

# **STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA**



# **STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA**

Editor:  
**Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph. D., APU**

Yayasan Pustaka Obor Indonesia  
Jakarta, 2017

**Perpustakaan Nasional RI. Data Katalog dalam Terbitan (KDT)**

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia /Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph. D., APU (ed.)—Ed. 1; Cet. 1.—Jakarta : Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2017.

xii + 154 hlm; 15,5 x 23 cm  
ISBN 978-602-433-585-4

.Judul:  
Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia  
Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph. D., APU (ed.)

*Copyrights* © 2017  
Hak cipta dilindungi oleh Undang-Undang  
All rights reserved

Penerbitan ini atas kerja sama  
Yayasan Pustaka Obor Indonesia dengan  
Pusat Penelitian Badan Keahlian  
Dewan Perwakilan Rakyat  
Republik Indonesia

Cetakan pertama; Desember 2017  
YOI: 1475.36.29.2018  
Desain sampul: Iksaka Banu

Yayasan Pustaka Obor Indonesia  
Jln. Plaju No. 10, Jakarta 10230  
Telepon: +021-31926978, 31920114  
Faksimile: 021-31924488  
Email: [yayasan\\_obor@cbn.net.id](mailto:yayasan_obor@cbn.net.id)  
Website: [www.obor.or.id](http://www.obor.or.id)

# KATA PENGANTAR

*Dr. Indra Pahlevi*

Kepala Pusat Penelitian  
Badan Keahlian DPR RI

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Salam Sejahtera,

Kami menyambut baik dan memberikan apresiasi atas terbitnya buku yang berjudul *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif* yang disusun oleh peneliti Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik, Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI. Hasil analisis berupa gagasan dan pemikiran serta pengalaman empiris yang dituangkan dalam buku ini diharapkan dapat menjadi gambaran dan masukan dalam penyempurnaan kebijakan dan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena pada saat ini terjadi gejala deindustrialisasi sehingga diperlukan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru, salah satunya yang dapat dipertimbangkan adalah ekonomi kreatif.

Struktur buku terdiri atas 6 (enam) bagian tulisan yang memiliki keterkaitan yang baik untuk memperkaya pembahasan mengenai kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif dari berbagai perspektif. Bagian pertama dan bagian terakhir tulisan merupakan prolog dan epilog yang menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari buku ini dan telah dibuat oleh Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph.D., APU selaku editor buku ini.

## STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Saya sampaikan apresiasi kepada masing-masing penulis yang terdiri dari Ari Mulianta Ginting, Edmira Rivani, Juli Panglima Saragih, Dewi Wuryandani, dan Rasbin yang telah menghadirkan beragam warna mengenai Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Buku ini mengawali pembahasannya dengan meneliti pengaruh ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional hingga terakhir dibahas mengenai spesifik alternatif pembiayaan ekonomi kreatif di Indonesia. Sehingga menurut saya buku ini cukup memberikan gambaran yang menyeluruh dan lengkap mengenai ekonomi kreatif di Indonesia.

Saya sampaikan apresiasi kepada rekan-rekan peneliti dan terima kasih kepada Prof. Carunia Mulya Firdausy, MADE, Ph.D., APU yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dan telah memberikan masukan yang berharga bagi penyelesaian buku ini. Kepada penerbit disampaikan penghargaan atas kerja samanya dalam penerbitan bersama dengan Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI. Besar harapan saya, buku ini akan bermanfaat, bukan saja dalam perumusan rancangan undang-undang khususnya namun juga dalam perumusan kebijakan dan pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya.

Jakarta, September 2017

# DAFTAR ISI

<b>Kata Pengantar</b>	v
<b>Daftar Isi</b>	vii
<b>Daftar Tabel</b>	x
<b>Daftar Gambar</b>	xi
<b>Bagian Kesatu</b>	1
<b>Prolog: Ekonomi Kreatif, Potensi, Masalah, dan Kebijakan</b>	
Oleh : Prof. Carunia Mulya Firdausy	
<b>Bagian Kedua</b>	7
<b>Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Nasional</b>	
Oleh: Ari Mulianta Ginting	
I. Pendahuluan	7
II. Lingkup dan Pengaruh Utama Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian	14
III. Dampak Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Nasional	17
IV. Penutup	24
Daftar Pustaka	26

<b>Bagian Ketiga</b>	29
<b>Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Daerah</b>	
Oleh: Edmira Rivani	
I.    Pendahuluan	29
II.   Klasifikasi Ekonomi Kreatif di Indonesia	33
III.  Peningkatan Daya Saing Ekonomi Kreatif Indonesia	35
IV.  Potensi dan Kendala Ekonomi Kreatif di Indonesia	37
V.   Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif	42
VI.  Tindak Lanjut bagi Pertumbuhan Ekonomi Kreatif	44
V.   Penutup	46
Daftar Pustaka	50
<b>Bagian Keempat</b>	53
<b>Pembangunan Industri Kreatif dalam Mendukung Kinerja Industri Nasional</b>	
Oleh: Juli Panglima Saragih	
I.    Pendahuluan	53
II.   Sektor-sektor Industri Kreatif di Indonesia	58
III.  Pengembangan Industri Kreatif: Pendekatan SWOT	64
IV.  Industri Kreatif di Beberapa Negara	74
V.   Intelektual dan Kreativitas: Basis Industri Kreatif	78
VI.  Penutup	85
Daftar Pustaka	87



<b>Bagian Kelima</b>	89
<b>Peran UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Barat</b>	
Oleh: Dewi Wuryandani	
I.    Pendahuluan	89
II.   Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia	92
III.  Kontribusi UMKM dalam Industri Kreatif	95
IV.  Potensi Ekonomi Kreatif di Jawa Barat	95
V.    Peluang dan Hambatan UMKM Mengembangkan Ekonomi Kreatif	101
VI.  Strategi Peningkatan Daya Beli Masyarakat terhadap Produk Kreatif	103
VII.  Penutup	106
Daftar Pustaka	107
<b>Bagian Keenam</b>	111
<b>Alternatif Pembiayaan Ekonomi Kreatif di Indonesia</b>	
Oleh: Rasbin	
I.    Pendahuluan	111
II.   Mengapa Alternatif Pembiayaan Diperlukan?	113
III.  Skema Pembiayaan Hak Kekayaan Intelektual	118
IV.  Penutup	127
Daftar Pustaka	129
<b>Bagian Ketujuh</b>	131
<b>Epilog</b>	
<b>Mengembangkan Ekonomi Kreatif Kini dan Ke Depan</b>	
Oleh : Carunia Mulya Firdausy	
<b>Indeks</b>	145
<b>Tentang Editor</b>	149
<b>Tentang Penulis</b>	151

## DAFTAR TABEL

### **Bagian Kedua**

#### **Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Nasional**

Tabel 1. Evolusi Industri 14

### **Bagian Keenam**

#### **Alternatif Pembiayaan Ekonomi Kreatif di Indonesia**

Tabel 1. SBDK Bank-bank Komersial Per Sektor 117

# DAFTAR GAMBAR

## **Bagian Kedua**

### **Pengaruh Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Nasional**

Gambar 1. Perkembangan PDB, Sektor Industri, dan <i>Share</i> Sektor Industri	9
Gambar 2. Gelombang Pergeseran Orientasi Ekonomi	11
Gambar 3. Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Periode 1990-2016	18
Gambar 4. Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif terhadap PDB Ekonomi Kreatif	19
Gambar 5. Perkembangan PDB, Sektor Ekraf, dan Kontribusi Sektor Ekraf terhadap PDB Periode Tahun 2010-2015	20
Gambar 6. Ekspor Sektor Ekonomi Kreatif	22
Gambar 7. Proporsi Asal Daerah Penghasil Ekspor Produk Ekonomi Kreatif	23
Gambar 8. Kontribusi Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif	24

## **Bagian Ketiga**

### **Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Daerah**

Gambar 1. Ekonomi Kreatif Perlu Ditingkatkan dan Dikembangkan	31
Gambar 2. Tingkat PDB Riil di Beberapa Negara ASEAN Terpilih	38
Gambar 3. Proyeksi Demografis Indonesia	39

Gambar 4. Kendala yang Dihadapi Usaha/Perusahaan Ekonomi Kreatif	40
Gambar 5. Provinsi di Indonesia yang Sudah Melakukan Ekspor Bidang Ekonomi Kreatif	43

#### **Bagian Keempat**

##### **Pembangunan Industri Kreatif dalam Mendukung Kinerja Industri Nasional**

Gambar 1. Kontribusi Industri Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia Tahun 2015 (%)	67
Gambar 2. <i>Creative Industry Sectors by Revenues (US\$ billion) &amp; Number of jobs (in '000) in World in 2013</i>	76

#### **Bagian Kelima**

##### **Peran UMKM dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Barat**

Gambar 1. Dari Manakah Ekspor Ekraf Berasal	96
Gambar 2. Penggunaan Teknologi Informasi	102

## **BAGIAN KESATU**

### **PROLOG: EKONOMI KREATIF, POTENSI, MASALAH, DAN KEBIJAKAN**

*Carunia Mulya Firdausy*

Pertumbuhan ekonomi sejak tahun 2012 mengalami perlambatan. Pada tahun 2012 pertumbuhan ekonomi mencapai angka 6,3 persen, namun sejak tahun tersebut pertumbuhan ekonomi menurun. Pada tahun 2015, misalnya, pertumbuhan ekonomi menurun drastis menjadi 4,8 persen dan kemudian meningkat sedikit pada tahun 2016 sebesar 5,02 persen. Melambatnya pertumbuhan ekonomi tersebut disebabkan berbagai faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal dimaksud antara lain meliputi menurunnya nilai konsumsi masyarakat dan anjloknya industri manufaktur nasional.

Sedangkan faktor eksternal antara lain meliputi turunnya harga komoditas ekspor sumber daya alam terutama batubara dan kelapa sawit dan rendahnya permintaan terhadap ekspor nasional lainnya, selain juga disebabkan oleh masih melambatnya pertumbuhan ekonomi di berbagai negara baik di negara maju pasca terpilihnya Presiden AS Donald Trump maupun di negara berkembang termasuk

di Tiongkok. Akibatnya, pada tahun 2017 diperkirakan pertumbuhan ekonomi tidak akan melebihi angka 5,2 persen.

Melambatnya pertumbuhan ekonomi nasional tersebut tentu menuntut upaya keras dan cerdas untuk mencari sumber-sumber pertumbuhan ekonomi lain yang dimiliki Indonesia. Apalagi pada tahun 2019, pemerintah menargetkan pencapaian pertumbuhan ekonomi sebesar 7 persen. Bahkan diharapkan Indonesia dapat menjadi salah satu negara dengan berpendapatan *high middle income country*. Dari berbagai upaya yang dirumuskan dalam pencapaian pertumbuhan ekonomi sebesar 7 persen pada tahun 2019 tersebut, pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dihindari.

Mutlak pentingnya pengembangan ekonomi kreatif ini disebabkan industri tersebut relatif kuat menghadapi kelesuan ekonomi global dan domestik. Bahkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi maupun penciptaan lapangan kerja menunjukkan peningkatan sejak tahun 2012. Namun sayang, studi yang mengkaji secara dalam dan tajam perkembangan ekonomi kreatif ini masih relatif belum banyak dilakukan. Jikapun ada kajian-kajian terkait ekonomi kreatif umumnya masih terbatas pada analisis parsial, mikro, dan sektoral. Sedangkan kajian ekonomi kreatif yang lebih bersifat makro relatif belum banyak dijumpai. Oleh karena itu, buku ini ditujukan untuk menjembatani *gap* tersebut.

Buku ini terdiri dari enam Bab. Bab 2 berikut ini mendiskusikan tentang pengaruh ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional. Dalam bab ini diungkapkan apa pengaruh utama ekonomi kreatif terhadap perekonomian, dan bagaimana dampaknya terhadap PDB, ekspor, dan penyerapan tenaga kerja. Dalam bab ini diungkapkan bahwa ekonomi kreatif memberikan pengaruh positif terhadap PDB nasional. Bahkan juga diproyeksikan secara linier akan terjadi tren peningkatan pada tahun-tahun mendatang seiring semakin meningkatnya pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Ekonomi kreatif juga memberikan pengaruh positif terhadap ekspor nasional. Sejak tahun 2010 sampai dengan 2015 telah terjadi peningkatan ekspor yang berasal dari ekonomi kreatif dengan rata-rata sebesar 9,1 persen per tahun. Hal yang sama juga ditemukan pengaruh positif dari ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja. Ini ditunjukkan terutama dari semakin bertambahnya jumlah tenaga kerja yang bekerja di ekonomi kreatif setiap tahunnya.

Oleh karena itu, kebijakan yang dapat menciptakan situasi dan kondisi yang lebih kondusif bagi pertumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mutlak diperlukan. Hal ini dapat dilakukan salah satunya dengan menetapkan regulasi yang ramah bagi peningkatan pertumbuhan dan pengembangan ekonomi kreatif.

Bab 3 membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing daerah. Dalam analisis daya saing tersebut, tidak saja diuraikan konsep dan definisi daya saing, tetapi juga dijelaskan potensi dan kendala ekonomi kreatif yang dihadapi maupun bagaimana upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif oleh pemerintah dan masyarakat.

Dalam bab ini disarankan bahwa dalam upaya peningkatan daya saing ekonomi kreatif daerah, maka pemerintah pusat bersama-sama pemerintah daerah (provinsi maupun kabupaten/kota) perlu memperhatikan beberapa hal berikut ini. Pertama, perlu mengidentifikasi dan menginventarisasi usaha-usaha dan jenis produk ekonomi kreatif yang ada dan berkembang di wilayah provinsi dan kabupaten/kota. Kedua, mengkaji ulang, menata kembali, dan mencabut regulasi/kebijakan yang menghambat peningkatan daya saing daerah melalui produk-produk hasil ekonomi kreatif, khususnya dalam hal penyediaan bahan baku, impor, dan ekspor.

Ketiga, melakukan pengembangan kapasitas (*capacity building*) khususnya bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) ekonomi kreatif dari berbagai jenis komoditas perdagangan yang dihasilkan melalui ide dan pemikiran kreatif. Keempat, mendorong

dan memfasilitasi pemberian kredit untuk pengembangan usaha di bidang ekonomi kreatif melalui skema pendanaan bergulir yang murah, mudah, dan aman. Kelima, mempromosikan dan memfasilitasi pemasaran produk-produk ekonomi kreatif di daerahnya melalui kerjasama daerah dan/atau optimalisasi jaringan usaha di daerah, serta mendorong para pelaku ekonomi kreatif untuk mendaftarkan produk kreatifnya agar mendapatkan Paten atau Hak Kekayaan Intelektual (HKI), sehingga dapat memberikan nilai tambah.

Bab 4, selanjutnya, menguraikan secara luas tentang upaya pengembangan ekonomi kreatif dalam mendukung kinerja industri. Dalam bab ini diungkapkan bahwa industri kreatif belum begitu memegang peranan penting dalam perekonomian karena penerimaan negara masih bergantung dari hasil ekspor minyak dan gas, hasil perkebunan dan pertanian, hasil laut, hasil tambang dan industri menengah pengolahan hasil perkebunan.

Bab ini menggarisbawahi antara lain pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dalam menyikapi era Perdagangan Bebas ASEAN. Era ini diyakini menjadi lumbung sekaligus peluang bagi industri kreatif untuk menggaet pelanggan baru dari negara-negara tetangga. Contoh industri kreatif yang sehari-hari kita kenal adalah industri kuliner (makanan minuman), mode, kerajinan, percetakan, penerbitan, seni pertunjukan, musik, film, animasi, bahkan komik sudah berkembang walau belum semuanya dapat diekspor. Singkatnya, ekonomi kreatif perlu dukungan pemerintah jika ingin meningkatkan kontribusi terhadap PDB baik dari aspek regulasi, fasilitasi seperti permodalan perbankan. Sebab sebagian industri kreatif adalah berada pada sektor UMKM yang sampai saat ini merupakan tulang punggung perekonomian rakyat banyak terutama di pedesaan.

Bab 5 menekankan uraian dan pembahasannya terkait peran ekonomi kreatif yang diargumentasikan memiliki ciri, kegiatan, dan ukuran usaha seperti usaha mikro kecil dan menengah. Berangkat dari temuan penelitian di provinsi Jawa Barat, disimpulkan bahwa



untuk mengembangkan ekonomi kreatif seperti halnya dengan UMKM diperlukan strategi peningkatan pemanfaatan teknologi. Teknologi dimaksud antara lain terkait dengan pemanfaatan internet. Teknologi internet ini diperlukan selain untuk mencapai pasar yang lebih luas, juga sekaligus dapat menurunkan biaya transaksi. Dengan semakin rendahnya biaya transaksi, maka harga produk dapat lebih bersaing sehingga meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk ekonomi kreatif/UMKM. Selain teknologi, peran pemerintah daerah juga diyakini penting untuk meningkatkan pemasaran ekonomi kreatif. Peran Pemda dalam mengembangkan industri kreatif adalah mendorong kantor-kantor dinas terkait seperti Dinas Perindag yang bertindak sebagai *leading sector*. Peran yang sama perlu juga dilakukan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM). Peran kementerian ini khususnya dalam memfasilitasi upaya meningkatkan kontribusi industri kreatif bagi perekonomian nasional secara keseluruhan melalui pemberdayaan dan penguatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM).

Dalam konteks pemasaran, disarankan dapat melalui pengembangan *personal brand*. Proses tersebut antara lain adalah ketika praktisi industri kreatif mulai menentukan *personal brand* yang akan dibangun kemudian menspesifikan *personal brand* tersebut supaya berbeda dengan yang lain, mengemas *personal brand* secara menarik, konsisten, dan fokus dalam membangun *personal brand*, melakukan evaluasi secara terus-menerus, mengikuti perkembangan jaman, menggunakan sosial media dan bersedia berbagi ilmu dengan orang lain. Dalam proses membangun *personal brand*, praktisi industri kreatif yang berhasil membangun *personal brand*-nya akan memperoleh keuntungan-keuntungan yang dapat bermanfaat bagi dirinya maupun karirnya.

Akhirnya, pemikiran tentang bentuk alternatif pembiayaan ekonomi kreatif dikaji di Bab 6. Diargumentasikan bahwa skema pembiayaan HAKI merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang

cocok untuk mengembangkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif. Hal ini disebabkan usaha-usaha pada sektor ekonomi kreatif, awalnya masih berbentuk ide-ide yang dapat dinyatakan dalam bentuk HAKI. Berbeda halnya dengan usaha-usaha ekonomi kreatif yang sudah mapan, pasti sudah mempunyai aset yang bisa dijadikan sebagai jaminan pinjaman ke bank.

Dalam alternatif pembiayaan untuk mengembangkan usaha di sektor ekonomi kreatif, selain skema pembiayaan HAKI, alternatif pembiayaan lainnya yang juga bisa diterapkan yakni skema pembiayaan modal ventura dan skema pembiayaan melalui hibah. Alternatif skema pembiayaan modal ventura merupakan pembiayaan dalam bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih dalam jangka waktu tertentu. Skema pembiayaan ini sejatinya merupakan skema yang ditujukan untuk mendukung pengembangan wirausaha baru dan produk-produk inovasi dengan profil risiko usaha yang tinggi dan kebutuhan pendanaan yang besar.

Namun demikian bisnis modal ventura yang berjalan saat ini belum optimal dalam memberikan penyertaan modal kepada wirausaha pemula. Diperlukan penyempurnaan regulasi bisnis dana ventura diantaranya dalam hal konsolidasi sumber dana ventura melalui *venture fund*, insentif bagi investor modal ventura, lembaga penjaminan bisnis, serta aspek pendampingan melalui penyempurnaan regulasi yang ada saat ini. Pembiayaan yang bersumber dari modal dana ventura diharapkan lebih mendukung pengembangan wirausaha pemula dan produk-produk inovasi termasuk industri kreatif.

Selanjutnya, skema pembiayaan lain yakni melalui hibah khusus. Namun skema ini perlu dikaji lebih lanjut untuk disesuaikan dengan kondisi ekonomi dan non-ekonomi Indonesia. Cara-cara yang ditempuh oleh Malaysia dan Singapura dalam skema pembiayaan melalui hibah khusus menarik untuk diteliti agar skema pembiayaan ini sesuai dengan konteks Indonesia.

# **BAGIAN KETUJUH**

## **EPILOG**

### **MENGEMBANGKAN EKONOMI KREATIF KINI DAN KE DEPAN**

*Carunia Mulya Firdausy*

#### **A. PENDAHULUAN**

Ekonomi kreatif atau industri kreatif belakangan ini menjadi salah satu sector ekonomi yang mendapat perhatian besar pemerintah. Besarnya perhatian ini didasarkan tidak hanya karena kontribusi sector ini terhadap pertumbuhan ekonomi yang semakin meningkat dari tahun ke tahun, tetapi juga didasarkan atas besarnya potensi sector ini dalam memberikan nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha maupun keterkaitan antar sector, maupun pengentasan masyarakat dari kemiskinan dan mengurangi ketimpangan pendapatan. Bahkan pelaku-pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif, menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia.

Pada tahun 2010, jumlah tenaga kerja yang bekerja di sector ekonomi kreatif secara total mencapai 11,3 juta. Kemudian pada tahun 2014 mengalami peningkatan hampir 7,1 persen menjadi 12,3 juta tenaga kerja. Ini menunjukkan bahwa sector ekonomi kreatif mampu menyerap tenaga kerja sebesar 10,7 persen dari jumlah tenaga kerja nasional pada tahun 2014. Ekonomi kreatif ini juga merupakan sector ekonomi di Indonesia yang mampu menciptakan devisa yang tinggi.

Pada tahun 2014, sektor ekonomi kreatif menyumbang ekspor yang jauh lebih tinggi dibandingkan nilai impornya. Sektor ekonomi kreatif menciptakan devisa melalui kontribusi *net trade* yang mencapai 5,9 persen dari total PDB atau senilai dengan Rp126,62 triliun.

Di samping hal-hal tersebut, sektor ekonomi kreatif mempunyai dampak yang cukup besar terhadap sektor ekonomi lainnya (*multiplier effect*). Contohnya, *multiplier effect* untuk subsektor Film, Video dan Fotografi yakni sebesar 2,21. Artinya, peningkatan investasi pada subsektor Film, Video dan Fotografi sebesar Rp1 milyar akan meningkatkan *output* total perekonomian nasional sebesar Rp2,21 miliar.

Berdasarkan beberapa capaian yang diungkapkan di atas, sektor ekonomi kreatif perlu untuk terus ditingkatkan dan dikembangkan. Namun sebelum hal tersebut dibahas dalam bab ini, berikut ini dikemukakan bentuk kegiatan usaha dari sector ekonomi kreatif di Indonesia di bagian 2 sebagai latarbelakang analisis. Pada bagian ke tiga diungkapkan beberapa catatan permasalahan dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Akhirnya, upaya yang harus dilakukan kini dan ke depan dalam mengembangkan ekonomi kreatif diberikan di bagian 4. Perlu dicatat bahwa uraian dan data yang digunakan dalam bab epilog ini diambil dari bab-bab terdahulu dalam buku ini. Hal ini dimaksudkan tidak saja untuk mempertajam pikiran dan pandangan para penulis dalam bab-bab sebelumnya, tetapi untuk menarik benang merah dari isi buku ini. Demikian pula dengan referensi yang dirujuk dalam bab ini semuanya diambil dari bab-bab sebelumnya.

## **B. EKONOMI KREATIF DAN KLASIFIKASINYA**

Ekonomi kreatif sebagai salah satu kegiatan ekonomi masyarakat relative belum lama muncul. Munculnya ekonomi kreatif berawal pada dekade awal 1990-an tepatnya di negara Australia sebagai akibat dari persoalan mengenai mekanisme pandanaan yang

berkaitan dengan kebijakan sektor seni dan budaya yang kemudian diistilahkan sebagai “*Creative Nation*”. Istilah ini menjadi lebih populer ketika *Department of Culture, Media, and Sport (DCMS) United Kingdom* (Inggris) mendirikan *Creative Industries Task Force* pada tahun 1997. Kemudian DCMS Creative Industries Task Force (1998) merumuskan definisi ekonomi kreatif sebagai berikut:

*“Creative Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”.*

Lebih tegasnya, ruang lingkup dari ekonomi kreatif menurut DCMS meliputi, *advertising, architecture, the art and antiques market, crafts, design, designer fashion, film, interactive leisure software, music, the performing arts, publishing, software, television and radio*. Selanjutnya, banyak negara di dunia mengadopsi konsep ekonomi kreatif yang diintroduksi oleh Inggris ini. Negara dimaksud antara lain meliputi Norwegia, Selandia Baru, Singapura, Swedia dan tentu saja Indonesia tidak mau ketinggalan. Di Indonesia terminologi yang dipakai yaitu ekonomi kreatif atau industri kreatif.

Belakangan ini pengembangan dan pembinaan ekonomi kreatif di Indonesia cukup intensif baik oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah. Bahkan pemerintah telah mengeluarkan Inpres No.6/2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif di masa pemerintahan SBY yang ditandai dengan penyelenggaraan pameran virus kreatif—mencakup 14 subsektor industri kreatif—dan pameran pangan nusa 2009 mencakup kreativitas industri pangan Indonesia oleh UKM.

Sektor ekonomi kreatif kemudian berkembang lebih lanjut dengan menambahkan subsektor ekonomi kreatif dari sebanyak 14 subsektor menjadi 16 subsektor. Bahkan pemerintah juga membentuk kelembagaan sektor ekonomi kreatif yakni Badan

Ekonomi Kreatif (Brekrak). Badan ini diharapkan mampu membina dan mengembangkan keenambelas subsektor ekonomi kreatif yang dituangkan dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Adapun ke enam belas subsektor dimaksud adalah sebagai berikut.

1. Industri Periklanan, yaitu: suatu kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu).
2. Industri Arsitektur, yakni: Jasa konsultasi arsitek yang mencakup usaha seperti: desain bangunan, pengawasan konstruksi perencanaan kota.
3. Industri Barang Seni, yakni: kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang seni asli (orisinal), unik dan langka dan berasal dari masa lampau (bekas) yang dilegalkan oleh undang-undang, dan memiliki nilai estetika seni yang tinggi.
4. Industri Kerajinan, yakni: Industri yang menghasilkan produk-produk, baik secara keseluruhan dengan tangan atau menggunakan peralatan biasa, peralatan mekanis. Produk kerajinan tersebut dibuat dari *raw materials* dalam jumlah yang tidak terbatas. Profesi-profesi di bidang industri kerajinan meliputi pembatik.
5. Industri Desain. Dalam kaitannya dengan ekonomi kreatif, akan dikembangkan dalam tiga kelompok disiplin ilmu desain, yaitu: a) Desain industri, b) Desain Grafis/Desain Komunikasi Visual, dan c) Desain Interior.
6. Industri Fesyen adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, dan desain aksesoris mode lainnya.
7. Industri Film, Video dan Fotografi adalah kegiatan yang terkait dengan kreasi, produksi video, film, dan jasa fotografi serta distribusi rekaman video.

8. Industri Permainan Interaktif adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi permainan komputer dan video.
9. Industri Musik adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan musik, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara.
10. Industri Seni Pertunjukan, kegiatan ini berhubungan dengan seni drama, teater dan karawitan, serta tari.
11. Industri Penerbitan dan Percetakan, meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, dan tabloid.
12. Industri Layanan Komputer dan Piranti Lunak, yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi.
13. Industri Televisi dan Radio, yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.
14. Industri Riset dan Pengembangan. Industri kreatif pada riset dan pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.
15. Industri kuliner, yang berkaitan dengan kuliner/masakan/makanan ciri khas Indonesia.
16. Aplikasi dan *game developer*, yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan digitalisasi pada pengembangan aplikasi atau *game*.

Dari uraian di atas, semakin jelas bahwa sektor ekonomi kreatif telah menjadi salah satu agenda pembangunan ekonomi nasional di Indonesia. Namun, karena sektor ekonomi kreatif ini masih dalam tingkat *infant industry*, maka masih banyak masalah yang harus diatasi agar sektor ini mampu berkembang dengan lebih optimal dalam memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi nasional.

### **C. MASALAH YANG DIHADAPI EKONOMI KREATIF**

Permasalahan yang dihadapi sektor ekonomi kreatif dapat dikelompokkan dalam dua kelompok. Kelompok pertama yakni menyangkut permasalahan internal. Dalam kelompok ini, masalah yang dihadapi ekonomi kreatif antara lain meliputi masalah dalam perencanaan, visi dan misi. Dalam kaitan ini sektor ekonomi kreatif masih belum memiliki perencanaan, visi dan misi yang jelas. Hal ini terjadi karena usaha ekonomi kreatif umumnya berbentuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bersifat *income gathering* atau usaha yang hanya menaikkan pendapatan saja. Ciri usaha ekonomi kreatif antara lain sebagai berikut: (1) usaha milik keluarga, (2) teknologi yang digunakan masih relatif sederhana, (3) kualitas SDM yang relatif rendah, (4) kurang memiliki akses permodalan (*bankable*), dan (5) tidak ada pemisahan modal usaha dengan kebutuhan pribadi.

Akibatnya, lembaga-lembaga keuangan tidak dapat memahami dengan jelas bisnis di sektor ekonomi kreatif. Hal ini berimbas terhadap dukungan dari lembaga-lembaga keuangan terkait pembiayaan yang masih rendah ke sektor ekonomi kreatif. Selain hal-hal tersebut, rendahnya dukungan pembiayaan dari lembaga-lembaga keuangan juga disebabkan oleh sifat dari usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif.

Selain itu, usaha-usaha dalam ekonomi kreatif umumnya merupakan usaha-usaha yang masih kecil atau bahkan masih berbentuk ide-ide kreativitas. Usaha-usaha seperti ini umumnya tidak memiliki jaminan (*collateral*) yang dapat digunakan sebagai



jaminan pinjaman. Artinya usaha-usaha ekonomi kreatif ini masih belum bersifat *bankable*. Padahal, pembiayaan bagi usaha-usaha di Indonesia, seperti ekonomi kreatif, umumnya berasal dari sektor perbankan dan mengharuskan adanya jaminan sebagai jaminan pinjaman. Selain belum *bankable*, usaha-usaha ekonomi kreatif juga bersifat *high risk high return, cash flow* yang fluktuatif, serta aset yang bersifat *intangible*.

Walaupun demikian, berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) tahun 2017 menunjukkan bahwa kendala permodalan bukanlah permasalahan utama yang dihadapi oleh sektor ekonomi kreatif. Hal ini terlihat dari indeks survei yang menunjukkan bahwa kendala akses sektor ekonomi kreatif ke sektor perbankan hanya sebesar 17,21 persen sedangkan akses ekonomi kreatif ke sektor non perbankan sebesar 9,63 persen. Total angka ini masih dibawah indeks kendala-kendala lainnya seperti pemasaran dalam negeri 41,89 persen, riset dan pengembangan 37,4 persen, infrastruktur fisik 31,88 persen, dan edukasi 31,56 persen. Semua masalah ini tentu memperlambat upaya perkembangan ekonomi kreatif kini dan mendatang dalam memberikan kontribusinya bagi perekonomian nasional.

Dalam konteks permasalahan eksternal. Sektor ekonomi kreatif masih menghadapi permasalahan. Permasalahan dimaksud antara lain sebagai berikut. Pertama, banyak diantara kita yang belum mengenal dan memahami sektor ekonomi kreatif. Pada umumnya, masyarakat hanya mengetahui hasil-hasil kerajinan sebagai karya yang mengekspresikan suatu budaya atau kebudayaan dan dijual. Bagaimanakemanfaatanyangdapatlangsungdirasakan,seberapabesar rintangan, dan bagaimana mengapresiasi upaya yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif nyaris belum menjadi kepedulian kebanyakan masyarakat. Apalagi perilaku masyarakat Indonesia cenderung masih menomor satukan produk kreatif yang diproduksi dari luar negeri.

Kedua, data potensi maupun kegiatan usaha ekonomi kreatif yang telah ada dan tersebar di berbagai daerah juga belum memadai. Akibatnya, program yang dicanangkan untuk membantu mengoptimalkan sektor ekonomi kreatif masih terkesan seadanya dan belum terfokus pada pengembangan ekonomi kreatif yang memiliki *added value* dan efek ganda bagi perekonomian nasional.

Ketiga, ekonomi kreatif masih menghadapi permasalahan terkait regulasi baik fiscal, non fiscal maupun keuangan. Dalam konteks kebijakan keuangan, misalnya, ada pihak perbankan yang masih membatasi pemberian permodalan kepada ekonomi kreatif sehingga mengambat perkembangan sektor ini. Hal ini, misalnya, bisa dilihat dari peran bank-bank komersial dalam menyalurkan kredit ke pelaku-pelaku usaha ekonomi kreatif di Provinsi NTB. Sebagian besar bank-bank komersial di Provinsi NTB seperti PT BNI, Tbk., PT Bank Tabungan Negara (BTN), Tbk., PT Bank Central Asia (BCA), dan MayBank Indonesia belum menyalurkan kredit ke pelaku-pelaku ekonomi kreatif. Namun, ada juga bank-bank komersial lainnya yang sudah mendukung permodalan seperti PT Bank Mandiri Cabang NTB. PT Bank Mandiri Cabang NTB menyatakan bahwa kredit yang disalurkan oleh Bank Mandiri ke ekonomi kreatif salah satunya melalui Kredit Mitra Karya (KMK).

Masih terkait perbankan, salah satu kendala dari pihak perbankan yang menghambat perkembangan usaha ekonomi kreatif adalah masih tingginya suku bunga kredit yang diterapkan oleh bank-bank komersial. Suku bunga kredit yang diterapkan oleh bank-bank komersial terhadap usaha-usaha ekonomi kreatif (kredit mikro) lebih tinggi dibandingkan sektor-sektor lainnya seperti korporasi, ritel, atau konsumsi. Suku bunga kredit yang diterapkan oleh bank-bank komersial terhadap sektor mikro berkisar antara 18,30 – 20,44 persen. Nilai ini sangat tinggi dibandingkan suku bunga kredit korporasi (10,25 – 11,75 persen), ritel (11,25 – 12,50 persen), konsumsi KPR (10,25 – 12,00 persen), dan konsumsi Non-KPR (8,63 – 17,50 persen).

Suku bunga kredit yang tinggi akan membuat daya saing ekonomi kreatif menjadi rendah.

Dari beberapa contoh permasalahan tersebut di atas, maka upaya untuk mengembangkan ekonomi kreatif belum secara optimal dilakukan. Untuk itu, kebijakan, program dan strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif yang lebih sungguh-sungguh mutlak diperlukan. Jika tidak potensi yang luar biasa dari ekonomi kreatif ini akan terbuang sia-sia. Bahkan mungkin akan meningkatkan jumlah pengangguran, ketimpangan pendapatan dan kemiskinan baru yang selanjutnya akan membuat perekonomian nasional bergerak turun dari *middle income country* menjadi *low income country*.

#### **D. MENGEMBANGKAN EKONOMI KREATIF KINI DAN KE DEPAN**

Dari permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif di atas, kerja keras pemerintah pusat dan daerah sebagai koordinator, regulator dan fasilitator mutlak diperlukan. Pemerintah maupun pemerintah daerah wajib bersinergi untuk mencapai kesepakatan melakukan terobosan sebagai solusi yang bermakna bagi para pelaku ekonomi kreatif. Terobosan merupakan langkah strategis, karena dalam proses pengembangan ekonomi kreatif terutama di daerah merupakan hubungan sistemik dan saling ketergantungan. Paling tidak 10 upaya berikut ini perlu mendapat perhatian. Pertama, peningkatan kualitas sumber Daya Manusia (SDM) yang kreatif dan inovatif. Kedua, peningkatan inovasi dan kreativitas yang berciri keunggulan lokal yang berdaya saing global. Ketiga, penetapan regulasi/kebijakan yang disertai upaya penegakan hukum (*law enforcement*). Keempat, perlunya insentif bagi pengembangan produk ekonomi kreatif. Kelima, dukungan pasar dan pola pengaturannya (ekspor-impor). Keenam, penguatan teknologi dan metode yang ramah lingkungan. Ketujuh, mengembangkan ketersediaan material lokal dan optimalisasi pemanfaatannya. Kedelapan, peningkatan kepercayaan dunia perbankan, lembaga

permodalan, dan dunia usaha. Kesembilan, adanya aksesibilitas dan konektivitas (jejaring). Kesepuluh, mendorong masyarakat yang apresiatif dan mendukung kekayaan intelektual (HKI).

Khusus untuk upaya yang ke sepuluh di atas, pemerintah wajib menumbuhkan kesadaran masyarakat, sehingga mereka semakin menghargai, mengenali, dan bahkan menggali berbagai potensimodal kreativitas yang dimiliki dan ada di dalam masyarakat itu sendiri. Secara fundamental, menjadi kreatif sangatlah penting. Sama pentingnya menjadikan kreativitas sebagai gaya hidup masyarakat, karena kreativitas dapat digunakan untuk mengatasi berbagai masalah. Dengan kata lain, kesadaran masyarakat yang diwujudkan melalui apresiasi terhadap semua potensi ekonomi kreatif akan meningkatkan transaksi ekonomi kreatif. Selain itu, animo masyarakat dapat ditumbuhkan melalui penciptaan ide kreatif yang mengacu pada karakteristik, keunggulan, dan keunikan masing-masing wilayah. Tingkat konsumsi utamanya belanja rumah tangga, ekspor, dan investasi yang tercipta di setiap daerah akan melahirkan budi serta karya yang merefleksikan kultur Indonesia.

Sedangkan untuk skema pembiayaan ekonomi kreatif, skema pembiayaan HAKI merupakan salah satu alternatif pembiayaan yang cocok untuk mengembangkan usaha-usaha di sektor ekonomi kreatif. Hal ini disebabkan usaha-usaha pada sektor ekonomi kreatif, awalnya masih berbentuk ide-ide yang dapat dinyatakan dalam bentuk HAKI. Berbeda halnya dengan usaha-usaha ekonomi kreatif yang sudah mapan. Usaha ini pasti sudah mempunyai asset yang bisa dijadikan sebagai jaminan pinjaman ke bank.

Selain skema pembiayaan HAKI, alternatif pembiayaan lainnya yang juga bisa diterapkan yakni skema pembiayaan modal ventura dan skema pembiayaan melalui hibah. Alternatif skema pembiayaan modal ventura merupakan pembiayaan dalam bentuk kerja sama antara dua orang atau lebih dalam jangka waktu tertentu. Skema pembiayaan ini sejatinya merupakan skema yang ditujukan untuk mendukung

pengembangan wirausaha baru dan produk-produk inovasi dengan profil resiko usaha yang tinggi dan kebutuhan pendanaan yang besar. Dalam konteks ini, diperlukan penyempurnaan regulasi bisnis dana ventura di antaranya dalam hal konsolidasi sumber dana ventura melalui *venture fund*, insentif bagi investor modal ventura, lembaga penjaminan bisnis, serta aspek pendampingan melalui penyempurnaan regulasi yang ada saat ini. Pembiayaan yang bersumber dari modal dana ventura diharapkan lebih mendukung pengembangan wirausaha pemula dan produk-produk inovasi termasuk industri kreatif.

Skema pembiayaan melalui hibah khusus bagi industri kreatif juga perlu dikaji kemungkinan penerapannya sebagaimana yang telah dilakukan negara lain. Peran pemerintah dalam mendukung pembiayaan kelompok industri kreatif tertentu, misalnya yang berorientasi pada preservasi seni dan budaya, saat ini dirasakan masih sangat minim. Belum tersedia skema pembiayaan yang mampu memberikan investasi berkelanjutan bagi pengembangan aktivitas seni pertunjukan. Bantuan pendanaan bagi seni pertunjukan pada umumnya bersumber dari pemerintah, donor lembaga asing, institusi nirlaba (LSM), individu, dan perusahaan swasta, masih berupa *one-off donation* dan insidental.

## **E. PENUTUP**

Sektor ekonomi kreatif mutlak harus mendapat perhatian. Hal ini karena sektor ini memiliki peranan penting terhadap perekonomian nasional. Namun upaya mengembangkan sektor ekonomi kreatif kini dan mendatang masih menghadapi permasalahan. Pertama, penetapan 16 subsektor ekonomi kreatif belum diiringi upaya penyiapan yang sistemik, khususnya pada tataran regulasi dan infrastruktur penunjang. Artinya, sebagian besar pemerintah daerah belum menyadari keberadaan ekonomi kreatif sebagai suatu talenta baru yang dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi dan bahkan memicu daya saing daerah.

Kedua, kehadiran ekonomi kreatif sebagai wujud ide kreatif-inovatif masyarakat dan manfaat keekonomiannya, belum mampu menstimulasi pemerintah daerah khususnya untuk segera merespons melalui pengaturan dan penataan serta pengembangan usaha dan produk-produk kreatif yang mampu memberikan nilai tambah ekonomi dan nilai kemanfaatan yang dapat langsung dirasakan masyarakat.

Ketiga, diversifikasi budaya dan potensi wilayah yang spesifik dan sangat variatif telah mendorong masyarakat untuk melakukan usaha-usahadan menghasilkan produk-produk kreatif. Hanya saja, pemerintah daerah belum melakukan upaya yang dapat terjangkau untuk mengangkat keunggulan, budaya, dan karakteristik wilayahnya, sehingga dapat menstimulasi lahirnya kewirausahaan lokal yang berkontribusi bagi pertumbuhan perekonomian daerah dan turut memicu daya saing daerah, bahkan nasional.

Berbagai pembenahan dan penataan ekonomi kreatif menjadi kebutuhan yang harus segera dilakukan. Komitmen dan tindakan pemerintah pusat maupun pemerintahan daerah secara bersama-sama harus didasari aspirasi dan kebutuhan para pemangku kepentingan ekonomi kreatif. Di sisi lain, apresiasi masyarakat menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan peningkatan daya saing daerah melalui ekonomi kreatif.

Dalam upaya peningkatan daya saing daerah melalui ekonomi kreatif, pemerintah pusat bersama-sama dengan pemerintahan daerah (provinsi maupun kabupaten/kota) agar memperhatikan beberapa hal seperti mengidentifikasi dan menginventarisasi usaha-usaha dan jenis produk ekonomi kreatif yang ada dan berkembang di wilayah provinsi dan kabupaten/kota, mengkaji ulang, menata kembali, dan mencabut regulasi/kebijakan yang menghambat peningkatan daya saing daerah melalui produk-produk hasil ekonomi kreatif, khususnya dalam hal penyediaan bahan baku, impor, dan ekspor, melakukan pengembangan kapasitas (*capacity building*) khususnya

bagi para pemangku kepentingan (*stakeholders*) ekonomi kreatif dari berbagai jenis komoditas perdagangan yang dihasilkan melalui ide dan pemikiran kreatif, mendorong dan memfasilitasi pemberian kredit untuk pengembangan usaha di bidang ekonomi kreatif melalui skema pendanaan yang murah, mudah, dan aman, mempromosikan dan memfasilitasi pemasaran produk-produk ekonomi kreatif di daerahnya melalui kerjasama daerah dan/atau optimalisasi jaringan usaha di daerah, serta mendorong para pelaku ekonomi kreatif untuk mendaftarkan produk kreatifnya agar mendapatkan Paten atau Hak Kekayaan Intelektual (HKI), sehingga dapat memberikannilai tambah.

Demikian pula, pemanfaatan internet oleh ekonomi kreatif perlu didorong da didukung. Hal ini untuk memudahkan ekonomi kreatif melakukan pemasaran dengan tujuan pasar yang lebih luas, sehingga peluang menembus ekspor terbuka luas. Disamping itu dapat menurunkan biaya transaksi. Dengan semakin rendahnya biaya transaksi, maka harga produk dapat lebih bersaing sehingga meningkatkan daya beli masyarakat terhadap produk sektor ini. Singkatnya, kontribusi teknologi informasi seperti jaringan internet berperan penting dalam mengenalkan dan memasarkan produk industri kreatif. Tentu masih banyak lagi upaya yang harus didetailkan untuk mengembangkan ekonomi kreatif kini dan ke depan. *Political will is necessary, but political action is a must.*





# INDEKS

## A

aplikasi dan *game developer*, 34, 90, 135  
arsitektur, 12, 15, 19, 33, 54, 56, 58, 59, 62, 68, 74, 79, 90, 91, 134  
ASEAN, 4, 37, 38, 66, 85, 93, 95

## B

badan ekonomi kreatif, 12, 33, 39, 67, 78, 81, 93, 112, 134, 137  
*bankable*, 111, 112, 136, 137  
barang seni, 33, 56, 59, 62, 68, 96, 134  
bobot risiko, 121  
*branding*, 14, 41

## C

*capital*, 114  
*character*, 114  
*collateral*, 112, 114, 136  
*condition of economic*, 114  
*cost-based model*, 121, 122  
*creative economy*, 8, 10, 11, 17, 21, 23

## D

*database*, 32, 83  
daya saing, 3, 29, 31, 32, 35, 36, 37, 43, 46, 47, 48, 66, 79, 80, 81, 82,

90, 92, 94, 97, 105, 113, 117, 139, 142  
debitur, 100, 114, 115, 119, 120, 126  
desain, 12, 19, 33, 54, 56, 59, 61, 62, 68, 69, 74, 75, 80, 90, 93, 96, 118, 134  
*discount rate*, 123

## E

ekspor, 1, 2, 3, 14, 15, 16, 17, 21, 22, 23, 25, 30, 41, 42, 43, 44, 46, 48, 62, 63, 65, 68, 69, 77, 79, 81, 85, 90, 91, 93, 94, 96, 97, 103, 132, 139, 140, 142, 143  
evolusi, 14, 71

## F

*fashion*, 18, 33, 54, 55, 56, 60, 62, 64, 65, 68, 89, 90, 105, 133  
fidusia, 120, 125, 126, 127  
film, video dan fotografi, 30, 34, 132, 134

## G

global, 2, 9, 14, 15, 21, 36, 37, 40, 43, 47, 54, 62, 65, 66, 76, 77, 81, 82, 85, 139

**H**

hak cipta, 79, 102, 118, 120, 121, 122, 127  
 hak kekayaan intelektual, 4, 49, 64, 79, 80, 85, 103, 113, 118, 143  
*head to head*, 116  
*humanware*, 104

**I**

*immaterial*, 118, 125  
 impor, 3, 30, 44, 48, 65, 96, 132, 139, 142  
*income-based model*, 121  
*income gathering*, 111, 136  
 industri kerajinan, 33, 40, 134  
 industri kreatif, 4, 5, 6, 14, 34, 41, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 105, 106, 116, 118, 119, 120, 128, 131, 133, 135, 141, 143  
 industri pariwisata, 72, 78  
 inovasi, 6, 14, 43, 47, 53, 54, 57, 63, 64, 66, 69, 73, 79, 82, 84, 93, 94, 96, 97, 102, 127, 128, 139, 141  
 inovatif, 32, 34, 43, 47, 66, 74, 82, 85, 97, 135, 139, 142  
*intangible*, 112, 137  
*intellectual capital*, 57, 82  
 internet, 5, 49, 61, 66, 102, 103, 104, 143  
 investasi, 30, 32, 46, 76, 77, 92, 93, 99, 113, 128, 132, 140, 141  
 investor, 6, 73, 113, 127, 141

**K**

kerajinan, 4, 12, 33, 45, 54, 56, 59, 60, 62, 65, 68, 72, 79, 80, 84, 85, 91, 96, 105, 134, 137  
*knowledge economy*, 16, 35  
 komparatif, 35, 36  
 kompetensi, 32, 70, 71, 72  
 kompetitif, 36, 71, 80  
 kreativitas, 7, 10, 11, 12, 14, 32, 43, 45, 47, 53, 54, 55, 57, 58, 63, 64, 65, 66, 69, 70, 72, 74, 78, 81, 83, 84, 85, 90, 93, 94, 97, 105, 106, 112, 118, 133, 136, 139, 140  
 kredit, 4, 48, 64, 98, 99, 100, 101, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 125, 138, 139, 143  
 kriya, 12, 18, 40, 69, 72, 73, 91, 93  
 kuliner, 4, 12, 18, 34, 60, 69, 79, 85, 91, 93, 96, 98, 105, 135

**L**

layanan komputer dan piranti lunak, 34, 57, 91, 135  
 lembaga keuangan, 112, 136

**M**

*market-based model*, 121, 122  
 media sosial, 41, 63, 92  
 mikro, 2, 4, 5, 35, 41, 58, 74, 91, 99, 100, 105, 111, 116, 117, 136, 138  
 modal, 6, 7, 10, 45, 57, 64, 82, 83, 84, 94, 101, 102, 111, 113, 114, 120, 127, 128, 136, 140, 141  
*multiplier effect*, 30, 45, 132  
 musik, 4, 12, 19, 34, 40, 54, 56, 59, 61, 62, 68, 74, 75, 77, 85, 89, 91, 102, 135

## **N**

nilai asuransi, 120  
nilai likuidasi, 120  
nilai pasar, 120, 122  
nilai tambah, 4, 8, 10, 11, 12, 15, 16,  
30, 47, 49, 53, 65, 72, 79, 80, 84,  
94, 97, 111, 131, 141, 142, 143  
nilai wajar, 120

## **O**

*option model*, 121, 125  
otoritas jasa keuangan, 113

## **P**

pameran, 80, 90, 91, 133  
*payment*, 115  
PDB, 2, 4, 8, 9, 13, 15, 16, 17, 19, 20,  
24, 25, 37, 38, 41, 69, 73, 74, 78,  
81, 85, 86, 91, 93, 95, 132  
pemasaran, 4, 5, 32, 40, 41, 48, 60,  
65, 80, 92, 103, 105, 112, 137, 143  
pembiayaan, 5, 6, 81, 94, 97, 98, 99,  
100, 111, 112, 113, 116, 117, 118,  
119, 120, 121, 127, 128, 136, 137,  
140, 141

penilaian, 114, 120, 121, 123, 124,  
125  
penerbitan dan percetakan, 34, 56,  
135  
periklanan, 12, 33, 54, 56, 59, 61, 62,  
68, 79, 91, 101, 134  
permainan interaktif, 34, 41, 56, 62,  
68, 91, 135  
produk, 3, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 15, 16, 17,  
22, 23, 29, 30, 32, 33, 34, 40, 41,  
42, 44, 45, 47, 48, 49, 54, 56, 59,  
60, 65, 66, 69, 71, 72, 74, 77, 78,  
79, 80, 84, 85, 90, 92, 93, 94, 95,  
96, 97, 101, 102, 103, 104, 105,  
106, 118, 128, 134, 135, 137, 139,  
141, 142, 143  
promosi, 4, 40, 41, 48, 59, 72, 76, 77,  
79, 80, 84, 143  
*prospect*, 64, 90, 111  
*purpose*, 115

## **R**

riset dan pengembangan, 34, 40, 57,  
72, 91, 112, 135, 137



## TENTANG EDITOR



**Prof. Carunia Mulya Firdausy, MAE, Ph. D., APU.** adalah Profesor Riset Bidang Ekonomi Lembaga Ilmu Pengetahuan (LIPI) dan Guru Besar Ilmu Ekonomi Universitas Tarumanagara (UNTAR). Lahir di Jakarta pada tanggal 30 Desember 1957. Gelar Sarjana diperoleh dari Fakultas Pertanian, Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 1981. Kemudian melanjutkan ke jenjang *Master Degree di bidang Agricultural Development Economics (MAE)* dari *Australian National University, Canberra, Australia* pada tahun 1986. Kemudian meraih Ph.D bidang Ilmu Ekonomi dari *University of Queensland, St. Lucia, Brisbane-Australia* pada tahun 1992. Tahun 1995-1996, menjadi Staf Ahli Khusus Menteri Sekretaris Negara dalam pembuatan materi Pidato Presiden RI bidang Ekonomi. Kemudian tahun 1997-2001 menjadi Kepala Pusat Penelitian Ekonomi-LIPI. Tahun 2001-2002 menjadi Staf Ahli bidang Ekonomi, Dewan Ketahanan Nasional. Tahun 2005-2010 menjadi Deputy Menteri Riset dan Teknologi (Ristek) pada Bidang Dinamika Masyarakat dan *President of Non-Align Movement for Science and Technology (NAM)*, serta *Chairman of ASEAN Committee on Science and Technology (ASEAN-COST)*.

Pengabdianannya dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ekonomi mencakup antara lain: (a) penelitian dalam bidang ekonomi pembangunan, makro ekonomi dan ekonomi internasional Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI); (b) Konsultan penelitian *Asian Development Bank (ADB)*, *United Nation for Economic and Social for Asia and Pacific (UN-ESCAP)*, *International Labour Organization (ILO)*, UNDP, UNCTAD, UNSFIR, ISEAS, ISIS, dan *World Bank*; (c) Dosen dan pembimbing mahasiswa program S-1, S-2, dan S-3, untuk mahasiswa di beberapa Universitas seperti UI, IPB, UNPAD, dan UNTAR; (d) Mitra Bestari Buletin Ilmiah Perdagangan, Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik, Sekretariat Jenderal DPR-RI dan Jurnal Standarisasi, BSN; (e) Redaktur Jurnal Ekonomi UNTAR dan Jurnal Ekonomi dan Pembangunan LIPI; (f) sejak tahun 2008 menjadi *Editorial Member of Journal of Social and Economic Science*, *International Journal of Development Research and Quantitative Techniques* dan *International Journal of Economics and Business Studies*, New York, AS; (g) Editor dari berbagai Jurnal Ekonomi; (h) Penyunting dari berbagai buku dan prosiding bertemakan ekonomi; dan (i) *Coordinator East Asian Development Network (EADN)* untuk Indonesia dan anggota *Think Tank Asian Development Bank (ADB)* sejak tahun 2010.

Berbagai karya ilmiah baik dalam bentuk jurnal telah diterbitkan antara lain dalam *Review of Asian Development Bank (ADB)*, *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, *Institute for Southeast Asian Studies (ISEAS)*, ILO, dan UN ESCAP. Demikian pula dengan buku hasil penelitian yang diterbitkan oleh UN ESCAP, ILO, UNSFIR, UNDP dan ADB serta penerbit internasional lainnya. Alamat email yang dapat dihubungi adalah [cmfirdausy@gmail.com](mailto:cmfirdausy@gmail.com) dan [carunia\\_firdausy@yahoo.com](mailto:carunia_firdausy@yahoo.com).

## TENTANG PENULIS

**Ari Mulianta Ginting** adalah Peneliti Muda bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik dengan bidang konsentrasi Ekonomi Terapan. Lahir di Jakarta, 2 Mei 1981. Pendidikan Sarjana Manajemen Keuangan diselesaikan di Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia pada tahun 2006. Magister Ilmu Ekonomi diperoleh dari Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia pada tahun 2008 dengan kekhususan Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi Ekonomi Moneter. Tahun 2017 memulai kuliah Doktor Ilmu Ekonomi dengan Konsentrasi *Public Policy* di Universitas Trisakti. Bekerja di Sekretariat Jendral Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) RI mulai tahun 2009 sebagai Peneliti Muda Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik dengan konsentrasi kepakaran Kebijakan Ekonomi pada Pusat Penelitian. Penulis juga bekerja sebagai Dosen Honorer sejak tahun 2008 hingga sekarang untuk Program Studi Ilmu Ekonomi Studi Pembangunan, Fakultas Ekonomi, Universitas Katholik Atmajaya, Jakarta. Penulis juga bekerja sebagai Dosen Tetap Fakultas Ekonomi di Universitas Pelita Harapan. Penulis dapat dihubungi melalui alamat e-mail: [ari.ginting@dpr.go.id](mailto:ari.ginting@dpr.go.id)

**Edmira Rivani** menyelesaikan studi S-1 pada Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Padjadjaran, dan melanjutkan pendidikan Pasca Sarjana (S-2) pada Jurusan Statistika Terapan, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Padjadjaran. Bekerja di Sekretariat Jenderal DPR RI mulai tahun 2009 sebagai Peneliti Ekonomi dan Kebijakan Publik di Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI). Tahun

2011 penulis terlibat dalam penyusunan dan pembahasan RUU tentang Tabungan Perumahan Rakyat, kemudian pada tahun 2015 penulis terlibat dalam penyusunan RUU tentang Minyak dan Gas. Beberapa topik penelitian tentang ekonomi dan kebijakan publik telah dilakukan penulis seperti: Kebijakan Sektor Pertanian dan Pemberdayaan Petani, Pembiayaan dalam Perumahan Rakyat: Studi Implementasi Rancangan Undang-undang tentang Tabungan Perumahan Rakyat, Pembentukan Kawasan Pariwisata Khusus dalam Rangka Meningkatkan Kinerja Pariwisata Nasional, Evaluasi Pelaksanaan Kebijakan Pembangunan Daerah Otonomi Baru, Strategi Kebijakan Pengendalian Inflasi di Daerah Pasca Kebijakan Baru Subsidi Bahan Bakar Minyak (BBM), dan lain-lain. Penulis juga menghasilkan beberapa karya tulis ilmiah tentang ekonomi dan kebijakan publik telah dihasilkan seperti: Perubahan Struktur Ekonomi Tenaga Kerja dan Analisis *Multidimensional Scaling* (MDS) dalam Mengelompokkan Penyerapan Tenaga Kerja di Berbagai Provinsi (2014), Peningkatan Daya Saing Industri Indonesia dalam Menghadapi ASEAN *China Free Trade Area* (2015), Peran Sektor Pertanian dalam Pembangunan Berkelanjutan (2015), dan lain-lain. Penulis dapat dihubungi melalui *e-mail*: [edmira.rivani@dpr.go.id](mailto:edmira.rivani@dpr.go.id) atau [rif\\_green@yahoo.com](mailto:rif_green@yahoo.com)

**Juli Panglima Saragih** lahir di Kota Tebingtinggi, Sumatera Utara, tanggal 21 Juli 1964. Telah menikah dan memiliki satu anak. Saat ini bekerja sebagai pegawai negeri sipil Golongan IVC dengan jabatan fungsional Peneliti Madya Bidang Ekonomi dan Kebijakan Publik di Pusat Penelitian Sekretariat Jenderal dan Badan Keahlian DPR RI. Pendidikan formal yang sudah ditempuh adalah Sarjana (S-1) dari FISIP Universitas Negeri Padjadjaran Bandung Tahun 1988. Pascasarjana (S-2) Magister Manajemen (MM) dari Universitas Nusantara Jakarta, tahun 1999. Penulis juga aktif menulis di surat kabar nasional dan daerah, dan beberapa majalah dalam negeri. Menulis buku tentang: 'Desentralisasi Fiskal' yang diterbitkan oleh



Penerbit Ghalia Indonesia (GI), Jakarta (2003) dan buku lainnya. Aktif melakukan penelitian di dalam negeri, dan mengikuti berbagai seminar, pendidikan dan pelatihan yang berkaitan dengan jabatan peneliti dan keparlememen. Anggota Tim Ahli Pansus UU, seperti: Pansus UU Anti Monopoli, UU Perlindungan Konsumen, UU Pertambangan Mineral dan Batu Bara, dan UU Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, UU Perindustrian, UU Perkoperasian, UU Lembaga Keuangan Mikro, UU Perasuransian, RUU Permusikan. Kunjungan kerja ke luar negeri dalam rangka studi komparasi/perbandingan dan mengikuti *training* tentang keparlemenan, demokrasi, dan keuangan negara/publik, seperti ke Amerika Serikat (2000) & (2008), Australia (2006), India (2004), Filipina, Thailand, dan Vietnam (1999), Kanada (2011). Tim pembuatan (perancangan dan penyusunan) RUU tentang Minyak dan Gas Bumi. Tim Penyusun Laporan Kinerja DPR RI (2004-2009); (2009-2014); dan (2014-2019).

**Dewi Wuryandani** menyelesaikan studi S-1 pada Jurusan Teknik Kimia, Fakultas Teknologi Industri di Universitas UPN “Veteran” Yogyakarta dan melanjutkan pendidikan Pasca Sarjana pada jurusan Keuangan Manajemen Ekonomi-Magister Ekonomi Universitas Gadjah Mada di Yogyakarta. Bekerja di Sekretariat Jenderal DPR RI mulai tahun 2009 sebagai Peneliti Ekonomi dan Kebijakan Publik di Pusat Pengkajian Pengolahan Data dan Informasi (P3DI). Beberapa topik penelitian tentang ekonomi dan kebijakan publik telah dilakukan penulis seperti: Pembangunan Daerah Tertinggal (2011), Sistem dan Prosedur Pajak Daerah dan Retribusi Daerah (2011), Kebijakan Pemerintah Daerah dalam Meningkatkan Volume Perdagangan Non Migas (2012), Industri Kreatif (2012), Kawasan Pariwisata Khusus (2013), Membangun Iklim Investasi dalam Menggerakkan UMKM (2013) serta Evaluasi Pelaksanaan Kebijakan Pembangunan Daerah Otonomi Baru (2014). Kebijakan Pemerintah dalam Meningkatkan Daya Saing Melalui Perdagangan Internasional (2015), Pemerintah dalam meningkatkan

Daya Saing Produk Pangan Lokal (2015), Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah dalam Mendukung Perekonomian Nasional (2016), Persepsi Masyarakat terhadap Kinerja Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia Periode Keanggotaan 2014-2019 (2016), dan Kebijakan dan Strategi Pengembangan Kewirausahaan dalam Menghadapi Persaingan Bebas (2017).

**Rasbin, S.TP, M.S.E.** menyelesaikan pendidikan S-1 Teknologi Pertanian Departemen Teknologi Industri di Pertanian Institut Pertanian Bogor (IPB) pada tahun 2004, pendidikan Master Sains (S-2) Ekonomi Program Pascasarjana Ilmu Ekonomi di Universitas Indonesia pada tahun 2008. Saat ini penulis sedang menyelesaikan Doktoral Ilmu Ekonomi di Universitas Indonesia dan menjabat sebagai Peneliti Muda Ekonomi Terapan pada Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR-RI. Beberapa karya tulis ilmiah yang telah dipublikasikan melalui jurnal dan buku antara lain: “Desentralisasi Fiskal dan Stabilitas Makroekonomi: Studi Kasus di Indonesia” (2016), “Hubungan Kausal Dinamis Antarvariabel Makroekonomi di Indonesia dalam Kajian Krisis Ekonomi sebagai Kejutan Eksternal” (2015), dan “*Early Warning System* Krisis Keuangan di Indonesia: Tinjauan Teori dan Empiris Model-model Parametrik” (2015).