



## PERKEMBANGAN INDUSTRI EKONOMI KREATIF DAN PENGARUHNYA TERHADAP PEREKONOMIAN DI INDONESIA

Asri Noer Rahmi

STIE Indonesia Banking School

Email: asri.nr@ibs.ac.id

---

### Abstrak

Pengembangan industri kreatif merupakan salah satu upaya pemerintah dalam memajukan perekonomian khususnya ekonomi di Indonesia. Hal ini disadari karena industri kreatif berasal dari kreatifitas dan kekayaan sumberdaya manusia yang dimiliki oleh Indonesia. Ekonomi kreatif saat ini menjadi sektor yang cukup membantu perekonomian negara. Penelitian ini menggunakan sumber data yang diperoleh dari badan pusat statistik dan wawancara dengan beberapa pimpinan industry kreatif yang ada di beberapa daerah di Indonesia. Berdasarkan data statistik ekonomi kreatif 2016 yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan BPS menunjukkan dalam periode 2010-2015, PDB ekonomi kreatif mengalami kenaikan dari Rp525,96 triliun menjadi Rp852,24 triliun atau meningkat rata-rata 10,14 persen per tahun. Pada tahun 2016 PDB ekonomi kreatif adalah sebesar 922,59 triliun rupiah, ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian Indonesia. PDB ekonomi kreatif tumbuh sebesar 4,95% pada tahun 2016 dan data statistik yang diperoleh bahwa jumlah usaha ekraf yang dimiliki Indonesia adalah 8,2 juta yang tersebar di beberapa daerah dan wilayah di Indonesia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari data penelitian yang diperoleh Ekonomi Kreatif dapat membantu perekonomian di Indonesia.

**Kata kunci :** ekonomi, perkembangan, industri bekraf

### Abstract

*The development of creative industries is one of the government's efforts in advancing the economy especially the economy in Indonesia. This is realized by the creative industry of creativity and human wealth done by Indonesia. Creative economy is now a sector that is enough to help the country's economy. This study uses the data obtained from the central statistical agency and interviews with several creative industries in several regions in Indonesia. Based on 2016 creative economic statistics released by Creative Economy Agency (Bekraf) and BPS shows in the period 2010-2015, creative economy GDP rose from Rp525.96 trillion to Rp852.24 trillion or an average increase of 10.14 percent per year. By 2016 the GDP of creative economy is 922.59 trillion rupiahs, the creative economy contributes 7.44% to the total of the Indonesian economy. The GDP of creative economy grew by 4.95% in 2016 and statistical data obtained from the number of businesses owned by Indonesia is 8.2 million spread across several regions and regions in Indonesia. The results of this study indicate that from research data that can improve the economy in Indonesia.*

**Keywords:** economy, development, industry



## I. PENDAHULUAN

Pengembangan usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan dasar dalam perekonomian dalam upaya memperbaiki perekonomian nasional karena sebagian besar usaha yang ada di Indonesia adalah usaha kecil dan menengah yang banyak menyerap tenaga kerja dan memanfaatkan sumber daya domestik. Sebagaimana kita ketahui Indonesia memiliki sumber daya alam yang mendukung dan rakyat Indonesia memiliki kreatifitas yang tinggi juga memiliki warisan seni dan budaya yang tinggi sehingga Indonesia cukup dikenal di mata dunia. Oleh karena itu, industri ekonomi kreatif dapat lebih berkembang dan maju dengan adanya dukungan dari Badan Ekonomi Kreatif yang dimiliki Pemerintah Indonesia.

Industri Kreatif sekarang ini adalah industri yang dikenal sangat berkembang dan memiliki nilai jual yang dapat membantu kesejahteraan ekonomi pelaku industri kreatif itu sendiri. Perkembangan industri ekonomi kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun cukup menunjukkan peningkatan angka yang sangat signifikan, karena industri ekonomi kreatif ini sendiri sudah memiliki perencanaan dan juga penataan yang cukup baik untuk dapat menjual produk mereka didalam Negeri maupun di Luar Negeri.

Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, seiring dengan kondisi sumber daya alam yang semakin engambilan keputusan, baik bagi Pemerintah maupun pelaku Ekonomi Kreatif. Dalam rangka pemenuhan kebutuhan data tersebut, Badan Ekonomi Kreatif telah bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2016 lalu dalam melakukan penyusunan *database* statistik Ekonomi Kreatif yang memuat informasi seputar data indikator Makro Ekonomi Kreatif 2010-2016. Berikut ini

terdegradasi setiap tahunnya. Melalui Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), Pemerintah Indonesia berusaha menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia.

Industri kreatif adalah proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksploitasi kekayaan intelektual berupa kreatifitas, keahlian dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat dijual sehingga meningkatkan kesejahteraan bagi pelaksana dan orang-orang yang terlibat (Peraturan Presiden Indonesia Nomor 28 Tahun 2008 tentang Kebijakan Industri Nasional). Industri kreatif erat terkait dengan kegiatan industri lainnya. Ada tiga kelompok industri penunjang industri kreatif, yaitu industri Perangkat Lunak dan Content Multimedia, Industri Kreatif Tehnologi Informasi dan Komunikasi dan Industri Kerajinan dan Barang Seni. Pemerintah bersungguh-sungguh mengangkat industri kreatif, dibuktikan dengan dibentuknya Badan Ekonomi Kreatif melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bidang ekonomi kreatif diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi diharapkan menjadai kekuatab baru ekonomi Indonesia.

Salah satu aspek penting dalam pengembangan Ekonomi Kreatif adalah ketersediaan data dan informasi statistik yang menjadi dasar dalam p adalah gambaran industri ekonomi kreatif di Indonesia:



Gambar 1. Perkembangan industri ekonomi kreatif

Dimana kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian nasional pada tahun 2013 menunjukkan angka-angka yang sangat signifikan yaitu, pertumbuhannya ekonomi kreatif sebesar 5,76% di atas rata-rata pertumbuhan nasional, share PDB sebesar 7,05% dan penyerapan atau memberikan kesempatan kerja sebesar 10,7. Dari data statistik yang diperoleh pada tahun 2013 menunjukkan bahwa pentingnya mendorong dan meningkatkan ekonomi kreatif yang sudah ada dan membantu industri ekonomi kreatif yang sedang berkembang agar dapat lebih sukses dan meningkat (BPS Ekraf 2015). Hal ini menunjukkan bahwa dengan berkembangnya industri kreatif di Indonesia, dapat memberikan lapangan kerja bagi pengangguran yang ada di Indonesia. Berikut ini adalah tabel jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2010 – 2013:

Tabel Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2013  
 Menurut Sektor Kreatif (orang)

Sektor	Uraian	2010	2011	2012	2013*
1	Periklanan	17.816	19.146	20.050	20.600
2	Arsitektur	38.268	40.574	42.121	42.670
3	Pasar Barang Seni	14.956	15.163	15.237	15.269
4	Kerajinan	2.909.574	2.988.101	3.077.099	3.109.047
5	Desain	160.216	163.265	166.019	167.576
6	Fesyen	3.750.197	3.787.450	3.809.339	3.838.756
7	Film, Video, dan Fotografi	56.937	60.006	62.495	63.755
8	Permainan Interaktif	22.443	23.181	23.729	23.928
9	Musik	50.612	53.127	55.030	55.958
10	Seni Pertunjukan	72.010	75.494	78.131	79.258
11	Penerbitan & Percetakan	490.422	496.067	503.925	505.757
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	65.627	67.438	69.037	69.451
13	Radio dan Televisi	123.051	125.392	127.189	128.061
14	Riset dan Pengembangan	13.851	14.537	15.148	15.373
15	Kuliner	3.707.894	3.732.961	3.735.019	3.736.968
<b>Jumlah Ekonomi Kreatif</b>		<b>11.498.875</b>	<b>11.661.900</b>	<b>11.799.568</b>	<b>11.872.428</b>

Ket. \*) Angka Sementara

Usaha Mikro, Kecil dan menengah (UMKM) industri ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional memiliki peran yang penting dan strategis. Namun, demikian, UMKM industri ekonomi kreatif masih memiliki kendala, baik untuk mendapatkan pembiayaan maupun untuk mengembangkan usahanya. Dari sisi pembiayaan, ada beberapa UMKM industri ekonomi kreatif yang sudah memiliki sumber dana atau investor tetap namun ada juga beberapa yang masih memiliki keterbatasan pembiayaan dan juga kendala-kendala lain seperti sumber daya manusia maupun kendala lainnya.

Dari latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dari penulisan ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan industri ekonomi kreatif di Indonesia?
2. Bagaimana pengaruh industri ekonomi kreatif terhadap perekonomian Indonesia?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat sejauh mana perkembangan industri ekonomi kreatif dan bagaimana pengaruhnya terhadap perekonomian Indonesia sekarang ini. Dengan adanya Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang telah dibentuk oleh Pemerintah Indonesia, diharapkan dapat membantu menyelesaikan kendala-kendala yang dihadapi oleh UMKM industri ekonomi kreatif di Indonesia dan dapat membantu perekonomian Indonesia menjadi lebih baik lagi. Dengan adanya penelitian ini juga peneliti berharap dapat memberikan kontribusi kepada Badan ekonomi kreatif dan juga dapat menjadi rujukan, serta dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya berkaitan dengan industri ekonomi kreatif di Indonesia.

## II. KAJIAN LITERATUR

Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya individu yang bernilai ekonomis dan



berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat (Inpres No. 6 Tahun 2009)

Industri dewasa ini telah menjadi bagian dari minat para ekonom, stasis, ahli budaya dan pembuat kebijakan public. Potensi dan peran industri kreatif diakui semakin besar dalam mendorong keberagaman budaya melalui pasar (UNESCO, 2016). Industri kreatif bukan saja bidang minat para seniman terlatih atau perusahaan, melainkan menjadi minat setiap orang, tidak hanya terbatas pada satu sektor melainkan banyak sector dan sudah merambah ke negara maju. Dunia dewasa ini sedang berada pada tahap transformasi ke arah ekonomi dan budaya kreatif (John Hartley, 2015).

Menurut John Howkins, dalam bukunya *The Creative Economy*, orang-orang yang memiliki ide akan kuat dibandingkan orang-orang yang bekerja dengan mesin produksi, atau bahkan pemilik mesin itu sendiri (Amelia, 2016)

John Howkins menulis buku *“Creative Economy, How People Make Money from Ideas”*. Mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana outputnya adalah Gagasan. Atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 miliar dollar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan ekonomi kreatif, yaitu *“The creation of value as a result of ideas”*. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi. Gagasan yang dimaksud adalah karya orisinal dan dapat diproteksi oleh HKI.

Definisi industri kreatif sering kali merujuk pada UK Department for Culture, Media, and Sport (DCMS) Task force 1998, Lembaga yang mengelola industri kreatif di Inggris, kemudian Departemen

Perindustrian RI mendefinisikan “industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan daya kreasi, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya cipta dan daya cipta individu tersebut”.

Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Berikut ini telah dikemukakan oleh UNCTAD dalam *Creative Economy Report* (2008:3).

*“Creativity in this context refers to the formulation of new ideas and to the application of these ideas to produce original works of art and cultural products, functional creation, observable in the way it contributes to entrepreneurship, fosters innovation, enhances productivity and promotes economic growth”*

Studi Ekonomi Kreatif terbaru dilakukan *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) pada tahun 2010 mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai: *“An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development.”* Dengan penjabaran sebagai berikut:

1. Mendorong peningkatan pendapatan, penciptaan pekerjaan, dan pendapatan ekspor sekaligus mempromosikan kepedulian sosial, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
2. Menyertakan aspek social, budaya, ekonomi dalam pengembangan teknologi, Hak Kekayaan Intelektual, dan pariwisata.
3. Kumpulan aktivitas ekonomi berbasis pengetahuan dengan dimensi pengembangan dan keterhubungan lintas sectoral pada level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan.
4. Suatu pilihan strategi pengembangan yang membutuhkan tindakan lintas



kementerian dan kebijakan yang inovatif dan multidisiplin

5. Di jantung Ekonomi Kreatif terdapat Industri Kreatif.

Menurut Departemen Perdagangan RI industri kreatif pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) adalah: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

Menurut Simatupang (2007) industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Menurut UK DCMS *Task Force* (1998:4) industri kreatif merupakan industri yang berasal dari kreativitas individu, keterampilan, dan bakat yang secara potensial menciptakan kekayaan dan lapangan pekerjaan melalui eksploitasi dan pembangkitan kekayaan intelektual dan daya cipta individu.

*“Creatives 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”.*

Seorang Doktor Ekonomi, Dr. Richard Florida dari Amerika, penulis buku *“The Rise of Creative Class”* and *“Cities and the Creative Class”* memperkenalkan tentang industri kreatif di masyarakat (*Creative Class*). Florida sempat mendapat kritik, bila ada kelompok tertentu dilingkungan social yang memiliki kelas tersendiri, apakah ini terkesan elit dan eksklusif? Tidak juga. Justru menurut Florida, ia menghindari kesan karena gejala dari istilah-istilah

sebelumnya *Knowledge Society* yang dinilai elit. Menurut Florida “Seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kaca atau seorang remaja di gang senggol yang sedang membuat music hip-hop. Namun perbedaannya adalah pada statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempat-tempat dan kota-kota mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini” (Nenny, 2008)

Pemenang Nobel dibidang Ekonomi Robert Lucas, mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya (Nenny, 2008)

Di Indonesia Pemerintah sendiri telah mengidentifikasi lingkup industri mencakup 14 subsektor, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025 antara lain:

1. Periklanan (*advertising*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi, iklan, surat kabar, elektronik (televisi dan radio), reklame, sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.
2. Arsitektur. Menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 adalah jasa konsultasi arsitek, yaitu mencakup usaha seperti: desain bangunan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, dan sebagainya. Selain itu sub sector Arsitektur yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh



- baik dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal.
3. Pasar Barang Seni. Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, lukisan, musik, internet dan lainnya yang berkaitan dengan seni.
  4. Kerajinan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari design awal sampai dengan proses penyelesaian produksinya.
  5. Desain, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi dengan design grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
  6. Fesyen, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi design pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
  7. Video, film, dan fotografi. Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film.
  8. Permainan interaktif, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
  9. Musik, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi dan distribusi dari rekaman suara.
  10. Seni pertunjukan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, desain, dan lainnya.
  11. Penerbitan dan percetakan, kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan kintan dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita.
  12. Layanan komputer dan piranti lunak, kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan computer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain, dan analisis sistem.
  13. Televisi dan radio, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi dan siaran radio.
  14. Riset dan pengembangan, kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, metode baru dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

### III. METODE PENELITIAN

Dalam melaksanakan penelitian, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif, Menurut Sugiyono (2012) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Metode ini disebut kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis data statistik. Data penelitian yang diambil atau diperoleh dalam penelitian ini adalah data Bekraf yang berasal dari



Badan Pusat Statistik (BPS) dan hasil wawancara beberapa pelaku industri ekonomi kreatif. Sampel dan poulasi yang diperoleh yaitu dari data industri kreatif yang sudah ada yang tersebar di beberapa wilayah di Indonesia.

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah variabel atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian untuk mendapatkan jawaban ataupun solusi dari permasalahan yang terjadi.

Menurut Uma Sekaran (2003: 115) menyatakan bahwa objek penelitian merupakan apapun yang dapat membedakan atau membawa variasi pada nilai dan nilai tersebut bisa pada berbagai waktu untuk objek atau orang yang sama, atau pada waktu yang sama untuk objek yang berbeda.

Sedangkan menurut Iwan Satibi (2011: 74) pengertian dari objek penelitian adalah sebagai berikut: “Objek penelitian secara umum akan memetakan atau menggambarkan wilayah penelitian atau sasaran penelitian secara komprehensif, yang meliputi karakteristik wilayah, sejarah, pengembangan, struktur organisasi, tugas pokok dan fungsi lain-lain sesuai dengan pemetaan wilayah penelitian yang dimaksud”.

Dari penjelasan pakar diatas maka dapat dikaitkan bahwa objek penelitian ini adalah para pelaku UMKM industri ekonomi kreatif di wilayah Indonesia, bagaimana industri ekonomi kreatif yang sudah ada di Indonesia memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Indonesia.

#### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif terdiri dari beberapa kelompok luas professional, terutama mereka yang berada di dalam industri kreatif, yang memberikan sumbangan terhadap garis depan inovasi. Inteligen kreatif antara lain seniman, artis, pendidik, mahasiswa, insinyur dan penulis. Mereka seringkali mempunyai kemampuan berpikir menyebar dan mendapatkan pola yang menghasilkan

gagasan baru. Karena itu, ekonomi kreatif dapat dikatakan sebagai system transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif.

Pemerintah Indonesia dalam industri ekonomi kreatif yang dibawah oleh Departemen Perdagangan RI lebih dekat dengan klasifikasi yang digunakan oleh Howkins (2001). Saat ini sudah berhasil memetakan 14 sektor industri krastif antara lain: periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, televisi dan radio, dan yang terakhir yaitu riset dan pengembangan. Wakil Kepala Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Ricky Joseph Pesik mengatakan, pihaknya menggandeng Lembaga kajian riset global yang berpengalaman dalam meneliti industri kreatif di Indonesia. Kontribusi ekraf terhadap PDB di 2017 diprediksi Rp 990,4 triliun. Angka ini mengalami kenaikan dari 2016 sebesar Rp 894,6 triliun dan naik dari Rp 852 triliun di 2015, data dapat dilihat ditabel 1. Lapangan kerja yang diciptakan mampu menyediakan pekerjaan untuk 16,4 juta orang di 2017 yang mengalami kenaikan dari 16,2 juta di 2016 dan 16,96 juta pekerja di tahun 2015.

Tabel 1. Data Ekonomi Kreatif terhadap perekonomian Nasional

Tahun	Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif		
	Persen (%)	Jumlah (triliun)	Keterangan
2014	6,33%	Rp 784,82	Ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,44% terhadap total perekonomian nasional
2015	4,38%	Rp 852,24	
2016	7,38%	Rp 922,59	

Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017

Dari tabel 1 diatas dapat dilihat bahwa industri ekonomi kreatif saat ini menjadi sektor yang cukup membantu perekonomian negara. Berdasarkan data

statistik ekonomi kreatif diatas yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan BPS menunjukkan PDB yang mengalami kenaikan dari Rp 784,82 triliun menjadi Rp 922,59 triliun atau mengalami peningkatan yang signifikan. Pada tahun 2017, ekraf tumbuh sebesar 4,95%, menunjukkan peningkatan angka apabila dibandingkan dengan 2016 dengan 4,41%.

Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) memprediksikan pertumbuhan produk domestic bruto (PDB) sektor industry kreatif pada tahun 2018 bisa mencapai hingga 6,25% sehingga mampu menyerap hingga 16,7 juta tenaga kerja.

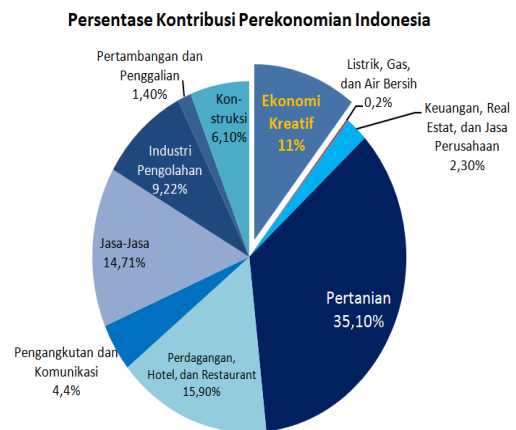
Peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam perekonomian perlu mendapat perhatian, mengingat sektor ini menyerap tenaga kerja cukup besar. Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan beberapa pemilik industri kreatif yang tersebar di wilayah Indonesia, diantaranya Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Solo dan kota-kota besar lainnya. Salah satu pemilik industri kerajinan Batik Kumalasari Solo yang dimiliki oleh Ibu Dewi, setiap tahun nya mereka bisa memperoleh keuntungan yang bisa dijadikan tambahan modal dan dapat membuka peluang kerja. Untuk industry games, entertainment dan lainnya, dengan bermodalkan 40 juta rupiah atau lebih, mereka bisa mendapatkan keuntungan lebih dari 100 juta rupiah dari setiap games, program ataupun entertain lainnya. Untuk usaha kerajinan seni, aksesoris {kalung, gelang, dan lain-lain) di Yogyakarta bahkan ada yang bermodalkan 10 juta rupiah, dapat menghasilkan keuntungan dua kali lipat dan mereka juga menyatakan dapat membuka peluang kerja bagi penduduk atau masyarakat yang tidak memiliki pekerjaan untuk menutupi ekonomi sehari-hari.

Dari hasil wawancara dan dari hasil pengamatan peneliti, juga berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat

Statistik (BPS), besar kemungkinan industri ekonomi kreatif dapat berperan serta dalam peningkatan ekonomi Indonesia.

Wakil Kepala Bekraf Ricky Joseph Pesik dalam wawancara menyatakan optimistis ekonomi kreatif dapat menjadi poros ekonomi terbaru Indonesia di masa datang. Lapangan kerja yang diciptakan sector ekonomi ini mampu menyediakan pekerjaan untuk 16,4 juta orang di 2017, yang mengalami kenaikan dari 16,2 juta di tahun 2016 dan 16,96 juta pekerja pada tahun 2015.

Menurut hasil riset gabungan yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bekraf 2015, sektor perfilman di Indonesia menyerap 15,9% tenaga kerja dan menyumbangkan nilai ekspor sebesar USD 19,4 miliar. Hal ini menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan yang cukup bagus, berikut ini adalah gambar industri ekonomi kreatif dalam berkontribusi terhadap perekonomian di Indonesia:



Gambar 2. Kontribusi Industri ekonomi kreatif terhadap Perekonomian Indonesia

Berdasarkan gambar diatas dapat dilihat bahwa Ekonomi kreatif menunjukkan angka persentase 11%, hali ini menunjukkan pengaruh yang positif terhadap perekonomian di Indonesia. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa dengan adanya pertumbuhan dan peningkatan industri ekonomi kreatif





dapat terus membantu perekonomian di Indonesia.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

Industri ekonomi kreatif ternyata memberikan dampak positif terhadap perekonomian di Indonesia dan peningkatan kesejahteraan bagi pelaku industri ekonomi kreatif itu sendiri. Indonesia memiliki potensi sumberdaya alam yang potensial, sangat menguntungkan untuk modal bisnis industri kreatif yang berbasis ekonomi. Kreativitas ekonomi yang dilakukan oleh rakyat Indonesia yang memiliki kreativitas yang tinggi dan dapat memanfaatkan kemampuan yang dimilikinya dengan menghasilkan karya dan kesuksesan para pelaku dan membuka peluang kerja.

Selain itu, dari aktivitas ini juga menunjukkan adanya kepedulian terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dengan cara berkontribusi melalui kegiatan-kegiatan Badan ekonomi kreatif (Bekraf) yang diadakan pada pameran Industri ekonomi Kreatif Indonesia.

Secara garis besar, penelitian ini telah mampu menjawab permasalahan, hanya saja masih dibutuhkan penelitian yang lebih dalam lagi mengenai hasil yang diperoleh. Hal ini dibutuhkan jika peneliti selanjutnya memerlukan data-data berupa kuesioner dan memerlukan alasan yang jelas berkaitan dengan hasil yang diperoleh dalam penelitian industry ekonomi kreatif. Selain itu, peneliti merasa perlu adanya penelitian lanjutan yang memfokuskan sektor industri ekonomi kreatif yang paling tinggi untuk mendapatkan hasil jawaban sector yang paling menunjang atau membantu perekonomian di Indonesia.

## REFERENSI

Anggraini, Nenny, 2008. *“Industri Kreatif”*, Jurnal ekonomi Desember 2008 Volume XIII No. 3.  
Bank Indonesia. Laporan Perekonomian Indonesia.

Bank Indonesia, Jakarta: Bank Indonesia, 2014.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008.

“Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025”.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008.

“Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2025”.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008.

“Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015”.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009.

“Studi Industri Kreatif Indonesia 2009”.

Ellya Zulaika, 2008. Transformasi IKM Kerajinan Tradisional Menjadi Industri Kreatif. Disampaikan dalam Seminar Internasional yang bertema “Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Tradisi”. Solo: ISI.

Gunawan Pasaribu, dkk, 2007, Pengolahan Enceng Gondok Sebagai Bahan Baku Kertas Seni. Sumatera: Balai Penelitian dan Pengembangan Perhutanan.

Howkins, John, 2001. *The Creative Economy, How People Make Money From Ideas*. USA.

Indonesia Kreatif, 2012. *Creative Economy*. [Online].

Tersedia: <http://indonesiakreatif.net/creative/economy/what-is/what-is/#di9i18WCqXpePgH1.99> [4 Oktober 2013].

Inpres No. 6 Tahun 2009

John E. Hartley, 2015. *Creative Economy and Culture: Challenges, Changes, Futures for*

*The Creative Industries*. Published: amazon.co.uk.

Mari Elka Pangestu, 2008, Pengembangan Ekonomi

Kreatif Indonesia 2025. Hasil Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2016 yang diselenggarakan pada Pekan Produksi Budaya Indonesia 2008 di JCC.

M. Simatupang, Togar, 2005. *Perkembangan Industri Kreatif*. Bandung: ITB.

Peraturan Presiden Indonesia No. 6 Tahun 2015. Badan Ekonomi Kreatif, Bidang Ekonomi Kreatif

Richard Florida, 2004. *“The Rise of Creative Class”*

and *“Cities and the Creative Class”*

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif*



- Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, 2013. *Ekonomi Kreatif (Ekonomi Baru: mengubah Ide dan Menciptakan Peluang)*. Jakarta: Salmeba Empat.
- Uma, S. 1992. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. Second edition, New York: John Wiley&Sons.
- UNCTAD, 2008. *Summary Creative Economic Report*. Hlm. 3, 11 – 12. USA: United Nations
- UNESCO. *Understanding Creative Industries (Cultural Statistics for Public-Policy Making, August 2016)*.  
<http://portal.unesco.org/culture>.