

KAJIAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KOTA MEDAN BERBASIS POTENSI EKONOMI, SOSIAL, DAN BUDAYA MASYARAKAT

Regen^{*}

Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma, Medan

e-mail: evikuritongahrp6874@gmail.com

Abstract: *This study aims to identify the most strategic and promising creative economy subsectors in Medan City by considering economic, social, cultural, and local wisdom potentials. It applies a descriptive qualitative approach based on secondary data and a weighted multi-criteria scoring analysis across Indonesia's 17 officially recognized creative economy subsectors. Data were compiled from Statistics of Medan Municipality, the Ministry of Tourism and Creative Economy, local planning documents, and relevant academic literature. The assessment criteria consisted of economic potential and market size (30%), social inclusiveness and employment absorption (20%), cultural embeddedness and local wisdom (25%), ecosystem readiness and policy support (15%), and scalability in promotion, digitalization, and branding (10%). The findings indicate that Medan has a strong foundation for creative economy development due to its 5.10% economic growth in 2025, large urban market, trade-service and financial oriented economic structure, high human development, and distinctive multiethnic cultural assets. The weighted scoring results rank culinary as the leading subsector (4.90), followed by fashion (4.25), craft (4.15), and performing arts (3.85). The study therefore positions culinary as Medan's leading creative economy subsector, with fashion and craft as priority strengthening subsectors and performing arts as a destination-identity support subsector. These findings suggest that Medan's creative economy strategy should combine market-driven urban demand with culture-driven local identity formation.*

Keywords: *Creative economy; Medan City; Priority subsector; Culinary.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menetapkan subsektor ekonomi kreatif yang paling strategis dan potensial di Kota Medan berdasarkan potensi ekonomi, sosial, budaya, dan kearifan lokal kota. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif berbasis data sekunder dengan dukungan analisis skoring multi-kriteria berbobot terhadap 17 subsektor ekonomi kreatif nasional. Data bersumber dari Badan Pusat Statistik Kota Medan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dokumen perencanaan Pemerintah Kota Medan, serta literatur ilmiah yang relevan. Kriteria penilaian meliputi: potensi ekonomi dan ukuran pasar (30%), inklusivitas sosial dan serapan kerja (20%), kedekatan budaya dan kearifan lokal (25%), kesiapan ekosistem dan dukungan kebijakan (15%), serta skalabilitas promosi, digitalisasi, dan branding (10%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Medan memiliki fondasi yang kuat untuk pengembangan ekonomi kreatif karena didukung pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi 5,10% pada 2025, komposisi PDRB yang besar, struktur ekonomi perdagangan, jasa dan keuangan, jumlah penduduk yang besar, dan kekayaan budaya multietnik yang khas. Berdasarkan hasil skoring, subsektor kuliner memperoleh skor tertinggi (4,90), diikuti fesyen (4,25), kriya (4,15), dan seni pertunjukan (3,85). Penelitian ini menetapkan kuliner sebagai subsektor unggulan utama Kota Medan, dengan fesyen dan kriya sebagai subsektor prioritas penguat, serta seni pertunjukan sebagai subsektor pendukung identitas destinasi. Temuan ini menegaskan bahwa model yang paling efektif untuk pengembangan ekonomi kreatif di Kota Medan adalah memadukan logika pasar perkotaan dengan penguatan identitas budaya lokal.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif; Kota Medan; Subsektor unggulan; Kuliner.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif kini semakin dipandang sebagai salah satu kekuatan penting dalam mendorong perkembangan kota karena mampu menggabungkan kreativitas inovasi semangat usaha identitas daerah serta penciptaan nilai ekonomi dalam kehidupan perkotaan saat ini. Dalam berbagai kajian internasional ekonomi kreatif dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang bertumpu pada pengetahuan gagasan ekspresi budaya dan kekayaan intelektual (UNCTAD 2010). Bagi negara berkembang sektor ini juga memiliki peran penting karena dapat memperluas ragam kegiatan ekonomi membuka peluang usaha baru bagi UMKM serta menyelaraskan pertumbuhan ekonomi dengan pelestarian identitas lokal (Fahmi, McCann, and Koster 2017).

Di Indonesia penguatan ekonomi kreatif semakin terlihat setelah hadirnya Undang Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif. Saat ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif membagi ekonomi kreatif ke dalam 17 subsektor yang mencakup aplikasi kuliner musik kriya seni pertunjukan dan berbagai bidang lainnya. Pembagian tersebut memberikan pedoman yang jelas bagi setiap daerah untuk mengenali serta mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang dimiliki sesuai karakter wilayah masing masing (Anon 2024b).

Pada praktiknya setiap kota mempunyai kekuatan ekonomi kreatif yang berbeda. Beberapa daerah lebih berkembang pada bidang digital sementara daerah lain lebih dikenal melalui sektor budaya warisan sejarah dan aktivitas konsumsi masyarakat perkotaan. Karena itu penentuan subsektor unggulan tidak dapat dilakukan dengan pendekatan yang sama untuk semua wilayah tetapi harus disesuaikan dengan kondisi

ekonomi karakter masyarakat potensi budaya serta dukungan kelembagaan yang tersedia. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan ekonomi kreatif daerah sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia kekuatan jaringan komunitas ketersediaan sarana pasar serta keterkaitan subsektor dengan potensi lokal yang dimiliki wilayah tersebut (Burhanudin, Rindayati, and Anggraeni 2019); (Pratomo, Ashar, and Satria 2020); (Swastuti and Pudjiarti 2021); (Jannah, Zusmelia, and Irwan 2024).

Kota Medan menjadi lokasi yang tepat untuk mengkaji fenomena tersebut. Sebagai pusat metropolitan dan penggerak ekonomi di Sumatera Utara Medan memiliki pasar yang luas aktivitas perdagangan dan jasa yang tinggi serta posisi strategis dalam jaringan mobilitas pariwisata dan distribusi kawasan barat Indonesia. Data resmi menunjukkan bahwa pada tahun 2025 perekonomian Kota Medan tumbuh sebesar 5,10% dengan nilai PDRB atas dasar harga berlaku mencapai Rp353,29 triliun (BPS 2025a). Pada tahun 2024 kegiatan ekonomi Medan banyak ditopang oleh sektor perdagangan besar dan eceran sebesar 26,67% kemudian konstruksi sebesar 18,41% serta industri pengolahan sebesar 14,06%. Sementara itu sektor penyediaan akomodasi dan makan minum mencatat pertumbuhan tertinggi yaitu 14,50%. Kondisi ini memperlihatkan adanya peluang yang besar bagi subsektor ekonomi kreatif yang berkaitan dengan gaya hidup perdagangan konsumsi masyarakat perkotaan dan pengalaman destinasi (BPS 2026).

Dari sisi sosial Kota Medan juga memiliki modal yang cukup kuat untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Nilai IPM Kota Medan pada tahun 2024 mencapai 83,23 yang menunjukkan kualitas sumber daya manusianya berada pada kategori sangat tinggi (BPS 2024). Di sisi lain data Sakernas Agustus 2024

menunjukkan bahwa jumlah pekerja informal masih mencapai 465.203 orang atau sekitar 39,78% dari total penduduk yang bekerja (BPS 2025b). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif perlu diarahkan pada subsektor yang tidak hanya memiliki daya saing pasar tetapi juga mampu menjangkau lebih banyak pelaku usaha kecil rumah tangga usaha serta masyarakat yang ingin meningkatkan kondisi ekonominya melalui peluang usaha yang lebih terbuka.

Dari sisi budaya Kota Medan memiliki kekayaan yang sangat beragam sebagai kota multietnis yang tumbuh dari warisan Melayu Deli sejarah kolonial kawasan bersejarah serta pertemuan berbagai kelompok masyarakat seperti Melayu Batak Mandailing Minang Jawa Tionghoa dan India. Keberagaman tersebut terlihat dalam berbagai ruang kota seperti Istana Maimun Kesawan Kampung Keling dan sejumlah kawasan budaya lainnya yang menjadi bagian penting dari identitas Medan (Anon 2024a). Di samping itu, perkembangan Kota Medan telah membentuk pola kewilayaan yang memiliki karakter etnis dan sosial tertentu seperti Kawasan Polonia, Kesawan, Kampung Keling, Pekan Labuhan dan Kota Matsum. Interaksi sosial dan aktivitas ekonomi yang berkembang dalam ruang-ruang tersebut selanjutnya membentuk nilai sosial ekonomi serta berpotensi memperkuat identitas kewilayaan (Manurung, 2022). Pada tingkat kebijakan Pemerintah Kota Medan juga telah mengarahkan pembangunan kota melalui branding “The Kitchen of Asia” yang menunjukkan bahwa sektor kuliner dipandang sebagai identitas daerah sekaligus salah satu penggerak utama ekonomi kreatif.

Sampai saat ini masih sedikit penelitian yang menilai seluruh 17 subsektor ekonomi kreatif nasional secara menyeluruh dalam konteks Kota Medan dengan mempertimbangkan aspek ekonomi sosial budaya serta kearifan lokal secara bersamaan. Salah satu

penelitian tentang potensi ekonomi kreatif di Kota Medan adalah penelitian Sitepu (2016) yang menemukan bahwa ekonomi kreatif Kota Medan memiliki potensi pengembangan yang berbeda-beda antar subsektor. Dari 18 subsektor yang dianalisa, kuliner, kerajinan dan arsitektur merupakan subsektor yang memiliki pertumbuhan dan potensi pengembangan paling tinggi. Di samping itu, Daulay (2018) menemukan pentingnya kolaborasi antar aktor melalui pendekatan Triple Helix (akademisi, bisnis, pemerintah) dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kota Medan. Konsep kolaborasi tersebut kemudian dapat diperluas ke dalam kerjasama Pentahelix dengan melibatkan komunitas kreatif dan media sebagai aktor tambahan dalam ekosistem ekonomi kreatif. Namun, penelitian-penelitian yang dilakukan masih berfokus pada pengenalan subsektor unggulan tanpa didukung proses penentuan prioritas yang menggunakan ukuran ilmiah yang jelas dan terbuka. Padahal di sisi lain, Pemerintah Kota Medan memerlukan dasar yang kuat untuk menentukan arah kebijakan pengembangan ekonomi kreatif dan memperkuat dukungan bagi pelaku UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut penelitian ini dilakukan untuk mengenali dan menentukan subsektor ekonomi kreatif yang paling potensial serta paling penting untuk dikembangkan di Kota Medan berdasarkan klasifikasi ekonomi kreatif nasional dan sejumlah kriteria yang relevan. Nilai kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggunaan kerangka penilaian yang menghubungkan aspek ekonomi sosial budaya dan kearifan lokal kota secara bersamaan ke dalam sistem penilaian multi kriteria sehingga dapat digunakan untuk menentukan subsektor ekonomi kreatif yang layak menjadi prioritas pengembangan daerah.

METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif yang

memanfaatkan data sekunder serta didukung analisis penilaian berbobot dengan berbagai kriteria. Metode ini dipilih karena penelitian tidak berfokus untuk menguji hubungan sebab akibat antarvariabel tetapi lebih diarahkan untuk menilai dan menentukan subsektor ekonomi kreatif yang menjadi prioritas kota secara menyeluruh berdasarkan gabungan data statistik dokumen kebijakan serta kesesuaian dengan budaya lokal. Penelitian dilakukan di Kota Medan Provinsi Sumatera Utara. Fokus utama penelitian mencakup 17 subsektor ekonomi kreatif nasional sedangkan kondisi ekonomi sosial dan budaya masyarakat Kota Medan digunakan sebagai konteks kajian. Peneliti mengumpulkan data melalui studi dokumentasi dan penelusuran berbagai sumber pustaka yang berasal dari publikasi resmi Badan Pusat Statistik Kota Medan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf dokumen RPJMD renstra perangkat daerah serta

berbagai artikel ilmiah yang berkaitan dengan topik penelitian. Analisis dilakukan melalui empat tahapan. Tahap pertama menelaah kondisi Kota Medan sebagai ruang tumbuh ekonomi kreatif dengan melihat aspek ekonomi sosial dan budaya. Tahap kedua mencocokkan 17 subsektor ekonomi kreatif dengan karakteristik yang dimiliki kota tersebut. Tahap ketiga memberikan nilai pada setiap subsektor berdasarkan lima kriteria yang telah ditentukan. Tahap keempat menyusun urutan prioritas subsektor yang paling potensial serta merumuskan arah kebijakan yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangannya. Skor diberikan pada rentang 1 sampai 5. Nilai total tertimbang dihitung dengan rumus: $\text{Skor Total} = (K1 \times 0,30) + (K2 \times 0,20) + (K3 \times 0,25) + (K4 \times 0,15) + (K5 \times 0,10)$. Keabsahan interpretasi dijaga melalui triangulasi sumber dengan membandingkan statistik resmi, dokumen perencanaan daerah, pemberitaan resmi pemerintah, dan literatur akademik.

Tabel 1 Kriteria penilaian subsektor ekonomi kreatif Kota Medan

Kode	Kriteria	Penjelasan ringkas	Bobot
K1	Potensi ekonomi dan ukuran pasar	Hubungan dengan kondisi ekonomi kota kebutuhan pasar serta kemampuan menciptakan nilai ekonomi yang lebih besar.	30%
K2	Inklusivitas sosial dan serapan kerja	Peluang yang terbuka bagi UMKM dan komunitas untuk ikut berkembang serta kemampuannya dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat.	20%
K3	Kedekatan budaya dan kearifan lokal	Kedekatan subsektor dengan identitas Kota Medan serta warisan budaya dan kehidupan masyarakat multietnik yang menjadi ciri khas daerah tersebut.	25%
K4	Kesiapan ekosistem dan dukungan kebijakan	Ketersediaan program pendukung ruang penyelenggaraan kegiatan jaringan kerja sama antar lembaga serta dukungan yang diberikan oleh pemerintah.	15%
K5	Skalabilitas promosi, digitalisasi, dan branding	Kemampuan subsektor untuk tumbuh lebih luas melalui promosi digital penguatan citra kota (city branding) serta kerja sama dengan berbagai pasar dan pelaku usaha.	10%

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kota Medan sebagai ruang

pengembangan ekonomi kreatif

Hasil kajian memperlihatkan bahwa fondasi ekonomi yang kuat telah dimiliki

Kota Medan untuk mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Kota ini tidak hanya berperan sebagai kota terbesar di Sumatera Utara tetapi juga menjadi pusat perdagangan jasa kuliner transportasi serta mobilitas masyarakat. Besarnya peran sektor perdagangan dalam perekonomian kota menunjukkan bahwa subsektor kreatif yang dekat dengan kebutuhan masyarakat perkotaan dan aktivitas transaksi sehari-hari berpeluang tumbuh lebih cepat dibandingkan subsektor yang sangat bergantung pada teknologi berbiaya tinggi atau pasar yang terbatas.

Pada sisi sosial Kota Medan menunjukkan kondisi yang cukup menarik karena kualitas sumber daya manusianya tergolong tinggi dan jumlah pekerja informal masih cukup besar. Kondisi tersebut menjadikan ekonomi

kreatif perlu diarahkan sebagai sarana pembangunan yang mampu menghasilkan nilai ekonomi sekaligus membuka kesempatan yang luas bagi masyarakat. Sub sektor yang diprioritaskan harus mampu menghasilkan pendapatan yang jelas serta tetap mudah diakses oleh UMKM pelaku usaha rumahan komunitas kreatif dan kalangan generasi muda.

Dari sisi budaya Kota Medan memiliki keunikan yang menjadi kekuatan tersendiri. Keberagaman etnis kawasan heritage seni tradisional Melayu Deli serta kekayaan kuliner dari berbagai komunitas membentuk dasar yang kuat bagi pengembangan subsektor ekonomi kreatif yang bertumpu pada pengalaman identitas dan storytelling. Dalam konteks ini budaya tidak hanya berperan sebagai simbol tetapi juga menjadi sumber utama yang menghasilkan nilai tambah ekonomi.

Tabel 2 Indikator kunci Kota Medan yang relevan dengan pengembangan ekonomi kreatif

Indikator	Nilai	Makna analitis
Pertumbuhan ekonomi 2025	5,10%	Menunjukkan daya tahan ekonomi kota dan permintaan pasar yang tetap tumbuh.
PDRB ADHB 2025	Rp353,29 triliun	Menandakan ukuran pasar kota yang besar bagi produk dan jasa kreatif.
Struktur ekonomi dominan 2024	Perdagangan 26,67%; Konstruksi 18,41%; Industri Pengolahan 14,06%	Mendorong perkembangan subsektor yang memiliki hubungan kuat dengan perdagangan kebutuhan masyarakat desain fesyen serta kuliner.
Pertumbuhan tertinggi 2025	Akomodasi dan makan-minum dan Transportasi 22,41%	Menguatkan posisi subsektor kuliner dan pengalaman destinasi.
IPM 2025	83,74	Menunjukkan kualitas modal manusia yang tinggi untuk inovasi dan adaptasi.
Pekerja informal	39,78% dari penduduk bekerja	Menuntut subsektor yang relatif inklusif dan mudah dimasuki UMKM.
Penduduk miskin 2025	7,25%	Menguatkan urgensi subsektor yang berdampak pada pendapatan masyarakat.

Pemetaan subsektor dan hasil skoring

Pemetaan awal memperlihatkan bahwa tingkat kecocokan setiap subsektor dengan karakter Kota Medan tidak berada pada level yang sama. Subsektor kuliner fesyen kriya seni pertunjukan musik fotografi serta desain komunikasi visual

menunjukkan keterkaitan yang lebih kuat dengan kondisi ekonomi kota kebiasaan konsumsi masyarakat kegiatan budaya serta identitas lokal yang berkembang. Sementara itu subsektor pengembangan permainan televisi dan radio serta aplikasi tetap memiliki peluang untuk berkembang

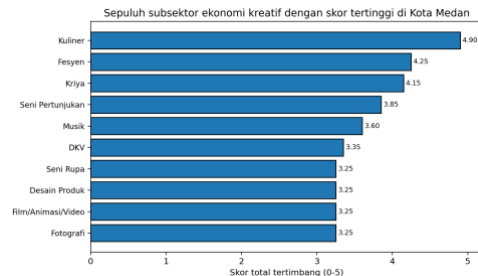
tetapi belum menjadi pilihan utama karena hubungannya dengan budaya lokal dan keterlibatan UMKM masih belum sekuat subsektor lainnya dalam kondisi Kota Medan saat ini.

Hasil penilaian menunjukkan pola yang sejalan pada berbagai kriteria subsektor yang bertumpu pada konsumsi masyarakat identitas daerah dan pengalaman kota memperoleh nilai lebih tinggi dibandingkan subsektor yang lebih bergantung pada teknologi tingkat lanjut atau pasar yang sangat khusus. Temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Kota Medan perlu berfokus pada subsektor yang dekat dengan aktivitas sehari-hari masyarakat sebagai penggerak utama, sementara subsektor yang berkaitan dengan promosi dan digitalisasi dapat dimanfaatkan sebagai pendukung untuk memperkuat pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif secara keseluruhan.

Tabel 3 Sepuluh subsektor ekonomi kreatif dengan skor tertinggi di Kota Medan

Peringkat	Subsektor	Skor total	Kategori peran
1	Kuliner	4,90	Unggulan utama
2	Fesyen	4,25	Prioritas penguat
3	Kriya	4,15	Prioritas penguat
4	Seni pertunjukan	3,85	Pendukung identitas destinasi
5	Musik	3,60	Pendukung ekosistem budaya
6	Desain komunikasi visual	3,35	Akselerator promosi
7	Seni rupa	3,25	Pendukung ekspresi kreatif
8	Desain produk	3,25	Pendukung inovasi produk
9	Film, animasi,	3,25	Akselerator narasi

	dan video	digital
10	Fotografi	3,25
		Akselerator promosi visual



Gambar 1 Visualisasi skor sepuluh subsektor ekonomi kreatif tertinggi

Penetapan subsektor ekonomi kreatif terpilih Kota Medan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan penelitian ini menetapkan subsektor kuliner sebagai sektor unggulan utama di Kota Medan. Penetapan tersebut didasarkan pada 5 (lima) pertimbangan utama. Pertama subsektor kuliner memiliki hubungan yang sangat kuat dengan perekonomian Kota Medan yang bertumpu pada perdagangan jasa dan aktivitas konsumsi masyarakat. Kedua subsektor ini dapat dijalankan oleh berbagai kelompok usaha mulai dari pedagang kecil usaha rumahan UMKM hingga restoran dan industri makanan olahan dalam skala yang lebih besar. Ketiga kuliner memiliki keterikatan yang erat dengan budaya lokal karena identitas Kota Medan tumbuh dari keberagaman cita rasa pertemuan berbagai etnis dan pengalaman khas kota. Keempat subsektor ini telah memperoleh dukungan melalui city branding “The Kitchen of Asia” yang semakin memperkuat posisinya sebagai identitas daerah. Kelima kuliner memiliki peluang besar dalam promosi digital dan penyelenggaraan berbagai kegiatan sehingga lebih mudah menghasilkan aktivitas ekonomi yang nyata.

Subsektor fesyen dan kriya ditetapkan sebagai sektor prioritas pendukung. Di Kota Medan kedua subsektor tersebut memiliki peluang besar untuk berkembang melalui keterkaitannya

dengan warisan budaya motif khas daerah songket ulos busana Melayu aksesoris multietnik serta kebutuhan souvenir dan cendera mata kota. Selain itu fesyen dan kriya juga mampu memperkuat nilai ekonomi yang telah dibangun oleh sektor kuliner dan pariwisata melalui pengalaman yang lebih beragam dan menarik bagi masyarakat maupun wisatawan.

Seni pertunjukan ditempatkan sebagai subsektor yang mendukung penguatan identitas destinasi. Nilai penting subsektor ini terlihat dari kemampuannya menghidupkan ruang

kota kegiatan budaya serta kawasan heritage. Dalam pengembangan kota kreatif seni pertunjukan tidak hanya dinilai dari besarnya pendapatan yang dihasilkan tetapi juga dari kemampuannya membangun suasana kota menghadirkan pengalaman bagi pengunjung serta memperkuat cerita dan identitas Kota Medan. Sementara itu desain komunikasi visual fotografi film-video dan musik berperan sebagai penggerak promosi yang membantu memperluas jangkauan pasar serta memperkuat penyebaran identitas dan citra subsektor unggulan.

Tabel 4 Struktur prioritas subsektor ekonomi kreatif Kota Medan

Lapisan prioritas	Subsektor	Alasan utama	Fungsi strategis
Unggulan utama	Kuliner	Pasar besar, inklusif bagi UMKM, identitas sangat kuat, didukung branding kota.	Jangkar ekonomi kreatif kota dan penggerak transaksi cepat.
Prioritas penguat	Fesyen	Potensi wastra dan simbol lokal, mudah dikolaborasikan dengan event dan lifestyle urban.	Pencipta nilai tambah produk lokal dan ekspansi pasar kelas menengah.
Prioritas penguat	Kriya	Kaya basis budaya dan cocok untuk souvenir, dekorasi, serta merchandise heritage.	Penguat ekonomi komunitas dan diversifikasi produk kreatif.
Pendukung identitas destinasi	Seni pertunjukan	Mampu menghidupkan event, ruang heritage, dan pengalaman kota.	Penguat place-making dan daya tarik wisata budaya.
Akselerator promosi	DKV, fotografi, film-video, musik	Memperkuat citra, dokumentasi, promosi, dan narasi digital kota.	Penguat ekosistem pemasaran dan city branding.

Implikasi kebijakan pengembangan ekonomi kreatif Medan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Kota Medan perlu dijalankan melalui pendekatan yang saling terhubung antar subsektor. Kota Medan tidak cukup hanya mengandalkan satu subsektor unggulan tetapi perlu membangun keterkaitan antara subsektor utama subsektor pendukung dan subsektor pendorong. Dalam pola ini kuliner berperan sebagai penghasil utama aktivitas ekonomi sementara fesyen dan kriya memperluas

nilai produk lokal serta seni pertunjukan bersama subsektor promosi membantu memperkuat pengalaman kota dan memperluas jangkauan pasar.

Temuan ini juga menunjukkan pentingnya penguatan kawasan heritage kuliner dan budaya sebagai satu kesatuan pengembangan. Kawasan seperti Kesawan Istana Maimun Lapangan Merdeka serta berbagai koridor budaya lainnya dapat dikembangkan menjadi ruang pengalaman ekonomi kreatif yang menyatukan kuliner pertunjukan kriya dan fotografi dalam satu destinasi yang

saling mendukung. Selain itu peningkatan kualitas produk UMKM juga perlu menjadi perhatian agar subsektor unggulan tidak hanya bertahan pada kegiatan usaha berskala kecil tetapi mampu berkembang melalui perbaikan kemasan sertifikasi penguatan merek dan pemanfaatan teknologi digital.

Temuan lainnya menunjukkan perlunya program pembinaan yang melibatkan berbagai pihak secara bersama sama. Pemerintah kota perguruan tinggi komunitas pelaku usaha serta media perlu bekerja dalam satu arah yang berfokus pada subsektor yang telah diprioritaskan. Melalui langkah tersebut pengembangan ekonomi kreatif dapat berjalan lebih terarah sehingga dukungan program tidak tersebar ke banyak bidang yang kurang potensial tetapi terkonsentrasi pada subsektor yang paling sesuai dengan karakter dan kekuatan Kota Medan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Kota Medan memiliki kekuatan yang besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif karena didukung oleh ukuran ekonomi yang luas pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan stabil yang didominasi sektor perdagangan dan jasa, kualitas sumber daya manusia yang tinggi serta kekayaan budaya multietnik yang menjadi ciri khas kota. Meski demikian pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dilakukan dengan cara yang sama pada seluruh subsektor karena setiap subsektor memiliki tingkat potensi yang berbeda sehingga penentuan prioritas perlu didasarkan pada pertimbangan yang sesuai dengan kondisi dan karakter Kota Medan.

Hasil analisis terhadap 17 subsektor ekonomi kreatif nasional menunjukkan bahwa kuliner menjadi subsektor yang paling potensial dan paling strategis untuk dikembangkan di Kota Medan. Posisi tersebut diperoleh karena subsektor kuliner memiliki keseimbangan terbaik dalam aspek peluang pasar keterlibatan

masyarakat kedekatan dengan budaya kesiapan lingkungan pendukung serta kekuatan dalam membangun citra daerah. Fesyen dan kriya ditetapkan sebagai subsektor yang memperkuat pengembangan ekonomi kreatif sedangkan subsektor seni pertunjukan berperan dalam mempertegas identitas destinasi. Berdasarkan temuan tersebut model pengembangan ekonomi kreatif yang paling sesuai bagi Kota Medan adalah menjadikan kuliner sebagai subsektor utama dengan dukungan subsektor budaya dan promosi yang saling melengkapi. Rekomendasi utama dari penelitian ini meliputi beberapa hal, sebagai berikut:

1. Pemerintah Kota Medan perlu menyusun peta jalan pengembangan ekonomi kreatif daerah yang menetapkan kuliner sebagai subsektor unggulan utama, dan subsektor fesyen dan kriya ditetapkan sebagai sektor prioritas pendukung, serta subsektor seni pertunjukan berperan dalam mempertegas identitas destinasi.
2. Kawasan heritage kota perlu dipadukan dengan program ekonomi kreatif yang berbasis kegiatan dan pengalaman sehingga mampu menarik lebih banyak aktivitas ekonomi masyarakat.
3. Program pengembangan UMKM perlu difokuskan pada peningkatan kualitas produk melalui proses kurasi standarisasi penguatan desain kemasan serta pemanfaatan teknologi digital pada subsektor yang telah diprioritaskan.
4. Penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan memanfaatkan data lapangan analisis rantai nilai atau pendekatan wilayah agar arah kebijakan pada subsektor prioritas dapat dirumuskan secara lebih mendalam dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

Pemerintah Kota Medan. 2024a. "Gelar

- Melayu Serumpun Pukau Ribuan Pengunjung Dan Berhasil Promosikan Pariwisata Kota Medan. Medan: Portal Resmi Pemko Medan.” *Pemerintah Kota Medan*.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2024b. “Tiga Sektor Utama Dongkrak Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Hingga 55,65 Persen. Jakarta: Kemenparekraf/Baparekraf.” *Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*.
- BPS. 2024. “Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Medan 2025.” *BPS Kota Medan*.
- BPS. 2025a. “Ekonomi Kota Medan Tahun 2024 Terhadap Tahun 2025 Mengalami Pertumbuhan Sebesar 5,07 Persen (y-on-Y).” *BPS Kota Medan*.
- BPS. 2025b. “Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2024.” *BPS Kota Medan*.
- BPS. 2026. “Medan City’s Economy in 2025 Compared to 2024 Experienced Growth of 5.10 Percent (y-on-Y).” *BPS Kota Medan*.
- Burhanudin, M., W. Rindayati, and L. Anggraeni. 2019. “Analysis of Creative Industries Development in Indonesia.” *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*.
- Fahmi, F. Z., P. McCann, and S. Koster. 2017. “Creative Economy Policy in Developing Countries: The Case of Indonesia.” *Urban Studies* 54(6):1367–84.
- Jannah, L. I., Z. Zusmelia, and I. Irwan. 2024. “Role of Social Capital in Creative Economy Development in the Craft Sub-Sector in the Tourism Destination Area of Sawahlunto City, West Sumatra Province.” *Jurnal Etika Demokrasi* 9(2).
- Manurung, S. S. (2022). "Preferensi Ruang-Ruang Bersosialisasi Urban Kota Medan (Study Kasus Kawasan Kota Matsum, Medan Sumatera Utara). "SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara, 1 (1), 28-38.
- Pratomo, S., K. Ashar, and D. Satria. 2020. “Role of Creative Economy on Local Economic Development.” *Journal of Indonesian Applied Economics*.
- Sitepu, E. S. (2016). "Analisis Potensi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Medan." Politeknik Negeri Medan.
- Daulay, Z. A. A. (2018). "Strategi Pengembangan Ekonomi Kretaif dengan Metode Triple Helix (Studi pada UMKM Kretaif di Kota Medan)." *Tansiq : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1 (2).
- Swastuti, E., and E. S. Pudjiarti. 2021. “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Mendukung Daya Saing Daerah Kota Tangerang.” *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik* 7(1).
- UNCTAD. 2010. “Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option.” *Geneva: United Nations Conference on Trade and Development*.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2024). Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Kota Medan 2025. Medan: BPS Kota Medan.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). Ekonomi Kota Medan Tahun 2024 terhadap Tahun 2025 mengalami pertumbuhan sebesar 5,07 persen (y-on-y). Medan: BPS Kota Medan.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). Statistik Ketenagakerjaan Kota Medan 2024. Medan: BPS Kota Medan.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). Hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) Agustus 2024. Medan: BPS Kota Medan.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2025). Penduduk Miskin Kota Medan Tahun 2025 sebesar 7,25 persen. Medan: BPS Kota Medan.
- Badan Pusat Statistik Kota Medan. (2026). Medan City’s Economy in 2025 Compared to 2024 Experienced

- Growth of 5.10 Percent (y-on-y). Medan: BPS Kota Medan.
- Burhanudin, M., Rindayati, W., & Anggraeni, L. (2019). Analysis of creative industries development in Indonesia. *International Journal of Sciences: Basic and Applied Research*.
- Fahmi, F. Z., McCann, P., & Koster, S. (2017). Creative economy policy in developing countries: The case of Indonesia. *Urban Studies*, 54(6), 1367-1384.
- Jannah, L. I., Zusmelia, Z., & Irwan, I. (2024). Role of social capital in creative economy development in the craft sub-sector in the tourism destination area of Sawahlunto City, West Sumatra Province. *Jurnal Etika Demokrasi*, 9(2).
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). Tiga sektor utama dongkrak nilai tambah ekonomi kreatif hingga 55,65 persen. Jakarta: Kemenparekraf/Baparekraf.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2025). Subsektor Ekonomi Kreatif. Jakarta: Kemenparekraf/Baparekraf.
- Manurung, S. S. (2022). "Preferensi Ruang-Ruang Bersosialisasi Urban Kota Medan (Study Kasus Kawasan Kota Matsum, Medan Sumatera Utara). "SABANA: Jurnal Sosiologi, Antropologi, dan Budaya Nusantara, 1 (1), 28-38.
- Pemerintah Kota Medan. (2021). RPJMD Kota Medan 2021-2026. Medan: Pemerintah Kota Medan.
- Pemerintah Kota Medan. (2021). Rencana Strategis Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah Kota Medan 2021-2026. Medan: Pemerintah Kota Medan.
- Pemerintah Kota Medan. (2024). Gelar Melayu Serumpun pukau ribuan pengunjung dan berhasil promosikan pariwisata Kota Medan. Medan: Portal Resmi Pemko Medan.
- Pemerintah Kota Medan. (2024). Resmi ditutup, nilai transaksi Medan Festival Kuliner 2024 capai Rp575 juta lebih. Medan: Portal Resmi Pemko Medan.
- Pemerintah Kota Medan. (2024). Ramadhan Fair XVIII resmi ditutup Wali Kota Medan, pelaku UMKM kuliner raup omzet hingga Rp2 miliar. Medan: Portal Resmi Pemko Medan.
- Pratomo, S., Ashar, K., & Satria, D. (2020). Role of creative economy on local economic development. *Journal of Indonesian Applied Economics*.
- Sitepu, E. S. (2016). "Analisis Potensi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Medan." *Politeknik Negeri Medan*.
- ulay, Z. A. A. (2018). "Strategi Pengembangan Ekonomi Kretaif dengan Metode Triple Helix (Studi pada UMKM Kretaif di Kota Medan)." *Tansiq : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 1 (2).
- Swastuti, E., & Pudjiarti, E. S. (2021). Strategi pengembangan ekonomi kreatif mendukung daya saing daerah Kota Tangerang. *JPAP: Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(1).
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010: A Feasible Development Option*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.