dengan kerawanan tertinggi besar kemungkinan muncul sebagai akibat arus urbanisasi dan tingginya kesenjangan layanan dasar masyarakat. Berdasarkan latar belakang tersebut, telaahan ini mencoba menelusuri peluang keberlanjutan dan kelayakhunian pembangunan perkotaan melalui transformasi kawasan Industri JIEP Pulogadung menjadi simpul dari jejaring ekonomi kreatif.

Keberlanjutan dan Kelayakhunian Pusat Perkotaan (*Urban Center*)

Keberlanjutan diartikan sebagai pembangunan untuk pemenuhan kebutuhan saat ini yang dijaga keseimbangan secara menerus sehingga tidak mengorbankan kelangsungan ekosistem untuk generasi mendatang (Bruntland Report-WCED, 1987 dalam Holden, 2014; Cambridge Dictionary, 2018; KBBI; 2018). Berangkat dari pemahaman tersebut maka kawasan perkotaan yang berkelanjutan dapat didefinisikan sebagai kawasan perkotaan yang mampu memfasilitasi dan menjaga keseimbangan kesehatan ekosistem dan kesejahteraan manusianya secara menerus melalui berbagai aksi ekologi,

ekonomi dan sosial pada skala dan aras yang berbeda (Wu, 2014; Huang & Yang, 2015).

Secara lebih mendetail kemudian kita mengenal istilah kelayakhunian (*Livability*) yang dapat dipahami sebagai kemampuan ruang terbangun untuk menciptakan kualitas hidup yang baik bagi penggunanya yang secara umum terdiri atas kebutuhan fisik; yang terdiri atas fasilitas perkotaan, prasarana dan tata ruang; maupun kebutuhan non-fisik; yang terdiri atas hubungan sosial-kultural dan aktivitas ekonomi (Choudhury 2018; Ikatan Ahli Perencana Indonesia, 2011). Lebih jauh kelayakhunian dari perspektif regenerasi kawasan perkotaan dan/atau pusat-pusat perkotaan dapat dipahami sebagai kemampuan kawasan dan/atau pusat tersebut untuk terus menerus menjaga dan meningkatkan vitalitas dan daya tariknya (Balsas, 2004).

Berdasarkan tinjauan terhadap definisi dan batasan keberlanjutan dan kelayakhunian, didapatkan bahwa irisan antara dimensi keberlanjutan dan kelayakhunian bagi penduduk perkotaan (Gough 2015) terdiri dari gabungan dimensi ekonomi – kekuasaan, fisik – lingkungan dan sosial – budaya (Balsas 2004; Gough 2015).



Gambar 1 Model Prisma Aras Perkotaan

Sumber : Ramalis - 2018

Dimensi ekonomi – kekuasaan dari perkotaan yang berkelanjutan dan layak huni mencakup kemampuan perkotaan untuk meningkatkan daya saing perekonomian melalui akses yang dapat diandalkan dan tepat pada pusat – pusat penyediaan pekerjaan, serta peluang untuk mendapatkan pendidikan, layanan dasar dan akses pada pasar (Lewis dan Herman 2016). Di luar itu tentunya berbicara tentang bagaimana dinamika kekuasaan dapat tetap menjaga daya saing perekonomian dengan menyelaraskan kebijakan dan pendanaan untuk menghilangkan batasan dalam berkolaborasi dan investasi (Lewis dan Herman 2016).

Dimensi fisik – lingkungan berbicara tentang bagaimana vitalitas sebuah kota dapat mempengaruhi kelayakan dan kenyamanan berhuni penggunanya. Meminjam konsep vitalitas Lynch (1984) dalam *Good City Form* serta konsep keberlanjutan lingkungan secara umum, kota yang layak huni memiliki sistem transportasi dan berhuni yang dapat berkontribusi pada vitalitas lingkungan antara lain mendorong terciptanya lingkungan yang bersih, memiliki jejak karbon yang rendah dan pada akhirnya berkontribusi pada kesehatan komunitas yang tinggal di dalamnya (Douglas 2002; Balsal 2004; Lewis dan Herman, 2016).

Sementara dimensi sosial – budaya berbicara mengenai ketersediaan akses yang memadai akan ruang dan sumber daya lain untuk mewadahi pilihan gaya hidup dan beraktivitas yang mengapresiasi keunikan tiap komunitas yang ada di kawasan tersebut (Lewis dan Herman 2016; Chodbury 2018). Hal tersebut dapat dicapai melalui penataan ruang bermukim, jalan dan jaringan jalan, kepadatan dan penataan kawasan yang mengakomodasi ragam ruang dan aktivitas serta elemen pengendalian tertentu untuk pengembangan kawasan (Balsa 2004; UN Habitat 2015; Lewis dan Herman 2016; Chodbury 2018).

Peluang dan Skala Transformasi Pusat Perkotaan sebagai Inkubator Ekonomi Kreatif

Kawasan perkotaan dibentuk oleh dimensi fisik dan nonfisik. Dimensi fisik terdiri atas berbagai ruang terbangun, sarana dan prasarana yang secara bersama membentuk kota. Dimensi nonfisik terdiri dari berbagai nilai sosial dan ekonomi yang dimiliki oleh berbagai penghuni serta keterkaitan dan ekspresi yang muncul karenanya (Madanipour 1996; Dovey 2016). Berbagai dimensi tersebut saling terjalin dengan jaringan yang dapat dilihat dari 3 lapisan skala yaitu mikro, meso dan makro (Ramalis 2010; Dovey 2016). Sehingga upaya transformasi kawasan perkotaan dapat terjadi pada skala mikro, meso dan makro. Namun demikian perlu dipahami bahwa skala tersebut harus diletakkan dalam kerangka konteks yang sesuai.

Sejalan dengan kawasan perkotaan, ekonomi kreatif pun memiliki dua dimensi, atau yang disebut juga sebagai atraksi. Wong (2011) berargumen bahwa klastering industri kreatif terjadi karena dua jenis faktor atraksi yaitu faktor *'hard'* dan faktor *'soft'*. Faktor *'hard'* yang menjadi atraksi yang menarik pelaku dan industri kreatif terbagi menjadi 3 yaitu ketersediaan infrastruktur, konteks lokasi cluster serta faktor biaya. Infrastruktur yang dibutuhkan umumnya berupa ketersediaan area parkir, akses transportasi publik, fasilitas untuk bekerja yang

dapat digunakan bersama dengan pelaku kreatif lainnya serta keberadaan pengelola. Cluster yang menarik pelaku dan industri kreatif umumnya berlokasi dekat dengan tempat tinggal mereka, dekat dengan konsumen serta partner bisnis. Faktor harga yang menjadi pertimbangan terdiri atas biaya sewa dan biaya hidup, jangka waktu sewa yang fleksibel serta biaya transportasi yang rendah.

Faktor *'soft'* yang menarik pelaku kreatif, atau yang sering disebut sebagai *ambiance / buzz*, dapat terdiri atas fasilitas budaya dan hiburan, lingkungan yang nyaman serta adanya toleransi dan kesan *'terbuka/tolerir'* (Wong, 2011; Dovey, 2015). Fasilitas Budaya dan hiburan dapat berupa ruang – ruang publik, fasilitas budaya serta fasilitas hiburan seperti cafe, restoran dan club. Kenyamanan lingkungan dapat dinilai dari kebersihan fisik dan udara serta ketenangan. Faktor toleransi dan keterbukaan dapat dilihat dari adanya berbagai gaya hidup yang beragam, keterbukaan pada berbagai pendatang dan minoritas serta keberadaan pengguna dengan usia 25 – 40 tahun (Wong, 2011).

Ekonomi kreatif dalam konteks perkotaan menyebar dari skala mikro melalui pertukaran pengetahuan yang difasilitasi oleh interaksi sosial, didorong oleh pengelompokan industri dan diakomodasi oleh ruang terbangun (Florida 2002; Dovey 2016). Pada skala mikro diawali dengan kemunculan berbagai industri kreatif yang membentuk klaster kreatif (*creative cluster*) Pada skala meso difasilitasi dengan kemunculan simpul kreatif (*creative hub*) yang menghubungkan berbagai pelaku dan sementara pada skala makro dapat didukung dengan berbagai kebijakan yang mendukung perkembangan kota kreatif. Pada konteks nasional berbagai kota kreatif yang sudah terbentuk harus terhubung dalam suatu jejaring yang diperkuat dengan berbagai simpul kreatif pada skala meso (Siregar dan Sudrajat 2017). Dalam upaya transformasi skala meso menjadi penting karena menjembatani transformasi dalam skala mikro dan mendorong transformasi mencapai sistem pada skala makro.

Konsep *Urban Acupuncture* di dunia planning secara umum berbicara tentang metode transformasi pada skala mikro dengan batas waktu yang singkat dan biaya terjangkau dengan potensi dampak yang lebih luas. Konsep *urban acupuncture* dibuat dengan asumsi bahwa lingkungan terbangun di analogikan dengan tubuh manusia yang difungsikan dengan aneka jejaring peredaran darah, syaraf, otot dan lainnya. Intervensi di titik yang tepat pada sistem dengan struktur seperti ini dapat secara bertahap menjangkau seluruh sistem. Konsep *urban acupuncture* dapat dicapai melalui prinsip pendekatan yang menyeluruh, pendidikan,

partisipasi, skenario identifikasi poin strategis, tindakan yang cepat, skala yang kecil serta upaya penciptaan tempat (*creating place*) (Hoogduyn 2014).

Konsep *urban acupuncture* sejalan dengan pengembangan ekonomi kreatif baik di dunia maupun di Indonesia. Selain didorong oleh keberadaan berbagai industri kreatif sebagai inkubator, ruang kreatif sebagai jejaring, *coworking space* dan *makerspace* sebagai ruang produksi; perkembangan ekonomi kreatif dapat terjadi karena adanya berbagai simpul penghubung. Simpul kreatif secara umum dapat dimaknai sebagai konektor, bukan hanya dalam skala mikro namun juga dalam skala meso bahkan makro. Simpul kreatif dapat menghubungkan berbagai ruang dan kreatif, dengan ekosistem yang dibentuk oleh kolaborasi antara pemerintah, akademisi, komunitas dan pelaku industri kreatif (Siregar dan Sudrajat, 2017).

Konteks Ekonomi Kreatif Indonesia

Howkins (2001) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai transaksi produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi atau jasa yang dihasilkan dari kreativitas serta memiliki nilai ekonomi. Ekonomi kreatif berbasis pengetahuan dan muncul karena adanya transformasi ekonomi global dari ekonomi berbasis barang menjadi berbasis jasa. Berdasarkan kerangka ekonomi kreatif terdapat industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang digerakkan oleh kreatifitas, kemampuan dan talenta. Industri ini berpotensi untuk menciptakan keuntungan dan pekerjaan melalui penciptaan dan eksploitasi properti intelektual (Caves 2000; DCMS 2001; Pratt 2010 dalam Cesarin 2017).

Konsep ekonomi kreatif mulai dikenal negara-negara berkembang di Asia melalui transfer kebijakan antar negara dan transfer pengetahuan melalui penelitian, dan mulai berkembang pesat di negara – negara Asia setidaknya mulai tahun 2006 (Fikri, 2015). Indonesia mulai mengadopsi konsep ekonomi kreatif pada tahun 2008 dengan mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).

Industri manufaktur yang berkembang di Indonesia pada era 70an mulai menyusut sejak akhir 90an, membawa serta isu rendahnya kapasitas dan kompetensi pekerja yang bisa diserap serta residu polusi dan penurunan kualitas lingkungan. Krisis ekonomi dan isu globalisasi lainnya, yang diikuti oleh berkembangnya konsumsi dan pengembangan

teknologi IT, mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Beberapa contoh antara lain subsektor fashion yang berkembang dengan kemunculan distro di masa krisis diikuti dengan busana muslim; perkembangan teknologi yang memunculkan pertumbuhan subsektor ekonomi baru seperti aplikasi, animasi dan game; serta subsektor fotografi dan bidang desain yang terpacu oleh kemudahan distribusi melalui media sosial. Tercatat ada beberapa simpul ekonomi kreatif yang kemudian muncul di Indonesia diantaranya Yogyakarta, Bandung, Makassar, Ubud dan DKI Jakarta. Di luar itu ditemukan juga simpul ekonomi kreatif Indonesia yang bertumpu kepada kebudayaan lokal seperti Yogyakarta, Surakarta dan Denpasar.

Beberapa persoalan mendasar yang perlu ditindak lanjuti diantaranya kualitas SDM, permodalan, infrastruktur, riset dan pengembangan serta partisipasi dan sinergi. Secara umum kualitas dan kuantitas tenaga kerja di bidang ekonomi kreatif di Indonesia masih rendah karena kurangnya pelatihan dan fasilitasi. Bidang ekonomi ini masih terbilang baru, nampaknya pemerintah pun masih dalam upaya menemukan formula yang tepat karena kebijakan yang ada meskipun beberapa mendukung namun belum sepenuhnya mendorong pengembangan ekonomi kreatif. Prospek bisnis di sektor ekonomi kreatif juga dinilai masih rendah dan berisiko tinggi sehingga sulit untuk mendapatkan pembiayaan permodalan. Infrastruktur ekonomi kreatif termasuk teknologi, rantai distribusi dan ketersediaan data pasar belum memadai sehingga menghambat proses ekonomi. Riset dan pengembangan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif, antara lain terkait pemanfaatan SDA sebagai bahan baku alternatif bagi produk ekonomi kreatif Indonesia belum optimal. Selain itu, dan merupakan isu yang cukup penting, partisipasi dan sinergi pemangku kepentingan ekonomi kreatif masih belum komprehensif sehingga kreativitas belum dapat dimanfaatkan secara memadai dalam pembangunan.

Pemetaan Ekonomi Kreatif global yang dilakukan oleh *Ernst and Young (EY)* pada tahun 2015 menemukan bahwa Industri Kreatif dan Budaya (*Cultural and Creative Industries atau CCI*) didunia bernilai sebesar 2,3 triliun dolar AS (US\$ 2.3 trillion atau 30.654 triliun rupiah). Sementara merujuk pada RPJMN 2015-2019, kondisi ekonomi Indonesia di tahun 2017 di proyeksikan akan tumbuh 5,1%, dengan target rata rata pertumbuhan ekonomi kreatif sebesar 7% dalam periode 2015- 2019 (RPJMN, 2015-2010). Dilihat dari pemetaan dan proyeksi ekonomi kreatif cukup potensial dan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.

Dalam prosesnya ekonomi kreatif juga memiliki kemampuan untuk mentransformasi lingkungan menjadi lebih berkelanjutan (karena tidak lagi berbasis industri manufaktur / industri besar yang cenderung menimbulkan kerusakan tinggi), menciptakan lingkungan yang layak huni (karena menciptakan iklim ekonomi yang lebih kompetitif, menghargai budaya dan berbasis komunitas) serta meningkatkan SDM (karena dalam pertumbuhannya ekonomi kreatif bergerak dalam jejaring transfer pengetahuan). Sehingga jika berhasil dikembangkan ekosistem kreatif yang baik dan memadai tentunya akan sangat bermanfaat dan berdampak baik pada pertumbuhan ekonomi Indonesia serta kesejahteraan masyarakat.

Jakarta, sebagai salah satu kontributor pertumbuhan ekonomi kreatif terbesar, memiliki jumlah dan skala simpul kreatif yang besar. Simpul kreatif di Jakarta mencakup seni, budaya, teknologi digital, inkubator dan area bekerja (*coworking space* dan *makerspace*). Penggabungan pemetaan secara cepat simpul transportasi, spot, kluster ekonomi kreatif dan simpul kreatif di Jakarta menunjukkan sudah terbentuk simpul kreatif skala Kota Jakarta yang terdiri atas IKJ yang berupa Simpul Seni dan Pertunjukan; JHC yang berupa Simpul Digital dan Teknologi, inkubator dan *co-working spaces*; JDC (*Jakarta Design Center*) yang berupa Simpul Desain Arsitektur dan Interior; Kemang di mana ada Simpul Konsumsi Karya Seni Tingkat Atas; Gudang Sarinah yang merupakan Simpul Komunitas Kreatif untuk aksi dan edukasi; MACAN yang merupakan Simpul Konsumsi Seni Modern Tingkat Atas; Kota Tua yang merupakan Simpul Seni, Pertunjukan dan Kriya Berbasis Heritage; serta PASAR SENI yang berupa *Marketplace* untuk Seni dan Budaya.

Aglomerasi dan kegiatan (*event*) kreatif di Jakarta selintas menunjukkan dua kelompok pelaku dengan karakter yang kontras. Kelompok pertama berbasis bisnis dengan transaksi formal dan yang kedua gerakan kreatif anti mainstream dengan pola transaksi informal. Walaupun demikian lokasi, skala, jangkauan dan aras pelaku menjadikan dinamika kreatifitas Jakarta sebagai pelaku nasional yang dapat memrepresentasikan Indonesia di kancah Internasional dengan beberapa simpul lain di Bali, Yogyakarta dan Bandung.

METODE

Kajian ini berawal dari permintaan pendampingan dari 2 pelaku kunci yaitu JIEP dan Deputi 3 Bekraf. Telaahan ini mencoba menelusuri peluang keberlanjutan pembangunan perkotaan melalui transformasi kawasan Industri menjadi simpul jejaring ekonomi kreatif melalui studi literatur dan

studi kasus; dengan menggunakan data primer berupa hasil observasi lapangan serta data sekunder berupa preseden. Telaahan ini merekomendasikan proses transformasi berlapis yang dilakukan dalam jangka menengah dengan waktu 3 tahun dan jangka panjang dengan sasaran di tahun 2025.

Kajian ini selanjutnya dibahas dalam kerangka model kajian prisma aras perkotaan (Gambar 1). JIEP sebagai kawasan di posisikan sebagai entitas mikro, Jakarta sebagai entitas meso dan pada tingkatan makro dipilih Indonesia. Aktivitas Industri yang dikembangkan pada awal berdirinya JIEP dan transformasi menjadi simpul kreatif di baca sebagai akumulasi kegiatan yang terdiri dari keputusan pengelolaan fisik – lingkungan; Ekonomi-politik (kekuasaan); dan terkait dengan sub sistem Sosial-budaya. Sementara kesimpulan terhadap hipotesa akan dilakukan dengan komparasi kondisi eksisting dengan hasil konsep perancangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komparasi Strategi Transformasi

Sejalan dengan kemunculan ekonomi kreatif yang menandai transformasi industri berbasis manufaktur menjadi industri yang berbasis pengetahuan, upaya transformasi pusat perkotaan umumnya diimplementasikan pada pusat – pusat perkotaan yang dulunya merupakan pusat kegiatan industri manufaktur. Beberapa negara yang cukup berhasil melakukan upaya transformasi tersebut secara terstruktur dan melibatkan hampir semua pemangku kepentingan di bidang ekonomi kreatif (pemerintah, pelaku bisnis, komunitas dan akademisi) adalah Inggris, Cina dan Korea.

Inggris merupakan salah satu negara yang mulai melakukan transformasi bekas pusat industri manufaktur menjadi inkubator ekonomi kreatif, upaya tersebut setidaknya diawali pada tahun 1980-an meskipun pada saat itu belum menggunakan terminologi ekonomi kreatif. Menarik untuk ditelaah bagaimana strategi untuk mendorong perekonomian serta menciptakan lingkungan perkotaan yang lebih nyaman dan berkelanjutan.

Cina termasuk negara yang terdepan dalam perkembangan ekonomi kreatif dengan upaya pembangunan inkubator ekonomi kreatif yang cukup masif. Meskipun lebih menitikberatkan pada faktor ekonomi, tetap perlu ditelaah untuk mengetahui strategi transformasi yang dapat mengkapitalisasi ekonomi kreatif, karena bagaimanapun ekonomi kreatif tentunya berbicara tentang peningkatan profit. Terakhir, Korea Selatan memiliki strategi pengembangan ekonomi kreatif yang menarik untuk

ditelaah karena keberhasilannya menembus pasar global melalui sinergi yang baik antara pemerintah, pelaku bisnis, komunitas dan media.

Selain itu, juga dilakukan telaah terhadap kasus transformasi bekas gudang baik industri maupun militer yang telah dilakukan di beberapa kota di Indonesia. Walaupun dilakukan dalam skala yang lebih kecil, beberapa upaya transformasi yang telah dilakukan; antara lain dengan pemanfaatan Gudang Sarinah di Jakarta dan Spasial Gudang Selatan di Bandung; dapat dianalisis keterlibatan pemangku kepentingan, kegiatan serta sistem pengelolaan dari contoh kasus transformasi di akar rumput.

Regenerasi pusat perkotaan melalui transformasi kawasan industri di Inggris

Jauh sebelum konsep ekonomi kreatif dikenal, Inggris menyadari pentingnya upaya regenerasi pusat perkotaan dengan merangkul pelaku ekonomi lokal dan kecil serta komunitas setempat. Salah satu *best practice* adalah *Cultural Industries Quarter* di Sheffield. Sheffield merupakan kota yang berkembang dari aktivitas industri, namun kondisinya menurun selepas perang dunia dan makin parah selepas tahun 1970 karena banyak industri yang tutup. Sehingga melalui inisiatif pemerintah kota bersama komunitas seni mulai dikembangkan dan dibangun kompleks yang mendorong inkubasi ekonomi lokal dan seni.

Untuk menghidupkan kawasan ditawarkan *hard attraction* dalam bentuk fungsi galeri, perkantoran, ruang-ruang produksi dan fasilitas dasar lainnya dengan harapan selain mendukung *local talent* dapat juga mengundang kedatangan pelaku ekonomi kreatif dari luar *Sheffield*. Upaya ini tidak hanya berhasil memperbaiki kondisi lingkungan kawasan tersebut namun juga mentransformasi kawasan menjadi pusat produksi ekonomi kreatif berbasis budaya antara lain seni, fotografi, perfilman, musik, desain grafis dan desain produk (Montgomery 2007). Di luar itu, upaya ini menunjukkan sinergi pemerintah setempat, komunitas serta pelaku bisnis. Keberhasilan upaya ini adalah keterlibatan aktor lokal serta pemilihan kawasan dengan *soft attraction* karena adanya konteks sejarah dan sosial (*inner historical city*).

Kapitalisasi ekonomi melalui transformasi kawasan industri di Cina

Pemerintah Cina mulai fokus pada ekonomi kreatif, khususnya di Beijing, sejak tahun 2006. Fokus dan upaya tersebut diwujudkan dalam bentuk kebijakan dan anggaran dana yang mendukung ekonomi kreatif. Hal tersebut dilakukan karena pemerintah mulai menyadari potensi ekonomi kreatif dalam menyelesaikan permasalahan perkotaan antara lain pertumbuhan ekonomi yang terhambat, kerusakan

pusat – pusat perkotaan serta kompetisi global. Sub sektor ekonomi kreatif yang menjadi fokus pemerintah adalah seni pertunjukan, percetakan, barang seni dan antik, media, komik, video games, periklanan, desain dan pariwisata budaya. Pada tahun 2011, 5 tahun setelah upaya tersebut diawali, tercatat bahwa penghasilan dari Industri Budaya di Beijing mencapai 12,1% dari pendapatan kota dengan *growth rate* lebih dari 20%. Tahun 2012 Beijing ditunjuk sebagai *City of Design* oleh UNESCO.

Pemerintah Cina, khususnya Kota Beijing, mengembangkan ekonomi kreatif melalui pengembangan klaster – klaster industri. Setidaknya terdapat dua tipe klaster industri di Beijing, yaitu klaster yang tumbuh secara organik sebelum kemudian diintervensi oleh pemerintah (dalam bentuk peresmian, fasilitasi investasi dan pembangunan infrastruktur) serta klaster yang diinisiasi oleh pemerintah. Klaster yang diinisiasi oleh pemerintah umumnya tidak bertahan lama atau berada dalam kondisi stagnan, sementara klaster yang tumbuh organik cenderung lebih bertahan, walaupun seringkali dengan komposisi pelaku yang berubah setelah adanya intervensi pemerintah.

Sejalan dengan temuan He dan Gerbhart (2014), klaster yang diinisiasi oleh pemerintah hanya fokus pada penyediaan *hard attraction*, sehingga di awal akan menarik banyak pelaku karena ketersediaan infrastruktur dan insentif; namun tidak dapat membuat mereka bertahan karena tidak ada *'soft factor'*. Sementara pada klaster yang tumbuh secara organik, *'soft factor'* cukup kuat, sehingga saat ditambahkan *'hard factor'* oleh pemerintah, akan makin mendorong pertumbuhan ekonomi pada klaster tersebut. Namun yang menjadi catatan adalah setelah terjadi kapitalisasi ekonomi kreatif pada klaster – klaster tersebut, pelaku mula-mula (*anchor actors*) yang menarik pelaku lain cenderung meninggalkan klaster tersebut karena ada perbedaan paradigma terkait kapitalisasi ekonomi kreatif dengan pemerintah. Sehingga dalam jangka panjang, originalitas dan inovasi sudah tidak lagi ada. Klaster hanya melayani kegiatan produksi, distribusi dan konsumsi saja, tanpa ada konservasi dan kreasi.

Secara umum aktor yang terlibat dalam inisiasi adalah komunitas dan pelaku bisnis kreatif baik pada skala kecil hingga menengah, pemerintah serta perusahaan yang bergerak di bidang *real estate* (developer). Beberapa berorientasi pada produksi kreatif melalui studio seni, studio tari, pusat seni, galeri dan bisnis berbasis budaya lainnya; namun ada juga yang berorientasi pariwisata budaya yang hanya menyediakan ruang untuk konsumsi hasil / produk ekonomi kreatif.

Strategi sinergi pelaku serta jangkauan global ekonomi kreatif di Korea Selatan

Sejak tahun 70an ekonomi Korea Selatan di dominasi oleh keberhasilan perusahaan perusahaan besar yang kurang memberikan ruang pada pelaku ekonomi mikro dan kecil. Kondisi ini dirasakan sangat berat ketika terjadi krisis ekonomi di akhir 90an. Pemerintah Korea Selatan sadar bahwa dengan ekonomi kreatif dapat meningkatkan kompetitif dalam pasar regional dan mengundang banyak aktor perdagangan (Observer Korea 2016).

Dengan metode *top-down*, pemerintah Korea Selatan menggerakkan kebijakan masif mengubah haluan menjadi ekonomi berbasis pengetahuan dan kreatif industri semenjak tahun 2013 (OECD 2016). Pihak pemerintah menandatangani perjanjian dagang kepada negara lain dengan basis yang baru, mendorong pelaku industri kecil dan menengah sebagai aktor utama, menciptakan lingkungan kerja kreatif baik dalam pusat kreatif regional dan kebijakan-kebijakan yang mendorong lahirnya pelaku ekonomi kreatif baru didalam negeri. (UNCTAD 2017)

Dari Korea Selatan dapat dilihat keseriusan pemerintah dalam mengangkat ekonomi kreatif sebagai pilar ekonomi utama dalam pembentukan kebijakan dan juga lingkungan ekonomi kreatif dengan basis *hub* kreatif di 18 wilayah atau pusat dukungan pemerintah kepada pelaku kecil menengah. Kemampuan *branding* juga menjadi penting, karena hal tersebut yang menjadi dasar jangkauan global ekonomi kreatif di Korea Selatan (Hong 2014; Lake 2017).

Upaya transformasi berbasis ekonomi kreatif di akar-rumpun

Sementara di Indonesia, sudah ada upaya transformasi gudang bekas industri maupun milik militer menjadi inkubasi ekonomi kreatif di antaranya di Gudang Sarinah Jakarta dan Gudang Selatan Spasial Bandung. Gudang Sarinah merupakan bangunan milik PT Sarinah yang disewa / dipinjamkan pada komunitas sebagai pengelola. Pengelola bekerjasama dengan komunitas dan pelaku bisnis, khususnya komunitas yang memiliki fokus melakukan pelatihan. Pelaku bisnis yang menyewa ruang juga dikurasi oleh pengelola agar menciptakan ekosistem yang nyaman dan dapat menjadi simpul pendidikan dan pelatihan. Perubahan fisik yang dilakukan tidak besar, hanya sebatas penambahan dan penataan furniture serta pembuatan graffitti yang sekaligus menjadi event untuk mempublikasikan keberadaan simpul ini.

Gudang Selatan Spasial merupakan gudang milik militer yang dikelola oleh individual di bawah brand

SPASIAL. Pengelola juga bekerjasama dengan komunitas dan pelaku bisnis, serta media. Bisnis yang ada antara lain piringan hitam, arsitektur, pakaian dan sepatu. Di luar itu sering diselenggarakan event musik, film, pelatihan dan diskusi di sini. Sehingga spasial sering dikenal sebagai simpul seni, budaya serta inkubator industri kreatif di Bandung.

Dari berbagai contoh kasus dapat ditarik beberapa kesimpulan. Keberhasilan upaya transformasi kawasan industri menjadi simpul / inkubator ekonomi kreatif sangat menitik beratkan pada faktor pelaku, meminjam istilah Wong (2011), sangat bergantung pada *soft factors* yang dapat dicapai dengan dimensi nonfisik yaitu kegiatan dan/atau dimensi fisik yaitu pemilihan lokasi serta konsep desain.

Sinergi pelaku menjadi sangat penting dengan komposisi pelaku umumnya terdiri atas pemilik, pengelola, pelaku bisnis dan/atau komunitas utama (*anchor*), serta pelaku dan komunitas dari berbagai skala. Jika dilihat dari peran, pemerintah berperan dalam menyediakan kebijakan, fasilitas, infrastruktur dan jika memungkinkan pendanaan; komunitas dan pelaku merupakan penggerak dan partisipator, dengan pelaku bisnis skala besar dapat berperan sebagai investor; sementara akademisi umumnya ditemukan dalam bentuk pelatih/pendidik informal walaupun pada beberapa kasus seperti di Inggris sudah mulai ditemukan keterlibatan institusi pendidikan formal dalam riset dan pengembangan.

Untuk menarik kedatangan pelaku, dibutuhkan event serta kerjasama dengan media. Korea Selatan menjadi contoh yang menarik tentang bagaimana media dapat dimanfaatkan tidak hanya untuk membangun industri ekonomi kreatif secara internal di Korea Selatan, namun juga dalam mendistribusikan hasil ekonomi kreatif secara global.

Potensi dan Permasalahan JIEP dan Pulogadung

Di awal tahun 1970an ketika kondisi nasional stabil, subsektor industri manufaktur tumbuh di beberapa wilayah kunci di Indonesia termasuk Jakarta, diikuti dengan pertumbuhan zona-zona industri turunannya. Pemerintah DKI melihat potensi Pulogadung karena kemudahan akses ke seluruh wilayah Jakarta dan simpul transportasi nasional. Di Tahun 1969 ditetapkanlah PT. Persero Jakarta Industrial Estate Pulogadung diatas lahan seluas 500 Ha, dengan komposisi kepemilikan 50% Negara RI melalui Kementerian BUMN dan 50% Pemerintah Propinsi DKI Jakarta.



Gambar 2 JIEP dalam Konteks Pulogadung, Jakarta Timur, dan DKI Jakarta
 Sumber : Google Maps, 2018

JIEP memiliki visi untuk menjadi “Pengembang dan Pengelola yang Berstandar Internasional di Bidang Kawasan Terpadu bidang Industri, Bisnis, Properti, Logistik, yang Mandiri dan Bernilai Tambah Tinggi serta Berwawasan Lingkungan”. Visi tersebut dicapai melalui 4 misi bisnis yang dilakukan oleh JIEP sebagai kawasan industri. Saat ini telah ditambahkan misi ke 5 sebagai dasar transformasi yaitu “Merintis dan mengembangkan Kawasan Industri Pulogadung untuk bertransformasi sebagai pusat lokasi pengembangan industri kreatif dan bernilai tambah tinggi, serta pusat lokasi penelitian dan pengembangan bagi perusahaan-perusahaan berkelas dunia”.

Secara umum saat ini kondisi fisik kawasan dapat dibedakan 5 bagian yaitu bagian kawasan yang disewa oleh pelaku industri aktif untuk produksi; bagian kawasan yang telah dipugar dan disewa oleh pelaku industri; bagian kawasan yang tidak disewa dan membutuhkan pemulihan fungsi; bagian kawasan yang difungsikan untuk aktifitas pendukung industri termasuk didalamnya sarana sosial, umum dan prasarana infrastruktur serta bagian luar kawasan yang berkontribusi pada identitas diantaranya kawasan terminal Pulogadung, aktifitas industri – jasa rumahan, permukiman kampung dan kawasan hunian pengembang (gambar 3). Saat ini efisiensi dan kinerja Pulogadung sebagai kawasan mencapai 95%.

Pengamatan nonfisik dan identitas yang melekat pada kawasan Pulogadung diantaranya menemukan bahwa Pulogadung memiliki skala ekonomi nasional dengan potensi kerawanan tinggi. Kecamatan Pulogadung ditetapkan pada tahun 1956 dan dikenal sebagai sentra produksi perabot rumah tangga seperti rantang, dandang, jemuran, kursi, lemari, kuda-kudaan dan mainan anak-anak lainnya. Sejak ditetapkannya terminal dan kawasan industri Pulogadung, perubahan pesat dalam bentuk aglomerasi kegiatan terkait industri besar dan simpul

transportasi antar provinsi. Kecamatan Pulogadung tidak tercatat sebagai kecamatan dengan kemukiman tertinggi, tetapi memiliki kerawanan tertinggi, dengan indikasi penyebab tingginya proporsi pendatang dan tingginya kesenjangan layanan dasar yang dihadapi oleh masyarakat.



Gambar 3 Kawasan dan Pembagian Titik Intervensi JIEP
 Sumber: Davin – 2018

Dalam mewadahi proses transformasi kawasan industri JIEP dengan deskripsi yang telah disebutkan sebelumnya sebagai simpul kreatif Kota Jakarta, masih menggunakan metode *Urban Acupuncture* dengan menyetarakan skalanya kepada kawasan industri ini. Inisiasi perubahan ini dipilih dengan mempertimbangkan beberapa pilihan dari jangka waktu, identifikasi strategis, dan upaya pengadaan tempat. Beberapa titik memiliki banyak potensi untuk pengembangannya, tetapi memerlukan banyak pengembangan atraksi untuk menciptakan ketertarikan terhadap target group agar dapat mengundang ke kawasan ini.

Pengamatan lapangan dilakukan dalam 3 tahapan yaitu diskusi, pengamatan JIEP serta pengamatan terhadap Pulogadung. Diskusi secara teknis dilakukan dengan pengelola, pengguna kawasan, masyarakat dan penduduk sekitar. Pengamatan di JIEP meliputi pengamatan fisik, aktivitas, struktur-

keterkaitan kegiatan. Pengamatan di Pulogadung meliputi peran sub-ruang pada kawasan secara keseluruhan. Pertimbangan yang dipakai untuk memilih titik intervensi ruang dan fungsi JIEP simpul kreatif adalah kondisi kemanfaatan ekonomi saat ini, perkiraan investasi untuk mentransformasi fungsi, serta dampak pada fungsi dan *branding* simpul kreatif (tabel 1).

Tabel 1 Pertimbangan Intervensi

Titik Observasi	Manfaat Ekonomi Kini	Perkiraan Investasi	Dampak pada Fungsi dan Branding
Taman	Negatif	Fisik Disain Event	Branding Fungsi Fisik Baru Ambience
Gerbang	Baik	Fisik Disain Manajemen	Branding Fungsi Fisik
SUIK	Negatif	Fisik Disain Event Manajemen	Branding Fungsi Fisik Baru Ambience
Danau	Negatif	Fisik Disain Event Manajemen	Branding Fungsi Fisik Baru Ambience
Jalan Utama	Industri	Fisik permanen dan temporer Design Event Manajemen Safety	Branding Fungsi fisik Tambahkan Ambience
Jalan Sekunder		Fisik permanen dan temporer Disain Event Manajemen Safety	Branding Fungsi Fisik Tambahkan Ambience

Sumber: Ramalis - 2018

Dengan menggunakan model prisma berlapis, maka analisa kebutuhan transformasi disusun berdasarkan skala mikro, meso dan makro (tabel 2). Pada skala mikro (yaitu pada JIEP) ditemukan bahwa aktivitas, ketersediaan infrastruktur dan orientasi usaha belum berkontribusi dalam menciptakan identitas 'kreatif' pada JIEP. Sehingga perlu dilakukan proses *branding* dan *place-making* dalam menciptakan identitas tersebut.

Pada skala meso, yaitu Kota Jakarta, ditemukan bahwa belum ada kolaborasi antara *stakeholder* dan aktivitas ekonomi kreatif di Kota Jakarta. Bekraf mencatat Jakarta sebagai kota dengan kontribusi ekonomi kreatif terendah. Sehingga perlu adanya upaya untuk mempertemukan berbagai *stakeholder* dalam upaya mempercepat terbentuknya simpul kreatif dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Jakarta.

Tabel 2 Analisis Kebutuhan Transformasi

Skala Fungsi	Temuan	Kebutuhan
Mikro JIEP	<ul style="list-style-type: none"> Nama JIEP tidak terasosiasi dengan Ekraf.; Tidak terkoneksi dengan jejaring Ekraf ; Tidak ada <i>ambience</i> terkait Ekraf Tidak ada aktifitas dan infrastruktur terkait Ekraf. Berorientasi kepada usaha properti industri 	<ul style="list-style-type: none"> Re-branding JIEP & menjadikan bagian dari jejaring Ekraf Penyiapan aktifitas Ekraf yang didukung/ distimulasi oleh infrastruktur yang dibutuhkan Re-orientasi bisnis dengan kelayakan Ekraf
Meso, Jakarta	<ul style="list-style-type: none"> Rendahnya kolaborasi ABCG Ekraf, termasuk kalender kegiatan Proporsi Ekraf Jakarta terhadap ekonomi keseluruhan terendah pada lima provinsi penyumbang terbesar. Ada kekosongan simpul terpadu dalam skala kota dan tidak ada pemerataan aktifitas Ekraf di seluruh wilayah 	<ul style="list-style-type: none"> Terbentuknya jejaring Ekraf skala kota termasuk terselenggaranya kalender tahunan. Penguatan dan pencatatan kegiatan Ekraf beserta turunannya Pengembangan simpul dan jejaring Ekraf yang mencakup seluruh wilayah DKI
Makro, Nasional	<ul style="list-style-type: none"> Belum terbentuknya jejaring Ekraf nasional yang tersambung dengan jejaring internasional. Belum terarahnya investasi peningkatan Ekraf dan penghargaan bagi pelaku Ekraf. Belum tersedianya infrastruktur jejaring Ekraf nasional termasuk simpul yang menjamin proses kreasi sampai dengan konservasi 	<ul style="list-style-type: none"> Menyiapkan JIEP sebagai salah satu simpul nasional. Merancang transformasi JIEP, dengan mempertimbangkan investasi, transformasi fungsi –jejaring dan sasaran kinerja bertahap. Membuka fungsi simpul kreatif JIEP dengan dukungan infrastruktur nasional dan internasional

Sumber: Ramalis - 2018

Pada skala makro, yaitu skala nasional, ditemukan bahwa Jakarta sebagai ibu kota masih belum dapat berperan secara maksimal sebagai simpul kreatif nasional yang dapat menghubungkan ekonomi kreatif lokal baik untuk kebutuhan pasar, pembangunan skill dan investasi. Potensi JIEP Pulo Gadung dalam jejaring ekonomi global perlu dimanfaatkan sebagai gerbang yang tidak hanya menghubungkan ekonomi kreatif secara nasional namun juga secara global.

Konsep Transformasi

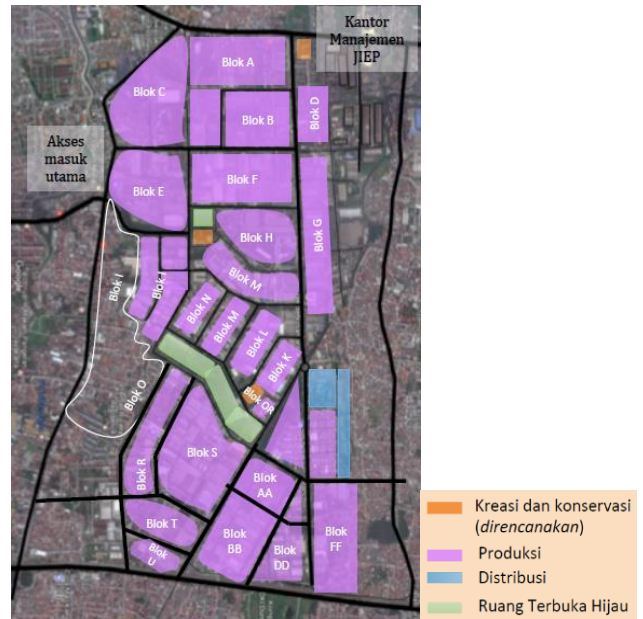
Mengawali konsep transformasi, berdasarkan hasil analisis terhadap konteks ekonomi kreatif Indonesia, maka yang sub sektor yang dipilih menjadi fokus pada simpul ini adalah subsektor fesyen. Sub sektor ini termasuk 3 subsektor ekonomi kreatif dengan pendapatan terbesar serta memiliki pusat aktivitas di Jakarta. Subsektor lain yang mendukung adalah seni murni dan kuliner. Konsep ini juga disusun dengan mempertimbangkan aktor utama yang terlibat yaitu JIEP, Pemerintah, Akademisi dan Komunitas (Tabel 3 dan Gambar 4).

Tabel 3 Lingkup Keterlibatan dan Proses

Titik Intervensi	Aktor Terlibat	Proses yang Diakomodasikan
Penataan Gerbang	JIEP, komunitas	Konservasi
Taman patung	JIEP, komunitas, pemerintah dan akademisi	Kreasi, konsumsi
Bulevard	JIEP dan komunitas, bisnis	Kreasi, produksi dan distribusi
SUIK	JIEP, komunitas, bisnis	Kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi
Alley SUIK	JIEP, komunitas dan pemerintah	Kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi
Stage Danau	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi
Amphy theater di area danau	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Kreasi dan penunjang
Broad walk di tepi danau	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Kreasi dan penunjang
Akses transport	Pemerintah dan bisnis	Penunjang dan keamanan
Saluran air	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Penunjang dan identitas
Signage	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Penunjang dan identitas
Pencahayaan	JIEP, komunitas, pemerintah dan bisnis	Penunjang dan keamanan

Sumber : Ramalis - 2018

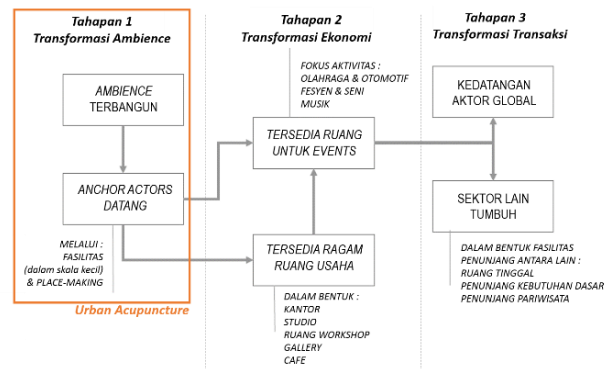
Transformasi kawasan JIEP Pulogadung terdiri atas upaya penyediaan *soft* dan *hard attraction* baik melalui dimensi fisik dan nonfisik. Secara umum upaya transformasi tersebut terdiri atas 3 tahapan yaitu tahapan transformasi *ambience*, transformasi ekonomi dan transformasi transaksi (bagan 1).



Gambar 4 Pemetaan Transformasi Berdasarkan Proses Ekonomi Kreatif (*Siteplan*)

Sumber : Desrainy, Marissa & Soraya – 2017

Konsep ini dibuat dengan konsep *urban acupuncture*, yaitu mendesain langkah pertama yang secara fisik, biaya dana upaya dapat dengan mudah dilakukan dengan cepat dengan biaya terbatas. Sehingga berdasarkan pertimbangan tersebut dikembangkan konsep transformasi *ambience* yang terbagi menjadi dua yaitu transformasi identitas melalui branding dan transformasi fisik melalui *place-making*.

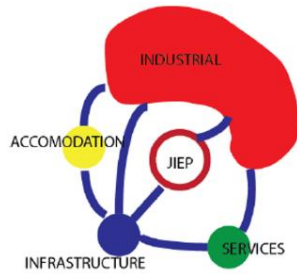


Bagan 1 Konsep dan Tahapan Transformasi

Sumber : Cesarin – 2018

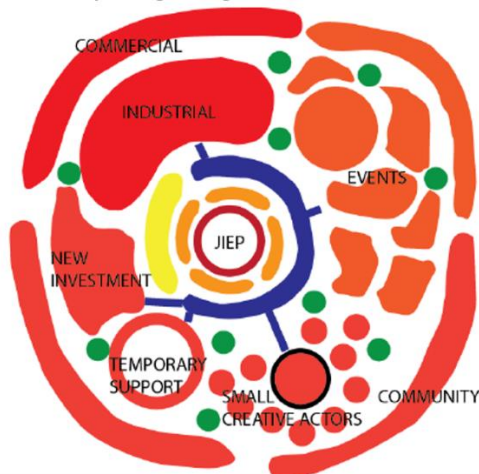
Konsep penataan identitas dan branding

Untuk mendorong terciptanya identitas sebagai simpul kreatif, JIEP Pulogadung yang saat ini terdiri atas aktivitas industri, akomodasi, servis dan infrastruktur dengan JIEP Pulogadung dan Pemerintah DKI Jakarta sebagai *stakeholder* utama; harus diperluas.



Gambar 5 Aktivitas dan *Stakeholder* JIEP saat ini
 Sumber: Ramalis - 2018

Aktivitas industri dilengkapi dengan aktivitas kreatif melalui penyelenggaraan events, inkubasi industri kreatif melalui penyediaan ruang kerja, kolaborasi dengan komunitas lokal serta industri ekonomi kreatif baru. Untuk keberlanjutan upaya transformasi, *stakeholder* perlu diperluas dengan melibatkan pelaku industri kreatif serta komunitas.



Gambar 6 Aktivitas dan *Stakeholder* JIEP dan Pulogadung di Tahapan Akhir Transformasi
 Sumber: Ramalis - 2018

Arahan *branding* meliputi penggunaan warna baik untuk logo maupun untuk kebutuhan lainnya untuk menyatakan visi baru JIEP, penyampaian pesan kunci, penentuan sasaran, penciptaan *ambience* dan kenyamanan (tabel 4).

Tabel 4 Arahan Penataan Identitas & *Branding*

Titik intervensi	Arahan Penataan
Warna	Mewakili identitas kreatif dan keseimbangan lingkungan. Melunakan kesan keras Industri
Pesan kunci	Menjadi simpul kreatif yang inklusif dan ramah lingkungan
Sasaran	Membangun core pelaku kreatif untuk menghidupkan <i>ambience</i> unggulan dan mendorong aktifitas kreatif
Ambience	Inklusif, green dan ramah
Kenyamanan	Akses, jejaring komunikasi, layanan

Sumber : Ramalis - 2018

Konsep *place-making*

Arahan branding kemudian dilengkapi dengan arahan penataan fisik kawasan JIEP Pulogadung yang meliputi 7 titik intervensi yaitu gerbang, taman, jalan utama, unit SUIK, lorong SUIK, jalan sekunder dan danau (lihat tabel 5). Secara umum penataan fisik berupaya menciptakan suasana yang mendukung arahan branding yang disesuaikan dengan kondisi eksisting kawasan, waktu pelaksanaan yang singkat serta biaya yang terjangkau.

Tabel 5 Arahan Penataan Fisik

Titik Intervensi	Arahan Penataan	Dimensi Layak Huni & Keberlanjutan
Gerbang	Penanda identitas baru Penarik pelaku kreatif Platform informasi baru Nonkomersial	Sosial-Budaya
Taman	Ruang - <i>stage</i> kreatif alternatif Bagian dari identitas baru untuk konsumsi internal dan eksternal Sarana sosial interaksi ABCG Nonkomersial / komersial	Sosial – Budaya, Ekonomi - kekuasaan
Jalan utama	Penanda dan pembentuk identitas dan fungsi temporer baru. Akses ramah untuk komunitas kreatif dan akses efisien untuk aktifitas industri yang berlanjut Nonkomersial / komersial	Fisik – Lingkungan Ekonomi - Kekuasaan
Unit SUIK	Ruang produksi, ekspresi dan kolaborasi Ruang pendukung infrastruktur non fisik bagi pelaku kreatif komersial dan jasa layanan	Sosial – Budaya, Ekonomi - kekuasaan
Lorong SUIK	Ruang pameran temporer, pembentuk identitas dan <i>ambience</i> , ruang interaksi dan kolaborasi ABCG Nonkomersial	Sosial - Budaya Ekonomi - Kekuasaan
Jalan sekunder	Pengarah fungsi dan identitas <i>Ambience</i> Ruang pertemuan ABCG dengan komunitas kampung – sekolah sekitar Nonkomersial Fungsi komunikasi – transformasi kohesi sosial	Sosial - Budaya Ekonomi - Kekuasaan
Danau	Kolam retensi dan ruang saji produksi kreatif Perubah tekstur ruang mengarah ekosistem ramah <i>Ambience</i> Ruang pertemuan ABCG – komunitas kampung – sekolah sekitar Komersial – nonkomersial	Fisik – Lingkungan Sosial – Budaya Ekonomi - Kekuasaan

Sumber: Ramalis - 2018

Titik gerbang dipilih dikarenakan sebagai fasade dari kawasan JIEP ini. Transformasi gerbang dilakukan untuk membangun *image public* kawasan JIEP melakukan transformasi sesuai zaman. Pelebaran trotoar dan penambahan jalur sepeda melunakkan *image* industri dari aktivitas truk dan mobil angkut besar menjadi ramah terhadap pejalan kaki dan pesepeda. Perubahan skala jalan menjadikan pesan yang dapat dirasakan secara tidak langsung oleh para pendatang yang hadir ke kawasan ini. Pengadaan taman dengan vegetasi membantu menambah pesan yang disampaikan. Titik pinjam sepeda atau *shuttle car* membantu pengunjung dengan kendaraan umum dapat mencapai kawasan SIUK yang letaknya cukup jauh dari gerbang.



Ruang Hijau Pasif	Sistem Air Tidak Maksimal	Prioritas Pergerakan dengan Kendaraan
Ruang untuk Komunitas Kreatif	Restorasi Sistem Air	Mendorong Pergerakan Ramah Lingkungan



Gambar 7 Ilustrasi Transformasi Gerbang dan Taman
 Sumber : Davin-2018

Daerah perantara antara gerbang menuju SIUK tidaklah putus dalam memberikan pesan transformasi kepada pengunjung. Kesan kawasan industri dan panas diubah menjadi lebih lunak dengan ditambahkan teduhan baik dari vegetasi maupun ornamen peneduh yang dapat berubah sesuai event yang diselenggarakan. Koridor ini dapat menjadi ajang pameran bagi para pelaku industri kreatif diluar bengkel SIUK. Hal ini dapat membantu para pelaku kreatif menggapai konsumen dan juga memberikan nilai tambah kepada koridor yang berfungsi bukan hanya sebagai jalan kendaraan seperti sebelumnya.



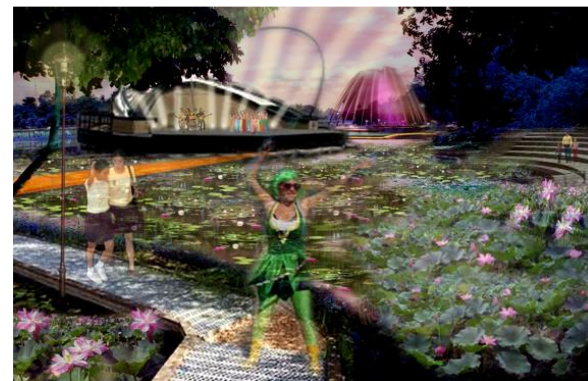
Pengembangan desain jalan	Penyiapan signage dan papan informasi	
Penataan sistem transportasi kawasan	Penataan drainase menjadi selemen estetis	Pembangunan halte feeder



Gambar 8 Ilustrasi Transformasi Jalan Utama JIEP
 Sumber : Davin – 2018



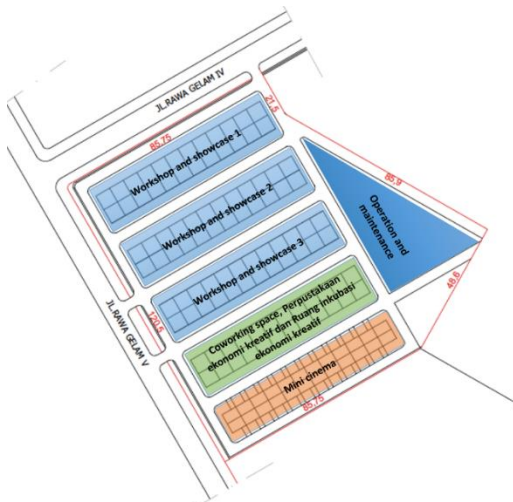
Ruang Tepian yang Pasif	Tidak ada Penataan Lanskap	Ruang Tepian yang Pasif
Memberikan Ruang Aktivitas & mendorong pergerakan Ramah Lingkungan	Penataan Lanskap untuk Image Positif, Ambiance & Restorasi Danau	Ruang untuk Events dan Aktivitas Kreatif



Gambar 9 Ilustrasi Transformasi Waduk / Danau
 Sumber : Davin-2018

Potensi waduk dan alam sekitar di kawasan JIEP sangatlah tinggi. Ruang terbuka hijau dan waduk yang cukup luas merupakan hal yang jarang ditemui di Jakarta dengan tingkat kepadatan yang tinggi. Menghidupkan kembali area ini juga tidak lepas dari wadah kegiatan pelaku kreatif. Panggung mengampung di tengah danau dapat menjadi atraksi menarik bagi kawasan JIEP. Untuk pengembangan simpul kreatif bukan hanya pelaku kreatif yang ditarik tetapi juga masyarakat ataupun calon konsumen bagi para pelaku industri kreatif. Area ini dapat menjadi magnet pengunjung dan sebagai ajang pameran untuk pelaku kreatif seperti musik dan kesenian panggung.

Unit SUIK, yang saat ini merupakan gudang dan bagian yang agak terbengkalai di JIEP, dibuat menjadi pusat kreasi dan konservasi baru. Dengan fungsi / aktivitas yang diakomodasi antara lain workshop dan *showcase*, ruang kerja, perpustakaan dan *mini cinema*. Transformasi ini diharapkan dapat mendorong sinergi antara JIEP, Pelaku Bisnis Kreatif dan komunitas lokal. Aktivitas baru akan dapat mendorong perekonomian berskala kecil serta membangun kohesi sosial.



Gambar 10 Transformasi Aktivitas SUIK
 Sumber : Desrainy, Marissa & Soraya – 2018

KESIMPULAN

Konsep transformasi JIEP sebagaimana diuraikan diatas memberikan contoh bagaimana transformasi fisik yang sering terkendala besarnya biaya bisa ditanggulangi dengan pendekatan *urban acupuncture* dan pendekatan *interdisciplinary* pada 3 aras yang berbeda.

Titik intervensi fisik yang bersifat temporer pada fasilitas yang ada melibatkan para pelaku dan diarahkan pada subsektor kunci diharapkan mampu

secara signifikan: 1. Membentuk *brand*, 2. Mendatangkan dan menghubungkan pelaku 3. Mendorong terselenggaranya setiap tahapan kegiatan dari rantai kreasi berlangsung di tempat yang sama 4. Akumulasi kegiatan dan event yang dilaksanakan secara menerus diharapkan secara bertahap membawa aktivitas baru dan mendorong kehidupan pada sarana yang telah ditinggalkan dan atau sarana prasarana yang bersifat industrial menjadi kreatif.

Kasus JIEP ini juga menunjukkan peluang transformasi bertahap dengan sumber daya, biaya dan waktu yang terbatas dengan tetap dapat mencapai hasil yang maksimal melalui perencanaan, penyepakatan dan konsistensi yang didasarkan atas kebijakan dan perencanaan yang tepat.

Selain itu transformasi secara bertahap mendorong terbentuknya entitas ekonomi baru yang menghadirkan dan menghubungkan pelaku baru dengan jejaringnya sesuai dengan karakteristik lokal, menyerap tenaga kerja berbasis talenta dan inovasi budaya serta menjadi lokomotif masuknya industri terkait pada simpul ekonomi kreatif

Transformasi fungsi kawasan industri menjadi simpul kreatif bisa terlaksana melalui pergeseran empat elemen yaitu 1. transformasi identitas termasuk *branding*; 2. transformasi pengelolaan termasuk kolaborasi; 3. transformasi kegiatan termasuk terbentuknya kalender event kreatif (ketiga elemen ini termasuk dalam upaya membangun *ambience*) dan 4. transformasi fisik kawasan termasuk akses untuk pelaku kreatif (*place-making*).

Dalam kasus Pulogadung JIEP dalam konsep transformasi berstatus sebagai pengelola dan pemilik. Pengalaman pengelolaan dalam fungsi industri selama hampir 50 tahun menjadi modal untuk menarik industri yang terkait kepada ekonomi baru berbasis kreativitas. Termasuk memobilisasi jejaring industri mancanegara yang mengembangkan ekonomi kreatif seperti Inggris dan Korea Selatan. Merujuk kepada status kepemilikan kawasan oleh DKI dan Kementerian BUMN dengan pertimbangan setara, maka kesepakatan pemilik sebagai penanggung jawab arahan dari Provinsi DKI menjadi awal dari transformasi pengelolaan. Kondisi kepemilikan bersama dan lokasi di ibu kota membuka kekuatan dukungan secara formal dari tingkat nasional melalui Bekraf maupun dari Provinsi yang berkepentingan atas aset besar yang potensial.

Karakteristik kawasan di Jakarta Timur dengan *ambience* keras, rawan bencana banjir (BNBP, 2010), tidak mudah dicapai dan ada invasi permukiman

informal merupakan hambatan dan/atau permasalahan bagi perkotaan, namun dengan pendekatan yang benar dapat menjadi potensi dalam membangun ambience JIEP dan Pulogadung sebagai simpul kreatif nasional yang unik.

Selanjutnya, melalui telaahan ini mengindikasikan adanya peluang keberlanjutan dan kelayakhunian pembangunan perkotaan melalui transformasi kawasan Industri JIEP Pulogadung menjadi simpul dari jejaring ekonomi kreatif. Penataan identitas dan branding yang berbasis komunitas lokal dapat menjembatani gap antara kawasan industri (dalam hal ini JIEP) dengan komunitas lokal (perkampungan di perimeter JIEP) dengan bantuan komunitas pelaku ekonomi kreatif. Perluasan *stakeholder* juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih kompetitif karena tersedia ruang untuk pelaku bisnis kreatif dari berbagai skala. Penataan fisik kawasan melalui *place-making* dapat berkontribusi dalam mendorong kohesi sosial melalui ketersediaan ruang bersama serta mendorong terciptanya ruang yang lebih ramah lingkungan dengan lebih banyak area serapan air dan akses yang di dominasi pejalan kaki dan pengendara sepeda.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih kami tujukan kepada tim manajemen dari JIEP Pulogadung beserta tim D3 Bekraf atas bantuannya dalam proses pengumpulan data. Ucapan terimakasih juga kepada Louise dan Icha yang telah terlibat dalam proses pengolahan data.

DAFTAR PUSTAKA

[BNPB] Badan Nasional Penanggulangan Bencana. 2010. Peta Indeks Risiko Bencana Banjir DKI Jakarta. (Format/Ukuran: PDF/140KB). (diakses 20 Februari 2011). Dapat diunduh dari: <http://geospasial.bnpb.go.id/2010/06/17/peta-indeks-risiko-bencana-banjir-provinsi-dki-jakarta/>.

[OECD] The Organisation for Economic Co-operation and Development. 2016. "Better Policies" Series KOREA Policy priorities for a dynamic, inclusive and creative economy. Diakses dari <https://www.oecd.org/korea/korea-policy-priorities-for-a-dynamic-inclusive-and-creative-economy-EN.pdf>

[UNCTAD] United Nations Conference On Trade And Development. 2017. Strengthening The Creative Industries For Development in the Republic of Korea. Diunduh dari <http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/>

Balsas, Carlos J.L.. 2004. Measuring the livability of an urban centre: an exploratory study of key performance indicators, *Planning Practice & Research*, 19:1, 101s-110,

Berger, S. 2000. Globalization and Politics. Diakses dari <https://www.files.ethz.ch/isn/29324/globalization%202000-005.pdf>

Connor, J. & Gu.X. 2014. Creative Industry Cluster in Shanghai : A Success Story?. *International Journal of Cultural Policy*. 20.10.1080/10286632.2012.740025

Dovey J. et al. 2016. *Creative Hubs: Understanding the New Economy*. London : City University of London (in association with University of West of England, REACT, Creativeworks London, and The Watershed)

Dovey, K., & S., & W. 2015. Creative Multiplicities : Urban Morphologies of Creative Clustering. *Journal of Urban Design* Vol 20 no 1, 52 - 74.

Fikri, Z., P., M., & S., & K. 2015. Creative Economy Policy in Developing Countries : The Case of Indonesia. *Urban Studies* Vol 54 Issue 6, 1367 - 1384. Diambil kembali dari <http://www.sre.wu.ac.at/ersa/ersaconfs/ersa14/e140826aFinal00548.pdf>

Florida, R. 2002. *The Rise of Creative Class*. Melbourne: Pluto Press Australia.

Gough, M.Z. 2015. Reconciling Livability and Sustainability: Conceptual and Practical Implications for Planning. *Journal of Planning Education and Research* 2015, Vol. 35(2) 145–160

He, J., & Gerbhart, H. 2014. Space of Creative Industries : A Case Study of Spatial Characteristic of Creative Cluster in Shanghai. *European Planning Studies* Vol 22 no 11, 2351 - 2368.

Holden, E. 2014. Sustainable Development : Our Common Future Revisited. *Global Environment Change* Vol 26 : 130 - 139

Hong, K. 2014. Nation branding of Korea. In Lee H.-k. & L. Lim (Eds.), *Cultural policies in East Asia: Dynamics between the state, arts and creative industries* (pp. 69–84). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Hoogduyn, R. 2014. Urban Acupuncture Revitalizing urban areas by small scale interventions. Tesis untuk persyaratan kelulusan Master of Science Program in Spatial Planning with an emphasis on Urban Design in China and Europe. Stockholm : Faculty of Spatial planning, Blekinge Tekniska Högskola

Howkins, J. 2001. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. London: Penguin Global.

Huang L., Wu J. & Yan L. 2015, Defining and measuring urban sustainability: a review of indicators. *Landscape Ecology* 30:1175–1193

- Lake, L. 2017. Learn Why Branding Is Important In Marketing. Diakses dari <https://www.thebalance.com/why-is-branding-important-when-it-comes-to-your-marketing-2294845>
- Lewis, R, & Herrman, T. (2016) What is Livability? Sustainable Cities Initiative: Eugene, OR
- Lynch, K. 1998. *Good city form*. Cambridge: The MIT Press.
- Montgomery, J. 2007. Creative industry business incubators and managed workspaces: A review of best practice, *Planning Practice & Research*, 22:4, 601-617,
- Observer Korea. 2016. Getting smart: Korea's creative economy Diakses dari http://oecdobserver.org/news/fullstory.php/aid/5651/Getting_smart:_Korea_s_creative_economy.html
- Pratt, A.C. 2016. Three stages in the life of the creative economy. Diakses dari <https://creativeconomy.britishcouncil.org/guide/three-stages-life-creative-economy/>
- Siregar F. & Sudrajat D. 2017. *Enabling Spaces: Mapping creative hubs in Indonesia*. Jakarta : Centre for Innovation Policy and Governance Indonesia Sustainability Centre.
- Tim Penulis Bekraf. 2016. Sistem Ekonomi Kreatif Nasional : Panduan Peningkatan Kabupaten / Kota Kreatif. Diambil kembali dari Bekraf: [https://www.kotakreatif.id/file/SISTEM%20EKONOMI%20KREATIF%2019%2008%202016%20\[LO\].pdf](https://www.kotakreatif.id/file/SISTEM%20EKONOMI%20KREATIF%2019%2008%202016%20[LO].pdf)
- Tim Penulis Bekraf. 2016. Sistem Ekonomi Kreatif Nasional : Panduan Peningkatan Kabupaten / Kota Kreatif. Diambil kembali dari Bekraf: [https://www.kotakreatif.id/file/SISTEM%20EKONOMI%20KREATIF%2019%2008%202016%20\[LO\].pdf](https://www.kotakreatif.id/file/SISTEM%20EKONOMI%20KREATIF%2019%2008%202016%20[LO].pdf)
- Tim Penyusun BPS dan Bekraf. 2017. Laporan Analisis Klasifikasi Aktivitas EKRAF dalam KBLI 2015. Diambil kembali dari Bekraf: www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/170390-kbli-2015
- Tim Penyusun BPS dan Bekraf. 2017. Laporan Analisis Klasifikasi Aktivitas EKRAF dalam KBLI 2015. Diambil kembali dari Bekraf: www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/170390-kbli-2015
- Wong, H. 2012. *The Attractiveness of Moving to a Creative Cluster*. Diambil kembali dari Erasmus University Thesis Repository: <https://thesis.eur.nl/pub/12737/>