

Kode>Nama Rumpun Ilmu:  
561/Ekonomi Pembangunan

**LAPORAN AKHIR  
TAHUN  
PENELITIAN PRODUK TERAPAN**



**MODEL AKSELERASI PENUMBUHAN DAN  
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PADA INDUSTRI  
KREATIF TELEMATIKA BERBASIS KOMUNITAS DI  
KAWASAN MALANG RAYA**

**TIM PENELITI**

**Dr. Fajar Supanto, M.Si (NIDN: 0724046901)  
Yuntawati Fristin, S.Sos, MAB (NIDN: 0724037201)**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
OKTOBER 2017**

**Kode>Nama Rumpun Ilmu:  
561/Ekonomi Pembangunan**

**LAPORAN AKHIR  
TAHUN  
PENELITIAN PRODUK TERAPAN**



**MODEL AKSELERASI PENUMBUHAN DAN  
PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PADA INDUSTRI  
KREATIF TELEMATIKA BERBASIS KOMUNITAS DI  
KAWASAN MALANG RAYA**

**TIM PENELITI**

**Dr. Fajar Supanto, M.Si (NIDN: 0724046901)  
Yuntawati Fristin, S.Sos, MAB (NIDN: 0724037201)**

**UNIVERSITAS MERDEKA MALANG  
OKTOBER 2017**

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul** : MODEL AKSELERASI PENUMBUHAN DAN PENGEMBANGAN KEWIRAUSAHAAN PADA INDUSTRI KREATIF TELEMATIKA BERBASIS KOMUNITAS DI KAWASAN MALANG RAYA

**Peneliti/Pelaksana**

**Nama Lengkap** : DR FAJAR SUPANTO, M.SI

**Perguruan Tinggi** : Universitas Merdeka Malang

**NIDN** : 0724046901

**Jabatan Fungsional** : Lektor Kepala

**Program Studi** : Manajemen

**Nomor HP** : 081931888090

**Alamat surel (e-mail)** : myfajar@gmail.com

**Anggota (1)**

**Nama Lengkap** : YUNTAWATI FRISTIN S.Sos, M.AB

**NIDN** : 0724037201

**Perguruan Tinggi** : Universitas Merdeka Malang

**Institusi Mitra (jika ada)**

**Nama Institusi Mitra** : -

**Alamat** : -

**Penanggung Jawab** : -

**Tahun Pelaksanaan** : Tahun ke 1 dari rencana 2 tahun

**Biaya Tahun Berjalan** : Rp 70,250,000

**Biaya Keseluruhan** : Rp 132,600,000



Mengetahui,  
Dekan FEB Universitas Merdeka Malang

(Dr. Rudy Wahyono, M.Si.)  
NIP/NIK 554/FE

Kota Malang, 16 - 10 - 2017  
Ketua,

(DR FAJAR SUPANTO, M.SI)  
NIP/NIK 651/FE

Menyetujui,  
Ketua LPPM Universitas Merdeka Malang



(Prof. Ir. Agus Suprpto, MSc. Ph. D.)  
NIP/NIK 312/FT

## RINGKASAN

Era ekonomi saat ini telah bergeser dari ekonomi informasi menuju ekonomi kreatif. Industri kreatif merupakan salah satu kontributor penting bagi perekonomian negara-negara di dunia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyusun model akselerasi penumbuhan dan pengembangan kewirausahaan pada industri kreatif telematika berbasis komunitas di kawasan Malang Raya. Penelitian ini penting dilakukan didasarkan pada beberapa alasan: Industri kreatif telematika masih dihadapkan pada beberapa permasalahan mendasar, tingginya pertumbuhan ekonomi provinsi Jawa Timur menjadi modal bagi industri kreatif untuk dapat berkembang dengan pesat, namun sejauh ini seluruh potensi yang ada masih belum mampu memberikan dukungan yang optimal kepada para pelaku industri kreatif.

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratori. Lokasi penelitian adalah di Malang Raya. Subyek penelitiannya adalah Komunitas Industri Kreatif, SKPD yang terkait, Kalangan Usaha, dan Akademisi. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik Wawancara Informan Kunci (*Key Informant Interview*), Diskusi Kelompok Fokus (*Focus Group Discussion*), Pengamatan Langsung (*Direct Observation*) terhadap komunitas dan pelaku usaha di bidang industri kreatif, dan Dokumentasi. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif. Data yang diperoleh dianalisis dengan melalui tahapan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion and verification*). Untuk dapat menyusun model yang diinginkan, data penelitian juga dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT (*Strenght, Weaknessess, Oportunity, Threats*).

**Key Words :** Model Akselerasi, Kewirausahaan, Industri Kreatif Telematika

## PRAKATA

Laporan Penelitian Produk Terapan dengan judul Laporan Akhir Penelitian Hibah Bersaing Tahun 2016, yaitu yang berjudul “Model Akselerasi Penumbuhan Dan Pengembangan Kewirausahaan Pada Industri Kreatif Telematika Berbasis Komunitas Di Kawasan Malang Raya”. yang berlangsung pada tahun 2017 telah mendapatkan hasil sesuai dengan rancangan penelitian, meskipun masih harus diperkuat dengan data-data lainnya guna penyempurnaan lebih lanjut, khususnya data yang berkaitan dengan komunitas dan pelaku industri yang banyak tersebar di wilayah Malang Raya yang dijadikan lokasi penelitian.

Temuan penelitian di lapangan memberikan gambaran bahwa Malang Raya memiliki potensi besar untuk pengembangan Industri Kreatif Telematika karena dukungan pemerintah, swasta, intelektual dan masyarakat, pasar yang luas, jumlah sumber daya manusia yang terdidik dan terampil, keterjangkauan telematika peralatan, inkubator bisnis; namun hambatan terhadap pertumbuhan dan pengembangan industri kreatif telematika di Malang Raya adalah penyebaran distribusi Industri Kreatif Telematika yang tidak merata, konten belum menjadi produk utama Industri Kreatif Telematika di Kabupaten Batu dan Malang, kesulitan modal, sumber daya manusia telematika yang berkualitas; selain itu terjadi migrasi dari Kabupaten Batu dan Malang ke Kota Malang, dimana dukungan pemerintah tidak cukup kuat di Kabupaten Batu dan Kabupaten Malang, adanya peraturan perpajakan dinilai tidak disukai usaha kreatif mikro dan kecil di bidang telematika, kesadaran masyarakat terkait penghargaan terhadap Industri Kreatif Telematika masih rendah, dan kontribusi Industri Kreatif Telematika terhadap daerah pengembangan perlu diukur secara akurat; terakhir model yang dapat dikembangkan untuk meningkatkan peran industri kreatif adalah model Quadruple Helix dengan mengoptimalkan peran masing-masing pihak dalam sinergi.

Ucapan terimakasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung selama proses penelitian berlangsung.

1. Direktorat Riset Dan Pengabdian Kepada Masyarakat, Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan, Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi
2. Prof. Dr Anwar Sanusi, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Merdeka Malang
3. Prof. Ir. Agus Suprpto M.Sc., Ph.D selaku Ketua Lembaga Penelitian Universitas Merdeka Malang
4. Informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara
5. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya penelitian di lapangan.

Penelitian ini masih jauh dari sempurna, untuk itu kritik dan saran yang membangun selalu diharapkan untuk bisa memotivasi demi lafcarnya penelitian.

Malang, Oktober 2017  
Penulis

## DAFTAR ISI

5.1. Deskripsi Data .....	20
5.1.1 Profil Industri Kreatif Telematika di Malang Raya .....	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>RINGKASAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>PRAKATA .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Urgensi Penelitian .....	3
1.3 Luaran dan Kontribusi Penelitian .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kewirausahaan .....	7
2.2 Industri Kreatif .....	7
2.2.1 Definisi Industri Kreative .....	7
2.2.2 Industri Kreatif Telematika .....	8
2.2.3 Perkembangan Industri Telematika di Indonesia .....	9
2.4 Penelitian Terdahulu .....	12
<b>BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....</b>	<b>15</b>
3.1. Tujuan Penelitian .....	15
3.2 Manfaat Penelitian .....	15
3.3 Luaran Penelitian .....	16
<b>BAB 4 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
4.1 Jenis Penelitian .....	17
4.2 Lokasi Penelitian dan Subyek Penelitian .....	17
4.3 Jenis Data .....	17
4.4 Teknik Pengumpulan Data .....	18
4.5 Teknik Analisis Data .....	18
4.6 Tahapan Kegiatan .....	19
<b>BAB 5 PROFIL INDUSTRI KREATIF TELEMATIKA DI MALANG RAYA DAN RUMUSAN MODEL .....</b>	<b>20</b>

5.1. Deskripsi Data .....	20
5.1.1 Profil Industri Kreatif Telematika di Malang Raya.....	20
5.1.2 Profil Komunitas Industri Kreatif Telematika di Malang Raya.....	25
5.1.3 Profil Pelaku Industri Kreatif Telematika di Malang Raya.....	33
5.2. Faktor Pendukung dan Penghambat Pengembangan Industri Kreatif Telematika di Malang Raya.....	55
5.2.1 Faktor Pendukung (Kekuatan dan Peluang).....	55
5.2.2 Faktor Penghambat (Kelemahan dan Ancaman).....	56
5.3.1 Pola Pembinaan Komunitas dengan Model Quadruple Helix.....	58
5.3.2 Peran Masing-masing Elemen Quadropole Helix Dalam Implementasi Model.....	60
5.4. Strategi, Kebijakan dan Program .....	73
5.4.1 Strategi Penumbuhan dan Pengembangan Kewirausahaan Industri Kreatif Telematika.....	73
5.4.2 Prioritas Kebijakan.....	77
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
6.1 Kesimpulan.....	82
6.2 Saran.....	82
<b>REFERENSI.....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>82</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rencana Target Capaian Tahunan Penelitian .....	5
Tabel 4. 1 Prioritas Program Berdasarkan Analisis AHP .....	79
Tabel 4. 2 Axiom Pengembangan Kawasan Kreatif .....	10
Tabel 4. 3 Model Pengembangan Kawasan Kreatif .....	11
Tabel 4. 4 Pola Jalur Penelitian .....	14
Tabel 4. 5 Matrik AHP Tahapan Penelitian .....	19
Tabel 4. 6 Logo MFC .....	21
Tabel 4. 7 Struktur Industri Kreatif Kota Malang .....	22
Tabel 4. 8 Logo Peresmian Animal Malang .....	25
Tabel 4. 9 Anggota FAM .....	26
Tabel 4. 10 Logo Komunitas MIU .....	27
Tabel 4. 11 Logo Komunitas MJF .....	28
Tabel 4. 12 Logo Komunitas MPC .....	28
Tabel 4. 13 Logo Komunitas ADGI .....	29
Tabel 4. 14 Logo Komunitas JTC .....	30
Tabel 4. 15 Digital Innovation Lounge Malang .....	32
Tabel 4. 16 Logo Komunitas Student .....	33
Tabel 4. 17 Model Akselerasi Penumbuhan dan Pengembangan Kewirausahaan Pada Industri Kreatif Telekomunikasi Berbasis Komunitas Di Kawasan Malang Raya .....	58
Tabel 4. 18 Intervensi Inkubator Industri Kreatif .....	74
Tabel 4. 19 Kerangka Pikir AHP .....	78



## DAFTAR GAMBAR

Gambaran 1 Justifikasi Anggaran Penelitian .....	52
Gambaran 2 Dukungan sarana dan prasarana penelitian .....	54
Gambar 2. 1 Alasan Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	10
Gambar 2. 2 Model Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	11
Gambar 2. 3 Peta Jalan Penelitian .....	14
Gambar 3.1 Bagan Alir Tahapan Penelitian.....	19
Gambar 4.1 Logo MFC .....	21
Gambar 4.2 Statistik Industri Kreatif Kota Malang .....	22
Gambar 4.3 Logo Forum Animasi Malang .....	25
Gambar 4.4 Anggota FAM.....	26
Gambar 4.5 Logo Komunitas MIU .....	27
Gambar 4.6 Logo Komunitas MJJ .....	28
Gambar 4.7 Logo Komunitas MPC.....	28
Gambar 4.8 Logo Komunitas ADGI .....	29
Gambar 4.9 Logo Komunitas JITC .....	30
Gambar 4.10 <i>Digital Innovation Lounge</i> Malang .....	32
Gambar 4.11 Logo Komunitas Stasiun .....	33
Gambar 4.12 Model Akselerasi Penumbuhan dan Pengembangan Kewirausahaan Pada Industri Kreatif Telematika Berbasis Komunitas Di Kawasan Malang Raya .....	58
Gambar 4.13 Intervensi Inkubator Industri Kreatif.....	74
Gambar 4.14 Kerangka Pikir AHP.....	78

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Justifikasi Anggaran Penelitian .....	82
Lampiran 2 Dukungan sarana dan prasarana penelitian.....	84
Lampiran 3 Susunan Organisasi Tim Pengusul dan Pembagian Tugas .....	85
Lampiran 4 Biodata ketua dan anggota.....	86
Lampiran 5 Surat pernyataan ketua pengusul .....	98
Lampiran 6 Analytical Hierarchy Process .....	100

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Industri kreatif merupakan salah satu kontributor penting bagi perekonomian negara-negara di dunia. Bukti hal ini dimulai dari Inggris pada tahun 1997 yang mana pengembangan industri kreatifnya telah mendorong kontribusi yang signifikan dari industri tersebut terhadap perekonomian negara melebihi kontribusi industri konvensional lainnya. Keberhasilan Inggris membangun industri kreatifnya menjadi pendorong bagi upaya serupa di negara-negara lain seperti Selandia baru, Norwegia, Swedia, Singapura, dan sebagainya.

Inggris merupakan pusat evolusi ekonomi dari ekonomi industri menuju ekonomi berbasis ide dan kreatifitas. Di Indonesia, pembangunan industri kreatif baru secara serius didorong oleh pemerintah pada era pemerintahan presiden Susilo Bambang Yudhoyono dengan keluarnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Kemudian pada tahun 2012 diterbitkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014 (Efendi, 2015). Pada tahun 2015, di era presiden Joko Widodo, pengembangan industri kreatif dilanjutkan dengan terbitnya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif (BEK). BEK bertugas untuk membantu Presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

Sejalan dengan semangat tersebut, pemerintah Jawa Timur dalam rangka mengembangkan tumbuhnya wirausaha-wirausaha baru yang bergerak dalam industri kreatif merumuskan *Grand Strategy* yang sejak tahun 2010 mengarahkan setiap program-program pembangunan menuju pada terwujudnya kawasan Jawa Timur sebagai: "***pusat pengembangan industri kreatif elektronika dan***

*telematika terkemuka, berdaya saing, dan berkelanjutan menuju Jawa Timur yang semakin makmur*". Potensi pertumbuhan industri elektronika dan telematika di Jawa Timur juga masih sangat tinggi dan diperkirakan akan terus berkembang dalam jangka waktu lama. Kebutuhan masyarakat akan industri telematika dan turunannya semakin meningkat sejalan dengan perkembangan investasi, teknologi dan manajemen. Semua hal tersebut diperlukan sebagai sebuah kebutuhan utama, bukan lagi hanya sekedar gaya hidup. Hal ini ditunjang pula dengan populasi penduduk Jawa Timur yang semakin banyak, sehingga membentuk pasar yang potensial bagi produk elektronika maupun telematika. Jawa Timur juga merupakan salah satu propinsi yang menempati tiga besar PDRB nasional (Renstra 2012-2014 Kemenpar dan Ekonomi Kreatif, 2012). Tingginya PDRB terkait dengan daya beli terhadap produk-produk industri kreatif.

Perkembangan industri kreatif di Indonesia dapat dikatakan berkembang dengan cukup cepat. Industri kreatif menjadi kekuatan ekonomi baru dengan kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang signifikan. Pada tahun 2015 kontribusi industri ekonomi kreatif terhadap PDB sekitar 7,5 persen dan diprediksi akan meningkat menjadi 8 persen pada tahun 2016 (Wicaksono, 2015). Ekonomi kreatif juga terbukti memberikan sumbangan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 10,65 persen dari total angkatan kerja nasional (Ariyanti, 2015).

Namun demikian, pembangunan industri kreatif di Jawa Timur sebagaimana di Indonesia pada umumnya menghadapi berbagai kendala: (1) Pengembangan industri kreatif yang belum optimal karena faktor daya tarik industri, posisi dominan usaha kreatif, model bisnis industri kreatif, serta risiko usaha yang harus dihadapi; (2) Pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif belum optimal karena faktor infrastruktur internet yang belum memadai, infrastruktur gedung pertunjukan belum memenuhi standar, mahalnya mesin produksi, mahalnya piranti lunak penghasil produk dan jasa kreatif, kurangnya riset konten, kurangnya aktivitas pengarsipan konten; (3) Kurangnya perluasan dan penetrasi pasar bagi produk dan jasa kreatif di dalam dan luar negeri karena

faktor kurangnya apresiasi terhadap kreativitas lokal, kurangnya konektivitas jalur distribusi nasional, terkonsentrasinya pasar luar negeri, tingginya biaya promosi, belum diterapkannya sistem pembayaran online, rendahnya monitoring terhadap royalti, lisensi, hak cipta; (4) Lemahnya institusi industri kreatif karena faktor; (5) Minimnya akses pembiayaan pelaku sektor ekonomi kreatif; (6) Pengembangan sumber daya ekonomi kreatif belum optimal karena faktor rendahnya pemanfaatan sumber daya alam dan rendahnya pemanfaatan sumber daya manusia (Renstra 2012-2014 Kemenpar dan Ekonomi Kreatif, 2012).

Kota Malang merupakan salah satu kota penting bagi perkembangan industri kreatif baik di Jawa Timur maupun tingkat nasional. Perkembangan industri kreatif di Kota Malang juga berkembang dengan sangat pesat. Pada tahun 2016 ini, Kota Malang menjadi pusat perhelatan *Indonesia Creative Cities Conference (ICCC) 2016* yang menjadi tempat berkumpulnya para pelaku usaha ekonomi kreatif dari seluruh wilayah di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penting dilakukan upaya untuk mengembangkan industri kreatif sehingga tujuan-tujuan yang ditetapkan dapat dipenuhi. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan memfokuskan pada penyusunan model akselerasi untuk menumbuhkan dan mengembangkan kewirausahaan pada industri kreatif telekomunikasi dan informatika (telematika) yang berbasis komunitas di kawasan Malang Raya (Kota Malang, Kabupaten Malang, Kota Batu).

## 1.2 Urgensi Penelitian

Penelitian ini dilakukan didasarkan fakta bahwa pengembangan industri elektronika dan telematika memegang peranan penting bagi pembangunan nasional secara umum. Hal ini sejalan dengan arah pengembangan ekonomi kreatif nasional, yaitu peningkatan jumlah wirausahawan kreatif sebagai lokomotif industri di bidang ekonomi kreatif. Pentingnya menumbuhkembangkan kewirausahaan pada industri kreatif telematika berbasis komunitas di kawasan Malang Raya didasarkan pada beberapa faktor sebagai berikut:

### 1.3 Luaran dan Kontribusi Penelitian

Luaran utama penelitian ini berupa:

1. Model akselerasi menumbuhkembangkan kewirausahaan pada industri kreatif telematika berbasis komunitas di kawasan Malang Raya.
2. Publikasi ilmiah pada jurnal internasional.
3. Makalah yang diseminarkan dalam seminar nasional.

Diharapkan hasil-hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat berkontribusi, diantaranya: (1) kontribusi utama: meningkatkan kompetensi dan daya saing industri sehingga meningkatkan nilai tambah; meningkatkan *link* yang permanen antara akademisi, komunitas & asosiasi, pelaku industri bisnis serta pemerintah guna mengembangkan dan meraih pasar potensial; mendorong perkembangan ekonomi dan budaya berbasis pengetahuan dan teknologi; menciptakan tenaga ICT yang mandiri dan berdaya saing tinggi; menciptakan *Creativepreneur* dan *Technopreneur* baru di masyarakat; (2) kontribusi praktis: dapat diketahui kegiatan-kegiatan untuk menumbuhkan dan mengembangkan industri, efektivitas upaya penumbuhannya dan faktor yang berpengaruh terhadap pengembangannya, kebutuhan pelaku industri; dapat diketahui profil kawasan industri dan pergerakannya; hasil pengkajian ini memberi kontribusi bagi pihak-pihak terkait dalam upaya mengangkat harkat IKM, untuk pengembangan ekonomi lokal, sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Rencana target capaian tahunan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. 1 Rencana Target Capaian Tahunan Penelitian**

No.	Jenis Luaran		Indikator Capaian	
			TS <sup>1)</sup>	TS+1
1	Publikasi ilmiah	Internasional	<i>Submitted</i>	<i>Published</i>
		Nasional Terakreditasi	Tidak ada	Tidak ada
2	Pemakalah dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional	Draft	Terdaftar
3	Invited Speaker dalam temu ilmiah	Internasional	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada	Tidak ada
4	Visiting Lecturer	Internasional	Tidak ada	Tidak ada
		Nasional	Tidak ada	Tidak ada
5	Hak Kekayaan	Paten	Tidak ada	Tidak ada

No.	Jenis Luaran	Indikator Capaian		
		TS <sup>1)</sup>	TS+1	
1.1	Intelektual (HKI)	Paten sederhana	Tidak ada	Tidak ada
		Hak Cipta	Tidak ada	Tidak ada
		Merek dagang	Tidak ada	Tidak ada
		Rahasia dagang	Tidak ada	Tidak ada
		Desain Produk Industri	Tidak ada	Tidak ada
		Indikasi Geografis	Tidak ada	Tidak ada
		Perlindungan Varietas Tanaman	Tidak ada	Tidak ada
		Perlindungan Topografi Sirkuit Terpadu	Tidak ada	Tidak ada
6	Teknologi Tepat Guna	Tidak ada	Tidak ada	
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/ Rekayasa Sosial	Draft	Penerapan	
8	Buku Ajar (ISBN)	Tidak ada	Tidak ada	
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT)	2	3	