



EKONOMI KREATIF *Berbasis* KEARIFAN LOKAL



Dr. Nurbaiti, S.E., M.M.
Reza Hardian Pratama, S.E., M.M.
Harits Kurniawan, S.E., M.M.
Triendang Yuliyanti, S.E., M.M.
Dr. Muhammad, S.Kom., M.M.,
Ayyumi Khusnul Khotimah, S.E., M.M.

EKONOMI KREATIF BERBASIS LOKAL

Dr. Nurbaiti.,S.E.,M.M.,
Reza Hardian Pratama.,S.E.,M.M.,
Harits Kurniawan.,S.E.,M.M.,
Triendang Yuliyanti.,S.E.,M.M.,
Dr.Muhammad.,S.Kom.,M.M.,
Ayyumi Khusnul Khotimah.,S.E.,M.M.



EKONOMI KREATIF BERBASIS LOKAL

Penulis:

Dr. Nurbaiti.,S.E.,M.M.,
Reza Hardian Pratama.,S.E.,M.M.,
Harits Kurniawan.,S.E.,M.M.,
Triendang Yuliyanti.,S.E.,M.M.,
Dr.Muhammad.,S.Kom.,M.M.,
Ayyumi Khusnul Khotimah.,S.E.,M.M.

Editor:

Erik Santoso

Layouter :

Tim Kreatif PRCI

Cover:

Rusli

Cetakan Pertama : Januari 2025

Hak Cipta 2025, pada Penulis. Diterbitkan pertama kali oleh:

Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
ANGGOTA IKAPI JAWA BARAT

Pondok Karisma Residence Jalan Raflesia VI D.151
Panglayungan, Cipedes Tasikmalaya – 085223186009

Website : www.rcipress.rcipublisher.org
E-mail : rumahcemerlangindonesia@gmail.com

Copyright © 2025 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I – : Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2025
; 18 x 25cm
ISBN

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan
cara apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang
Hak Cipta Pasal 72

Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
Pasal 72

Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku yang berjudul *“Ekonomi Kreatif Berbasis Lokal”* ini dapat diselesaikan dengan baik.

Buku ini hadir sebagai kontribusi kami untuk memberikan wawasan dan panduan bagi pembaca yang tertarik dalam memahami serta mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal. Di tengah pesatnya perubahan global, sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, khususnya di daerah yang kaya akan budaya, tradisi, dan sumber daya unik.

Melalui buku ini, kami berusaha mengupas berbagai konsep, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif. Dengan memanfaatkan sumber daya lokal, pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya menjadi sarana peningkatan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga dapat menjaga dan melestarikan warisan budaya yang menjadi identitas bangsa.

Buku ini terdiri dari beberapa bab yang membahas tentang definisi ekonomi kreatif berbasis lokal, potensi pengembangan di berbagai sektor, studi kasus yang relevan, serta strategi untuk menghadapi persaingan di pasar global. Kami berharap buku ini dapat menjadi panduan yang bermanfaat bagi pembuat kebijakan, akademisi, pelaku usaha, mahasiswa, maupun masyarakat umum yang memiliki minat di bidang ini.

Kami menyadari bahwa buku ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kami dengan tangan terbuka menerima masukan, kritik, dan saran yang konstruktif demi penyempurnaan buku ini di masa mendatang.

Akhir kata, kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung proses penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan inspirasi bagi para pembaca dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis lokal yang berkelanjutan.

Selamat membaca!

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	I
DAFTAR ISI	II
BAB I EVOLUSI DAN GELOMBANG EKONOMI BARU	1
BAB II KONSEP DAN KONTEKS EKONOMI KREATIF	8
BAB III MODAL DASAR DAN AKTOR PENGGERAK EKONOMI KREATIF	15
BAB IV RANTAI NILAI DAN MODEL PENCIPTAAN NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF	22
BAB V INDUSTRI KREATIF	30
BAB VI KONDISI DAN FAKTOR PEMBENTUK KARAKTER KREATIF DAN INOVATIF	37
BAB VII MANAJEMEN KREATIVITAS	45
BAB VIII MENGELOLA IDE DAN GAGASAN INTELEKTUAL	53
BAB IX PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF	61
BAB X PEMETAAN POTENSI DAN PEMILIHAN USAHA SERTA PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA	70
DAFTAR PUSTAKA	77
PROFIL PENULIS	79

BAB I

EVOLUSI DAN GELOMBANG EKONOMI BARU

Ekonomi sebagai sebuah sistem yang kompleks terus mengalami transformasi seiring dengan perkembangan zaman. Kemajuan teknologi, perubahan sosial, dan berbagai faktor lainnya telah mendorong munculnya berbagai gelombang ekonomi baru yang mengubah lanskap ekonomi global. Ekonomi global terus tumbuh, menciptakan kemungkinan ekonomi baru yang dapat mendukung kehidupan ekonomi orang-orang di seluruh dunia.

Hal yang sama dapat dikatakan di Indonesia. Industri kreatif saat ini sedang berkembang pesat, dengan sektor-sektor kreatif seperti seni, musik, mode, dan periklanan memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Alasannya adalah karena industri kreatif merupakan hasil pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, yang menghasilkan dan memanfaatkan kreativitas dan daya cipta mereka untuk menciptakan kekayaan dan lapangan kerja. Sektor industri kreatif merupakan pondasi karakter bangsa Indonesia dan simbol eksistensinya dalam pergaulan dengan negara lain di seluruh dunia. Dengan memperkuat struktur industri berbasis tradisi dan budaya, kekayaan intelektual dan warisan budaya bangsa akan dimanfaatkan untuk menghasilkan produk-produk baru yang inovatif, umumnya berskala kecil dan menengah, dengan nilai tambah dan daya saing tinggi. Hal ini dapat disimpan sebagai sumber inspirasi.

Sejak kemerdekaan, perekonomian Indonesia telah mengalami beberapa fase evolusi (Tambunan, 2019). Pada awalnya, Indonesia mengandalkan sektor pertanian dan perdagangan sebagai tulang punggung perekonomian. Pada dekade 1970-an, Indonesia beralih ke industrialisasi dan pembangunan infrastruktur sebagai strategi pertumbuhan ekonomi (Aswicahyono & Hill, 2014).

Dalam beberapa dekade terakhir, Indonesia telah memasuki fase baru yaitu ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge-based economy) dan ekonomi digital (digital economy) (Fahmi et al., 2016). Pergeseran ini didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang telah mengubah lanskap bisnis dan gaya hidup masyarakat.

Istilah Ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu daerah. Menurut Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), “ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada

keaktivitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia.

Pakar ekonomi global Alvin Toffler mengkategorikan perkembangan peradaban ekonomi dunia menjadi tiga gelombang ekonomi. Gelombang ekonomi pertama berbentuk ekonomi yang didominasi oleh aktivitas pertanian. Gelombang ekonomi kedua adalah ekonomi, yang didominasi oleh aktivitas industri. Gelombang ekonomi ketiga adalah ekonomi berbasis teknologi informasi. Alvin juga meramalkan bahwa setelah gelombang ketiga ekonomi, akan ada gelombang keempat ekonomi atau ada para era ini, yaitu ekonomi yang bertumpu pada ide dan konsep yang kreatif dan inovatif. Gelombang ekonomi keempat kini mulai terasa di seluruh negeri.

Perkembangan ekonomi sepanjang sejarah dapat diidentifikasi melalui beberapa fase atau gelombang utama antara lain sebagai berikut :

1. Ekonomi Tradisional

aktivitas ekonomi dunia awalnya didasarkan pada ekonomi berbasis sumber daya alam (SDA). Pada masa ini, kegiatan ekonomi didominasi oleh sektor pertanian, perdagangan sederhana, dan pertukaran barang. Produksi masih bersifat lokal dan subsisten, dengan sedikit spesialisasi dan pembagian kerja.

2. Revolusi Industri

Saat ini, ekonomi dunia sedang bertransformasi menjadi ekonomi berbasis bakat (SDM) yang berbasis pada industri dan teknologi informasi. Dimulai pada abad ke-18 di Inggris, revolusi industri membawa perubahan fundamental dalam cara produksi. Introduksi mesin-mesin, penggunaan bahan bakar fosil, dan industrialisasi mengubah ekonomi yang semula berbasis pertanian menjadi berorientasi pada manufaktur.

3. Ekonomi Pasca - Industri

Pada abad ke-20, terutama setelah Perang Dunia II, ekonomi semakin didominasi oleh sektor jasa, informasi, dan teknologi. Ekonomi berbasis pengetahuan, inovasi, dan teknologi informasi menjadi semakin penting.

4. Ekonomi Digital

Pada era saat ini, ekonomi digital, teknologi informasi, dan internet menjadi kekuatan penggerak utama. Transformasi digital telah merevolusi berbagai aspek ekonomi dan bisnis, dari produksi hingga distribusi dan konsumsi.

Setiap fase ekonomi ini membawa perubahan fundamental dalam cara manusia berinteraksi, memproduksi, dan bertransaksi secara ekonomi dan berpengaruh bagi kesejahteraan setiap masyarakat Indonesia (Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2009). Pemahaman atas evolusi

ekonomi ini penting untuk memahami konteks di mana gelombang ekonomi baru muncul dan berkembang.

Lebih lanjut, alasan perlunya pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dikemukakan oleh Menteri Perdagangan Indonesia pada Konferensi Pengembangan Ekonomi Kreatif yang diselenggarakan pada tahun 2009 hingga 2015, antara lain:

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.
2. Menciptakan lingkungan bisnis yang positif.
3. Membangun citra dan identitas nasional.
4. Berbasis bahan baku terbarukan.
5. Menghasilkan inovasi dan kreativitas, berikut keunggulan.
6. Daya saing negara akan menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat Indonesia.
7. Mengurangi peningkatan pengangguran.
8. Menciptakan masyarakat Indonesia yang kreatif dan inovatif.
9. Persaingan yang lebih sehat dalam dunia bisnis.
10. Inovasi dipromosikan di kalangan pelaku industri kreatif dari berbagai bidang.

Ekonomi kreatif memiliki berbagai manfaat, seperti meningkatkan perekonomian wilayah, khususnya bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Selain itu, ekonomi kreatif juga berkontribusi pada penciptaan citra positif bangsa, meningkatkan daya saing internasional, serta memperbaiki kualitas hidup masyarakat. Richard Florida dalam teorinya menyebutkan bahwa tempat atau kota yang mampu berinovasi dan berkreasi secara cepat akan menjadi pemenang dalam era ekonomi kreatif. Contoh nyata di Indonesia termasuk kota Solo dengan wisata kuliner dan seni, Bandung dengan factory outlet, serta Jember melalui festival fesyennya.

Pembangunan ekonomi yang dipicu oleh gelombang Revolusi Industri 4.0 terus berkembang pesat, melahirkan inovasi, kreativitas, ide-ide baru, dan dampak teknologi informasi. Dengan penggunaan kecerdasan buatan (AI), *Internet of Things*, antarmuka manusia-mesin, dan fenomena ekonomi berbagi yang berkembang, kreativitas dan inovasi akan memainkan peran perintis dalam persaingan ekonomi global (Sugiarto, 2018). Ekonomi kreatif di era Revolusi Industri 4.0 akan mendorong pengembangan strategi untuk bertahan dalam persaingan global. Perkembangan global di era globalisasi telah mengubah kehidupan masyarakat dalam hal produksi, distribusi, dan konsumsi.

Gelombang ekonomi yang dipengaruhi globalisasi telah memunculkan konsep ekonomi kreatif, yang mengakui kekayaan intelektual sebagai aset yang menghasilkan uang, pendapatan, pekerjaan, dan bahkan kekayaan. Industri kreatif tidak hanya bergantung pada sumber daya alam tetapi juga sumber daya

manusia yang didorong oleh ide, konsep, dan kreativitas. Inovasi, kreativitas, dan teknologi informasi menambah nilai bagi perekonomian dalam persaingan ekonomi global.

Industri kreatif tumbuh subur di masa perubahan dan pergolakan karena kemampuannya menghasilkan solusi yang tepat, praktis, etis, dan manusiawi melalui produk dan sistem kreatif yang digunakan oleh masyarakat lokal (Nugraheny, 2022). Sandiaga Saladin Uno menambahkan, industri kreatif merupakan tulang punggung perekonomian global dan menciptakan banyak lapangan pekerjaan. Indonesia diharapkan dapat mengambil peran utama, membawa semangat perubahan, dan tentunya berkontribusi bagi pengembangan ekonomi kreatif yang lebih baik. Indonesia diharapkan dapat mencapai target untuk menciptakan 4,4 juta lapangan kerja baru di sektor pariwisata dan industri kreatif pada tahun 2024 (Humas, 2022). Karena itulah, industri kreatif Indonesia berkembang seiring dengan gelombang globalisasi dengan dukungan penuh dari pemerintah.

Pada Era Kreatif, nilai ekonomi suatu produk atau layanan ditentukan bukan oleh bahan mentah atau sistem produksi, seperti pada Era Industri, tetapi oleh penerapan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang terus maju. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global hanya berdasarkan harga atau kualitas produk, tetapi harus bersaing atas dasar inovasi, kreativitas, dan imajinasi. Dalam Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2025, ekonomi kreatif didefinisikan sebagai masyarakat yang menciptakan nilai baru (ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan) melalui kombinasi ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (insan kreatif) dan pemanfaatan sumber daya alam. sains. Dikatakan bahwa itu adalah ciptaan Tuhan. Warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak terbatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, tetapi juga mencakup karya yang berbasis sains, teknologi, teknik, dan komunikasi. Tiga elemen kunci membentuk dasar ekonomi kreatif: kreativitas, inovasi dan penemuan.

A. Kreativitas

dapat dijelaskan sebagai kemampuan atau kapasitas untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, baru, dan dapat diterima secara umum. Ini juga melibatkan munculnya ide-ide baru atau praktis untuk memecahkan masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada (berpikir di luar kotak). Orang yang kreatif dan dapat menggunakan kemampuannya secara maksimal dapat menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi diri sendiri dan orang lain.

B. Inovasi

Perubahan berbasis kreativitas dalam suatu ide atau konsep dengan memanfaatkan penemuan yang ada untuk menghasilkan produk atau proses yang lebih baik dengan nilai tambah dan manfaat. Sebagai contoh inovasi, Anda dapat melihat beberapa inovasi di youtube.com dengan menggunakan kata kunci "*lifehack*". Video menunjukkan cara memperbarui produk yang sudah ada untuk menciptakan produk baru yang memiliki nilai jual lebih besar dan kegunaan lebih baik.

C. Invensi (Penemuan)

Istilah ini menitikberatkan pada penciptaan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya, mempunyai fungsi yang unik, atau dapat dikenali sebagai suatu karya yang sebelumnya tidak diketahui. Berkembangnya aplikasi berbasis Android dan iOS juga

menjadi salah satu contoh penemuan berbasis teknologi dan informasi yang semakin memudahkan aktivitas masyarakat sehari-hari. Istilah industri kreatif telah banyak dibicarakan sejak buku John Hawkins, *Industri Kreatif: Bagaimana Orang Menghasilkan Uang dari Ide*. Hawkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang input dan outputnya berupa ide.

Atau dalam kalimat yang lebih pendek inti dari kreativitas adalah ide. Oleh karena itu, dapat dibayangkan bahwa orang-orang kreatif dapat memperoleh pendapatan yang relatif tinggi hanya dengan menggunakan modal idenya.

Beberapa gelombang ekonomi baru yang sedang terjadi saat ini dan memiliki dampak signifikan terhadap lanskap ekonomi global adalah:

1. Ekonomi Berbagi (*Sharing Economy*)

Ekonomi berbagi merujuk pada model bisnis yang memungkinkan individu untuk menyewakan atau membagikan aset, kemampuan, atau layanan yang mereka miliki dengan orang lain melalui platform digital. Contoh Platform seperti Airbnb, Uber, Grab, Lyft, TaskRabbit, Fiverr.

2. Ekonomi Hijau dan Berkelanjutan

Ekonomi hijau dan berkelanjutan mengacu pada model ekonomi yang memperhatikan aspek lingkungan, seperti efisiensi energi, daur ulang, dan penggunaan sumber daya terbarukan. Meningkatnya kesadaran konsumen akan produk dan layanan ramah lingkungan, penerapan praktik ekonomi sirkular oleh perusahaan, dan kebijakan pemerintah yang mendorong transisi menuju ekonomi. Contohnya yaitu Energi terbarukan, pengurangan emisi, ekonomi daur ulang, pertanian organik, transportasi berkelanjutan.

3. Ekonomi Gig

Ekonomi gig mengacu pada pola kerja yang didominasi oleh pekerjaan lepas, paruh waktu, dan kontrak, sebagai lawan dari pola kerja tradisional yang permanen dan full-time. Contohnya seperti Freelancer, pekerja platform (driver ride-hailing, pengantar makanan), profesional independen.

4. Keuangan Digital dan Blockchain

Keuangan digital mencakup inovasi di bidang keuangan yang didorong oleh teknologi, seperti pembayaran digital, cryptocurrency, dan aplikasi berbasis blockchain. Contohnya yaitu Bitcoin, Ethereum, Revolut, M-Pesa, Alipay, PayPal.

5. Ekonomi Kreatif dan Inovasi

Ekonomi kreatif merujuk pada sektor ekonomi yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan nilai ekonomi. Contohnya Industri film, musik, seni, desain, game, periklanan, arsitektur.

6. Ekonomi Berbasis Platform

Ekonomi berbasis platform mengacu pada model bisnis di mana platform digital menjadi infrastruktur yang memfasilitasi interaksi dan pertukaran nilai antara berbagai pihak. Contohnya Amazon, Google, Facebook, Uber, Airbnb, Alibaba.

Dengan konsep ekonomi kreatif, aspek industrialisasi juga dapat dikembangkan lebih lanjut ke arah ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah industri yang menggunakan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan produk yang menambah nilai, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kualitas hidup. Ekonomi kreatif sering dilihat sebagai istilah umum untuk konsep lain yang populer di awal abad ke-21: industri kreatif.

Industri kreatif sendiri sejatinya merupakan konsep yang sudah ada sebelum munculnya konsep ekonomi kreatif. Ada bukti bahwa istilah "industri kreatif" muncul dalam laporan Australia tahun 1994 "*Creative Nation*." Namun, istilah tersebut benar-benar menjadi penting ketika Departemen Kebudayaan, Media, dan Olahraga Inggris (DCMS) membentuk Gugus Tugas Industri Kreatif pada tahun 1997. Satuan Tugas Industri Kreatif mendefinisikan industri kreatif sebagai: "Industri kreatif adalah industri yang berawal dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu serta berpotensi menghasilkan kekayaan dan lapangan pekerjaan bagi generasi mendatang." Hak Kekayaan Intelektual dan Perlindungan dan Eksploitasi Konten".

Definisi dari Satgas Industri Kreatif ini menjadi acuan bagi definisi ekonomi kreatif Indonesia yang tertuang dalam Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 (2008) Kementerian Perdagangan

Indonesia. "Industri kreatif adalah sektor yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat masyarakat untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan pekerjaan melalui kreasi dan pemanfaatan kreativitas serta daya cipta masyarakat." telah memperluas ukuran dana kreatifnya.

Ruang lingkup ekonomi kreatif mencakup 14 subsektor utama yang berperan penting dalam perekonomian. Sub-sektor ini meliputi periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fashion, film, musik, seni pertunjukan, game, penerbitan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangan. Masing-masing subsektor ini memainkan peran unik dalam menciptakan nilai tambah ekonomi melalui inovasi dan kreativitas.

Namun, ekonomi kreatif juga menghadapi tantangan besar, seperti kurangnya sumber daya manusia yang kompeten, infrastruktur yang belum memadai, dan dukungan kebijakan yang belum optimal. Meski demikian, peluang yang ditawarkan sangat besar, termasuk membuka lapangan kerja baru, meningkatkan ekspor nasional, memperkuat identitas bangsa, serta menciptakan pasar domestik yang potensial.

Indonesia memiliki alasan kuat untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Dengan kekayaan budaya dan sumber daya lokal yang melimpah, Indonesia memiliki modal dasar yang kuat untuk bersaing di pasar global. Ekonomi kreatif juga memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan banyak peluang kerja. Untuk itu, pemerintah telah menetapkan visi ekonomi kreatif hingga tahun 2025, dengan fokus pada peningkatan kontribusi terhadap PDB, pengembangan kawasan kreatif, penciptaan lapangan kerja, serta memperkuat pencitraan produk Indonesia di pasar internasional.

BAB II

KONSEP DAN KONTEKS EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif adalah konsep yang mencakup aktivitas ekonomi yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menghasilkan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah dan dapat dipasarkan. Menurut laporan dari United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2010), ekonomi kreatif terdiri dari sektor-sektor yang berfokus pada pemanfaatan kekayaan budaya dan kekayaan intelektual untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai ekonomi.

Kreativitas sangat penting dalam dunia bisnis termasuk dalam ekonomi baru saat ini. Kreativitas menghasilkan kegiatan yang merangsang inovasi dalam berbagai kegiatan, termasuk kegiatan ekonomi. Tujuan akhir dari kegiatan inovasi adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan cara yang lebih beragam dan meningkatkan produksi dengan cara yang lebih produktif, menguntungkan, dan efisien. Keterampilan menggunakan metode dan teknik baru untuk menghasilkan ide-ide baru, menemukan solusi untuk masalah, atau mengidentifikasi peluang merupakan bagian dari tahap berpikir kreatif (memikirkan hal-hal baru).

Menurut para ahli, tulisan-tulisan dari tahun 1970-an dan 1980-an, kreativitas menghasilkan cara berpikir yang baru, berbeda, dan produktif, dan bersifat kreatif dan menghasilkan sesuatu (produk, ide, layanan, dll.). Ia mengklaim Sesuatu yang berdampak pada lingkungan. , sosial, psikologis) baru. Kreativitas berasal dari pikiran dan ide. Orang dapat mengembangkan kreativitasnya dengan memaparkan otaknya pada banyak hal yang baru dan berkualitas tinggi. Kemampuan otak untuk mengingat, membayangkan, dan menyerap dapat menghasilkan ide-ide baru (Rusdiana, 2014), semua itu sangat diperlukan dalam ekonomi kreatif saat ini.

Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan talenta individu untuk menciptakan produk atau jasa yang memiliki nilai tambah dan dapat dipasarkan. Konsep ini pertama kali muncul pada akhir abad ke-20 dan semakin berkembang pada awal abad ke-21 seiring dengan kemajuan teknologi digital. Menurut laporan dari United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), ekonomi kreatif meliputi aktivitas yang menggunakan kekayaan intelektual dan budaya sebagai sumber daya utama untuk menciptakan produk dan layanan yang bernilai ekonomi.

Menggali konsep kreativitas, khususnya hubungan antara kreativitas dan kecerdasan, kesehatan mental, jenis dan keterampilan pribadi, kesejahteraan mental, pendidikan dan pelatihan, teknologi, proses pembelajaran, dan instruksi. Faktanya, kreativitas dan perilaku kreatif dipelajari secara interdisipliner, dengan definisi yang berbeda dan dengan pendekatan yang berbeda: dalam psikologi, ilmu kognitif, pedagogi, filsafat ilmu, teknologi, teologi, sosiologi, linguistik, ekonomi, dll. Saya belajar Administrasi Bisnis dan Ekonomi.

Oleh karena itu, tidak ada definisi yang ringkas dan jelas tentang kreativitas. Hal ini karena definisi kreativitas bervariasi dari satu ahli ke ahli lainnya dan bergantung pada sudut pandang, fenomena, dan situasi di mana kreativitas itu muncul. Misalnya, definisi kreativitas dalam bidang psikologi, yang mempelajari kreativitas individu, berbeda dengan definisi yang digunakan dalam ilmu manajemen dan ekonomi. Demikian pula, kreativitas memiliki karakteristik dan konsep yang berbeda jika dilihat dari perspektif kehidupan sehari-hari.

Kata kreativitas sendiri dikaitkan dengan unsur-unsur seperti orisinalitas, imajinasi, inspirasi, ide, kecerdasan, dan penemuan (UNDP dan UNCTAD, 2008). Penemuan dianggap kreatif bila melibatkan inovasi dan didasarkan pada imajinasi, inspirasi, orisinalitas, dan kegembiraan dalam penemuan. konsep kreativitas mencakup lima unsur penting:

- 1. Orisinalitas**

Mengandung arti menciptakan sesuatu dari ketiadaan atau menciptakan kembali sesuatu yang sudah ada (Orisinalitas adalah menciptakan sesuatu dari ketiadaan atau memodifikasi yang sudah ada (sudah ada)

- 2. Imajinasi**

adalah proses memikirkan sesuatu yang baru.

- 3. Inspirasi**

Sebuah ide baru yang dapat divisualisasikan.

- 4. Kecerdasan**

Kemampuan seseorang untuk berpikir dan bertindak.

- 5. Penemuan**

merupakan penemuan terkini yang belum pernah ada sebelumnya.

Dari sudut pandang ekonomi, kreativitas mengacu pada tindakan manusia dalam menciptakan. Kreativitas mengacu pada fenomena seseorang menciptakan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk produk atau layanan, karya seni, humor, atau solusi untuk suatu masalah atau produk atau layanan baru yang memiliki nilai ekonomi.

Selanjutnya selain kreativitas terdapat pula inovasi, Inovasi adalah ide baru yang diterapkan untuk mengembangkan atau menginovasi suatu produk atau layanan. Inovasi juga dapat didefinisikan sebagai suatu ide, konsep, objek

atau praktik yang didasarkan pada sesuatu yang baru dan diterima serta diterapkan atau diadopsi oleh seorang individu atau kelompok tertentu. Inovasi juga dapat merujuk pada proses mengubah ide-ide baru atau aplikasi baru menjadi produk yang bermanfaat. Inovasi juga dapat diartikan sebagai proses mengubah kemungkinan menjadi ide atau gagasan yang kompleks. Inovasi juga datang dari ide yang kecil tetapi serupa, menghasilkan sesuatu yang baru dan lebih baik dari yang sudah ada.

Inovasi pertama kali diperkenalkan pada tahun 1934 oleh Schumpeter. Inovasi adalah sesuatu yang baru yang bersumber dari ilmu pengetahuan dan memberikan manfaat bagi kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan penting untuk pengembangan inovasi. Tanpa pengetahuan, inovasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Padahal bisa jadi tujuannya salah, tidak akan bertahan lama, dan hanya akan menjadi sebuah mimpi belaka. Inovasi sangat berguna di setiap sektor kehidupan, jadi Anda perlu memahami beberapa hal terkait inovasi.

Beberapa sektor yang termasuk dalam kategori ekonomi kreatif antara lain:

- 1. Industri Seni dan Budaya**

Mencakup seni rupa, teater, musik, tari, serta seni pertunjukan lainnya.

- 2. Industri Film dan Animasi**

Termasuk pembuatan film, animasi, serta hiburan digital.

- 3. Desain**

Desain produk, grafis, interior, arsitektur, dan desain fashion.

- 4. Industri Mode dan Kecantikan**

Meliputi desain pakaian, aksesoris, dan produk kecantikan.

- 5. Industri Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK)**

Seperti pengembangan aplikasi, perangkat lunak, dan game digital.

- 6. Kuliner dan Pariwisata**

Produk makanan, minuman, dan produk kreatif lainnya yang terintegrasi dengan sektor pariwisata.

- 7. Penerbitan dan Media**

Penerbitan buku, majalah, surat kabar, serta media online dan digital.

Ciri khas dari ekonomi kreatif adalah kemampuannya untuk menggabungkan unsur-unsur kreativitas, teknologi, dan budaya untuk menghasilkan produk yang tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup dan memperkaya identitas budaya masyarakat. Ekonomi kreatif mendorong inovasi dalam berbagai sektor dan mendorong terbentuknya ekonomi berbasis pengetahuan dan keterampilan.

Indonesia memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif. Dengan lebih dari 300 suku bangsa, ribuan bahasa, serta kekayaan seni dan budaya yang

tak terhitung jumlahnya, Indonesia memiliki daya tarik tersendiri dalam industri kreatif global. Ekonomi kreatif di Indonesia memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Indonesia dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang.

Indonesia, dengan kekayaan budaya, seni, dan keragaman suku bangsa, memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Sektor ini telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia, menciptakan lapangan kerja, serta meningkatkan daya saing di pasar global. Pada tahun 2020, sektor ekonomi kreatif Indonesia tercatat memberikan kontribusi sekitar 7,44% terhadap PDB negara (Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020). Beberapa subsektor yang berkembang pesat di Indonesia antara lain industri film, mode, kuliner, serta desain dan teknologi digital.

1. Industri Film dan Hiburan

Indonesia memiliki industri film yang terus berkembang, dengan produksi film lokal yang semakin mendapatkan perhatian di pasar internasional. Festival film internasional seperti Jakarta International Film Festival (JIFF) dan Indonesian Film Festival (IFF) turut membantu mempromosikan film Indonesia ke dunia internasional. Selain itu, dengan berkembangnya platform digital seperti Netflix, produksi film Indonesia dapat mengakses pasar global lebih luas.

2. Industri Mode dan Desain

Mode Indonesia semakin dikenal di kancah internasional, dengan banyak desainer muda yang membawa nuansa tradisional Indonesia dalam karya mereka, seperti penggunaan kain tenun, batik, dan bordir. Fashion show internasional seperti Jakarta Fashion Week (JFW) dan Indonesia Fashion Week (IFW) semakin membuka jalan bagi desainer Indonesia untuk memamerkan karya mereka di pasar global. Keberhasilan sejumlah desainer Indonesia dalam menembus pasar internasional membuktikan bahwa ekonomi kreatif Indonesia memiliki daya saing tinggi di bidang mode.

3. Kuliner

Indonesia juga dikenal dengan keanekaragaman kuliner yang kaya. Dalam beberapa tahun terakhir, produk kuliner khas Indonesia mulai mendapatkan perhatian internasional. Restoran-restoran Indonesia di luar negeri seperti di Singapura dan Amerika Serikat semakin berkembang, serta adanya tren makanan khas daerah yang kini menjadi pilihan banyak orang di pasar domestik dan internasional. Makanan seperti nasi goreng, sate, dan rendang semakin dikenal dunia.

4. Teknologi dan Media Digital

Indonesia merupakan salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara, dengan banyaknya startup teknologi dan aplikasi yang berkembang. Perkembangan sektor e-commerce, media sosial, dan pengembangan aplikasi berbasis digital memberikan peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk menjangkau konsumen global. Aplikasi dan game buatan anak bangsa juga mulai mendapatkan popularitas, dengan beberapa di antaranya mendapatkan pendanaan dari investor internasional.

Meskipun sektor ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar, namun masih ada beberapa tantangan yang perlu dihadapi agar sektor ini dapat berkembang lebih optimal di Indonesia:

1. Keterbatasan Infrastruktur

Banyak pelaku industri kreatif, terutama di daerah-daerah, yang masih mengalami kesulitan dalam mengakses infrastruktur yang memadai, seperti ruang kerja, teknologi, dan fasilitas produksi yang mendukung. Selain itu, distribusi produk kreatif juga terkendala oleh kurangnya jaringan distribusi yang efisien, baik di pasar domestik maupun internasional.

2. Akses Terhadap Pendanaan

Pendanaan menjadi salah satu masalah utama bagi pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Banyak usaha kreatif, terutama yang baru berkembang, kesulitan mendapatkan akses modal untuk membiayai operasional dan pengembangan produk. Sumber pendanaan yang terbatas, baik dari perbankan maupun investor, membuat banyak ide kreatif yang bagus tidak dapat berkembang lebih lanjut.

3. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Meskipun undang-undang tentang hak cipta dan kekayaan intelektual sudah ada, namun pelanggaran hak cipta dan plagiarisme masih sering terjadi. Ini menjadi tantangan besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk melindungi karya-karya inovatif mereka dari pembajakan atau pemalsuan, yang dapat merugikan secara finansial dan merusak reputasi.

4. Kurangnya Kolaborasi Antar Sektor

Sektor ekonomi kreatif tidak dapat berkembang dengan baik tanpa adanya kolaborasi antara berbagai pihak, baik itu pemerintah, pelaku industri, hingga masyarakat. Terkadang, kurangnya sinergi antar sektor menjadi hambatan dalam menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Pemerintah Indonesia telah mengambil berbagai langkah untuk mendukung perkembangan ekonomi kreatif di tanah air. Salah satunya adalah dengan mendirikan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

(Kemenparekraf), yang bertugas untuk memfasilitasi, merumuskan kebijakan, dan mendukung promosi produk kreatif Indonesia di pasar global. Beberapa kebijakan yang diambil oleh pemerintah antara lain:

1. Pemberian Insentif Fiskal dan Non-Fiskal

Pemerintah memberikan insentif fiskal, seperti pemotongan pajak bagi pelaku industri kreatif, serta insentif non-fiskal seperti penyediaan fasilitas pelatihan, inkubator bisnis, dan bimbingan untuk para pelaku ekonomi kreatif.

2. Pembangunan Infrastruktur Kreatif

Pemerintah mendorong pembangunan infrastruktur kreatif di berbagai daerah, seperti pusat-pusat kreatif, studio, ruang pameran, dan pusat pelatihan, yang dapat digunakan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan kualitas produk mereka.

3. Promosi Produk Kreatif Indonesia

Pemerintah Indonesia juga aktif dalam mempromosikan produk-produk kreatif Indonesia melalui berbagai platform digital dan pameran internasional. Acara seperti Indonesia Creative Festival (ICF) dan Jakarta Fashion Week (JFW) menjadi ajang untuk memperkenalkan produk kreatif Indonesia kepada dunia.

Perkembangan teknologi terkini memunculkan cara kerja baru di banyak industri, termasuk manufaktur, perbankan, dan jasa. Kondisi ini menuntut hadirnya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif, inovatif dan kompetitif. Instansi pemerintah yang tidak memiliki kreativitas dan inovasi akan menjadi organisasi yang kurang berkembang, yang kinerjanya akan selalu menjadi sorotan masyarakat, menjadi sasaran kritik, dan sikap masa bodoh terhadap instansi itu sendiri. Oleh karena itu, kreativitas dan inovasi di instansi pemerintah yang ingin maju harus terlebih dahulu diperkuat dari internal. Sebab jika Anda kuat secara internal dan menghasilkan produk organisasi yang siap dan tangguh, hal itu secara otomatis memecahkan masalah yang dihadapi organisasi saat mengandalkan sumber eksternal.

Mengatasi organisasi perlu menciptakan budaya tempat kerja yang mendukung terciptanya kreativitas dan inovasi baru. Salah satu caranya adalah departemen SDM harus selalu kritis dan mengambil tindakan nyata sesuai sifat kritisnya untuk segera menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Sikap kemudian diberi kesempatan untuk melaksanakan proses aktualisasi diri.

UNCTAD dan UNDP mendefinisikan ekonomi kreatif dalam beberapa pengertian:

1. Ekonomi kreatif merupakan suatu siklus penciptaan, produksi, dan distribusi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai input utama (siklus kreatif,

2. Industri kreatif terdiri dari berbagai pengetahuan dan teknologi, kegiatan berbasis seni yang tidak hanya berfokus pada seni tetapi juga berpotensi menghasilkan pendapatan dari perdagangan dan hak kekayaan intelektual. Dalam konteks ini, industri difokuskan pada, tetapi tidak terbatas pada, seni. Ada potensi untuk menghasilkan pendapatan dari perdagangan dan hak kekayaan intelektual.
3. Ekonomi kreatif merupakan gabungan dari produk material (material product) dan model intelektual intangible (intangible intelligence) atau kreativitas (creative content), nilai ekonomi, dan tujuan pasar (tangible inclusive). Terdiri dari kreativitas artistik, seni, dan seni rupa, layanan termasuk elemen, Produk dengan konten kreatif, nilai ekonomi dan tujuan pasar serta layanan intelektual atau artistik yang tidak berwujud.
4. Industri kreatif terletak di persimpangan sektor kerajinan, jasa, dan industri dan membentuk sektor baru yang dinamis dalam perdagangan global. (Perdagangan Dunia).

Selain konsep industri kreatif dan kreativitas budaya, UNESCO juga mengemukakan konsep industri budaya dan ekonomi budaya. Istilah "industri budaya" mengacu pada penciptaan, produksi, dan komersialisasi materi tak berwujud (konten) dan budaya sebagai serangkaian kegiatan ekonomi yang menggabungkan fungsi konseptual, kreatif, dan komersial. Ini adalah sebuah industri. Produk budaya yang memiliki banyak fungsi industri, diproduksi secara massal, dan komersial.

Ekonomi budaya sekarang melibatkan penerapan analisis ekonomi pada semua bentuk kreativitas dan seni, warisan budaya, dan industri budaya. Warisan mengacu pada keaslian/orisinalitas semua bentuk seni dan semangat industri budaya dan kreatif.

BAB III

MODAL DASAR DAN AKTOR PENGGERAK EKONOMI KREATIF

Ekonomi kreatif masih merupakan konsep ekonomi yang relatif baru di era kita saat ini. Gerakan Industri Kreatif mengedepankan gagasan dan pengetahuan dalam menjalankan tugasnya. Mengembangkan ide dan pengetahuan memerlukan kreativitas dari departemen SDM. Melalui kreativitas SDM mendorong munculnya inovasi dalam penciptaan produk bernilai tambah, sehingga berdampak positif pada pembangunan ekonomi berkelanjutan (Musi, 2019). Pandangan lain adalah bahwa di era kreatif, produk yang bernilai ekonomis tidak lagi ditentukan oleh bahan bakunya, tetapi penekanannya adalah pada pemanfaatan kreativitas dan inovasi melalui peningkatan teknologi informasi. (Mistriani dkk., 2021).

Di Indonesia, penting untuk mengembangkan lebih lanjut konsep ekonomi kreatif. Ada beberapa alasan yang menyebabkan hal ini (Hutabarat, 2015): Pertama, dampak ganda terhadap fungsi perekonomian. Potensi industri kreatif menyumbang peningkatan produk domestik bruto (PDB) dan menyerap tenaga kerja. Selain itu, kegiatan di bidang industri kreatif juga memberikan ruang untuk pengembangan di sektor lain, seperti pengolahan, pengemasan, distribusi, periklanan, desain produk dan jasa, dan persewaan.

Indonesia merupakan wilayah dengan 4.444 jenis sumber daya alam. Keanekaragaman ini dimulai pada tingkat Pertanian dan meluas hingga Pertambangan. Hal ini menandakan bahwa Indonesia memiliki peluang yang sangat besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tingkat nasional melalui pengembangan industri kreatif (Airlangga, 2019; Azizah & Muhfiatun, 2018).

Pengembangan badan usaha ekonomi kreatif, dengan fokus pada bidang ekonomi kreatif yang menyumbang mayoritas dari kegiatan perekonomian masyarakat Indonesia. Indonesia juga akan mengalami bonus demografi pada tahun 2035. Pada tahun 2030, proporsi penduduk usia kerja diperkirakan akan melebihi 60%, dimana 27% diantaranya adalah generasi muda berusia 16 hingga 30 tahun.

Generasi muda Indonesia berpotensi melahirkan wirausahawan dan pekerja kreatif dan berbakat yang akan menjadi motor penggerak perekonomian, masyarakat, dan budaya negara di masa depan. Peluang ini