

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

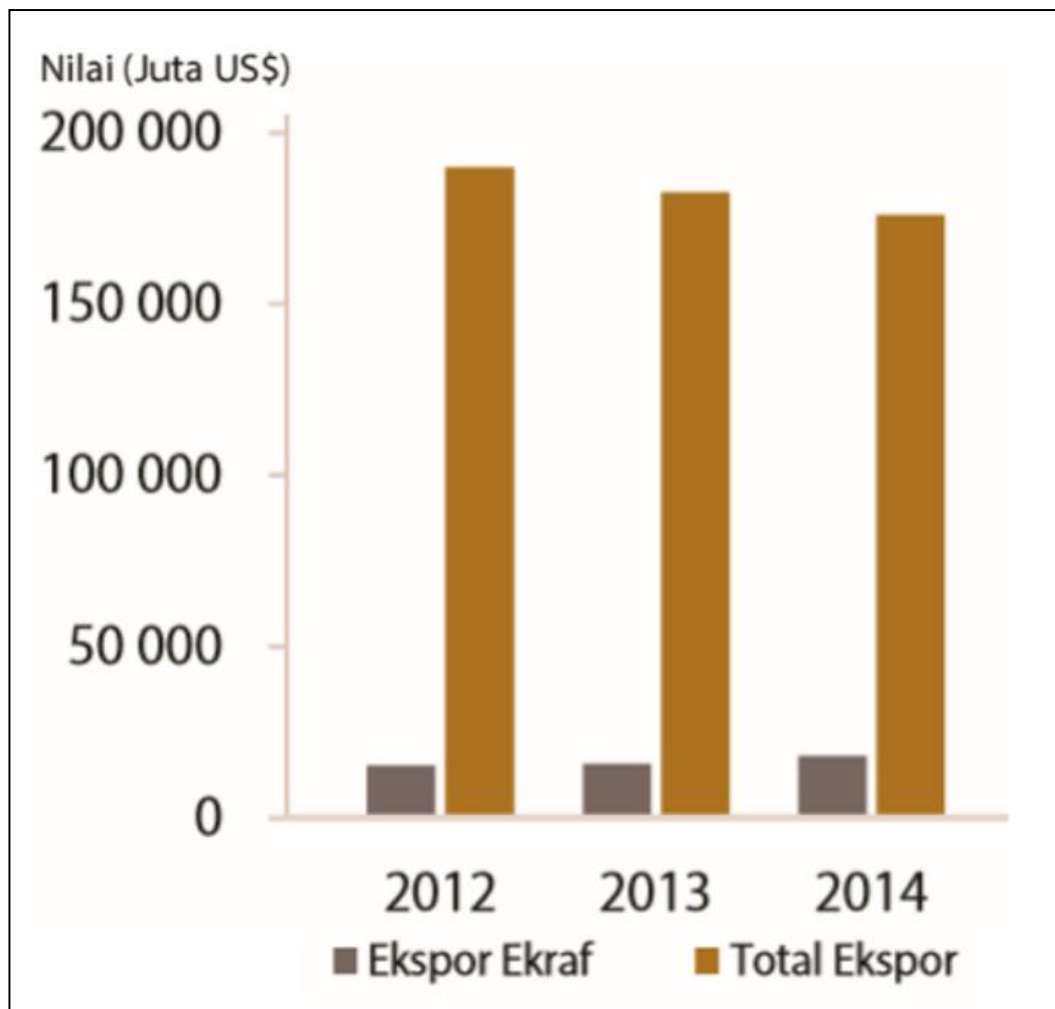
Pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu era informasi, kemudia disusul oleh era kreatif atau dalam istilah lain adalah Ekonomi Kreatif. Istilah “Ekonomi Kreatif” mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai US\$ 414 miliar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat, melampaui ekspor sektor lainnya, seperti otomotif, komputer, dan pesawat terbang. Howkins secara sederhana mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.

Pada era ekonomi kreatif pola kerja, pola produksi, dan pola distribusi menjadi lebih efektif dan efisien. Penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti internet dengan segala ekosistemnya, jaringan yang semakin terbuka saling terhubung, serta perangkat teknologi yang mengakomodasi setiap kegiatan ekonomi. Globalisasi di bidang media dan hiburan juga telah mengubah karakter, gaya hidup, dan perilaku masyarakat

menjadi lebih kritis dan lebih peka terhadap selera, sehingga pasar menjadi semakin luas..

Rilis di dalam *Creative Economy Report (2010)* yang dipublikasikan oleh *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* ekonomi kreatif didefinisikan sebagai sebuah konsep yang bergerak dan tumbuh berdasarkan aset kreatif yang berpotensi meningkatkan produktivitas ekonomi dan pembangunan. Ekonomi kreatif memanfaatkan kreativitas, teknologi, budaya dan inovasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan. Sektor ini menghasilkan pendapatan melalui perdagangan (ekspor) dan hak kekayaan intelektual, serta menciptakan lapangan kerja baru dengan keterampilan kerja yang lebih tinggi, terutama untuk usaha kecil dan menengah. Dengan kemajuan teknologi terutama revolusi digital, pendidikan dan inovasi, industri berbasis pengetahuan dan kreatif telah muncul sebagai salah satu sektor dinamika ekonomi global. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap pembangunan inklusif semakin meningkat dan mendukung baik ditingkat nasional maupun global UNCTAD (2015).

Selama tahun 2012 sampai 2014, nilai ekspor Indonesia cenderung terus mengalami penurunan. Namun sebaliknya ekspor komoditas ekonomi kreatif Indonesia (yang selanjutnya disebut ekraf) cenderung terus mengalami peningkatan.



GAMBAR 1. 1
 Perkembangan Nilai Ekspor Ekraf dan Ekspor Total 2012–2014
 Sumber: Badan Pusat Statistika (2017)

Tahun 2012 nilai ekspor ekonomi kreatif mengalami kenaikan setiap tahunnya, hingga mencapai US\$18,16 miliar pada tahun 2014. Jika nilai ekspor ekonomi kreatif Indonesia terus meningkat, maka lambat laun ekspor Indonesia secara total tentu juga akan meningkat. Sehingga tidak berlebihan jika dikatakan bahwa ekspor ekraf Indonesia di masa yang akan datang merupakan salah satu potensi besar yang bisa diharapkan mampu mendorong kembali peningkatan ekspor Indonesia secara keseluruhan.

Di beberapa negara, ekonomi kreatif memainkan peran signifikan. Inggris merupakan negara pelopor pengembangan ekonomi kreatif. Menurut *Department for Digital, Culture, Media, and Sport* (DCMS) United Kingdom (2017), pada 2014, industri kreatif Inggris tumbuh sebesar 8,9%. Angka ini hampir dua kali lipat dari rata-rata pertumbuhan ekonomi negara tersebut secara keseluruhan. Antara tahun 2010 dan 2015, nilai tambah bruto industri kreatif meningkat 34% dibandingkan dengan ekonomi secara keseluruhan sebesar 17,4% pada periode yang sama. Industri kreatif menyumbang £ 87,4 miliar untuk ekonomi Inggris pada tahun 2015, setara dengan hampir £ 10 juta untuk setiap jamnya. Di tahun 2016, terdapat sekitar 3,04 juta pekerjaan ekonomi kreatif di Inggris. Ekspor industri kreatif Inggris mencapai £ 21,2 miliar. Industri ini menyumbang 9,4% dari ekspor secara keseluruhan, dan tumbuh sebesar 44,3% antara tahun 2010 dan 2015.

Di Korea Selatan, industri kreatif telah menjadi motor penggerak perekonomian sejak tahun 2007. Industri *video game* dan *Korean Wave* telah menjadi dua sektor budaya terpenting di industri kreatif Korea Selatan. Korea Selatan mengeksport *game* seharga US\$ 102 juta pada tahun 2000. Sepuluh tahun kemudian, negara tersebut mengeksport *game* seharga US\$ 1,6 miliar. Selama periode 2000-2010, ekspor meningkat 15,7 kali dan pada tahun 2014, ekspor industri ini mencapai US\$ 2,9 miliar. Industri *video game* Korea Selatan telah memperoleh status sebagai kekaisaran di sektor budaya dan merupakan salah satu produk budaya ekspor Negeri Ginseng yang paling signifikan (Jin, 2012). Sementara itu *Hallyu/Korean Wave* atau Gelombang Korea merupakan

istilah yang berarti tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia. Gelombang Korea mengacu pada fenomena hiburan Korea dan budaya populer yang bergulir di seluruh dunia dengan musik pop (*K-Pop*), drama TV, dan film. Ekspor industri ini mencapai US\$ 1.373 juta di tahun 2006, dan meningkat lebih dari tiga kali lipat menjadi US\$ 4.302 juta di tahun 2011. Ekspor industri konten melebihi US\$ 5.000 juta pada tahun 2014 karena pertumbuhannya yang terus berlanjut didorong oleh ledakan produk budaya pop Korea secara global. Statistik lain menunjukkan efek *Korean Wave* terhadap perdagangan jasa. Neraca perdagangan jasa *personal, cultural, and recreational services* Korea membukukan surplus untuk pertama kalinya di tahun 2012, yaitu US\$ 86 juta (UNCTAD, 2017).

Melemahnya pertumbuhan ekonomi Indonesia akhir-akhir ini salah satunya disebabkan oleh menurunnya nilai ekspor Indonesia akibat penurunan harga komoditas andalan ekspor Indonesia di pasar internasional seperti batu bara, kelapa sawit, karet dan mineral. Pengembangan ekspor ekonomi kreatif yang berbasis pada sumber daya terbarukan yaitu ide, kreativitas, dan inovasi dari sumber daya manusia serta berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi berpotensi besar mendorong kembali pertumbuhan ekonomi Indonesia.

TABEL 1. 1
 Nilai Ekspor Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor 2014-2016 (Ribuan USD)

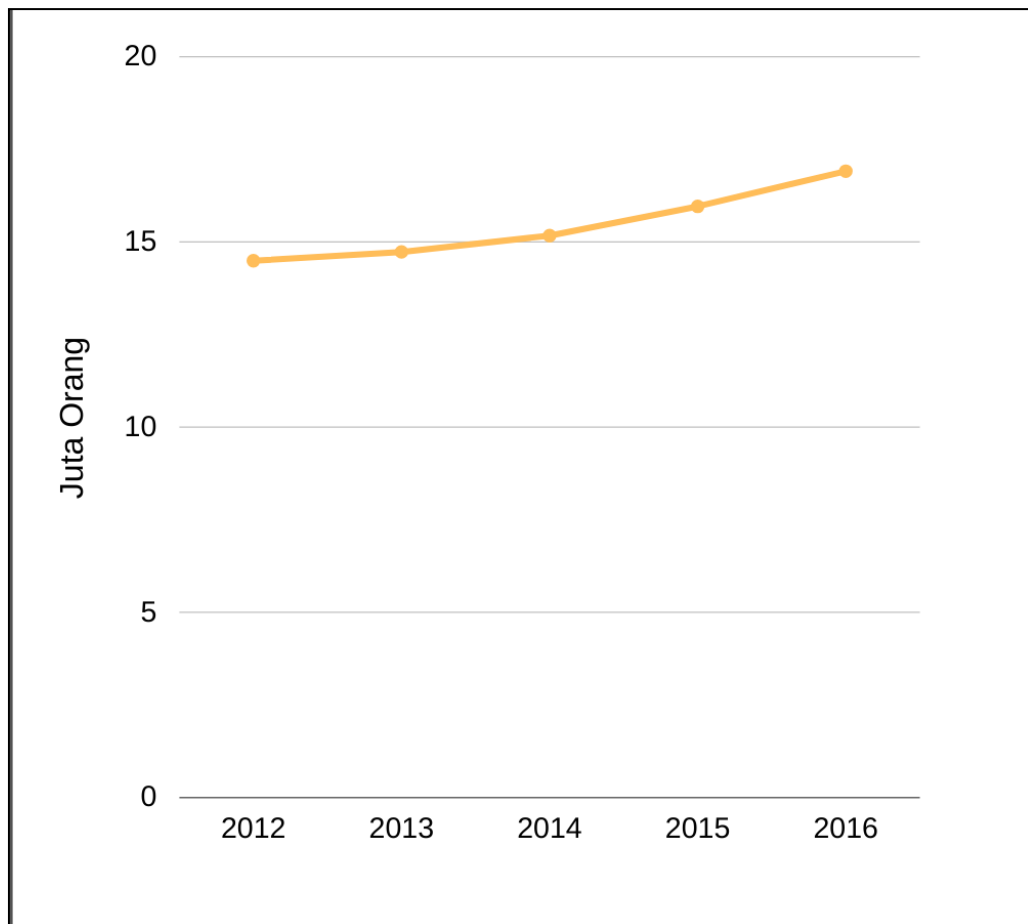
Subsektor	2012	Tahun 2013	2014
Kuliner	594,239,465	863,166,325	960,895,372
Fesyen	8,584,325,102	10,356,882,421	10,084,407,505
Kriya	4,294,196,774	4,390,189,552	4,358,484,667
Penerbitan	28,602,746	22,210,719	21,200,049
Musik	14,634	2,475	20,399
Seni rupa	5,631,904	8,943,725	14,573,648
FADV	0	5,353,434	0

Sumber: Badan Pusat Statistika dan Bekraf (2016)

Berdasarkan tabel, tidak semua komoditas subsektor-subsektor ekraf ada dalam seri data ekspor Indonesia. Selama periode 2010–2016 hanya ada tujuh subsektor ekraf yang komoditasnya diekspor ke luar negeri yaitu kuliner; fesyen; kriya; penerbitan; musik; seni rupa; dan film, animasi dan video. Dari ke tujuh subsektor tersebut, 90 persen lebih merupakan ekspor komoditas fashion dan kriya, sekitar enam persen adalah ekspor komoditas subsektor kuliner dan sisanya adalah ekspor dari komoditas subsektor penerbitan; seni rupa; musik; serta film, animasi, dan video. Subsektor film, animasi, dan video merupakan subsektor yang memiliki nilai ekspor terkecil selama periode 2012–2014.

Peningkatan populasi penduduk setiap tahunnya akan mengakibatkan pertumbuhan angkatan kerja jauh lebih tinggi dari lapangan pekerjaan yang tersedia. Jumlah tenaga kerja yang lebih besar berarti akan menambah jumlah kerja produktif. Ekonomi kreatif hadir dengan unsur kreatif dimana nilai tambah berupa ide kreativitas yang tidak mengenal umur, status, gender, dimana

semuanya dapat menyalurkannya. Sehingga ekonomi kreatif diharapkan dapat memberikan ide bagi angkatan kerja untuk bebas mengekspresikan ide kreatifnya dengan salah satu contoh melaksanakan wirausaha kreatif.



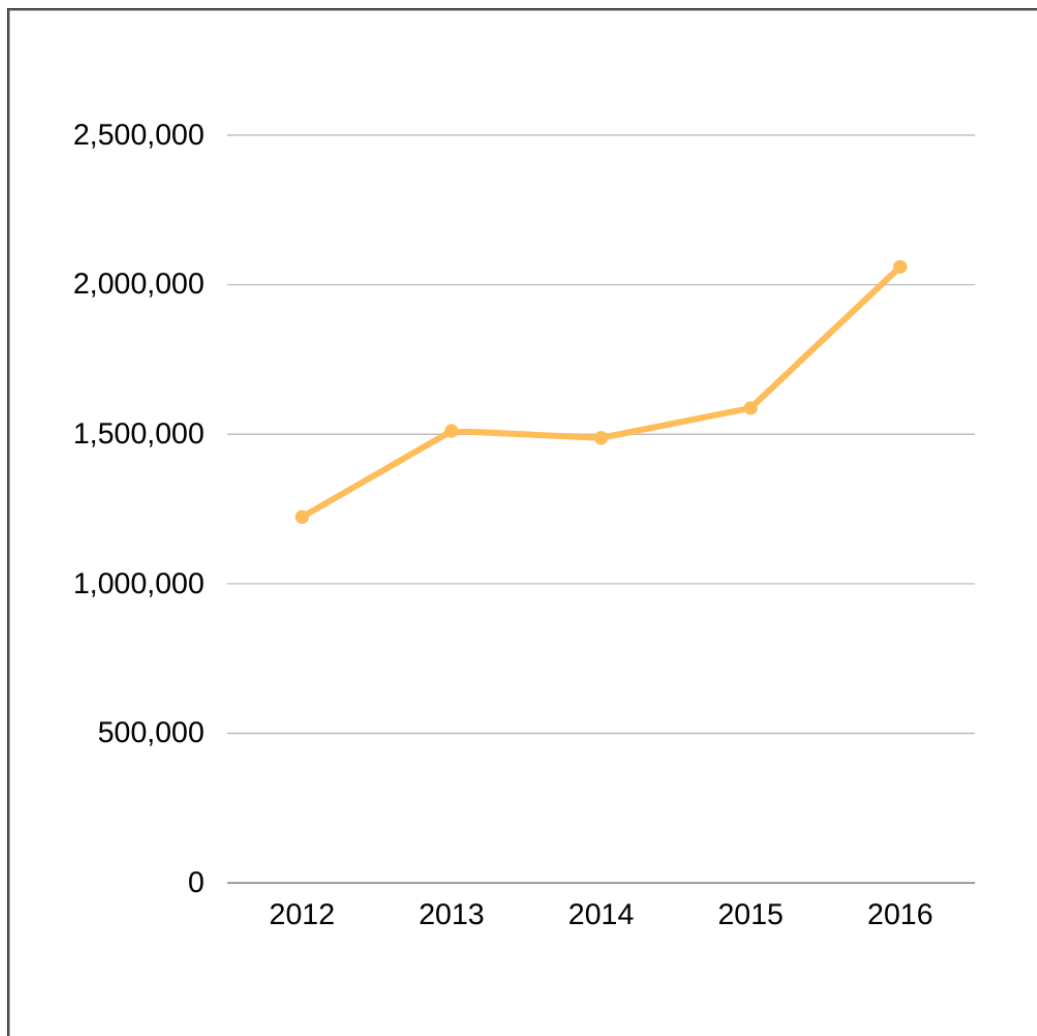
GAMBAR 1. 2

Jumlah dan Pertumbuhan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif di Indonesia 2012-2016 (Juta orang)

Sumber: Badan Pusat Statistika (2017)

Dalam hal ketenagakerjaan, jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif terus menerus meningkat. Tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2012 tercatat sebanyak 14,49 juta orang perlahan terus naik hingga mencapai 16,91 juta orang pada tahun 2016. Jumlah tenaga kerja di tiga subsektor ekonomi kreatif

dengan jumlah tenaga kerja terbanyak, yaitu subsektor kuliner, subsektor fesyen, dan subsektor kriya. Dari ketiga subsektor ekonomi kreatif tersebut, subsektor kuliner merupakan subsektor dengan tenaga kerja terbanyak. Pada tahun 2016, subsektor kuliner mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 7,98 juta orang. Subsektor fashion dan subsektor kriya mampu menyerap masing-masing sebesar 4,13 juta orang dan 3,72 juta orang.



GAMBAR 1. 3
Rata-rata Upah Sebulan Pekerja Ekonomi Kreatif di Indonesia 2012-2016
(Rupiah)

Sumber: Badan Pusat Statistika (2017)

Tingkat upah merupakan salah satu aspek yang penting dari suatu pekerjaan. Dengan upah yang diperoleh, seseorang dapat memenuhi kebutuhan hidupnya. Bagi perusahaan, tingkat upah yang sesuai dapat membantu meningkatkan produktivitas perusahaan. Dalam skala yang lebih luas, upah buruh dapat menggerakkan perekonomian suatu negara.

Berdasarkan hasil Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) tahun 2011-2016, diketahui bahwa rata-rata pekerja di sektor ekonomi kreatif cenderung naik dari tahun ke tahun, kecuali dari tahun 2013 ke tahun 2014. Pada Gambar , pada tahun 2016 rata-rata upah di sektor ekonomi kreatif sudah mencapai 2,06 juta rupiah, atau hampir dua kali lipat dibandingkan tahun 2012. Pada tahun 2012 hingga 2013 rata-rata upah di sektor ekonomi kreatif mencapai 1,51 juta rupiah, kemudian menurun menjadi 1,48 di tahun 2014. Setelah itu, pada tahun 2015 meningkat menjadi 1,59 juta rupiah dan 2,06 juta rupiah pada tahun 2016.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang cukup berhasil dan menjanjikan sejak tahun 2002 di Indonesia. Sektor ini terbukti memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif 2016 yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) bersama Badan Pusat Statistik (2017), menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2010-2015, besaran PDB ekonomi kreatif naik dari Rp525,96 triliun menjadi Rp852,24 triliun (meningkat rata-rata 10,14% per tahun). Nilai ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional berkisar 7,38% sampai 7,66%. Laju pertumbuhan PDB ekonomi kreatif 2010-2015 berkisar 4,38% sampai 6,33%. Sedangkan tiga negara tujuan ekspor komoditi ekonomi kreatif terbesar pada tahun 2015 adalah Amerika Serikat 31,72% kemudian Jepang 6,74%, dan Taiwan 4,99%. Untuk sektor tenaga kerja ekonomi kreatif 2010-2015 mengalami pertumbuhan sebesar 2,15%, dimana jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebanyak 15,96 juta orang.

Kesuksesan di berbagai negara dalam mengembangkan ekonomi kreatif tidak terlepas dari peran penting pihak-pihak yang ada di baliknya. Di dalam ekonomi kreatif, dikenal istilah yang disebut *triple helix*, yaitu sebuah atap yang menghubungkan antara cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif. Menurut Departemen Perdagangan (2008), *triple helix* merupakan penggerak utama lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 pihak tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model ekonomi kreatif akan menentukan pengembangan ekonomi kreatif yang kokoh dan berkesinambungan.

Allah SWT berfirman dalam Quran surat al-baqarah ayat 29 artinya “Dialah yang menciptakan untuk kalian semua apa saja yang ada di bumi”. Dalam QS Al-Jatsiyah ayat 13 artinya ” Dialah yang menundukkan untuk kalian apa saja yang ada di langit dan di bumi”. Allah SWT menjadikan manusia khalifah di bumi ialah untuk memanfaatkan segala apa yang ada di bumi, tentu dengan ilmu pengetahuan yang dibarengi dengan pemanfaatan yang bijak dan pengelolaan yang tidak merusak.

Dengan begitu ekonomi kreatif adalah cara kita sebagai hamba-Nya yang taat, untuk menjalankan kodrat manusia sebaga *khalifah* di bumi dengan mengelola sumberdaya alam dan manusia dengan baik. Ekonomi kreatif sangat selaras dengan pedoman Al-Quran, memberi keadilan pada setiap manusia untuk mendapat kesempatan, karena pada ekonomi kreatif mengutamakan

sebuah keterampilan. Tidak melulu soal modal berbentuk uang, tapi tanpa itu kita bisa memiliki kesempatan yang sama.

Ekonomi kreatif adalah sebuah harapan baru untuk perekonomian Indonesia karena ekonomi kreatif merupakan industri yang sangat layak untuk dikembangkan dan memiliki kesempatan yang besar dalam memperbaiki perekonomian Indonesia (Sebayang, 2012). Untuk itu, pemerintah memberikan target PDB ekonomi kreatif untuk terus berkembang agar dapat berkontribusi terhadap perekonomian mencapai 9 persen dari total PDB nasional. Kekuatan ekonomi kreatif berakar pada inklusivitas, bahwa ekonomi kreatif tidak mengenal batasan, tidak dibatasi oleh jenis kelamin, usia, maupun modal. Ekonomi kreatif memiliki potensi yang kuat dalam pencapaian *Sustainable Development Goals* (SDGs), dan juga dapat menjawab banyak permasalahan di dunia, bukan hanya tantangan ekonomi, tetapi juga sosial, bahkan berpengaruh terhadap keamanan ditingkat nasional, regional maupun global.

Penelitian ini menggunakan periode waktu 2012-2018 karena pada periode itu ada beberapa fenomena yang patut diperhatikan. Dari mulai dampak konflik pada ekonomi global, krisis di beberapa negara yang memberikan efek sistemik, hingga menjelang perpindahan institusi ekonomi kreatif dari BEKRAF menjadi KEMENPAREKRAF. Disisi lain juga setiap pertumbuhan ekonomi kreatif daerah dan setiap subsektor patut untuk diperhatikan, untuk menentukan arah kebijakan pemerintah, untuk para pengusaha mampu membaca peluang, untuk para cendekiawan menentukan topik penelitian, hingga masyarakat mampu mensejahterakan diri pada era ekonomi

kreatif ini. Dengan demikian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Analisi Pendapatan Nasional Indonesia Melalui Subsektor Ekonomi Kreatif 2012-2018**”.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh ekspor ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018?
2. Bagaimana pengaruh tenaga kerja ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018?
3. Bagaimana pengaruh rata-rata upah ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018?
4. Bagaimana pengaruh ekspor, tenaga kerja, dan rata-rata upah ekonomi kreatif secara simultan terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018?

C. Tujuan Penelitian

Perkembangan ekonomi kini bukan hanya mengandalkan sumber daya alam saja, tapi kemampuan berkreasi dari sumber daya manusia menjadi hal yang penting. Diperkirakan di masa depan bahwa peradaban akan lebih fokus pada isu *global warming*, sehingga secara perlahan penggunaan material fosil akan dikurangi, hingga isu *hybrid* yang akan mengganti hal-hal yang cenderung merusak iklim.

Arah pembangunan ekonomi pun perlahan mengarah pada peningkatan sumber daya manusia, keterampilan dan kreativitas menjadi mata pisau yang harus terus diasah. Untuk menciptakan hal-hal pembaharuan, dengan prinsip lebih baik dan ramah lingkungan.

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh ekspor ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018.
2. Untuk mengetahui pengaruh tenaga kerja ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018.
3. Untuk mengetahui pengaruh rata-rata upah ekonomi kreatif secara parsial terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018.
4. Untuk mengetahui pengaruh ekspor, tenaga kerja, rata-rata upah ekonomi kreatif secara simultan terhadap PDB ekonomi kreatif periode 2012-2018.

D. Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini dapat memperluas wawasan tentang ekonomi kreatif di Indonesia, melalui pengembangan subsektor ekonomi kreatif dalam menggerakkan perekonomian Indonesia, hingga mampu meningkatkan taraf hidup bangsa. Kemudian secara praktis, bagi pemerintah, akademis, pelaku bisnis, dan masyarakat, bisa saling terkoneksi dalam hubungan alur ekonomi, untuk saling memfasilitasi, mempermudah administrasi, memperdalam teori,

dan berkembangnya pemikiran masyarakat mengenai ekonomi kreatif saat ini.

1. Bagi pemerintah diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk pertimbangan dalam membuat regulasi terkait ekonomi kreatif, khususnya untuk meningkatkan PDB ekonomi kreatif Indonesia.
2. Bagi pelaku usaha industri kreatif diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas usaha.
3. Bagi akademisi diharapkan hasil penelitian ini bisa dijadikan literatur atau referensi untuk penelitian yang lebih lanjut mengenai ekonomi kreatif di Indonesia.
4. Bagi masyarakat diharapkan penelitian ini berguna untuk acuan dalam berusaha, bekerja, atau sekadar menjadi literasi memahami arus ekonomi saat ini. Sehingga diharapkan mampu menganalisis permasalahan dengan penerapan ilmu dalam kehidupan.