

SKRIPSI

**ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF
DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA**

BEZALEEL

A011171503



**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2024

SKRIPSI

ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Disusun dan diajukan oleh :

BEZALEEL

A011171503



Kepada

**DEPARTEMEN ILMU EKONOMI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

SKRIPSI

ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

Disusun dan Diajukan oleh :

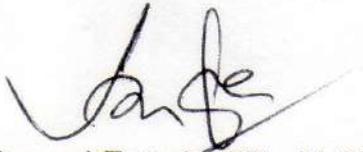
BEZALEEL

A011171503

Telah dipertahankan disidang ujian skripsi

Makassar, 09 Januari 2024

Pembimbing I



Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®.
NIP.19690413 199403 1 003

Pembimbing II



Fitriwati Djam'an, SE., M.Si.
NIP. 19800821 200501 2 002

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sabti, SE., M.Si., CWM®.
NIP. 19740715 200212 1 003

SKRIPSI

ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

disusun dan diajukan oleh

BEZALEEL

A011171503

Telah dipertahankan dalam sidang ujian skripsi

Pada tanggal **09 Januari 2024** dan

Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

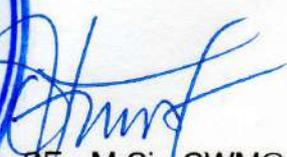
Menyetujui,

Panitia penguji

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Sanusi Fattah, SE., M.Si., CSF., CWM®.	Ketua	1..... 
2.	Fitriwati Djam'an, SE., M.Si.	Sekretaris	2..... 
3.	Dr. Abd. Rahman Razak, SE., MS.	Anggota	3..... 
4.	Dr. Sabir, SE., M.Si., CWM®.	Anggota	4..... 

Ketua Departemen Ilmu Ekonomi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Hasanuddin




Dr. Sabir, SE., M.Si., CWM®.
NIP. 19740715 200212 1 003

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama Mahasiswa : BEZALEEL
Nomor Pokok : A011171503
Program Studi : Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Hasanuddin
Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan dengan ini bahwa Skripsi dengan judul :

**“ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DALAM
PEREKONOMIAN INDONESIA”**

adalah hasil karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah lain yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 30 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



BEZALEEL

Nim. A011171503

PRAKATA

Segala puji bagi Allah, Tuhan Yang Maha Esa, pemilik segala kemurahan dan kebaikan, Penyusun yang tidak tersusun, Penggerak yang tidak bergerak. Dialah Zat yang ilmuNya meliputi segala sesuatu, Zat yang rahmatNya melingkupi segala sesuatu.

Salam dan shalawat kepada para utusan Tuhan dari yang pertama, Nabi Adam as hingga Nabi Isa as, dan sang nabi penutup, Muhammad SAW beserta keluarga dan pengikutnya yang setia. Merekalah lilin peradaban di setiap zamannya.

Atas karunia Tuhan Yang Maha Esa, berkat cinta dan kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Perkembangan Industri Kreatif Dalam Perekonomian Indonesia”. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Ekonomi di Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan dari peneliti, mengingat penulis juga masih dalam tahap belajar, tentunya tak luput dari berbagai kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun ini. Dalam proses penulisan skripsi ini, peneliti banyak mendapat dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak baik langsung maupun tidak langsung.

Oleh karena itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Semoga segala amal kebaikan dan bantuan dari semua pihak yang diberikan kepada penulis mendapat balasan setimpal yang bernilai pahala di sisi-Nya.

Tentunya dalam penyelesaian skripsi ini, tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Olehnya itu dengan segala kerendahan hati, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih terdalam dan setinggi-tingginya kepada:

1. Penulis menghaturkan penghargaan setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya, atas segala cinta dan kasih sayang yang tiada berujung, Ayahanda Paulus Sampe dan Alamarhuma Ibunda tercinta Veiven Nunuhitu yang telah membesarkan, mendidik, memotivasi dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan yang tak ternilai dengan doa-doa yang tak hentinya dipanjatkan untuk anaknya. Penulis juga ingin memohon maaf sebesar-besarnya kepada ayahanda dan ibunda jika penulis belum bisa menjadi anak yang baik. Semoga ayahanda dan ibunda diberikan umur yang panjang agar dapat melihat penulis sukses sebagai tanda dan bukti terimakasih atas segala pengorbanan dan cintanya.
2. Bapak Dr. Sabir, SE., MSi., CWM®. selaku ketua Departemen Ilmu Ekonomi dan penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan tugas akhir ini. Terimakasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Ekonomi.
3. Ibu Fitriwati Djam'an, SE., M.Si. selaku sekretaris Departemen Ilmu Ekonomi dan penasihat akademik serta pembimbing pendamping dalam penyusunan skripsi. Terimakasih atas segala bantuan yang senantiasa diberikan, atas setiap kritik, saran serta kesabaran dalam membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Dr. Sanusi Fattah, SE., MSi., CWM®. Selaku pembimbing utama dalam penyusunan skripsi. Terima kasih memberikan arahan kepada penulis

selama berproses di bangku perkuliahan di Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

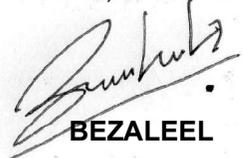
5. Dr. Abd. Rahman Razak, SE., MS. selaku penguji yang telah memberikan kritik serta saran guna perbaikan penyusunan tugas akhir ini. Penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dan tingkah laku yang kurang berkenan selama ini, baik saat perkuliahan maupun penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen FEB-UH, khususnya Program Ilmu Ekonomi, yang telah mengajarkan banyak ilmu dan memberikan dukungan serta teladan yang baik kepada penulis selama menempuh pendidikan.
7. Juga, kepada para staf pegawai FEB-UH yang telah membantu penulis dalam proses administrasi untuk penyelesaian tugas akhir ini.
8. Teman-teman keluarga besar ERUDITE terimakasih untuk setiap momen kebersamaan dan bantuan selama perkuliahan. Terkhusus “Anak Rektor” terimakasih atas persaudaraannya dan sangat berkesan. Penulis merasa bersyukur dipertemukan dengan mereka dalam proses perkuliahan.
9. Untuk seluruh Keluarga Mahasiswa dan Alumni Himajie FEB-UH, untuk kakak-kakak ESPADA, SPARK, PRIME, ANTARES, SPEHERE dan adik-adik LANTERN, AMEDA, RIVENDEL, SANCTUARY, SANDYAMERTA, yang telah mewarnai kehidupan kampus penulis, terimakasih atas segala pengalaman dan pelajaran yang telah diberikan selama menggeluti organisasi ini.
10. Teman-teman Kabinet Himajie Bersatu Periode 2019-2020. Terima kasih atas kerja keras dan kerja sama serta keceriaan yang telah diberikan selama satu periode kepengurusan..

11. Untuk teman-teman Pengurus Senat Mahasiswa FEB UNHAS Periode 2021 dan seluruh jajaran Majelis Permusyawaratan Mahasiswa FEB UNHAS Periode 2022, terimakasih atas segala pengalaman dan pelajaran yang telah diberikan selama menggeluti organisasi ini selama satu periode kepengurusan.
12. Teman-teman se-tujuan di Kejayaan Mahasiswa Nusantara yang selama ini bergerak bersama dalam membumikan nilai-nilai Pancasila, yang senantiasa menjadi pengingat tentang bagaimana menjadi pelayan kemanusiaan. Kalian adalah semut-semut ibrahim yang membawa setitik air untuk memadamkan api yang membunuh kemanusiaan.
13. Keluarga Mahasiswa FEB-UH, terkhusus HIMAJIE FEB UH yang menjadi tempat bertemunya berbagai karakter dan pandangan. Terimakasih telah menjadi tempat berproses yang memperkaya pengalaman hidup penulis. Semoga putih (kebenaran), hitam (kedalaman ilmu), dan merah (keberanian) selalu menyala di hati setiap penghuninya.
14. Kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan yang tak mampu penulis sebutkan satu-persatu, saya ucapkan terimakasih.

Akhir kata, penulis menghaturkan rasa hormat dan apresiasi pada seluruh pihak yang telah membantu penulis menyelesaikan masa studi, yang tidak bisa penulis sebutkan namanya satu demi satu. Semoga Tuhan membalas kebaikan mereka dengan kasih sayangNya yang takterbatas.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa senantiasa mencerahkan dan merahmati hati dan pikiran kita semua.

Makassar, 30 Januari 2024



BEZALEEL

ABSTRAK

ANALISIS PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

BEZALEEL

Sanusi Fattah

Fitriawati Dja'man

Industri kreatif telah menjadi salah satu sektor yang semakin penting dalam perekonomian global, memainkan peran kunci dalam menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan memperkuat daya saing suatu negara. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi industri kreatif dalam perekonomian Indonesia. Adapun data yang digunakan yaitu data dari tahun 2010 hingga tahun 2021. Presentase tertinggi kontribusi tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap total tenaga kerja nasional terjadi ditahun 2021 sebesar 16,70 persen dan kontribusi terendah pada tahun 2011 sebesar 12,25 persen. Kemudian kontribusi nilai ekspor ekonomi kreatif terhadap total nilai ekspor nasional tertinggi pada tahun 2016 sebesar 13,77 persen dan terendah terjadi pada tahun 2011 7,68 persen. Di lanjutkan kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto nasional selama 11 tahun terakhir antara rentan waktu tahun 2010 sampai tahun 2021 masih di angka 7 persen. Hasil analisis diharapkan memberikan wawasan yang mendalam tentang dampak industri kreatif terhadap perekonomian nasional dan implikasinya terhadap kebijakan publik dan pengembangan sektor industri kreatif di masa depan.

Kata Kunci: Kontribusi, Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif, Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif, Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Indonesia

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT OF CREATIVE INDUSTRY IN THE INDONESIAN ECONOMY

BEZALEEL

Sanusi Fattah

Fitriawati Dja'man

The creative industries have become an increasingly important sector of the global economy, playing a key role in creating added value, employment opportunities and strengthening a country's competitiveness. The aim of this research is to analyze the contribution of creative industries to the Indonesian economy. The data used is data from 2010 to 2021. The highest percentage of employees in the creative industries of the total national workforce was 16.70 percent in 2021 and the lowest percentage was 12.25 percent in 2011. Then, the contribution of creative industries' export value to the total national export value was the highest at 13.77 percent in 2016 and the lowest at 7.68 percent in 2011. Furthermore, the contribution of the creative industries to the national gross domestic product in the last 11 years between 2010 and 2021 is still 7 percent. The results of the analysis are expected to provide in-depth insight into the impact of the creative industry on the national economy and its implications for public policy and the development of the creative industry sector in the future.

Keywords: Contribution, Creative Economy Labor, Creative Economy export value, Indonesian Creative Economy Gross Domestic Product

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN PRAKATA	vi
HALAMAN ABSTRAK	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori.....	10
2.1.1. Ekonomi Kreatif.....	10
2.1.1.1 Industri Kreatif	14
2.1.1.2 Sub Sektor Industri Kreatif	14
2.1.2. Creative Destruction	20
2.1.3. Produk Domestik Bruto	21
2.1.4. Tenaga Kerja	22
2.1.5. Ekspor	25
2.2. Tinjauan Empiris	26
2.3. Kerangka Konseptual Penelitian	26
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1. Rancangan Penelitian.....	31

3.2. Jenis dan Sumber Data	31
3.3. Metode Analisis Data.....	32
3.5.1 Analisis Kontribusi Ekonomi Kreatif.....	32
3.4. Definisi Operasional.....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Perkembangan Umum Variabel	35
4.1.1 Perkembangan Variabel Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2021.....	37
4.1.2 Perkembangan Variabel Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2021.....	39
4.1.3 Perkembangan Variabel Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2021.....	40
4.1.4 Perkembangan Variabel Total Tenaga Kerja Nasional Tahun 2010-2021.....	43
4.1.5 Perkembangan Variabel Total Nilai Ekspor Nasional Tahun 2010-2021.....	45
4.1.6 Perkembangan Variabel Produk Domestik Bruto Nasional Tahun 2010-2021.....	47
4.2 Hasil Analisis dan Pembahasan Penelitian.....	49
4.2.1 Kontribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Terhadap Total Tenaga Kerja Nasional Tahun 2011-2021.....	49
4.2.1 Kontribusi Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Terhadap Total Nilai Ekspor Nasional Tahun 2011-2021.....	54
4.2.1 Kontribusi Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Terhadap Produk Domestik Bruto Nasional Tahun 2011-2021.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Kontribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Terhadap Tenaga Kerja Nasional Tahun 2010-2020.....	49
4.2. Kontribusi Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Terhadap Nilai Ekspor Nasional Tahun 2010-2020.....	54
4.3. Kontribusi Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Terhadap Produk Domestik Bruto Nasional Tahun 2010-2020.....	58

DAFTAR GAMBAR

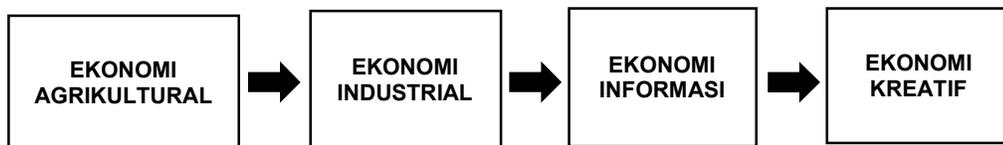
Gambar	Halaman
1.1. Transformasi Orientasi Ekonomi.....	1
1.2. Perbandingan Kontribusi Ekonomi Kreatif Indonesia Dengan Negara Lain Periode 2016 (Presentasi Terhadap PDB.....	4
2.1. Keunggulan Ekonomi Kreatif Dibandingkan dengan Ekonomi Tradisional	11
2.2. Kerangka Konseptual Penelitian	27
4.1. Perkembangan Variabel Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2021.....	37
4.2. Perkembangan Variabel Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesi Tahun 2010-2021.....	39
4.3. Perkembangan Variabel Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2021.....	40
4.4. Perkembangan Variabel Total Tenaga Kerja Nasional Tahun 2010-2021.....	43
4.5. Perkembangan Variabel Nilai Ekspor Nasional Tahun 2010-2021	45
4.6. Perkembangan Variabel Produk Domestik Bruto Nasional Tahun 2010-2021.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Rancangan perekonomian dunia mengalami pergeseran seiring dengan perubahan pola produksi, dari yang berbasis sumber daya alam sekarang menjadi sumber daya manusia, dari era agrikultural ke era industri dan informasi. Fakta menyatakan bahwa sumber daya alam pasti akan punah dibandingkan dengan keyakinan bahwa sumber daya manusia tidak akan punah dan akan terus berkembang membawa perubahan dalam perspektif ekonomi modern. Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan kreativitas.



Gambar 1.1
Transformasi Orientasi Ekonomi
Sumber : Kementerian Perdagangan 2008

Transformasi gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia. Seiring berjalannya waktu, berkembangnya ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan inovasi menyebabkan perubahan pada

sistem produksi. Beberapa tahun belakangan, pengetahuan, kreativitas dan inovasi telah menjadi penggerak roda perekonomian banyak negara. Bila pada masa lalu sektor pertanian menjadi penggerak roda perekonomian yang dominan, pada masa kini kegiatan-kegiatan ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi juga menjadi penggerak perekonomian yang penting.

Pada era ekonomi tradisional, faktor produksi utama melibatkan pemanfaatan sumber daya alam dan tenaga manusia. Produktivitas tenaga kerja dan efektivitas penggunaan sumber daya alam menjadi penentu utama kemampuan produksi suatu negara. Namun, pada abad ke-18, terjadi Revolusi Industri yang ditandai oleh penemuan mesin uap. Inovasi ini mengubah pandangan manusia, menyadarkan bahwa modal mesin juga menjadi aspek kunci dalam proses produksi. Tingkat akumulasi modal mesin yang tinggi mampu meningkatkan kapasitas produksi ekonomi secara besar-besaran dan lebih efisien.

Pada awal abad ke-20, khususnya di tahun 1980an, kemajuan teknologi informasi membawa paradigma baru dalam dunia produksi. Penemuan Internet menjadi katalisator integrasi global, menghubungkan seluruh dunia. Perubahan-perubahan dalam proses produksi semakin cepat, dan negara-negara yang kesulitan beradaptasi menemui kendala dalam pertumbuhan ekonomi mereka. Negara-negara yang unggul dalam pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi, yang didasarkan pada kreativitas dan inovasi, cenderung berkembang menjadi entitas yang kompetitif dan mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi.

Negara-negara maju menyadari bahwa saat ini mereka tidak hanya dapat mengandalkan sumber daya alam dan sektor industri sebagai pilar utama ekonomi. Pemahaman ini mendorong mereka untuk lebih mengandalkan sumber daya manusia yang kreatif, mengingat bahwa kreativitas manusia berasal dari daya pikirnya, yang menjadi modal dasar untuk menciptakan inovasi dalam

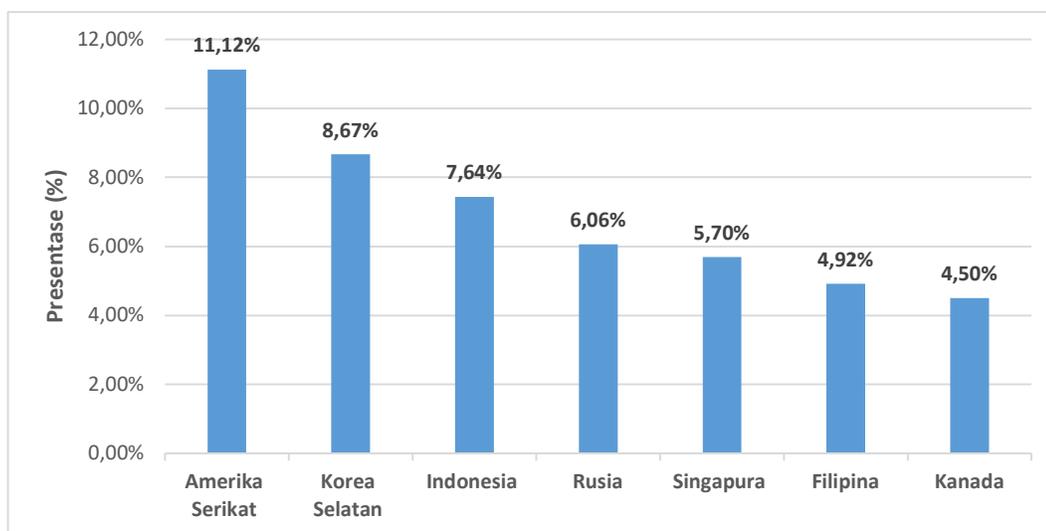
menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, pada tahun 1990-an, dimulailah era ekonomi baru yang menekankan pentingnya informasi dan kreativitas, dikenal dengan sebutan Ekonomi Kreatif. Gerakan ini didorong oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif, yang menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara.

Dengan demikian, salah satu langkah yang perlu diambil oleh pemerintah Indonesia adalah mencari sektor-sektor ekonomi yang tidak sepenuhnya bergantung pada sumber daya alam dan memiliki potensi untuk menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi negara. Salah satu opsi yang menarik adalah mengarah ke sektor ekonomi kreatif. Sektor ini bersandar pada kreativitas, ide, dan keterampilan individu, dengan menghasilkan dan mengembangkan potensi kreasi dan inovasi individu. Hal ini diharapkan dapat menciptakan kesejahteraan dan kesempatan kerja yang lebih luas bagi masyarakat.

Poin utama yang menjadikan ekonomi kreatif menarik untuk dikembangkan adalah ketersediaan sumber daya yang bersifat terbarukan dan bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, dan kreativitas manusia, yang didukung oleh kemajuan teknologi untuk menciptakan produk baru atau mengembangkan produk yang sudah ada. Konsep ini memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang ekonomi kreatif dan mengadopsi model pengembangan ekonomi yang berfokus pada kreativitas manusia dan inovasi.

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang menggabungkan inovasi, kreativitas, budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi, yang diwujudkan dalam bentuk produk barang dan jasa dengan nilai tambah yang lebih tinggi. Istilah "ekonomi kreatif" pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 melalui bukunya berjudul "*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*". Dalam definisinya, Howkins menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah

penciptaan nilai sebagai hasil dari ide. Howkins menyadari kemunculan gelombang ekonomi baru yang berbasis pada kreativitas setelah melihat pada tahun 1997, Amerika Serikat menghasilkan produk-produk kreatif dengan Hak Kekayaan Intelektual senilai 414 miliar dolar, menjadikannya sebagai ekspor nomor satu di Amerika Serikat. Konsep ekonomi kreatif mengembangkan ide ini dengan memanfaatkan ide kreatif yang memiliki potensi untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi negara.



Gambar 1.2

**Perbandingan Kontribusi Ekonomi Kreatif Indonesia
dengan Negara Lain Periode 2016 (Presentase Terhadap PDB)**

Sumber : GoodStats Ekonomi Kreatif 2016

Pada era ekonomi kreatif, nilai ekonomi suatu produk barang atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri. Sebaliknya, nilai tersebut lebih terkait dengan pemanfaatan kreativitas dan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global hanya dengan mengandalkan harga atau kualitas produk, tetapi harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas, dan

imajinasi. Gambar 1.2 menunjukkan kontribusi ekonomi kreatif Indonesia terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2016, yang menempati urutan ketiga tertinggi dibandingkan dengan negara-negara lain. Amerika Serikat menduduki peringkat pertama dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB sebesar 11,12%, diikuti oleh Korea Selatan dengan kontribusi sebesar 8,67%. Kontribusi terbesar dalam ekonomi kreatif Amerika Serikat berasal dari industri film Hollywood, sementara Korea Selatan dikenal dengan Korean Pop (K-Pop) dan Drama Korea (Drakor). Indonesia, meskipun masih di bawah Amerika Serikat dan Korea Selatan, memberikan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB sebesar 7,64%.

Indonesia mulai menyadari potensi pengembangan ekonomi kreatif sebagai sektor yang menjanjikan, terutama karena negara ini memiliki jumlah penduduk terbesar keempat di dunia. Dengan populasi mencapai 240 juta orang, Indonesia juga mendapatkan keuntungan demografi dengan proporsi penduduk usia produktif yang sangat besar, mencapai 70 persen dari total penduduk. Ketersediaan dan keberagaman sumber daya alam dan budaya yang melimpah menjadi faktor pendukung utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif dianggap sebagai kekuatan baru Indonesia mengingat kemajuan dan perkembangan saat ini. Diversifikasi produk barang dan jasa yang dihasilkan oleh industri kreatif di Indonesia membuktikan kemampuannya bersaing di pasar global. Melihat kondisi ini, Indonesia semakin menyadari pentingnya menggali potensi ekonomi kreatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara.

Peluang ekonomi kreatif, baik di dalam maupun di luar negeri, sangat luas. Pasar untuk ekspor ekonomi kreatif terus berkembang dan menunjukkan tren peningkatan. Pemerintah Indonesia serius dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif, yang dibuktikan dengan pembentukan Badan Ekonomi Kreatif

melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015. Pada tahun 2019, Badan Ekonomi Kreatif digabungkan dengan Kementerian Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Penggabungan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia menetapkan 17 sub-sektor industri kreatif, termasuk Game Developer, Arsitektur, Desain Interior, Musik, Seni Rupa, Desain Produk, Fesyen, Kuliner, Film, Animasi, dan Video, Fotografi, Desain Komunikasi Visual, Televisi dan Radio, Kriya, Periklanan, Seni Pertunjukan, Penerbitan, dan Aplikasi. Keberagaman sub-sektor ini menunjukkan potensi besar dalam menggali berbagai aspek kreativitas untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengidentifikasi delapan masalah dan tantangan yang dihadapi oleh ekonomi kreatif di masa sekarang. Masalah dan tantangan ini melibatkan antara lain : 1). Permasalahan Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Manusia Kreatif, 2). ketersediaan sumber daya alam yang berkualitas, beragam, dan kompetitif, 3). sumber daya budaya yang dapat diakses secara mudah, 4). industri kreatif yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam, 5). ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif, 6). perluasan pasar bagi karya kreatif, 7). ketersediaan infrastruktur dan pengembangan teknologi yang sesuai dengan industri kreatif, 8). kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik total tenaga kerja nasional pada tahun 2021 mencapai 130.060.000 juta orang yang bekerja, sedangkan nilai ekspor nasional mencapai US\$ 231.609.000, dan produk domestik bruto atas harga dasar konstan mencapai Rp.11.120.077.000.000.000. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi ekonomi kreatif

dalam perekonomian Indonesia dalam kurang waktu 12 tahun terakhir antara tahun 2010 sampai tahun 2021. Dengan melihat beberapa variabel yang ada di ekonomi kreatif seperti kontribusi tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap total tenaga kerja Indonesia, Kontribusi ekspor ekonomi kreatif terhadap total ekspor nasional, dan kontribusi produk domestik bruto ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto secara nasional.

Pada penelitian yang dilakukan Prannisa Alfath (2020). Bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi perkembangan industri kreatif pada 10 kota di Indonesia. Hasil analisis menunjukkan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami fluktuasi. Perkembangan nilai tambah, modal dan tenaga kerja memberikan hasil yang beragam. Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah industri kreatif tingkat nasional baik secara simultan maupun parsial, sedangkan variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah secara parsial.

Berdasarkan penjelasan di atas menunjukkan bahwa ekonomi kreatif membawa harapan baru untuk perekonomian Indonesia. Industri ini dianggap sangat layak untuk dikembangkan dan memiliki peluang besar dalam memperbaiki perekonomian Indonesia di masa depan (Sebayang, 2012). Ekonomi kreatif juga diakui memiliki potensi yang kuat dalam mencapai Sustainable Development Goals (SDGs). Ekonomi kreatif tidak hanya memberikan solusi untuk tantangan ekonomi, tetapi juga berkontribusi dalam menanggapi masalah sosial, termasuk dalam mengatasi kemiskinan, pengangguran, ketidaksetaraan sosial, dan berbagai aspek lainnya. Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia tidak hanya akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dapat membawa perubahan sosial yang signifikan sesuai dengan tujuan pembangunan berkelanjutan. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “**Analisis Perkembangan Industri Kreatif Dalam Perekonomian Indonesia**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi masalah pokok pada penelitian ini adalah :

- 1) Seberapa besar kontribusi tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap total tenaga kerja Indonesia?
- 2) Seberapa besar kontribusi nilai ekonomi kreatif terhadap total nilai ekspor Indonesia?
- 3) Seberapa besar kontribusi produk domestik bruto ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto nasional?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah:

- 1) Untuk mengetahui Seberapa besar kontribusi tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap total tenaga kerja Indonesia
- 2) Untuk mengetahui bagaimana pengaruh nilai ekspor ekonomi kreatif berpengaruh produk domestik bruto ekonomi kreatif Indonesia
- 3) Untuk mengetahui Seberapa besar kontribusi produk domestik bruto ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto nasional

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain:

- 1) Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pertimbangan dalam membuat kebijakan dan regulasi terkait ekonomi kreatif agar bisa bertumbuh secara pesat di Indonesia.

- 2) Bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan literatur atau referensi untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai ekonomi kreatif di Indonesia.
- 3) Bagi penulis, penelitian ini sangat berguna untuk melatih kemampuan penulis dalam membuat sebuah karya ilmiah, menganalisis permasalahan, dan mempraktikkan ilmu yang telah didapat selama masa perkuliahan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

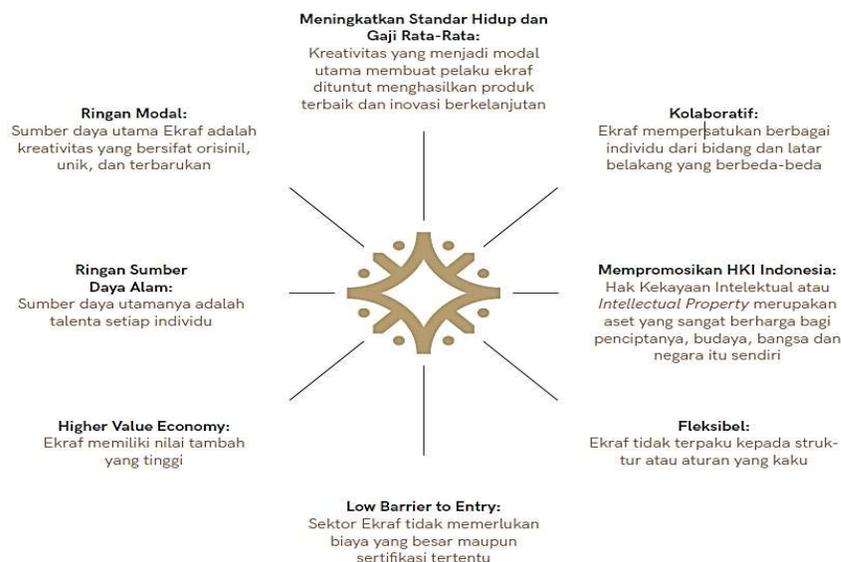
Tinjauan teoritis merupakan teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan variabel penelitian. Tinjauan teoritis juga berfungsi sebagai dasar untuk membuat jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan, serta membantu dalam menyusun instrument penelitian.

2.1.1 Ekonomi Kreatif

John Howkins memperkenalkan istilah "ekonomi kreatif" dalam bukunya yang berjudul "The Creative Economy: How People Make Money". Howkins menyadari munculnya gelombang ekonomi baru yang berbasis pada kreativitas, terutama setelah mencatat pencapaian pada tahun 1997. Dalam konsepnya, Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi di masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, bukan hanya melakukan tugas-tugas rutin dan berulang. Bagi masyarakat dalam ekonomi kreatif, menghasilkan ide dianggap sebagai suatu keharusan untuk mencapai kemajuan. Ide-ide ini menjadi sumber daya kunci yang menciptakan nilai tambah dalam bentuk produk, layanan, atau karya seni yang inovatif. Karakteristik ekonomi kreatif diantaranya :

- 1) Diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar,
- 2) Berbasis pada ide atau gagasan,
- 3) Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha,
- 4) Konsep yang dibangun bersifat relatif.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) menekankan pada upaya pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kreativitas, dengan menciptakan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memanfaatkan sumber daya yang dapat diperbaharui. Ekonomi kreatif dianggap sebagai nilai tambah yang berbasis ide, lahir dari kreativitas sumber daya manusia dengan dasar ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh *United Nations Development Programme (UNDP) (2008)*, menyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integral dari pengetahuan yang bersifat inovatif, memanfaatkan teknologi secara kreatif, dan memiliki aspek budaya. Indonesia, sebagai negara dengan beragam suku dan budaya, memungkinkan setiap daerah yang memiliki kebudayaan untuk mempresentasikan keunikan budayanya dengan cara yang kreatif dan inovatif.



Gambar 2.1
Keunggulan Ekonomi Kreatif dibandingkan dengan
Ekonomi Tradisional

Sumber : Badan Ekonomi Kreatif, *Oppus Ekonomi Kreatif 2019*

Pada Gambar 2.1 ada beberapa keunggulan ekonomi kreatif dibandingkan dengan ekonomi tradisional antara lain sebagai berikut ini : 1) Ekonomi kreatif memiliki nilai tambah yang tinggi, 2) Sumber daya utamanya adalah talenta setiap individu, 3) Sumber daya utamanya ekonomi kreatif adalah kreativitas yang bersifat orisinal, unik dan terbarukan, 4) Kreativitas yang menjadi modal utama membuat pelaku ekonomi kreatif dituntut menghasilkan produk terbaik dan inovasi yang berkelanjutan, 5) Ekonomi kreatif mempersatukan berbagai bidang individu dari bidang dan latar belakang yang berbeda-beda, 6) Hak Kekayaan Intelektual atau *Intellectual Property* merupakan asset yang berharga bagi penciptanya, budaya, bangsa, dan negara itu sendiri, 7) Ekonomi kreatif tidak terpeka kepada struktur atau aturan yang kaku, 8) Sektor ekonomi kreatif tidak memerlukan biaya yang besar maupun sertifikasi tertentu.

Mengutip dari Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak hanya berbasis seni dan budaya akan tetapi juga berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi. Terdapat 3 pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi, dan penemuan.

1) Kreativitas (*Creativity*)

Kreativitas merupakan suatu kapasitas atau kemampuan yang menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, *fresh*, dan dapat diterima umum. Kreativitas juga dapat menghasilkan ide baru atau praktis sebagai sosial dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada.

Seseorang yang memiliki kreativitas dapat menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi diri sendiri maupun orang lain.

2) Inovasi (*Innovation*)

Inovasi merupakan ide atau gagasan yang kreatif dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk atau proses yang dapat bernilai tambah dan bermanfaat serta menghasilkan nilai jual yang lebih tinggi dan lebih bermanfaat.

3) Penemuan (*Invention*)

Penemuan merupakan penciptaan suatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi unik. Seperti aplikasi yang berbasis android dan IOS yang merupakan penemuan berbasis teknologi dan informasi untuk manusia lebih mudah melakukan kegiatan sehari-hari.

Ekonomi kreatif secara umum memiliki beberapa aspek yaitu kreativitas, hak kekayaan intelektual, makna simbolik bernilai guna atau barang-barang simbolik dan metode produksi. Dari beberapa pengertian ekonomi kreatif dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berkaitan dengan inovasi, kreativitas, ide dan gagasan yang berasal dari sumber daya manusia, sehingga hasil produksinya baik barang maupun jasa memiliki nilai tambah. Ekonomi kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang memiliki keterkaitan dalam mengeksplorasi ide atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi tinggi sehingga dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut Industri Kreatif.

2.1.1.1 Industri Kreatif

Industri kreatif adalah sektor ekonomi yang tumbuh dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Fokus utama industri ini adalah memberdayakan daya cipta dan daya kreasi individu. Keunggulan utama dari industri kreatif terletak pada kemampuannya untuk menghasilkan desain kreatif yang mencolok dalam produk barang dan jasa yang dihasilkan. Industri kreatif merupakan kumpulan dari berbagai sektor industri yang menekankan kreativitas sebagai modal utama dalam proses produksi produk barang dan jasa. Tujuan utama pengembangan industri kreatif adalah untuk mendukung peningkatan nilai tambah produk, yang pada gilirannya akan mendukung perkembangan kluster industri lainnya. Dengan menekankan inovasi dan daya kreasi, industri kreatif berkontribusi pada pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dan beragam.

2.1.2.1 Sub-Sektor Industri Kreatif

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menetapkan 17 sub-sektor industri kreatif. Subsektor-subsektor tersebut adalah:

1. Arsitektur

Arsitektur merupakan wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi, dan seni secara utuh dalam mengubah lingkungan binaan dan ruang, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang. Industri kreatif arsitektur merupakan salah satu jenis industri kreatif yang berhubungan dengan desain suatu bangunan, perencanaan konstruksi bangunan, pengawasan konstruksi, dan proyek konservasi bangunan warisan.

2. Desain interior

Desain interior merupakan kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior, menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik. Pekerjaan di bidang desain interior yaitu desain interior, *drafter*, dan *visualizer 3D*.

3. Desain komunikasi visual

Desain komunikasi visual merupakan seni menyampaikan pesan kreatif (*arts of creative communication*) dengan menggunakan bahasa rupa (*visual language*) yang disampaikan melalui media berupa desain yang bertujuan menginformasikan, mempengaruhi hingga mengubah perilaku target *audience* sesuai dengan tujuan yang ingin diwujudkan. Sedangkan bahasa rupa yang dipakai berbentuk grafis, tanda, simbol, ilustrasi gambar/foto, tipografi/huruf dan sebagainya. Pekerjaan yang berkaitan dengan desain komunikasi visual seperti *illustrator* dan desain grafis.

4. Desain Produk

Desain produk merupakan salah satu unsur memajukan industri agar hasil industri produk tersebut dapat diterima oleh masyarakat, karena produk yang mereka dapatkan mempunyai kualitas baik, harga terjangkau, desain yang menarik, mendapatkan jaminan dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. *Industrial Design Society of America (IDSA)* mendefinisikan desain produk sebagai layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang desain produk adalah *desainer produk*.

5. Film, animasi, dan video

Film merupakan karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audio visual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah-kaidah sinematografi. Animasi merupakan tampilan frame ke frame dalam urutan waktu untuk menciptakan ilusi gerakan yang berkelanjutan sehingga tampilan terlihat seolah-olah hidup atau mempunyai nyawa. Video merupakan sebuah aktivitas kreatif, berupa eksplorasi dan inovasi dalam cara merekam (*capture*) atau membuat gambar bergerak, yang ditampilkan melalui media presentasi, yang mampu memberikan karya gambar bergerak alternatif yang berdaya saing, dan memberikan nilai tambah budaya, sosial, dan ekonomi. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang film, animasi dan video ini diantaranya produser, sutradara, penulis scenario, sinematografer, penata artistik, pemain film, *videographer*, *content writer*, *animator* dan *content creator*.

6. Fotografi

Fotografi sebuah industri kreatif yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpanan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan kerja. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang ini adalah fotografer dan model foto.

7. Kriya

Kriya merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi budaya atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material

dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga tematik produknya. Kriya juga merupakan barang-barang hasil kerajinan tangan manusia yang meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik dan tekstil.

8. Kuliner

Kuliner merupakan kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal, sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang kuliner ini antara lain koki, penata saji, penyedia jasa catering, pemilik restoran, kritikus makanan dan penulis resep makanan.

9. Musik

Musik merupakan segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang ini adalah pemain musik, penyanyi, musisi, komposer musik, dan produser musik.

10. Fashion

Fashion merupakan suatu gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok. Bidang fashion ini merujuk pada gaya populer, khususnya baju, celana, sepatu, aksesoris, kosmetik dan gaya rambut yang terus berubah mengikuti perubahan zaman. Pekerjaan yang berkaitan dibidang fashion ini seperti *fashion designer*, *fashion stylist*, *hair stylist*, *makeup artist*, dan *beauty advisor*.

11. Game *developer*

Game *developer* merupakan suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (*objective*) dan aturan (*rules*). Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang ini diantaranya *mobile developer*, dan *game designer*.

12. Penerbitan

Penerbitan merupakan suatu usaha atau kegiatan mengelola informasi dan daya imajinasi untuk membuat konten kreatif yang memiliki keunikan tertentu, dituangkan dalam bentuk tulisan, gambar, dan/atau audio ataupun kombinasinya, diproduksi untuk dikonsumsi publik, melalui media cetak, media elektronik, ataupun media daring untuk mendapatkan nilai ekonomi, sosial ataupun seni dan budaya yang lebih tinggi. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang penerbitan ini seperti penulis buku, editor buku, desiner buku, dan editor foto.

13. Periklanan

Periklanan merupakan bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sasarannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa. Periklanan berkaitan dengan pekerjaan sebagai *account executive*, *art director*, *copy writer*, *graphic designer*, dan *media planner*.

14. Televisi dan radio

Televisi merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara dan gambar yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan. Radio merupakan kegiatan kreatif yang meliputi proses pengemasan gagasan dan informasi

dalam bentuk hiburan yang berkualitas kepada penikmatnya dalam format suara yang disiarkan kepada publik dalam bentuk virtual secara teratur dan berkesinambungan. Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang televisi dan radio ini meliputi jurnalis televisi, presenter televisi, penyiar radio, dan music director.

15. Seni pertunjukan

Seni pertunjukan merupakan cabang kesenian yang melibatkan perancang, pekerja teknis dan penampil (*performers*), yang mengolah, mewujudkan dan menyampaikan suatu gagasan kepada penonton (*audiences*), baik dalam bentuk lisan, musik, tata rupa, ekspresi dan gerakan tubuh, atau tarian, yang terjadi secara langsung (*live*) di dalam ruang dan waktu yang sama, di sini dan kini (*hic et nunc*). Pekerjaan yang berkaitan dengan bidang seni pertunjukan seperti stand-up comedy, pemain teater, penari, koreografer, dan penulis naskah

16. Seni rupa

Seni rupa merupakan penciptaan karya dan saling berbagi pengetahuan yang merupakan manifestasi intelektual dan keahlian kreatif, yang mendorong terjadinya perkembangan budaya dan perkembangan industri dengan nilai ekonomi untuk keberlanjutan ekosistemnya. Pekerjaan dibidang seni rupa ini seperti pelukis, pematung, kurator seni, ilustrator dan komikus.

17. Aplikasi

Aplikasi adalah pengembangan teknologi informasi, data base dan pengolahan data. Meningkatnya penetrasi pemanfaatan gawai oleh masyarakat tak lepas dari peran aplikasi yang tertanam di dalamnya. Masyarakat sudah fasih menggunakan berbagai jenis aplikasi digital seperti

peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi tersebut didesain supaya mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Maka tak heran jika potensi sub sektor aplikasi dan sangat besar. pekerjaan yang berkaitan dengan bidang aplikasi ini adalah *programmer, software developer, IT maintenance, UI/UX designer*.

2.1.2 Creative Destruction

Menurut Joseph Schumpeter, dalam teorinya "Theorie der wirtschaftlichen Entwicklungen" (Teori Pembangunan Ekonomi) yang diterbitkan pada tahun 1911, memperkenalkan konsep "creative destruction." Konsep ini menggambarkan fenomena di mana perusahaan baru dengan semangat kewirausahaan muncul dan menggantikan perusahaan lama yang kurang inovatif. Keberadaan "creative destruction" telah menjadi pendorong utama perkembangan ekonomi global. Dalam konteks ini, "*creative destruction*" menunjukkan bahwa tanpa inovasi dan disrupsi, kemajuan ekonomi dunia dapat mengalami stagnasi atau bahkan kontraksi. Munculnya inovasi tidak hanya menghasilkan keuntungan bagi perusahaan yang berinovasi tetapi juga dapat menyebabkan perubahan struktural dalam ekonomi secara keseluruhan.

Joseph Schumpeter menjelaskan bahwa inovasi dapat menghasilkan "*creative destruction*" baik dari pesaing maupun dari perusahaan itu sendiri, dalam bentuk yang dapat dianggap sebagai "self-destruction." Proses ini, menurut Schumpeter, menciptakan mutasi industri dan secara total mengubah struktur ekonomi, menghancurkan struktur ekonomi lama dan membentuk struktur ekonomi yang baru. Dalam kata lain, "creative destruction" mewakili dinamika alamiah di dalam ekonomi, di mana inovasi dan perubahan terus mendorong

kemajuan, membentuk ulang landscape ekonomi, dan menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan perkembangan (Ab Rahman, Airini, et.al., 2017).

Henrique Schneider dalam bukunya yang berjudul "*Creative Destruction and Sharing Economy*" mengatakan bahwa istilah *creative destruction* bukan merupakan hal baru. Inovasi sukses menghancurkan produk yang ada sebelumnya. Menurut Schneider, mengutip buku Schumpeter yang berjudul "*in Capitalism, Socialism. And Democracy*" (1950), mengatakan menurut pandangan Joseph Schumpeter, *creative destruction* telah berhasil secara terus-menerus membuat struktur ekonomi berevolusi dari dalam, menghancurkan yang lama, dan menciptakan yang baru. Konsep ini dikhususkan untuk menangkap peluang barang baru yang dibutuhkan konsumen, metode produksi dan distribusi baru, pasar baru, dan bentuk baru dari organisasi industrial. *Creative destruction* ini merupakan fakta paling esensial dari kapitalisme.

Creative destruction yang dijelaskan Joseph Schumpeter (dalam Caballero, 2006) mengacu pada produk yang tak henti-hentinya dan mekanisme inovasi proses yang dengannya unit produksi baru menggantikan yang sudah ketinggalan zaman. Proses restrukturisasi ini menyerap aspek-aspek utama dari kinerja ekonomi makro, tidak hanya pertumbuhan jangka panjang tetapi juga fluktuasi ekonomi, penyesuaian struktural dan berfungsinya pabrik (*factor market*).

2.1.3 Produk Domestik Bruto

Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan jumlah nilai produksi barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh setiap sektor produktif dalam suatu negara selama satu periode tertentu (Arsyad, 1999). PDB, atau Gross Domestic Product (GDP), mencerminkan nilai total barang dan jasa yang dihasilkan oleh perekonomian, diukur dengan harga pasar, dan menggunakan faktor-faktor produksi yang berada dalam perekonomian tersebut. Barang dan jasa yang dihitung dalam PDB

merupakan barang dan jasa yang dikonsumsi atau digunakan oleh konsumen terakhir. Dalam konteks analisis makro ekonomi, istilah "pendapatan nasional" atau "national income" sering digunakan untuk menyatakan nilai barang dan jasa yang dihasilkan dalam suatu negara. Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa PDB pada tingkat nasional memberikan gambaran tentang kemampuan suatu negara dalam menghasilkan nilai tambah dalam suatu periode waktu tertentu.

Terdapat dua pendekatan yang digunakan dalam menentukan nilai produk domestik bruto, yaitu pendekatan lapangan usaha dan pendekatan pengeluaran, yang dihitung berdasarkan harga berlaku dan harga konstan. Pendekatan lapangan usaha mencakup nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh sektor-sektor ekonomi, sedangkan pendekatan pengeluaran menunjukkan penggunaan nilai tambah tersebut. Perhitungan produk domestik bruto atas dasar harga konstan memberikan gambaran pertumbuhan ekonomi secara riil dari tahun ke tahun.

2.1.4 Tenaga Kerja

Menurut Undang-undang No. 13 Tahun 2003 Pasal 1, tenaga kerja didefinisikan sebagai setiap orang yang mampu melaksanakan pekerjaan baik di dalam maupun di luar hubungan kerja guna menghasilkan produk barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Berdasarkan UU No. 25 tahun 2007 tentang ketenagakerjaan, ketentuan batas usia kerja bagi penduduk Indonesia adalah 15 tahun. Tenaga kerja, yang juga disebut Penduduk Usia Kerja (PUK), terdiri dari dua kelompok, yaitu angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja mencakup penduduk yang sedang bekerja dan yang sedang mencari pekerjaan. Penduduk yang bekerja dibagi lagi menjadi dua kategori, yaitu penduduk yang bekerja penuh waktu dan yang bekerja setengah menganggur. Pada dasarnya tenaga kerja dapat dikelompokkan menjadi dua

bagian, yaitu :

1) Angkatan kerja

Angkatan kerja dapat diartikan sebagai jumlah tenaga kerja yang terdapat dalam suatu perekonomian pada suatu waktu tertentu. Definisi lainnya adalah sebagai penduduk usia kerja yang sedang bekerja, memiliki pekerjaan sementara tidak bekerja, atau sedang mencari pekerjaan. Menurut Mulyadi (2014), angkatan kerja adalah bagian dari tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan produksi barang dan jasa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa angkatan kerja melibatkan penduduk yang berusia 15 tahun ke atas, baik yang sudah bekerja maupun yang sedang mencari pekerjaan.

2) Bukan angkatan kerja

Menurut Ostinasia (2011), bukan angkatan kerja dapat didefinisikan sebagai penduduk yang berada pada usia kerja namun tidak sedang bekerja atau mencari pekerjaan. Contoh dari kelompok bukan angkatan kerja ini melibatkan orang yang sedang bekerja, mereka yang mengurus rumah tangga, dan lainnya. Secara lebih spesifik, bukan angkatan kerja dapat didefinisikan sebagai penduduk yang berusia 10 tahun ke atas yang tidak melakukan kegiatan yang dapat dikategorikan sebagai bekerja, seperti mereka yang sedang bersekolah, mengurus rumah tangga, dan sebagainya. Kelompok bukan angkatan kerja ini sering disebut sebagai potensi tenaga kerja yang belum aktif.

Menurut Badan Pusat Statistik (2000), bekerja adalah suatu kegiatan yang melibatkan melakukan pekerjaan dengan tujuan memperoleh nafkah atau membantu memperoleh nafkah, minimal satu jam dalam seminggu secara terus-menerus selama seminggu sebelumnya. Sementara itu, mencari pekerjaan merujuk pada upaya yang dilakukan untuk memperoleh pekerjaan. Penduduk yang sedang mencari pekerjaan dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu

penduduk yang pernah bekerja sebelumnya dan penduduk yang belum memiliki pekerjaan penuh waktu.

Sitanggang dan Nachrowi (2004) menyatakan ada dua pengertian tenaga kerja: (1) Tenaga kerja umumnya tersedia di pasar kerja yang siap digunakan dalam proses produksi barang dan jasa. Penerima tenaga kerja kemudian meminta tenaga kerja dari pasar tenaga kerja. Selama bekerja, mereka akan menerima imbalan jasa berupa upah atau gaji, (2) Tenaga kerja yang terampil merupakan potensi sumber daya manusia yang sangat dibutuhkan oleh setiap perusahaan untuk mencapai tujuannya. Jumlah penduduk dan angkatan kerja yang besar dianggap sebagai potensi sumber daya manusia yang dapat diandalkan.

2.1.5 Ekspor

Menurut Undang-Undang Kepabean Nomor 17 Tahun 2006, ekspor didefinisikan sebagai kegiatan mengeluarkan barang produksi dari dalam negeri ke luar negeri dengan tujuan untuk menghasilkan devisa. Pendapat lain dari Amir M.S (2000) mengemukakan bahwa pengertian ekspor adalah perdagangan atau pertukaran barang-barang dari dalam negeri ke luar negeri yang melibatkan perlintasan batas negara. Dengan demikian, ekspor melibatkan kegiatan perdagangan internasional di mana barang-barang dipindahkan dari suatu negara ke negara lain.

Menurut Sukirno (2013), ekspor dapat diartikan sebagai penjualan dan pengiriman barang buatan dalam negeri ke negara-negara lain. Proses pengiriman dan penjualan ini memiliki dampak positif terhadap pendapatan nasional karena menghasilkan aliran pengeluaran yang masuk ke sektor perusahaan. Dengan demikian, pengeluaran agregat meningkat sebagai akibat dari kegiatan ekspor barang dan jasa, yang pada akhirnya menyebabkan peningkatan dalam

pendapatan nasional. Dari pandangan tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori ekspor mencakup kegiatan menjual atau menyalurkan barang dari dalam negeri ke negara lain, yang kemudian diizinkan secara legal untuk melakukan ekspor. Ekspor juga dianggap sebagai elemen penting dalam membentuk neraca pembayaran suatu negara.

Tambunan (2000) menyatakan bahwa beberapa negara, termasuk Indonesia, menempatkan perdagangan luar negeri, khususnya ekspor, sebagai peran yang sangat penting dalam mendorong perekonomian nasional dan mendukung cadangan devisa. Devisa yang diperoleh dari ekspor digunakan untuk membiayai impor barang dan mendukung pembangunan di berbagai sektor ekonomi dalam negeri. Oleh karena itu, secara teoritis atau berdasarkan hipotesis, dapat diungkapkan bahwa terdapat hubungan positif antara pertumbuhan ekspor dan peningkatan cadangan devisa. Di sisi lain, pertumbuhan ekspor juga dapat berkontribusi pada peningkatan impor, peningkatan output di dalam negeri, peningkatan peluang kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Kegiatan ekspor suatu negara dapat mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi di negara tersebut. Semakin tinggi aktivitas ekspor suatu negara maka iklim investasi dan pertumbuhan ekonominya juga semakin baik. Menurut Amir M.S (2004) manfaat dari kegiatan ekspor tersebut adalah :

- 1) Memperluas pasar produk lokal, kegiatan ekspor negara Indonesia merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pangsa pasar produk-produk dalam negeri.
- 2) Menambah devisa negara, transaksi yang terjadi dalam kegiatan ekspor akan menambah penerimaan devisa negara sehingga kekayaan negara akan bertambah.

- 3) Membuka lapangan pekerjaan, kegiatan ekspor juga akan berdampak pada jumlah lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Ekspor produk Indonesia ke negara lain akan meningkatkan kegiatan produksi dalam negeri yang tentunya membutuhkan banyak tenaga kerja.

2.3 Hasil Penelitian dan Studi Empiris

Pada bagian ini berisikan penelitian-penelitian terdahulu yang mendasari pemikiran penulis dan menjadi pertimbangan dalam penyusunan penelitian. Adapun penelitian tersebut sebagai berikut :

Penelitian yang dilakukan Rahmi Asri Noer (2018). Bertujuan untuk melihat perkembangan industri kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan data sekunder dengan pendekatan kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan sumber data yang diperoleh dari badan pusat statistik dan wawancara dengan beberapa pimpinan industry kreatif yang ada di beberapa daerah di Indonesia. Berdasarkan data statistik ekonomi kreatif 2016 yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan BPS menunjukkan dalam periode 2010-2015, produk domestik bruto ekonomi kreatif mengalami kenaikan dari Rp525,96 triliun menjadi Rp852,24 triliun atau meningkat rata-rata 10,14 persen per tahun. Pada tahun 2016 produk domestik bruto ekonomi kreatif adalah sebesar 922,59 triliun rupiah, ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian Indonesia. Produk domestik bruto ekonomi kreatif tumbuh sebesar 4,95% pada tahun 2016 dan data statistik yang diperoleh bahwa jumlah usaha ekraf yang dimiliki Indonesia adalah 8,2 juta yang tersebar di beberapa daerah dan wilayah di Indonesia. Hasil dari penelitian tersebut memberikan dukungan empiris terhadap peran positif ekonomi kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menyediakan lapangan kerja di

Indonesia. Dengan demikian, memperkuat sektor ekonomi kreatif dapat menjadi strategi penting untuk memperkuat perekonomian negara.

Penelitian yang dilakukan Kurniawati Susanti (2013). Berupaya menganalisis peluang dan tantangan ekonomi kreatif dalam Pembangunan nasional. Penelitian ini dilakukan dengan melakukan studi data sekunder perkembangan pasar dan produk kreatif baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan menggunakan analisis *SWOT- EFAS (External Factor Analysis Strategy)*. Hasil penelitian ini menjelaskan peluang dan tantangan erat kaitannya dengan analisis eksternal industri. Peluang yang dapat ditemui di industri kreatif adalah keragaman budaya, permintaan pasar yang tinggi, kreativitas pelaku usaha ekonomi kreatif, lembaga pembiayaan, infrastuktur dan perundangan. Ekonomi kreatif berpeluang berkembang di wilayah dengan potensi sumber daya alam yang tinggi dan sumber daya manusia yang mampu mengkonversi ide kreatif menjadi sesuatu yang produktif. Sedangkan tantangan bagi perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah pesaing luar negeri, masuknya budaya asing, rendahnya apresiasi terhadap profesi, belum tersedianya standar profesi. Kelangkaan bahan baku dan perubahan teknologi.

Penelitian yang dilakukan Zhang, Jianpeng dan Jitka Kloudova (2011). Kami menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif di China melalui analisis cross sectional 23 regional Data tahun 2007. Empat faktor utama yang diteliti dalam model multi-regresi ini, yaitu PDB per kapita, jumlah universitas, jumlah mahasiswa pendaftaran di perguruan tinggi dan jumlah paten. Analisis statistik menunjukkan bahwa kecocokan model cukup baik dan 69% dependen Variabel (rasio nilai tambah industri kreatif terhadap PDB) dijelaskan oleh Model. Secara khusus, ada tiga kesimpulan parsial. Pertama, tidak ada yang positif hubungan antara PDB per kapita dan variabel dependen; sebaliknya, ada

hubungan negatif yang lemah dalam model ini. Kami menyimpulkan bahwa itu adalah pertumbuhan ekonomi. China sangat bergantung pada perkembangan yang kedua Industri dalam proses industrialisasi. Kedua, tidak ada hubungan linier di model ini, antara jumlah perguruan tinggi dan tanggungan Variabel. Kami menyimpulkan bahwa ini terutama disebabkan oleh perbedaan antara perguruan tinggi Institusi, seperti skala dan kualitas, dll. Ketiga, ada banyak bukti untuk ini menyimpulkan bahwa jumlah siswa yang terdaftar di perguruan tinggi dan variabel dependen berhubungan secara linear dan jumlah paten dan rasio Industri kreatif juga terhubung secara linear. Mereka mewakili peran penting dari bakat dan teknologi dalam pengembangan industri kreatif.

Penelitian yang dilakukan Prannisa Alfath (2020). Bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi nilai tambah industri kreatif dalam klasifikasi kota kreatif di Indonesia tahun 2005-2015. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan data sekunder. Data yang digunakan adalah data time series selama periode dari tahun 2005-2015. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2017) kota-kota yang teridentifikasi sebagai kota kreatif adalah Pekalongan, Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Jakarta, Bali, Banyuwangi, Surabaya, Malang dan Padang. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan uji asumsi klasik dan uji statistik. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi data panel karena merupakan gabungan antara data cross section dan time series. Hasil analisis menunjukkan bahwa perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami fluktuasi. Perkembangan nilai tambah, modal dan tenaga kerja memberikan hasil yang beragam. Hasil statistik menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah industri kreatif tingkat nasional baik secara simultan maupun parsial, sedangkan variabel modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah secara parsial. Pada tingkat kota-

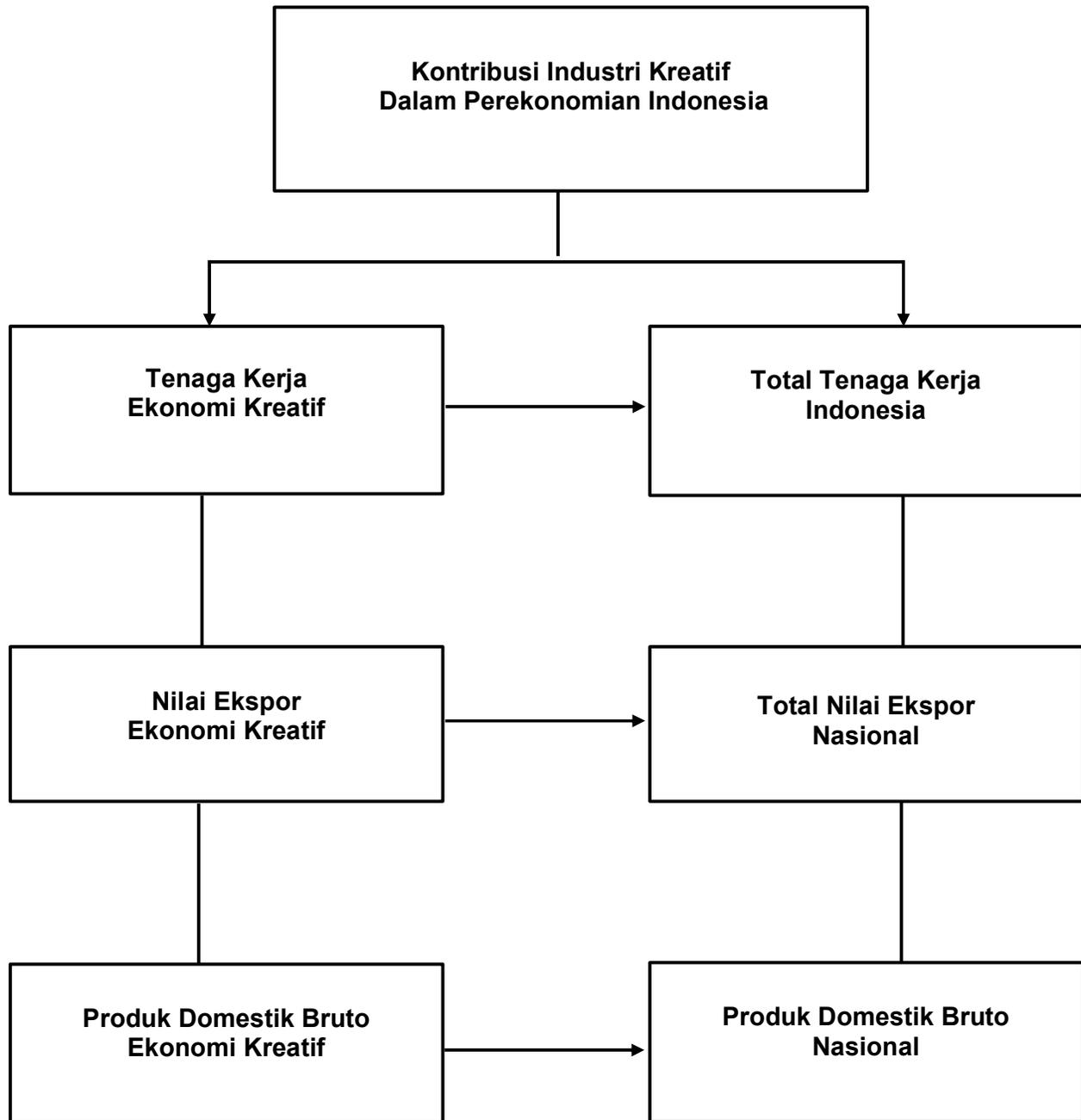
kabupaten atau provinsi secara parsial hasilnya berbeda-beda, di beberapa daerah terdapat variabel modal dan tenaga kerja yang berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah baik secara parsial maupun simultan. Sedangkan pada daerah lain variabel modal tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai tambah secara parsial.

Penelitian yang dilakukan Awalia, Nandha Rizki, (2013). Berupaya untuk mengeksplorasi kemajuan teknologi yang diukur dengan *Total Factor Productivity* (TFP) pertumbuhan industri kreatif di Indonesia, menganalisis bagaimana faktor eksternal mempengaruhi GDP industri kreatif (pendidikan, pertumbuhan TFP, jumlah perusahaan, jumlah tenaga kerja, dan pemerintah). kebijakan), dan menganalisis kausalitas antara PDB dan ekspor industri kreatif menggunakan Uji Kausalitas Granger. Penelitian ini menggunakan data panel yang merupakan kumpulan data time series (tahun 2006-2013) dan data cross section (14 subsektor industri kreatif). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) pertumbuhan TFP 4 subsektor industri kreatif negatif: arsitektur, game, program komputer, dan penelitian dan pengembangan; (2) faktor-faktor yang mempengaruhi PDRB industri kreatif secara positif: pendidikan, pertumbuhan TFP, jumlah tenaga kerja, dan kebijakan pemerintah; (3) terdapat kausalitas dua arah antara PDB dan ekspor industri kreatif.

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Dengan berbagai pencapaian terbaik dalam perekonomian Indonesia, ekonomi kreatif dapat menjadi salah sektor penggerak yang mampu mendorong kembali peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional melalui sektor ekonomi kreatif. Dengan melihat seberapa besar kontribusi tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap total tenaga kerja Indonesia, kontribusi nilai ekspor ekonomi kreatif

terhadap nilai ekspor nasional, dan kontribusi produk domestik bruto ekonomi kreatif terhadap produk domestik bruto nasional.



Gambar 2.2 Kerangka Pikir Penelitian