

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Industri kreatif memiliki potensi untuk menghasilkan pendapatan dan lapangan pekerjaan sekaligus mengembangkan inklusi sosial, keberagaman budaya, dan pengembangan manusia karena ekonomi kreatif itu sendiri merupakan sebuah konsep yang mengandalkan ide, gagasan, atau kreativitas dari sumber daya manusia sebagai penggerak utama kegiatan perekonomiannya.

Industri kreatif dapat mendorong keseluruhan pertumbuhan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung dan dijadikan unsur pemantapan daya saing negara. Pada saat yang sama industri kreatif semakin penting dalam ekonomi pasca-industri dan dapat dilihat dengan pertumbuhan yang lebih cepat dari rata-rata dan penciptaan lapangan kerja baru (H. Blair, S. Grey, K. Randle, 2001), memberikan ekspresi identitas budaya dan mempromosikan keanekaragaman budaya. Indonesia memiliki potensi pengembangan yang besar dalam ekonomi kreatif karena kaya akan sumber daya manusia dan berbagai warisan budaya dari tiap daerah, pulau provinsi, suku dan etnis. Suatu daerah dapat menghasilkan output baru yang inovatif secara cepat dan masif untuk berkompetisi di era ekonomi saat ini.

Dalam jangka pendek dan menengah industri kreatif akan mampu menjawab tantangan mendasar, diantaranya: a) pertumbuhan ekonomi pasca krisis 2008 yang relatif rendah; b) angka pengangguran yang masih tinggi; c) tingkat kemiskinan yang masih tinggi; dan d) daya saing industri Indonesia yang rendah (Kuncoro, 2010). Kontribusi positif keberadaan ekonomi kreatif terhadap posisi perekonomian nasional juga dirasakan oleh Indonesia.



Gambar 1.1 16 Subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia

Sumber: bisma.bekraf.go.id

Menurut data statistik indikator makro pariwisata dan ekonomi kreatif, sektor ekonomi kreatif cenderung mengalami pertumbuhan dari tiap tahunnya. Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif juga memberikan kontribusi yang signifikan bahkan saat dilanda pandemi.

| Tahun | Pertumbuhan PDB Sektor Ekonomi Kreatif (%) | Pertumbuhan PDB Sektor Pertanian (%) | Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif terhadap PDB Nasional (%) |
|--------------|---|---|---|
| 2016 | 4,28 | 3,37 | 7,18 |
| 2017 | 6,7 | 3,92 | 7,02 |
| 2018 | 7,27 | 3,88 | 6,94 |
| 2019 | 7,53 | 3,61 | 7,03 |
| 2020 | 0,42 | 1,77 | 7,24 |

Tabel 1.1 Pertumbuhan PDB Sektor Ekonomi Kreatif, Pertumbuhan PDB Sektor Pertanian, dan Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif terhadap PDB Nasional tahun 2016-2020

Sumber: Kemenparekraf dan BPS (diolah)

Dengan membandingkan dengan Sektor Pertanian, pertumbuhan PDB Sektor Ekonomi Kreatif dinilai tinggi. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menunjukkan bahwa kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya hingga tahun 2020 turun karena adanya

pandemi yang berlangsung menyebabkan seluruh sektor mengalami guncangan. Meskipun pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif mengalami penurunan namun kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Nasional naik sebesar 0,21%. Pada tahun 2020, PDB ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 1.117,8 triliun terhadap PDB nasional atau sebesar 7,24%. Mengingat potensi ekonomi kreatif Indonesia yang sangat beragam, hal ini tidak mengherankan. *Department of Culture, Media, and Sport* (DMCS) mengatakan bahwa industri kreatif tumbuh paling signifikan dibandingkan industri lainnya (Garnham, 2005).

Meskipun tren menunjukkan besarnya potensi industri ekonomi kreatif, namun dalam aplikasi di lapangan, masih jauh dari harapan namun masih jauh dari harapan terkait pengaplikasiannya di lapangan. Ditambah seiringnya dengan pandemi Covid 19 yang masih berlangsung hingga saat ini dan sektor ekonomi kreatif yang bertumpu pada kreativitas tenaga kerjanya, keterbatasan ruang gerak tersebut yang menyebabkan sektor ini mengalami kegoyangan. Dibuktikan dengan menurunnya PDB sektor ekonomi kreatif, serapan tenaga kerja, dan nilai ekspor di tahun 2020. Pada tahun 2020 PDB sektor ekonomi kreatif dan serapan tenaga kerja turun sebesar 2,49 persen sedangkan nilai ekspornya menurun 12,93 persen.

Berbeda dengan sektor lain yang mengandalkan eksploitasi sumber daya alam, sektor ekonomi kreatif lebih bertumpu pada keunggulan sumber daya manusia. Hal ini dapat mengatasi adanya lonjakan dari bonus demografi dan menjadikan lonjakan usia produktif menjadi penggerak roda perekonomian.

Ekonomi kreatif dapat dijadikan sebagai prioritas utama, sama seperti Korea Selatan, dan Malaysia telah menjadikan ekonomi kreatif sebagai motor utama penggerak perekonomian di negaranya. Sebagian alasannya adalah karena ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap ekonomi seperti peningkatan penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap PDB, dan dapat membangun identitas bangsa yang dapat dibanggakan.

Korea Selatan adalah contoh sukses negara yang unggul dalam tata kelola dalam sektor ini. Pemerintah Korea Selatan mempromosikan budaya K-Pop yang kemudian dimanfaatkan oleh perusahaan lokal seperti Samsung dan Hyundai untuk dipasarkan ke luar negeri. Dengan adanya gerakan *Korean Wave* yang masif ke seluruh dunia, memberikan dampak besar bagi perekonomian Korea Selatan dan memiliki pengaruh besar dalam membentuk citra Korea Selatan di mata dunia (Lee, 2011; Lee & Workman, 2015).

Di Malaysia, animasi dapat digunakan dalam produk komersial dan budaya Malaysia. Pertumbuhan industri kreatif Malaysia cenderung terfokus pada industri berbasis teknologi informasi. Pemerintah Malaysia menyediakan teknologi dan sumber daya, mengembangkan bakat, dan mendanai individu atau perusahaan yang mengembangkan konten, animasi, dan game. Setelah berdirinya MSC (*Multimedia Super Corridor*) dan MAC3 (*Multimedia Creative Content Center*) aktivitas multimedia meningkat tajam.

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia tidak lepas dari pengaruh faktor produksi, diantaranya tenaga kerja dan jumlah usaha di sektor ekonomi kreatif. Tenaga kerja dapat dianggap sebagai jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa (Purnomo Yusgiantoro, 2010).

| Tahun | Pertumbuhan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif (%) | Kontribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif terhadap Tenaga Kerja Nasional (%) |
|--------------|---|---|
| 2016 | 5,92 | 13,47 |
| 2017 | 4,52 | 13,82 |
| 2018 | 3,80 | 13,74 |
| 2019 | 4,17 | 14,84 |
| 2020 | 1,03 | 14,04 |

Tabel 1.2 Pertumbuhan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif dan Kontribusi Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif terhadap Tenaga Kerja Nasional Tahun 2016 dan 2020

Sumber: BPS dan Kemenparekraf (diolah)

Tenaga Kerja di sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap tenaga kerja nasional sebesar 14,84 persen di tahun 2019 dan 14,04 persen di tahun 2020. Penurunan tersebut dikarenakan kenaikan jumlah tenaga kerja sektor ekonomi kreatif yang belum optimal. Indonesia dapat memanfaatkan peluang yang dapat diraih dalam ekonomi kreatif, dengan mempertimbangkan dan memperhitungkan tenaga kerja, jumlah usaha, upah, dan tingkat pendidikan dalam mengembangkan kreatif industri ekonomi. Dengan jumlah penduduk bekerja di sektor ekonomi kreatif yang meningkat dari setiap tahunnya artinya industri kreatif mampu memaksimalkan peningkatan terhadap dapat menjadi salah satu jalan keluar untuk mengurangi angka pengangguran.

Dalam neraca ekspor nasional, ekspor ekonomi kreatif masuk dalam kategori ekspor non migas. Pada tahun 2019, kontribusi dari ekspor ekonomi kreatif terhadap ekspor nasional adalah 19,6 miliar USD atau sebesar 11,9%. Jumlah dari keseluruhan ekspor non-migas sebesar 155,8 miliar USD, sedangkan total keseluruhan ekspor nasional sebesar 167,8 miliar USD. Ekspor ekonomi kreatif global masih di dominasi oleh negara-negara besar, diantaranya Cina, Amerika, Italia, Jerman, dan Hongkong.

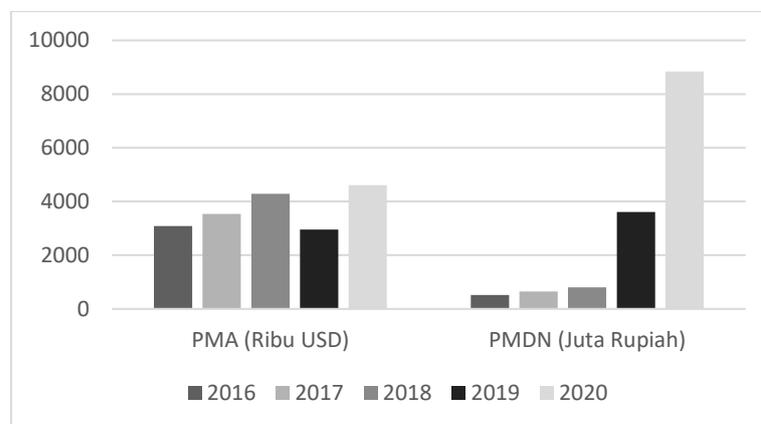
Sejalan dengan itu, pengembangan ekspor di Indonesia menurut subsektor ekonomi kreatif juga hanya beberapa subsektor yang berhasil menembus pasar dunia, selebihnya masih berorientasi pada pasar domestik. Subsektor penyumbang ekspor terbesar diantaranya fashion, kriya, kuliner, penerbitan, dan seni rupa.

Produksi ekonomi kreatif berdasarkan pada kreativitas sumber daya manusia. Kondisi kreativitas kerja ini mencerminkan adanya input berupa upah dan kemampuan pendidikan, serta harga jual produk produksi industri kreatif yang menentukan produksi ekspor. Perubahan kondisi input dan harga jual produksi mempengaruhi volume produksi produk di industri kreatif (S. Madelan, 2020). Efisiensi tujuan ekspor memiliki kepentingan prioritas yang berbeda dari prioritas penyerapan tenaga kerja, pemerintah harus bisa mendorong pertumbuhan

produksi di industri kreatif agar produk-produk atau output yang berasal dari subsektor lainnya dapat menembus pasar global.

Variabel lain yang tak kalah penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif adalah investasi. Investasi dapat diartikan sebagai pengeluaran atau pembelanjaan yang dilakukan oleh investor atau perusahaan untuk membeli barang modal dan perlengkapan produksi yang tersedia dalam perekonomian (Sukirno, 2012). Menurut UU No.25 tahun 2007 tentang penanaman modal, bentuk investasi umumnya dibedakan menjadi dua, yaitu investasi yang dilakukan oleh pemerintah/swasta dan investasi oleh pihak luar negeri.

Dalam mendorong pertumbuhan industri ekonomi kreatif, pentingnya peran pemerintah dalam hal menarik aliran modal melalui Penanaman Modal Asing (PMA) dan Penanaman Modal Dalam Negeri (PMDN). Dengan banyaknya para investor yang menginvestasikan modalnya maka akan terciptanya angkatan kerja, yang akhirnya akan meningkatkan produktivitas.



Gambar 1.2 Jumlah PMA dan PMDN Ekonomi Kreatif 2016-2020

Sumber: NSWI BKPM (diolah)

Pada Gambar 4 dapat dilihat bahwa modal asing maupun dalam negeri pertumbuhannya stagnan. Jumlah investasi asing pada 2016 sebesar 3.082 ribu USD dan rata-rata kenaikan setiap tahunnya sebesar 115 persen meskipun pertumbuhannya turun di tahun 2019 hanya

sebesar 68 persen, sedangkan investasi dalam negeri meningkat pesat pada tahun 2019 dan 2020 dengan nilai investasi 3.607 juta Rupiah dan 8.834 juta Rupiah.

Masih adanya perbedaan jumlah investasi di tiap sub sektor ekonomi kreatif karena hanya beberapa sub sektor yang dapat menarik investor-investor. Hal tersebut dikarenakan belum meratanya upaya untuk pengembangan sub sektor ekonomi kreatif. Ketidakpastian akibat pandemi juga mengakibatkan banyak investor ragu untuk menanamkan modal ke perusahaan. Keraguan untuk berinvestasi mengakibatkan kegiatan usaha tidak bergerak seperti apa yang diharapkan.

Pertumbuhan ekonomi kreatif tentunya dapat berdasarkan dari pengaruh faktor-faktor produksi, salah satunya adalah produktivitas yang ada di sektor ekonomi kreatif. Produktivitas dalam hal ini adalah *Total Factor Productivity*, merupakan rata-rata input produksi dan indeks efektivitas dari input untuk menghasilkan output baik sebelum maupun sesudah terjadi perubahan teknologi (Agustina Suparyati, 1999). Mankiw (2007) mengemukakan bahwa TFP diukur secara tidak langsung karena tidak dapat diamati secara langsung.

| Subsektor | Tren Δ TFP (%) |
|----------------------------------|-----------------------|
| Periklanan | 0,031 |
| Arsitektur | -0,018 |
| Pasar barang seni | 0,063 |
| Kerajinan | 0,026 |
| Desain | 0,067 |
| Fesyen | 0,029 |
| Film, video & fotografi | 0,028 |
| Permainan interaktif | -0,024 |
| Musik | 0,012 |
| Seni pertunjukan | 0,005 |
| Penerbitan & Percetakan | 0,114 |
| Layanan komputer & piranti lunak | -0,005 |
| Radio dan Televisi | 0,038 |
| Riset dan pengembangan | -0,050 |

Tabel 1.3 Tren Rata-Rata Δ TFP 14 Subsektor Industri Kreatif Tahun 2016

Sumber: BPS (diolah)

Terdapat 4 subsektor ekonomi kreatif dengan tren pertumbuhan teknologi negatif, yaitu arsitektur dengan nilai 0,018 persen, permainan interaktif dengan nilai -0,024 persen, layanan

komputer dan piranti lunak dengan nilai -0,005, serta riset dan pengembangan sebesar -0,050 persen. Tren pertumbuhan teknologi negatif ini disebabkan oleh kurangnya peran pemerintah untuk industri tersebut dalam bidang keuangan. Juga belum adanya lembaga pembiayaan khusus yang mendukung industri tersebut.

Berdasarkan pada fenomena, teori yang digunakan, dan hasil-hasil penelitian terdahulu, adanya berbagai perbedaan terhadap hasil dalam penelitian mengenai factor-faktor yang berpengaruh terhadap kondisi PDB Sektor Ekonomi Kreatif. Maka berdasarkan fenomena gap dan research gap yang telah dipaparkan, penelitian ini akan berfokus pada objek penelitian, Tenaga Kerja di industri ekonomi kreatif, Jumlah Ekspor di industri ekonomi kreatif, Nilai Investasi di industri ekonomi kreatif, Kemajuan teknologi yang berdasarkan pada *Total Factor Productivity* (TFP) yang mempengaruhi PDB ekonomi kreatif pada periode 2016-2020. Oleh karena itu, penelitian ini akan diberi judul **“PENGARUH TENAGA KERJA, EKSPOR, INVESTASI, KEMAJUAN TEKNOLOGI TERHADAP PRODUK DOMESTIK BRUTO EKONOMI KREATIF DI INDONESIA TAHUN 2016-2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah disampaikan, terdapat beberapa masalah yang timbul dalam penelitian yang akan dilakukan. Sehingga masalah-masalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana perkembangan tenaga kerja, ekspor, investasi, dan kemajuan teknologi sektor ekonomi kreatif di Indonesia dalam kurun waktu 2016 hingga 2020?
2. Bagaimana pengaruh tenaga kerja, ekspor, investasi, dan kemajuan teknologi terhadap PDB sektor ekonomi kreatif Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui perkembangan tenaga kerja, ekspor, investasi, dan kemajuan teknologi sektor ekonomi kreatif di Indonesia dalam kurun waktu 2016 hingga 2020.
2. Untuk mengetahui pengaruh tenaga kerja, ekspor, investasi, dan kemajuan teknologi terhadap PDB sektor ekonomi kreatif Indonesia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memiliki kegunaan sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu menambah dan mengembangkan wawasan berpikir, juga memberikan informasi dan pemahaman atas variabel yang dapat mempengaruhi PDB sektor ekonomi kreatif Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari hasil penelitian ini diharapkan:

1. Bagi Praktisi/Masyarakat

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk perbaikan proses maupun hasil suatu aktivitas, khususnya di bidang ekonomi dan bisnis.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai media dalam memperluas wawasan dan pengetahuan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan topik yang sama atau dikembangkan dengan variabel lainnya.