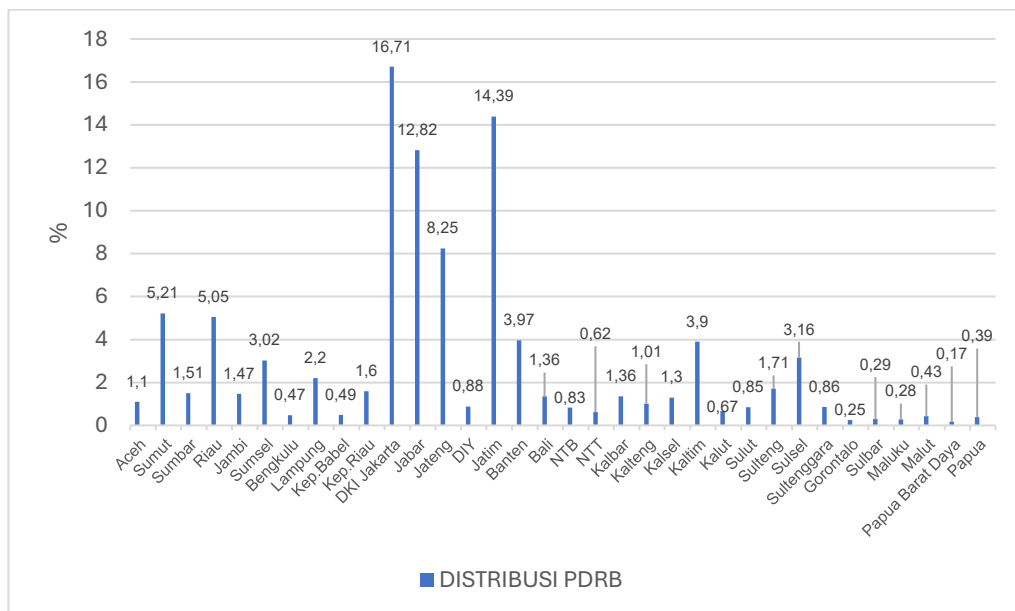


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor strategis dalam mendukung pertumbuhan nasional karena memiliki peranan strategis dalam menciptakan nilai tambah, membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan daya saing daerah. Ekonomi kreatif berkembang melalui pemanfaatan kreativitas, inovasi dan pengetahuan sebagai faktor produksi utama. Peran ekonomi kreatif semakin penting seiring dengan transformasi ekonomi Indonesia menuju ekonomi berbasis inovasi dan kreativitas

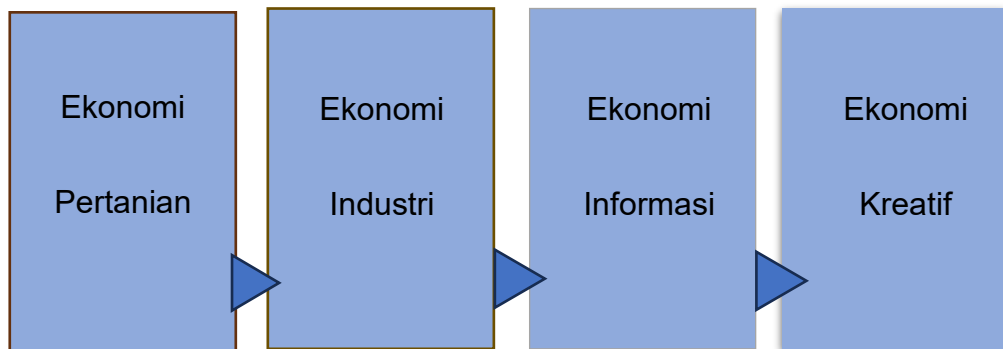


Sumber : (Badan Pusat Statistik, 2024)
Gambar 1.1 Distribusi PDRB Seluruh Provinsi tahun 2024 (persen)

Berdasarkan data distribusi PDRB provinsi yang ada di Indonesia, memberikan gambaran potensial dan ketimpangan antarwilayah. DKI Jakarta (16,71 %) sebagai salah satu pusat ekonomi di Indonesia mencerminkan dominasinya terhadap pertumbuhan yang dapat dikatakan Jakarta memiliki infrastruktur, akses pasar dan SDM terampil yang dapat mendukung peningkatan ekonomi kreatif. Provinsi dengan PDRB tertinggi yaitu DKI Jakarta, Jawa Timur, Jawa Barat, Sumatera Utara dan Riau dari total 5 provinsi tersebut menyumbang 58,18 % dari total data yang menunjukkan konsentrasi ekonomi berada di wilayah barat Indonesia.

Sedangkan beberapa provinsi yang terlihat dengan jelas ketimpangan ekonomi terjadi menunjukkan bahwa wilayah tersebut menghadapi tantangan dalam pengembangan ekonomi seperti permasalahan kurangnya infrastruktur, akses ke pasar, keterbatasan akses teknologi dan pendidikan serta kurangnya dukungan tingkat investasi juga dapat menjadi tantangan utama dalam meningkatkan perekonomian. Wilayah tersebut didominasi dengan kawasan Indonesia timur diantaranya Papua, Maluku, Papua Barat Daya, Gorontalo dan juga provinsi Bengkulu.

Dalam beberapa tahun terakhir, perhatian utama telah diberikan pada ekonomi kreatif sebagai komponen strategi pertumbuhan ekonomi. Ekonomi kreatif berdampak pada PDB, ekspor, dan penciptaan lapangan kerja, ekspor produk dan layanan ekonomi kreatif meningkat lebih cepat daripada ekspor produk manufaktur dan jasa, menurut laporan UNESCO "Creative Economy Outlook: Trends in International Trade in Creative Industries".



Sumber : (Purnomo, 2016)

Gambar 1.2 Pergeseran Orientasi Gelombang Ekonomi

Ekonomi global didominasi oleh penggunaan sumber daya alam dengan produk pertanian yang dikenal dengan nama ekonomi pertanian, dengan banyak waktu banyak mesin ditemukan sebagai mesin uap dan kemudian membawa model perubahan ekonomi pertanian ke ekonomi industri. Pada proses transformasi dari ekonomi pertanian ke ekonomi industri, mesin mulai secara perlahan menggantikan peran manusia. Tetapi konversi ini masih didominasi oleh negara-negara maju, kemudian dengan kemajuan komunikasi dan teknologi informasi yang menjadi poin besar dari perubahan dunia, umur digital menembus batas keadaan yang terhubung ke internet dengan kontrol informasi dan teknologi semakin menunjukkan tren positif.

Negara-negara berkembang kini menyadari bahwa ketergantungan semata pada sektor industri sebagai penggerak ekonomi tidak lagi mencukupi. Sebagai gantinya, mereka mulai mengutamakan pengembangan sumber daya manusia yang kreatif, sebab kreativitas yang berasal dari kemampuan berpikir, menjadi aset fundamental dalam menghasilkan inovasi untuk bersaing di pasar yang kian kompetitif, Purnomo (2018).

Industri ekonomi kreatif merupakan bidang dengan potensi besar untuk berkembang dalam mendukung perekonomian Indonesia. Sektor ini mencakup

elemen kreativitas dan sumber daya manusia. Dari sisi kreativitas, industri kreatif fokus pada menciptakan inovasi produk yang baru dan berkualitas. Sementara itu, dari sisi sumber daya manusia, industri ini berupaya mengembangkan serta memberdayakan inovasi produk agar lebih mudah diakses oleh konsumen. Dengan mengandalkan sumber daya berbasis intelektualitas yang tidak terbatas, industri kreatif menjadi sektor yang sangat prospektif untuk terus dikembangkan (Prasetyo, 2018).

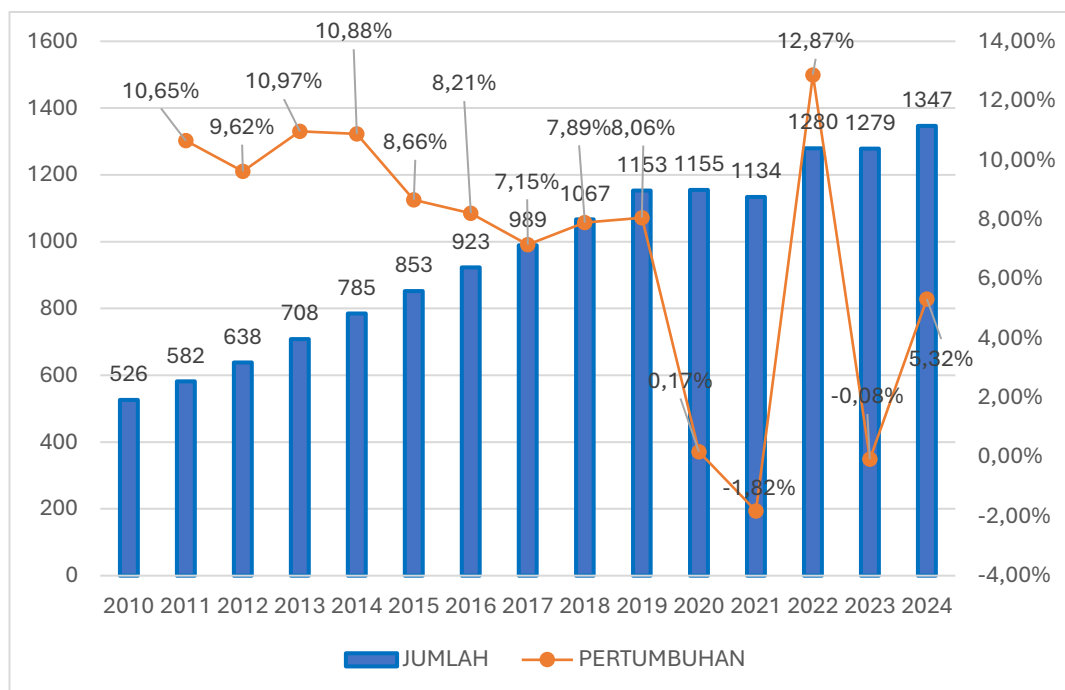
Di sisi lain, pertumbuhan ekonomi menjadi agenda penting yang menuntut keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Konsep ini bertujuan untuk memastikan bahwa pertumbuhan tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek, tetapi juga menjaga keberlanjutan sumber daya untuk generasi mendatang.

Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dimulai dari rancangan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang menekankan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam pertumbuhan, utamanya untuk memajukan industri kerajinan dan kreativitas demi menciptakan ekonomi yang kompetitif. Berdasarkan gagasan itu, Kementerian Perdagangan membentuk *Indonesian Design Power* guna meningkatkan kekuatan desain, menciptakan merek dan setiap tahun rutin mengadakan Trade Expo.

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 mengenai ekonomi kreatif, ekonomi kreatif diartikan sebagai penciptaan nilai tambah yang berasal dari kekayaan intelektual berbasis kreativitas manusia yang berlandaskan pada warisan budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi (UUR Indonesia, 2019) .

Menurut Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011, pemerintah resmi membentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, yang dilengkapi dengan

dengan dua Direktorat Jenderal yang secara langsung bertanggung jawab atas pengembangan ekonomi inovatif di Indonesia, yaitu: Departemen Umum Ekonomi Kreatif berdasarkan Seni dan Budaya, serta Departemen Ekonomi Umum, menciptakan media, konsepsi, sains dan teknologi (sains dan teknologi).



Sumber : (baparekraf republik indonesia)

Gambar 1.3 Grafik Perkembangan Nilai Ekonomi kreatif di Indonesia (Angka berdasarkan harga berlaku dalam Miliar Rupiah dan Persen).

Pada periode 2010 hingga 2019, nilai tambah ekonomi kreatif Indonesia menunjukkan tren pertumbuhan stabil, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan berada di kisaran 7-11 persen. Pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2012-2013, yaitu sebesar 10,97%, dan tetap berada di atas 8% hingga tahun 2016. Ini mencerminkan momentum perkembangan yang kuat, terutama karena meningkatnya perhatian pemerintah terhadap sektor ekonomi kreatif sejak pertengahan dekade.

Namun, pada tahun 2020, pertumbuhan turun drastis menjadi hanya 0,17%. Penurunan ini jelas merupakan dampak dari pandemi COVID-19 yang mengguncang berbagai sektor ekonomi, termasuk sektor kreatif yang banyak bergantung pada interaksi fisik, seperti event, pertunjukan dan pariwisata.

Selanjutnya, pada tahun 2021, justru terjadi pertumbuhan negatif sebesar -1,82%, yang mengindikasikan adanya kontraksi dalam nilai tambah sektor ini. Kemungkinan disebabkan oleh pemulihan ekonomi belum merata di seluruh subsektor dan adaptasi terhadap digitalisasi belum sepenuhnya optimal di seluruh wilayah.

Tahun 2022 menjadi titik balik pemulihan, dengan pertumbuhan melonjak menjadi 12,87%, yang merupakan angka tertinggi sepanjang periode. Ini menandakan sektor kreatif mulai pulih dan beradaptasi dengan model bisnis baru berbasis digital dan inovatif. Meski begitu, pada 2023 terjadi sedikit koreksi dengan pertumbuhan stagnan di -0,08%, yang kemungkinan disebabkan oleh faktor teknis atau perlambatan sementara.

Pada tahun 2024, pertumbuhan kembali pulih sebesar 5,32%, menunjukkan sektor ekonomi kreatif masih memiliki daya tahan yang baik dan potensi untuk terus berkembang, meskipun dihadapkan pada dinamika ekonomi global dan tantangan struktural di tingkat daerah.

Kolaborasi antara ekonomi kreatif dan pertumbuhan ekonomi menawarkan potensi besar di Indonesia. Dengan pemanfaatan teknologi digital, sektor kreatif dapat menjadi lebih inklusif dan efisien dalam merespons permintaan pasar sekaligus mengurangi dampak lingkungan. Sebagai ilustrasi, penggunaan teknologi *blockchain* dalam industri fashion mampu meningkatkan transparansi rantai pasok, sehingga memperkuat kepercayaan konsumen terhadap produk-

produk ramah lingkungan. Selain itu, sektor kuliner yang menerapkan konsep “go green” menjadi langkah nyata dalam mendukung pelestarian sumber daya alam, terutama di wilayah-wilayah dengan potensi wisata yang signifikan (Patta et al., 2024).

Setiap provinsi di Indonesia memiliki keunikan ekonomi kreatif masing-masing, tergantung pada potensi dan tingkat perkembangan subsektor yang dimilikinya. Di Pulau Jawa, terutama DKI Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Timur, ekonomi kreatif sudah sangat berkembang. Subsektor seperti aplikasi digital, desain visual, fesyen, dan kuliner menjadi paling dominan. DKI Jakarta berperan sebagai pusat industri kreatif nasional berkat infrastruktur yang baik, tenaga kerja yang terampil, dan kemudahan bertingkat investasi. Jawa Barat terkenal karena perannya dalam bidang permainan, musik, dan animasi. Sementara itu, Jawa Timur berkembang pesat dalam bidang kuliner dan kerajinan tangan.

Di daerah dengan sejarah budaya yang kaya, seperti Bali dan Yogyakarta, ekonomi kreatif lebih fokus pada budaya dan wisata. Subsektor seperti seni pertunjukan, kerajinan, serta fesyen etnik menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi kreatif. Dengan peningkatan urbanisasi dan tingkat investasi di daerah lain, subsektor arsitektur, desain interior, dan kuliner mulai berkembang di beberapa wilayah tengah Indonesia seperti Sulawesi Selatan dan Kalimantan Timur.

Di bagian timur Indonesia, seperti NTT, Maluku dan Papua, pengembangan ekonomi kreatif lebih fokus pada tradisi dan budaya lokal. Subsektor kriya tradisional, seni rupa, dan kuliner lokal berbasis sumber daya alam dan warisan budaya masih menjadi pilihan utama. Meskipun memiliki potensi yang besar, pengembangan sektor ini masih terhambat oleh infrastruktur yang kurang

memadai, akses pasar yang terbatas, serta keterbatasan teknologi digital. Oleh sebab itu, perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan bahwa setiap daerah memiliki keunggulan yang berbeda. Untuk memaksimalkan kontribusi setiap daerah terhadap ekonomi kreatif nasional, strategi pengembangan harus disesuaikan dengan kebutuhan setempat.

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan tentang strategi nilai tambah ekonomi kreatif yang efektif di Indonesia, menekankan upaya untuk meningkatkan kontribusi PDRB nasional dan potensi pada sektor - sektor ekonomi utama. Hasil penelitian ini akan memberikan rekomendasi kebijakan berdasarkan bukti empiris pemerintah dan pemangku kepentingan dalam mengembangkan strategi yang efektif untuk memaksimalkan peran ekonomi kreatif sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah tingkat investasi sektor ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia?
2. Apakah jumlah tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia?
3. Apakah kualitas pendidikan tenaga kerja ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisis pengaruh tingkat investasi sektor ekonomi kreatif terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Menganalisis pengaruh jumlah tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia.

3. Menganalisis pengaruh kualitas pendidikan tenaga kerja ekonomi kreatif terhadap nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan kajian teoritis mengenai ekonomi kreatif dalam kaitannya dengan pertumbuhan ekonomi. Melalui analisis hubungan antar aspek yang dikaji dalam penelitian ini, diharapkan penelitian mampu memperkaya literatur yang telah ada serta memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai dinamika penciptaan nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Memberikan rekomendasi bagi pemerintah Indonesia untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif melalui penguatan investasi, peningkatan kapasitas SDM kreatif dan pemerataan pembangunan sektor kreatif antarprovinsi.
2. Membantu pelaku usaha kreatif dalam mengatasi kendala yang dihadapi serta memanfaatkan peluang pasar.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya ekonomi kreatif sebagai bagian dari pertumbuhan ekonomi .

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Ekonomi kreatif

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang menjadikan kreativitas, ide, inovasi dan pengetahuan sebagai sumber daya utama dalam menghasilkan nilai tambah. Istilah ini pertama kali dipopulerkan oleh John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2001). Dalam pandangan Howkins, konsep ini menekankan pentingnya ide dan kreativitas dalam mendorong pertumbuhan ekonomi modern (Imron, 2019). Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pertumbuhan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pertumbuhan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Karakteristik utama ekonomi kreatif meliputi orientasi pada kreativitas, nilai tambah berbasis intelektual, dan pemanfaatan teknologi untuk menghasilkan produk atau layanan. Selain itu, ekonomi kreatif memiliki keterkaitan erat dengan budaya lokal, sehingga dapat menjadi sarana pelestarian warisan budaya sekaligus inovasi produk berbasis kearifan lokal.

Dalam konteks pertumbuhan ekonomi, ekonomi kreatif memiliki peran yang signifikan. Sektor ini dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Dengan memanfaatkan potensi kreativitas masyarakat, ekonomi kreatif dapat

menjadi solusi untuk daerah yang mempunyai keterbatasan sumber daya alam namun kaya akan budaya dan inovasi.

2.1.1.1 Subsektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif di Indonesia terdiri dari 17 subsektor sesuai Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015, berikut merupakan berbagai sektor ekonomi kreatif di Indonesia :

1. Arsitektur

Pada bidang arsitektur, mewujudkan hasil dari penggunaan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni secara menyeluruh sehingga lingkungan dan ruang binaan dapat dibentuk dan diintegrasikan ke dalam lingkungan spasial secara keseluruhan sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia.

2. Periklanan

Kegiatan kreatif dalam bidang jasa periklanan melibatkan proses komunikasi satu arah yang memanfaatkan media tertentu dan ditujukan kepada kelompok sasaran spesifik. Aktivitas ini mencakup tahapan mulai dari riset pasar, perencanaan strategi komunikasi iklan, hingga produksi, pengelolaan, dan distribusi iklan yang dihasilkan.

3. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi dan pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap sebagai gambar karena merupakan hasil abstraksi simbol-simbol yang mendukung ucapan.

4. Desain Interior

Desain Interior merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan terkait fungsi dan kualitas ruang dalam (interior), dengan memberikan layanan profesional untuk meningkatkan kualitas hidup serta memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan bagi masyarakat. Profesi yang tergolong dalam bidang ini meliputi perancang interior, drafter, dan visualizer 3D.

5. Desain Produk

Desain Produk merupakan aktivitas profesional dalam menciptakan dan menyebarluaskan konsep serta spesifikasi yang mampu memaksimalkan kegunaan, nilai, dan tampilan produk demi keuntungan pengguna maupun pihak industri.

6. Kerajinan Tangan (Kriya)

Kerajinan Tangan (Kriya) merupakan bagian dari seni terapan dan merupakan perpaduan antara seni dan desain, yang dihasilkan dari warisan tradisional dan gagasan kontemporer, sehingga menghasilkan karya seni, produk fungsional, benda dekoratif dan ornamen yang dikelompokkan menjadi satu. Materi dan eksplorasi alat teknis yang digunakan dan berdasarkan topik.

7. Film, Animasi dan Video

Film adalah karya seni visual yang mengandung berbagai ide atau gagasan, disajikan dalam bentuk audio visual, dan diproduksi dengan mengikuti kaidah-kaidah sinematografi. Animasi adalah teknik penyajian gambar secara berurutan (frame by frame) dalam waktu tertentu sehingga menciptakan ilusi gerakan yang tampak hidup. Video merupakan aktivitas

kreatif berupa eksplorasi dan inovasi dalam proses perekaman atau penciptaan gambar bergerak, yang ditayangkan melalui media presentasi dan memberikan alternatif visual yang kompetitif serta memiliki nilai tambah dari segi budaya, sosial, dan ekonomi.

8. Kuliner

Seni kuliner adalah kegiatan yang mencakup proses menyiapkan, mengolah, dan menyajikan makanan serta minuman dengan menggabungkan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal. Bidang ini diakui oleh berbagai institusi kuliner sebagai aspek utama dalam meningkatkan cita rasa dan nilai suatu produk, sehingga mampu menarik minat konsumen.

9. Fotografi

Fotografi adalah suatu proses kreatif yang mengutamakan penggunaan kreativitas individu untuk menciptakan gambar subjek dengan menggunakan peralatan fotografi, seperti media perekam optik, media penyimpanan file, dan media tampilan informasi, untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja. Profesi di bidang ini antara lain fotografer dan foto model.

10. Musik

Musik merupakan bidang yang mencakup berbagai bentuk usaha dan aktivitas kreatif yang berkaitan dengan proses pembelajaran, penciptaan, perekaman, promosi, distribusi, penjualan, hingga pertunjukan karya seni musik. Profesi dalam sektor ini meliputi musisi, penyanyi, komposer, produser musik dan lainnya.

11. Fashion

Fashion adalah penampilan gaya hidup yang mencerminkan identitas diri atau kelompok. Cabang fesyen ini mengacu pada gaya populer yang terus berubah seiring berjalannya waktu, terutama pakaian, celana, sepatu, aksesoris, kosmetik dan gaya rambut. Pekerjaan yang berhubungan dengan industri fashion antara lain perancang busana, penata busana, penata rambut, penata rias dan konsultan kecantikan.

12. Permainan

Pengembang Game / Permainan adalah suatu media atau kegiatan yang memungkinkan terjadinya umpan balik atas tindakan permainan tersebut dan paling sedikit mempunyai ciri-ciri tujuan dan aturan. Pekerjaan yang terkait dengan bidang ini meliputi pengembang selular dan perancang game.

13. Penerbitan

Penerbitan adalah pengelolaan informasi dan imajinasi untuk menghasilkan suatu orisinalitas tertentu, yang dituangkan dalam bentuk teks, gambar, suara, atau kombinasi keduanya, yang diproduksi untuk konsumsi masyarakat melalui media cetak atau elektronik adalah suatu usaha atau kegiatan yang menciptakan kreativitas puas dengan.

14. Aplikasi

Aplikasi adalah program, prosedur, dan dokumentasi terkait sistem komputasi/komunikasi digital yang digunakan untuk mendukung kegiatan industri kreatif. Masyarakat sudah familiar dengan berbagai jenis aplikasi digital, termasuk peta dan navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, terjemahan, dan permainan.

15. Pertunjukan

Seni pertunjukan merupakan cabang seni yang melibatkan kolaborasi antara perancang, teknisi, dan pelaku seni dalam mengolah ide, mewujudkannya, serta menyampaikannya kepada penonton. Seni ini diwujudkan melalui berbagai bentuk seperti kata-kata, musik, visual, ekspresi, gerak tubuh, tarian, dan lain sebagainya.

16. Televisi

Televisi merupakan suatu kegiatan kreatif yang melibatkan proses pengemasan ide dan informasi dalam format audio dan gambar dalam bentuk hiburan berkualitas tinggi bagi pemirsa dan secara teratur dan terus menerus disiarkan kepada masyarakat dalam bentuk virtual.

17. Seni Rupa

Seni rupa adalah penciptaan karya dan transmisi pengetahuan yang merupakan ekspresi kemampuan intelektual dan kreatif, memajukan pengembangan budaya dan industri yang bernilai ekonomi untuk keberlanjutan ekologi.

2.1.2 Nilai Tambah

Nilai tambah (*value added*) merupakan konsep fundamental dalam ilmu ekonomi yang digunakan untuk mengukur kontribusi suatu aktivitas produksi terhadap perekonomian secara keseluruhan. Secara umum, nilai tambah didefinisikan sebagai selisih antara nilai output yang dihasilkan oleh suatu sektor ekonomi dengan nilai input antara yang digunakan dalam proses produksi. Konsep ini menunjukkan besarnya nilai baru yang diciptakan melalui aktivitas produksi suatu sektor. Nilai tambah merupakan selisih antara nilai output dan biaya antara

(intermediate cost). Pada konteks ekonomi kreatif, nilai tambah mencerminkan kontribusi sektor kreatif terhadap PDRB daerah.

Dalam kerangka teori ekonomi makro, nilai tambah digunakan sebagai pendekatan utama dalam pengukuran output nasional untuk menghindari terjadinya penghitungan ganda (*double counting*). Mankiw (2016) menjelaskan bahwa penghitungan output suatu perekonomian dilakukan berdasarkan nilai tambah yang dihasilkan oleh masing-masing sektor, karena nilai tambah mencerminkan kontribusi riil sektor tersebut terhadap pembentukan pendapatan nasional.

Dalam sistem neraca nasional, nilai tambah menjadi dasar utama dalam penghitungan Produk Domestik Bruto (PDB) maupun Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), PDRB sektoral merupakan penjumlahan nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh seluruh unit produksi dalam suatu sektor ekonomi di wilayah tertentu selama periode waktu tertentu. Oleh karena itu, nilai tambah sering digunakan sebagai indikator untuk menilai besarnya kontribusi suatu sektor terhadap perekonomian daerah.

Dalam konteks ekonomi kreatif, pembentukan nilai tambah memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan sektor ekonomi konvensional. Howkins (2001) menyatakan bahwa nilai ekonomi dalam sektor kreatif bersumber dari ide, kreativitas, dan kekayaan intelektual sebagai faktor produksi utama. Sejalan dengan hal tersebut, UNCTAD (2010) menegaskan bahwa nilai tambah ekonomi kreatif tidak hanya dihasilkan dari pemanfaatan sumber daya fisik, tetapi juga dari inovasi, pengetahuan, keterampilan, dan kemampuan menciptakan diferensiasi produk.

Proses penciptaan nilai tambah dalam sektor ekonomi kreatif sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia, tingkat investasi, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengubah ide kreatif menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai ekonomi. Dengan demikian, peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif tidak terlepas dari peran tingkat investasi, tenaga kerja, dan kualitas pendidikan tenaga kerja sebagai faktor penentu utama dalam proses produksi sektor ekonomi kreatif.

2.1.3 Pertumbuhan Ekonomi

Teori pertumbuhan endogen berkembang dari dua perspektif utama. Pertama, ada pandangan bahwa peningkatan produktivitas ekonomi dapat terjadi melalui *learning by doing* dan inovasi eksternal dalam suatu sistem ekonomi. Kedua, ada keyakinan bahwa penemuan-penemuan baru merupakan faktor utama dalam peningkatan produktivitas ekonomi. Kedua pendekatan ini sepakat bahwa Sumber Daya Manusia (SDM) memainkan peran sentral dalam mendorong produktivitas ekonomi (Priambodo, 1995).

Teori pertumbuhan endogen yang dikembangkan oleh Paul M. Romer (1986) dan Robert E. Lucas (1988) mengubah cara pandang tentang faktor-faktor yang menentukan pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Mereka menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi bersumber dari dalam sistem (endogen), bukan dari luar (eksogen).

Salah satu faktor utama dalam teori ini adalah akumulasi modal, yang tidak hanya terbatas pada modal fisik tetapi juga mencakup pengetahuan dan SDM. Teknologi tidak dianggap sebagai elemen eksternal dalam model pertumbuhan,

melainkan bagian dari proses ekonomi itu sendiri. Dalam konteks ini, tingkat investasi modal tidak hanya meningkatkan kapasitas produksi, tetapi juga memicu peningkatan teknologi melalui efek limpahan pengetahuan (knowledge spillover) yang memberi manfaat bagi seluruh perekonomian oleh Paul M. Romer (1994:7).

Robert E. Lucas membedakan modal (capital) menjadi dua hal, yaitu modal fisik (physical capital) dan modal manusia (human capital). Tingkat investasi pada human capital diperoleh melalui 10 proses belajar (time to learning) dan mencapai tingkat keterampilan yang lebih tinggi (reaching a higher level skill). Perkembangan teknologi ditentukan oleh tingkat investasi individu terhadap human capital. Model matematis yang dikembangkan oleh Lucas (1988)

$$Y = AK^a L^{1-a}$$

dimana, $A = H$ dan *human capital* (H) akan meningkatkan produktivitas tenaga kerja. Dengan $L = 1$

Paul M. Paul M. Romer dikenal sebagai salah satu tokoh utama dalam pengembangan model pertumbuhan endogen. Dalam model yang ia kembangkan, kemajuan teknologi (technological progress) dipengaruhi oleh total Tingkat investasi dalam pengetahuan (knowledge). Besarnya Tingkat investasi ini ditentukan oleh keputusan masing-masing perusahaan secara individual. Perusahaan dapat berinvestasi dalam pengetahuan melalui penguatan sektor penelitian dan pengembangan (R&D), baik dengan menambah modal usaha maupun meningkatkan kegiatan riset individu, yang akan memperkaya pengetahuan privat (private knowledge). Semakin besar pengetahuan yang dimiliki oleh suatu perusahaan, maka semakin besar pula potensi peningkatan pengetahuan di masa depan, terutama jika perusahaan tersebut telah memiliki

stok pengetahuan awal yang cukup tinggi. Berikut ini adalah fungsi produksi yang dikembangkan oleh Paul M. Romer (1990).

$$Y = K^a (AL_Y)^{1-a}$$

$K = sk Y - dK$ yaitu akumulasi modal dan pertumbuhan populasi $\frac{L}{L} = n$.

Jumlah ide (ideas) atau *stock of knowledge accumulated* dilambangkan dengan A .

Perkembangan teori pertumbuhan endogen juga memperkuat pentingnya pertumbuhan manusia. Jika kemajuan teknologi, inovasi, dan metode produksi baru bergantung pada peningkatan keterampilan dan pengetahuan SDM, maka keberhasilan pertumbuhan sangat ditentukan oleh kualitas tenaga kerja. Pertumbuhan ekonomi yang bersumber dari teori ini, baik melalui learning by doing (pembelajaran tenaga kerja, pembelajaran modal, dan pembelajaran organisasi) maupun inovasi dalam penciptaan input baru, semuanya berakar pada kualitas SDM (Junaidi, 2020).

Konsep diminishing returns dalam akumulasi modal dapat diminimalkan melalui spesialisasi dan tingkat investasi dalam pengembangan SDM. Joseph Schumpeter menyatakan bahwa sistem ekonomi tidak akan pernah mencapai titik stasioner karena manusia selalu mencari inovasi baru. Oleh karena itu, teori pertumbuhan endogen menjelaskan bahwa akumulasi modal tidak akan mengalami penurunan hasil dalam jangka panjang. Tingkat investasi dalam pengetahuan akan menjaga pertumbuhan pendapatan per kapita secara berkelanjutan (Junaidi, 2020).

Bagi negara berkembang, teori ini menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi sebaiknya lebih fokus pada tingkat investasi di bidang SDM dibandingkan modal fisik. Selain itu, integrasi dalam sistem ekonomi global dapat mempercepat

pertukaran ide dan pengetahuan baru, yang pada akhirnya mendorong kreativitas, inovasi, serta produktivitas (Junaidi, 2020).

2.1.4 Tingkat investasi Sektor Ekonomi Kreatif

Tingkat investasi merupakan pengeluaran untuk meningkatkan kapasitas produksi dimasa depan, baik dalam bentuk penambahan barang modal, teknologi maupun peningkatan kemampuan produksi (sukirno, 2013). Dalam konteks ekonomi kreatif, tingkat investasi berfungsi menyediakan modal untuk inovasi pengembangan produk kreatif, peningkatan teknologi serta perluasan pasar. Untuk mendorong pengembangan sektor ekonomi kreatif, pentingnya peran pemerintah pada aliran modal yang menarik melalui tingkat investasi asing (PMA) dan menanam modal dalam negeri (PMDN).

Menurut teori Neoklasik, tingkat investasi merupakan salah satu faktor utama dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Ketika tingkat investasi dan pertumbuhan jumlah penduduk meningkat dengan cepat, maka rata-rata jumlah modal tetap yang dimiliki oleh setiap tenaga kerja juga akan bertambah. Peningkatan rasio modal per tenaga kerja ini akan meningkatkan produktivitas masing-masing pekerja. Tokoh-tokoh utama dalam teori Neoklasik seperti Solow dan Swan menekankan pentingnya interaksi antara pertumbuhan penduduk, akumulasi modal, kemajuan teknologi, dan proses produksi. Hasil penelitian empiris menunjukkan bahwa berbagai faktor makroekonomi, seperti pengeluaran pemerintah, kondisi ekonomi, dan tingkat upah, memiliki dampak signifikan terhadap aliran investasi asing langsung ke Indonesia (Syukri et al., 2022). Penemuan ini memperkuat pentingnya peran kebijakan fiskal dan peningkatan iklim investasi dalam mendorong tingkat investasi, yang pada gilirannya dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi suatu wilayah.

2.1.5 Tenaga kerja di sektor Ekonomi Kreatif

Tenaga kerja merupakan faktor utama dalam proses produksi yang berperan melalui keterampilan, kreativitas dan kompetensi yang dimilikinya (Rahman, 2023). Dalam ekonomi kreatif, tenaga kerja tidak hanya menghasilkan output fisik tetapi juga nilai berbasis ide dan inovasi.

Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, karena bersumber pada ide dan kreativitas yang dapat terus diperbarui. Selain itu, ekonomi kreatif turut memperkuat citra dan identitas bangsa Indonesia melalui karya, produk, dan figur kreatif yang diakui secara global, serta menjadi sarana diplomasi budaya antarnegara. Ekonomi kreatif juga berkontribusi dalam pelestarian sumber daya alam dan budaya Indonesia karena sektor ini sangat terkait dengan keduanya (Putri, 2020).

2.1.6 Kualitas Pendidikan

Kualitas Pendidikan mengacu pada kualitas Pendidikan individu atau populasi dalam suatu wilayah. Hal ini dapat diukur dengan menggunakan berbagai indikator, termasuk proporsi penduduk yang telah menyelesaikan pendidikan dasar, menengah dan tinggi, serta tingkat partisipasi dalam pelatihan dan kualifikasi kejuruan. Umumnya semakin tinggi kualitas pendidikan maka semakin baik keterampilan dan pengetahuannya.

Dalam industri kreatif, masyarakat yang berpendidikan tinggi cenderung lebih inovatif dan mampu menghasilkan produk dan jasa yang bernilai tambah. Pelatihan yang tepat membuat pekerja lebih kompetitif. Sektor industri kreatif, yang sering kali mengandalkan kreativitas dan inovasi, membutuhkan pekerja yang terampil dan terlatih agar dapat bersaing di pasar global.

2.2 Hubungan Antar Variabel

2.2.1 Hubungan Tingkat investasi Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Nilai Tambah Ekonomi Kreatif

Tingkat investasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan kemampuan produksi serta kinerja sektor ekonomi. Dalam konteks ekonomi kreatif, Tingkat investasi berfungsi untuk memberikan modal bagi pengembangan usaha, meningkatkan teknologi produksi, memperkuat infrastruktur pendukung, dan memperluas skala usaha kreatif. Dengan tingkat investasi, para pelaku ekonomi kreatif dapat meningkatkan efisiensi dalam proses produksi serta kualitas hasil yang dihasilkan.

Kenaikan tingkat investasi disektor ekonomi kreatif akan memicu peningkatan kegiatan produksi yang didasarkan pada kreativitas dan inovasi, sehingga menghasilkan output yang lebih besar. Dengan input yang seimbang, peningkatan output tersebut dapat menciptakan nilai tambah yang lebih tinggi. Karena itu, tingkat investasi memiliki peran langsung dalam meningkatkan nilai tambah sektor ekonomi kreatif yang terlihat dari angka PDRB.

Secara teoritis, hubungan ini selaras dengan teori pertumbuhan endogen yang menyatakan bahwa pengumpulan modal merupakan faktor utama dalam menciptakan nilai tambah serta mendorong kinerja ekonomi di suatu sektor. Dengan demikian, semakin besar tingkat investasi yang masuk ke sektor ekonomi kreatif, maka semakin besar pula nilai tambah yang dihasilkan oleh sektor tersebut.

2.2.2 Hubungan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Nilai

Tambah Ekonomi Kreatif

Tenaga kerja merupakan unsur penting dalam proses produksi sektor ekonomi kreatif karena berkontribusi dalam pembentukan nilai tambah. Namun demikian, peningkatan jumlah tenaga kerja tidak selalu diikuti secara langsung oleh peningkatan nilai tambah yang dihasilkan. Dalam praktiknya, besarnya kontribusi tenaga kerja terhadap nilai tambah sangat ditentukan oleh jenis pekerjaan yang dilakukan, tingkat produktivitas, serta kemampuan individu dalam mengonversi kreativitas dan inovasi menjadi produk atau jasa yang memiliki nilai ekonomi.

pengembangan kualitas sumber daya manusia berperan sebagai penghubung utama antara pertumbuhan ekonomi dan pemerataan kesejahteraan. Kurniawan (Agussalim et al., 2024) menekankan bahwa pertumbuhan ekonomi baru berdampak optimal apabila diikuti peningkatan kualitas tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja kreatif yang lebih terampil dan berpendidikan mampu menghasilkan output dengan nilai tambah lebih tinggi, yang pada akhirnya memperkuat kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap perekonomian.

Dari sudut pandang teori modal manusia, tenaga kerja baru akan memberikan kontribusi yang optimal terhadap penciptaan nilai tambah apabila memiliki kualitas dan kompetensi yang sesuai dengan kebutuhan sektor ekonomi kreatif. Dengan demikian, pengaruh tenaga kerja terhadap nilai tambah ekonomi kreatif sangat bergantung pada kualitas sumber daya manusia dan struktur tenaga kerja yang terlibat dalam kegiatan ekonomi kreatif.

2.2.3 Hubungan Kualitas Pendidikan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif terhadap Nilai Tambah Ekonomi Kreatif

Kualitas pendidikan tenaga kerja dianggap sebagai salah satu faktor yang berperan dalam meningkatkan kapasitas individu untuk berinovasi dan menghasilkan nilai ekonomi. Pada sektor ekonomi kreatif, pendidikan diharapkan dapat mendorong kemampuan berpikir kreatif, penguasaan teknologi, serta keterampilan dalam menghasilkan produk dan jasa yang memiliki nilai tambah tinggi. Meskipun demikian, kontribusi pendidikan terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif tidak selalu terjadi secara langsung dalam jangka pendek.

Peningkatan tingkat pendidikan tenaga kerja membutuhkan waktu serta dukungan ekosistem yang memadai agar dapat memberikan dampak nyata terhadap penciptaan nilai tambah. Apabila tingkat pendidikan tenaga kerja tidak selaras dengan kebutuhan dan karakteristik industri kreatif, maka peningkatan pendidikan tersebut belum tentu diikuti oleh peningkatan produktivitas maupun nilai tambah sektor ekonomi kreatif. Kondisi ini menyebabkan hubungan antara kualitas pendidikan tenaga kerja dan nilai tambah ekonomi kreatif berpotensi bersifat lemah atau tidak signifikan dalam periode tertentu.

Dalam kerangka teori pertumbuhan endogen, pendidikan dipandang sebagai bentuk Tingkat investasi jangka panjang yang pengaruhnya terhadap nilai tambah dan kinerja ekonomi baru akan optimal apabila didukung oleh inovasi, aliran Tingkat investasi, serta ketersediaan kesempatan kerja yang sesuai. Oleh karena itu, dampak kualitas pendidikan terhadap nilai tambah ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh kondisi struktural serta kebijakan pendukung yang berlaku di masing-masing daerah.

2.3 Hasil Penelitian dan Studi Empiris

Bagian ini mencakup penelitian sebelumnya yang mendukung pemikiran penulis dan akan dipertimbangkan saat meringkas hasil penelitian. Berikut merupakan penelitian terdahulu terkait topik penelitian :

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmi (2018). Pada penelitian yang berjudul Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif Dan Pengaruhnya Terhadap Perekonomian Di Indonesia. Kegiatan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang diselenggarakan dalam pameran Industri ekonomi Kreatif Indonesia telah memberikan kontribusi penting dalam penelitian ini. Secara umum, penelitian ini telah mampu menjawab rumusan masalah yang diajukan. Namun demikian, masih diperlukan kajian lanjutan yang lebih mendalam untuk memperkuat hasil yang ada. Penelitian lanjutan ini dibutuhkan, terutama jika peneliti berikutnya memerlukan data kuesioner dan penjelasan yang lebih rinci terkait hasil yang diperoleh dalam studi mengenai industri ekonomi kreatif. Selain itu, peneliti juga menyarankan adanya studi lanjutan yang memfokuskan pada sektor industri ekonomi kreatif dengan kontribusi tertinggi, guna mengidentifikasi sektor yang paling berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Satriani (2019). Pada penelitian yang berjudul Pendekatan Ekonomi kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Di Desa Pedekik). Hasil pengujian regresi linier sederhana yang memperlihatkan bahwa pengaruh ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi lemah. Dapat dipahami bahwa kegiatan ekonomi kreatif di Desa Pedekik yang bergerak di sektor industri kreatif masih menghadapi keterbatasan dalam hal inovasi, kreativitas, dan penemuan-penemuan baru. Hal ini menyebabkan daya saingnya terhadap dinamika pasar masih lemah. Padahal, secara ideal, ekonomi

kreatif memiliki potensi untuk secara bertahap menggantikan peran komoditas dan sumber daya alam sebagai penopang utama perekonomian Indonesia. Namun, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Penelitian yang dilakukan oleh Ruhana Dara et al (2022). Pada penelitian yang berjudul Pentingnya Membangun Ekonomi kreatif di Era Pandemi. Partisipasi mitra dalam pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat (PKM) ditunjukkan melalui antusiasme mereka dalam sesi tanya jawab dan diskusi terkait materi yang disampaikan oleh narasumber. Mitra juga menyampaikan harapan agar kegiatan semacam ini dapat terus berlanjut, karena tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga memungkinkan mereka untuk mempraktikkan hasil diskusi secara langsung. Kegiatan ini dinilai sangat bermanfaat, dengan beberapa poin penting yang diperoleh antara lain: 1). Pemahaman yang lebih baik mengenai konsep ekonomi kreatif; 2). Pengenalan terhadap berbagai bidang dalam sektor industri kreatif; 3). Wawasan yang lebih mendalam tentang digital marketing, khususnya dalam konteks perkembangan selama masa pandemi; dan 4). Pemahaman mengenai perubahan perilaku konsumen dalam pola pembelian.

Penelitian sebelumnya oleh Chollisni et al., (2022) membahas konsep pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia pasca pandemi COVID-19, dengan menyoroti strategi manajemen, kebijakan, serta peran pelaku ekonomi. Menggunakan pendekatan survei berbasis etnografi, penelitian ini mengambil sampel dari beberapa pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai strategi dan kebijakan dapat diterapkan oleh pemerintah daerah, pelaku ekonomi, pengamat ekonomi, serta masyarakat umum. Dengan demikian, ekonomi kreatif di Indonesia dapat terus bertahan dan

berkembang untuk menjaga kesejahteraan masyarakat setelah pandemi, mengingat sektor ini menjadi sumber penghidupan bagi banyak orang.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Comunian et al., (2024) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif Afrika memiliki potensi besar dalam pertumbuhan sosial-ekonomi, meskipun kontribusinya terhadap ekonomi kreatif global masih rendah, hanya sekitar 2,9% dari ekspor dunia (UNDP 2023). Studi sebelumnya banyak berfokus pada perspektif Global North dan kurang mengakomodasi budaya serta inovasi dari Global South (De Jesus, Kamlot & Dubeux 2020), sementara penelitian yang mendukung kebijakan serta pengembangan akademisi Afrika masih terbatas (Snowball & Gouws 2023).

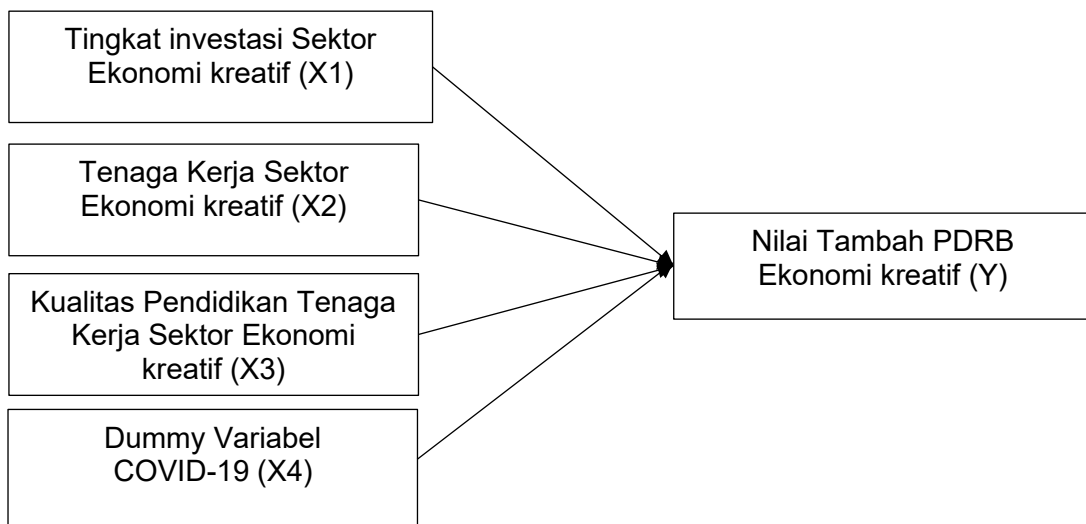
Tantangan utama sektor ini meliputi pola perdagangan global yang eksploitatif, kurangnya Tingkat investasi dalam penelitian dan inovasi, lemahnya regulasi hak kekayaan intelektual, serta keterbatasan infrastruktur dan kebijakan pendukung, UNCTAD (2021). Namun, penelitian juga menyoroti bahwa dengan model bisnis berkelanjutan, inovasi dalam produksi budaya, dan kolaborasi Afrika-Eropa yang lebih inklusif, ekonomi kreatif Afrika berpotensi berkontribusi hingga 10% terhadap PDB global pada 2030 dan mendorong pertumbuhan berkelanjutan serta ketahanan ekonomi (AfrEXIM 2022; Snowball, Drummond & Tarentaal 2024).

2.4 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka berpikir berfungsi sebagai dasar yang menggabungkan data, teori, pengamatan, dan referensi dari literatur yang relevan. Dalam rangka kerja ini, setiap variabel yang diteliti diperiksa secara menyeluruh dan dihubungkan dengan masalah utama penelitian. Dengan demikian, kerangka ini memberikan

pedoman yang jelas untuk membangun solusi masalah. Seringkali, kerangka berpikir digambarkan dalam diagram yang menunjukkan hubungan antara variabel yang diperiksa dan memetakan langkah-langkah yang diambil peneliti. Untuk menggambarkan proses penelitian, diagram ini sering disebut sebagai paradigma atau model (Syahputri et al., 2023)

Maka pada penelitian ini tersusun kerangka konseptual dengan variabel independen yaitu tingkat investasi sektor ekonomi kreatif (X1), tenaga kerja sektor ekonomi kreatif (X2), kualitas pendidikan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif (X3) dan Dummy variabel COVID-19 (X4). Untuk variabel dependen yaitu nilai tambah PDRB ekonomi kreatif (Y) di Indonesia. Berikut adalah kerangka konseptual dari penelitian ini.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian

2.5 Hipotesis

Dalam statistik, hipotesis adalah pernyataan dugaan yang belum jelas dan memerlukan pengujian lebih lanjut. Hipotesis akan diterima jika didukung oleh data dan elemen yang relevan. Jika terbukti salah, hipotesis akan tidak diterima. Oleh karena itu, keputusan untuk menerima atau tidak menerima hipotesis sepenuhnya bergantung pada analisis hasil penelitian dan bukti yang ditemukan (Junaedi & Wahab, 2023).

Merujuk pada teori serta kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Tingkat investasi sektor ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah PDRB ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Tenaga kerja sektor ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah PDRB ekonomi kreatif di Indonesia.
3. Kualitas pendidikan tenaga kerja sektor ekonomi kreatif berpengaruh terhadap nilai tambah PDRB ekonomi kreatif di Indonesia.