

ABSTRAK

Pelembagaan ekonomi kreatif di Indonesia telah berlangsung sejak tahun 2006 dalam program “Indonesia Design Power”. Perkembangan ekonomi kreatif Indonesia kemudian dilembagakan di bawah instansi pemerintah dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di tahun 2011. Banyak prestasi yang telah diraih. Aktivitas ekonomi kreatif berbasis industry kreatif ini member kontribusi besar dalam PDB nasional Indonesia. Lebih dari itu, industry kreatif juga berpotensi menjadi sector terkuat berbasis sumber daya terbarukan yang menyumbang nilai ekspor tinggi dalam kinerja perdagangan internasional Indonesia di masa depan.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisa apa saja yang menjadi alasan naiknya kinerja perdagangan internasional Indonesia pasca pelembagaan ekonomi kreatif. Berdasarkan data yang dikumpulkan, penyebab terjadinya kenaikan kinerja tersebut adalah karena meningkatnya produksi dan konsumsi produk-produk kreatif Indonesia atas fungsi pelembagaan ekonomi kreatif sebagai fasilitator pasar internasional dan inisiator kerjasama internasional bidang ekonomi kreatif.

Kata Kunci: pelembagaan ekonomi kreatif, industry kreatif, perdagangan internasional.

ABSTRACT

The institutionalization of creative economy in Indonesia has been implemented since 2006 through the program “Indonesia Design Power”. The development of Indonesia’s creative economy was then legally institutionalized under Ministry of Tourism and Creative Economy in 2011. Many achievements have been obtained. The activity of creative economy based on creative industry has paid great contribution in national income. Moreover, it’s likely potential to be the strongest sector of renewable resources supporting the high value of export within the performance of international trade of Indonesia in the future.

This article seeks to identify what reason that caused the increase of Indonesia’s international trade performance after the creative economy institutionalization. From the collected data, the cause was based on the increase of production and consumption of Indonesia’s creative products upon the functions of creative economy institutionalization as a facilitator of international market and as an initiator of international cooperation on creative economy.

Key words: *creative economy institutionalization, creative industry, international trade.*