



BUKU AJAR

EKONOMI KREATIF

Tinjauan Teoritis



I Gede Bayu Wijaya, S.E.,M.M



BUKU AJAR EKONOMI KREATIF
Tinjauan Teoritis

BUKU AJAR EKONOMI KREATIF

Tinjauan Teoritis

I Gede Bayu Wijaya, S.E., M.M



BUKU AJAR EKONOMI KREATIF

Tinjauan Teoritis

© Penerbit Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia (PRCI)

Penulis:

I Gede Bayu Wijaya, S.E., M.M

Editor: I Made Ngurah Oka Mahardika., M.M

Cetakan Pertama: Februari 2022

Cover: Rusli

Tata Letak: Tim Kreatif PRCI

Hak Cipta 2022, 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 © 2022 by Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia
All Right Reserved

- Cet. I –: Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia, 2022
; 14,8 x 21 cm
ISBN: 978-623-448-040-5

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 syukur kami panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas karunia-Nya kami dapat menyelesaikan buku ajar Ekonomi Kreatif ini. Buku ajar ini merupakan salah satu panduan yang digunakan dalam mendukung kegiatan mengajar mahasiswa pada Prodi Ekonomi Hindu, Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram di semester IV.

Buku ajar ini secara garis besar membahas tentang revolusi industri yang dalam bidang industri kreatif yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Kami menyadari tulisan dalam buku ajar ini banyak kekurangan dan kelemahan sehingga masih banyak membutuhkan saran, masukan dan kritik dari pembaca yang nantinya dapat memperbaiki segala kesalahan dan kekurangan bab per bab dalam buku ajar ini. Serta tidak lupa kami mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ajar ini.

Mataram, Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
BAB 1 EVOLUSI DAN GELOMBANG EKONOMI BARU	1
A. Pengertian Evolusi Ekonomi Kreatif.....	2
B. Gelombang Ekonomi Baru	5
Rangkuman.....	10
Bahan Diskusi.....	11
 BAB 2 KONSEP DAN KONTEKS EKONOMI KREATIF.....	12
A. Konsep Dan Konteks Kreativitas	13
B. Munculnya Kreativitas.....	14
C. Proses Terjadinya Kreatif.....	15
D. Munculnya Siklus Kreativitas	16
E. Konsep dan Konteks Keinovasian.....	17
F. Hakikat Dan Inti Ekonomi Kreatif.....	18
G. Peran ekonomi kreatif	19
H. Jenis-jenis kreativitas yang dapat membentuk ekonomi kreatif	20
Rangkuman.....	21
Bahan Diskusi.....	23
 BAB 3 MODAL DASAR DAN AKTOR PENGGERAK EKONOMI KREATIF	24
A. Modal Dasar Dalam Ekonomi Kreatif	25
B. Komponen Inti Dan Komponen Pendukung Lain Dari Ekonomi Kreatif	26
C. Aktor-Aktor Sebagai Penggerak Dalam Ekonomi Kreatif	27
D. Peran Aktor Ekonomi Kreatif	28
E. Pemegang Kepentingan Ekonomi Kreatif.....	29

F. Pendorong Perluasan Ekonomi Kreatif.....	30
G. Kreativitas Dalam Kinerja Bisnis	30
Rangkuman	32
Bahan Diskusi.....	33
 BAB 4 RANTAI NILAI DAN MODEL PENCIPTAAN NILAI TAMBAH KREATIF	 34
A. Pengertian Rantai Nilai Dan Langkah-Langkah Dalam Rantai Nilai.....	 35
B. Peranan Rantai Nilai Dan Kegunaan Analisis Dari Rantai Nilai.....	 35
C. Strategi Dalam Penciptaan Nilai.....	36
D. Model-Model Penciptaan Nilai Tambah Dalam Ekonomi Kreatif	 37
E. Rantai Nilai Industry Kreatif.....	38
Rangkuman	39
Bahan Diskusi.....	40
 BAB 5 INDUSTRI KREATIF	 41
A. Pengertian Industri Kreatif	42
B. Karakteristik Industri Kreatif.....	42
C. Klasifikasi Industri Kreatif.....	43
D. Peran Industri Kreatif.....	44
E. Keunggulan Industri Kreatif	44
F. Peluang Industri Kreatif	45
Rangkuman	46
Bahan Diskusi.....	47
 BAB 6 SUMBER DAYA EKONOMI KREATIF.....	 48
A. Sumber Daya Manusia Yang Kreatif.....	49
B. Pola Pikir Kreatif Untuk Dimasa Mendatang	49

C. Kemampuan Yang Dibutuhkan Dalam Ekonomi Kreatif	50
D. Sumber Daya Manusia Kreatif Dan Inovatif.....	51
E. Daya Kreativitas Dan Hasil Berpikir Kreatif	52
Rangkuman.....	53
Bahan Diskusi	55

BAB 7 KONDISI DAN FAKTOR-FAKTOR PEMBENTUK

KARAKTER KREATIF DAN INOVATIF.....	56
A. Kondisi Penting Dalam Kreativitas.....	57
B. Karakteristik Kreativitas Yang Tidak Selalu Muncul	58
C. Faktor Pembentuk Karakter Kreatif Dan Inovatif.....	59
Rangkuman.....	60
Bahan Diskusi	61

BAB 8 MANAJEMEN KREATIVITAS	62
A. Definisi Manajemen Kreativitas.....	63
B. Mengelola Kreativitas Individu Dan Organisasi.....	64
Rangkuman.....	67
Bahan Diskusi	68

BAB 9 IMAJINATIF DAN MANAJEMEN KREATIVITAS	69
A. Ekonomi Imajinatif.....	70
C. Dasar Prinsip-Prinsip Manajemen Kreativitas	71
Rangkuman.....	74
Bahan Diskusi	75

BAB 10 KAIDAH MERAIH SUKSES	76
A. Kaidah-Kaidah Untuk Meraih Sukses Dalam Ekonomi Kreatif.....	77
B. Ciptakan Sendiri (Invent Yourself).....	77

C. Masukkan Prioritas Pada Ide-Ide, Bukan Pada Data (<i>Put The Priority On Ideas, Not On Data</i>).....	78
D. Jadilah Pengembara (<i>Be Nomadic</i>).....	79
E. Belajarlah Tanpa Berhenti (<i>Learn Endlessly</i>).....	79
F. Gali Popularitas Dan Rayakan (Exploit Fame And Celebrity)	80
G. Perlakukanlah Sebaik-Baiknya Sebagai Suatu Kenyataan Dan Sebaliknya (<i>Treat The Virtual As Real And Vice-Versa</i>).....	80
H. Berbaik Hatilah (<i>Be Kind</i>).....	81
I. Kagumi Keberhasilan Secara Terbuka (<i>Admire Success, Openly</i>)	81
J. Berambisilah Dan Berani Pergi (<i>be very ambitious, boldy go</i>)	82
Rangkuman	83
Bahan Diskusi.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
TENTANG PENULIS.....	87



BAB 1

EVOLUSI DAN GELOMBANG EKONOMI BARU

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa diharapkan dapat

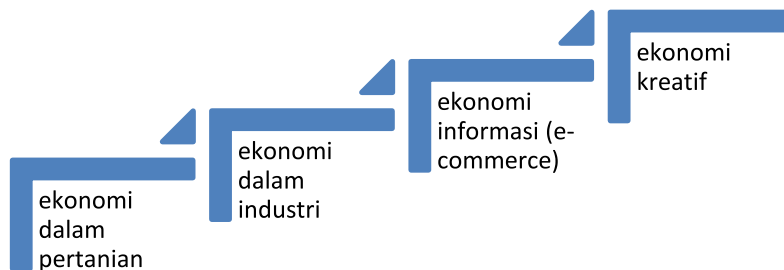
- Memahami evolusi ekonomi kreatif
- Memahami gelombang ekonomi baru
- Memahami peran dan pentingnya ekonomi baru
- Memahami peran kekayaan intelektual
- Memahami adanya pergeseran orientasi ekonomi global
- Memahami kehadiran gelombang ekonomi baru yang dapat menciptakan peluang, kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan

A. Pengertian Evolusi Ekonomi Kreatif

Seiring dengan berkembangnya ilmu pengetahuan dalam berbagai bidang, termasuk teknologi yang semakin berkembang, dengan perkembangan ini mengakibatkan berbagai macam perubahan dalam kehidupan manusia. Perubahan yang terjadi akibat perkembangan ilmu pengetahuan dan dalam teknologi ini adalah cara pandang seseorang dalam berbagai hal, cara berfikir, maupun pola kehidupan yang dialami oleh seseorang didalam menjalani kehidupan ini. Meningkatnya kebutuhan seseorang akan barang maupun jasa dapat memunculkan suatu kekhawatiran akan jumlah barang dan jasa yang ada, barang maupun jasa dapat mengalami kelangkaan. Untuk mengatasi kekhawatiran akan kelangkaan tersebut, saat ini telah dilakukan berbagai macam riset teknologi, riset dilakukan secara terus-menerus dilakukan sehingga mampu mendorong terciptanya berbagai produk maupun jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Selain terciptanya produk-produk baru dari berkembangnya teknologi, tercipta pula berbagai bentuk sarana dan prasarana sebagai pendukung kegiatan manusia, yang mempermudah dalam mencapai tujuannya dan dalam memenuhi kebutuhannya. Salah satu sarana- prasarana yang sangat membantu dalam kehidupan manusia saat ini adalah berkembangnya jaringan internet. Pemanfaatan internet dalam dirasakan dalam berbagai hal, terlebih dalam dunia usaha, berbagai usaha telah memanfaatkan fasilitas internet ini, baik industry besar hingga industry rumahan tidak lepas dari pemanfaatan internet.

Pola-pola hidup manusia telah mengalami berbagai perubahan, dengan perubahan pola tersebut berpengaruh terhadap ekonomi yang ada. Perubahan teknologi, inovasi dan kreativitas seseorang mampu merubah orientasi dalam bidang ekonomi, contoh pergeseran yang terjadi dalam bidang pertanian ke bidang industri, ekonomi jasa, e-commerce, dan berujung pada orientasi pada ekonomi kreatif. Pergeseran pola ekonomi ini dapat ditunjukkan pada tabel dibawah:



Gambar 1.1 Pergeseran Orientasi Dan Gelombang Ekonomi
Sumber : Departemen Perdagangan, Pengembangan Ekonomi kreatif
Indonesia 2005,2008 hal.1 (Dalam Suryana, 2013)

1. Perkembangan Ekonomi Kreatif

Howkins (2001) , pada awal abad ke-21 atau sejak tahun 2001 orientasi ekonomi telah mengalami perubahan yang dikenal dengan “gelombang ekonomi “ yaitu “gelombang ekonomi kreatif”. Menurut Howkins (2001) ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang digerakan oleh industri kreatif yang mengutamakan peranan kekayaan intelektual. Dalam pengertian tersebut bahwa ekonomi kreatif ini dijalankan oleh orang-orang yang bergerak dalam dunia usaha atau para entrepreneur yang memiliki jiwa kreatif dan inovatif.

Seseorang yang tidak memiliki jiwa kreatif dan inovatif akan mengalami kesulitan dalam gelombang ekonomi kreatif ini, dibutuhkan keterampilan khusus untuk mengelola usaha-usaha dalam ekonomi kreatif agar terus dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan manusia.

Menurut Joseph Schumpeter para entrepreneur merupakan aktor dalam ekonomi kreatif. Dengan kemampuan dalam menciptakan berbagai inovasi, para entrepreneur mampu menciptakan berbagai kebaruan dalam berbagai produk maupun jasa. Kemampuan dalam inovasi serta memiliki jiwa kreatif ini para entrepreneur dapat menemukan berbagai sumber daya baru, proses produksi baru, teknologi maupun metode yang baru serta usaha dan mampu menciptakan pangsa pasar baru. Perkembangan ekonomi kreatif terjadi tidak hanya pada produk barang maupun jasa, namun ekonomi kreatif juga pada seni budaya, dan usaha-usaha yang bergerak dalam bidang kerajinan. Ekonomi kreatif menghasilkan produk-produk kreatif pada industri kecil, menengah maupun industri skala besar.

Ekonomi kreatif memiliki peran besar terhadap kemajuan dan kesejahteraan masyarakat dalam suatu Negara, hal ini berupa meningkatkan jumlah lapangan pekerjaan, pendapatan menjadi meningkat, menurunkan tingkat pengangguran, menurunkan kemiskinan serta sebagai pendorong perkembangan dan pertumbuhan ekonomi. Pengembangan ekonomi kreatif telah menghasilkan berbagai penemuan-penemuan baru, baik dalam produk maupun inovasi, ini merupakan suatu kekayaan yang berlipat ganda bagi suatu Negara yang mengembangkan ekonomi kreatif. Bentuk dari pendapatan yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif berupa, hak

kekayaan intelektual seperti hak paten, hak cipta, merek, dan royalty atas suatu produk maupun jasa. Ekonomi kreatif juga memiliki peran dalam menciptakan nilai ekonomi yang berkelanjutan dan ekonomi hijau (*green economy*) yang sangat berperan dalam menjaga kondisi lingkungan agar tetap terjaga dengan baik.

B. Gelombang Ekonomi Baru

Gelombang ekonomi baru ditemukan oleh Howkins pada tahun 2001 yaitu ekonomi kreatif, berawal dari adanya hak cipta yang dikeluarkan oleh Amerika Serikat pada tahun 1996, yang mengakibatkan meningkatnya nilai penjualan ekspor dari Negara tersebut dan menjadikan hak cipta menjadi produk nomor satu dalam ekspor. Perkembangan pangsa pasar dari produk-produk ekonomi kreatif mengalami peningkatan yang tinggi. Produk-produk dari hasil ekonomi kreatif yang mengalami peningkatan pesat adalah produk-produk dalam bidang riset dan dalam bidang pengembangan sector industri, perangkat lunak, dan penerbitan. Pangsa pasar berikutnya yang terbesar adalah dalam bidang penyiaran TV, radio, dan desain, pangsa pasar ketiga yang mengalami perkembangan adalah film dan musik, pangsa pasar keempat adalah mainan anak-anak, iklan, dan arsitek, pangsa pasar terakhir yang mengalami perkembangan yaitu kerajinan, video game, pakaian, dan seni. Berikut tabel yang dapat menggambarkan pangsa pasar secara global dari berbagai produk ekonomi kreatif dari beberapa Negara.

Tabel 1.1 Pangsa Pasar Ekonomi Kreatif (Dalam Miliar Dolar AS)

Sektor	Global	US	UK	China
Advertising	55	22	16	1
Architectur	45	25	7	1
Art	11	5	4	-
Crafts	30	3	2	1
Design	140	49	23	4
Fashion	16	5	3	0.4
Film	81	28	8	0.3
Music	80	27	10	0.2
Perfoming Arts	50	13	3	0.5
Publishing	605	126	44	10
R&D	675	330	42	17
Software	600	410	26	3
Toys and Game	59	22	6	3
TV/Radio	237	85	21	5
Video Games	21	7	4	5
Total	2.709	1.157	218	51

Sumber : Howkins, The Creative Economy:How People Make Money From Ideas,2001 halm 123. (dalam Suryana,2013)

Kekayaan intelektual seperti hak paten, hak cipta, royalty, desain dan merek dagang merupakan produk-produk non riil yang focus utamanya adalah perubahan pada karakter dan keistimewaan pada suatu produk. Pada kenyataan yang ada saat ini adalah produk ekonomi kreatif lebih didominasi oleh produk-produk non riil. Kreativitas dan inovasi pada suatu produk dapat menciptakan suatu keistimewaan pada produk tersebut, keistimewaan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk suatu desain, tipe, merek dangang, serta pembaharuan produk. Dengan demikian maka produk-produk tersebut akan mengalami siklus hidup akan lebih cepat. Percepatan siklus ini akan membuat produk mengalami pembaruan dengan cepat pula, perubahan-perubahan dalam produk akan lebih cepat,

sehingga akan memunculkan produk-produk baru yang lebih inovatif.

Kekayaan intelektual menciptakan fenomena dalam penawaran suatu produk, dimana jika semakin tinggi serta semakin cepatnya penawaran suatu produk dengan karakter yang baru dalam produk tersebut maka harga jual akan semakin tinggi. Jumlah produk yang ditawarkan tidak serta merta akan mempengaruhi tinggi rendahnya harga produk tersebut, tetapi dipengaruhi oleh kecepatan dalam perubahan karakter dari sebuah produk. Suatu produk jika lamban mengalami pembaruan karakter atau bahkan lamban dalam melakukan penawaran suatu produk baru yang merupakan hasil dari kekayaan intelektual maka akan semakin rendah harga dari produk tersebut. Sebagai contoh fenomena ini adalah sebuah handphone keluaran baru, ketika sudah beberapa bulan atau dalam satu tahun, ketika hadir handphone dengan desain baru, fitur yang ditawarkan, serta keistimewaan yang ditawarkan meskipun dengan harga yang lebih tinggi. Maka handphone yang lama tidak terasa tidak istimewa lagi, tidak ada daya tarik lagi dari produk tersebut, seseorang akan lebih cenderung akan memilih produk baru dengan berbagai karakter baru dari produk tersebut.

Produk maupun jasa yang merupakan hasil dari ekonomi kreatif yang berupa kekayaan intelektual dari berbagai Negara maju telah memberi nuansa baru dipangsa pasar Negara-negara berkembang. Produk-produk pemenuhan kebutuhan baik kebutuhan primer, sekunder dan tersier yang dihasilkan oleh perusahaan-perusahaan asing telah membanjiri Indonesia, mulai dari makanan-minuman, pakaian, pertanian, perikanan, perkebunan, pertambangan, perindustrian,

telekomunikasi. Berbeda dengan produk-produk ekonomi kreatif yang dihasilkan oleh Negara-negara yang sedang berkembang, masih memiliki kualitas dibawah standar sehingga mengalami kalah bersaing dengan produk kreatif Negara yang sudah maju. Secara otomatis pendapatan dari hasil ekonomi kreatif Negara-negara maju jumlahnya sangat besar dari pada Negara-negara sedang berkembang sehingga terjadilah jurang (*gap*) ekonomi antara Negara maju dengan Negara sedang berkembang.

Jiwa kreatif pada diri seseorang akan terus memunculkan suatu inovasi, sehingga produk maupun jasa yang dihasilkan berupa kekayaan intelektual tidak akan habis, justru akan terus mengalami perkembangan seiring dengan majunya teknologi yang ada. Peran dari berbagai profesi sangat dibutuhkan dalam kerjasama, seperti para ilmuwan, entrepreneur, peran pemerintah. Para ilmuwan berperan sebagai creator yang memberikan pemikiran-pemikirannya untuk menciptakan suatu produk, peran dari entrepreneur merupakan sebagai innovator yang memberikan inovasi-inovasi pada sebuah produk, sedangkan pemerintah berperan dalam kebijakan yang dapat mendorong meningkatnya iklim pasar serta pelaku-pelaku ekonomi kreatif, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan.

Gelombang ekonomi kreatif merupakan suatu fenomena baru dalam bidang ekonomi yang merupakan suatu kekuatan pendorong dalam pertumbuhan perekonomian suatu Negara. Dengan ekonomi kreatif, suatu Negara dapat meningkatkan kesejahteraan, dengan pertumbuhan ekonomi, lapangan pekerjaan akan meningkat, angka kemiskinan dapat ditekan, ekspor meningkat sehingga devisa suatu Negara meningkat

pula. Kreativitas dari pelaku ekonomi kreatif akan memudahkan dalam menentukan dan memecahkan berbagai persoalan terutama dalam bagaimana produk tersebut dihasilkan dan jumlah produk yang dihasilkan serta pangsa pasar yang akan dituju. Melalui ekonomi kreatif pembangunan ekonomi suatu Negara akan lebih efektif dan efisien disebabkan oleh beberapa faktor seperti :

- 1) Ekonomi kreatif lebih mengutamakan kekayaan intelektual sehingga dapat memperbaharui seluruh sumber daya melalui kemajuan dari ilmu pengetahuan dan teknologi.
- 2) Penggunaan sumber daya manusia akan lebih efektif, seperti penggantian tenaga kerja oleh mesin tidak mempengaruhi jumlah pengangguran, berbagai pekerjaan tetap dilakukan oleh manusia
- 3) Biaya dari ekonomi kreatif relatif lebih kecil, hal ini dikarenakan ekonomi kreatif membutuhkan kreativitas dari seseorang dan merupakan biaya awal dari sebuah ekonomi
- 4) Hukum penawaran yang berlaku pada ekonomi kreatif adalah hukum kekayaan intelektual, dimana jika semakin banyak produk dari hasil kekayaan intelektual yang dihasilkan akan membuat semakin tinggi nilai tambah dan harga dari produk tersebut.

Rangkuman

1. Dengan adanya perkembangan pengetahuan, riset dan teknologi mampu menghasilkan barang dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan manusia, serta hal ini dapat mengatasi kelangkaan akan barang dan jasa yang disebabkan kebutuhan manusia semakin meningkat
2. Pola ekonomi terus mengalami perubahan, inovasi, teknologi dan kreativitas mampu menggeser orientasi ekonomi yang ada, dari bidang pertanian ke ekonomi industri, ekonomi informasi, dan ekonomi kreatif
3. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang mengutamakan peranan dari kekayaan intelektual seseorang
4. Para entrepreneur menemukan sumber daya baru, teknologi baru, inovasi baru, metode baru, serta pangsa pasar baru
5. Ekonomi kreatif tidak hanya terbatas pada produk barang dan jasa, melainkan juga produk-produk seperti seni budaya, dan usaha pada kerajinan
6. Ekonomi kreatif sangat berperan dalam menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan dan ekonomi hijau (*green economy*)
7. Howkins menemukan gelombang ekonomi baru yaitu ekonomi kreatif pada tahun 2001 yang bermula dari hak kekayaan yang diterapkan oleh Negara Amerika Serikat pada tahun 1996
8. Inovasi yang ditunjukkan dalam desain, keistimewaan suatu produk serta merek dagang mengakibatkan percepatan siklus hidup suatu produk
9. Fenomena hukum kekayaan intelektual yakni jika semakin tinggi dan semakin cepat penawaran produk dari hasil kekayaan intelektual cenderung nilai jual juga akan semakin tinggi.

Bahan Diskusi

1. Jelaskan mengapa ekonomi kreatif dapat berperan dalam menciptakan ekonomi berkelanjutan dan ekonomi hijau (*green economy*)?
2. Mengapa kekayaan intelektual sangat berpengaruh dalam ekonomi kreatif?
3. Jelaskan terkait dengan fenomena hukum kekayaan intelektual?

BAB 2

KONSEP DAN KONTEKS EKONOMI KREATIF

Dengan mempelajari bab ini, mahasiswa/pembaca diharapkan dapat :

- Mengetahui serta paham dengan konsep dari kreativitas
- Mengetahui dan paham dengan konsep dari keinovasian
- Memahami segala unsur dari sebuah kreativitas serta inovasi
- Mengetahui dan paham dengan bagaimana cara serta proses-proses dari berfikir kreatif
- Memahami bagaimana proses dan tahap-tahap dalam sebuah inovasi
- Memahami konsep serta inti-inti serta bagaimana hakikat dari ekonomi kreatif
- Mengetahui peran dari ekonomi kreatif
- Mengetahui jenis-jenis kreativitas yang dapat membentuk ekonomi kreatif
- Dapat menerapkan serta mampu melakukan kreasi dan inovasi

A. Konsep Dan Konteks Kreativitas

Definisi dari kreativitas hingga saat ini masih belum ada final dari berbagai ahli, hal ini dikarenakan konsep dari sebuah kreativitas sangat luas, terdapat perbedaan sudut pandang mengenai definisi kreativitas. Dari sudut pandang psikologi berbeda dengan sudut pandang ilmu manajemen, kreativitas menurut psikologi merupakan suatu proses mental yang menciptakan ide-ide serta konsep baru sehingga ada keterkaitan antara ide dan konsep yang telah ada sebelumnya. Definisi kreativitas menurut ilmu manajemen merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manusia sehingga menciptakan sesuatu hal dari tindakan tersebut. Berdasarkan dua definisi tersebut maka kreativitas dapat disimpulkan bahwa suatu proses dari pemikiran manusia yang disertai dengan tindakan-tindakan sehingga memunculkan suatu ide-ide atau gagasan.

Dalam mengimplementasikan ide-ide atau gagasan tersebut tentunya dibutuhkan suatu talenta atau bakat keterampilan yang mumpuni dalam mewujudkan ide tersebut. Menurut Howkins (2001:ix) dalam Suryana (2013:21) kreativitas muncul apabila seseorang berkata, mengerjakan dan membuat sesuatu yang baru, baik dalam pengertian menciptakan sesuatu dari yang tadinya tidak ada maupun dalam pengertian memberikan karakter baru pada sesuatu. Sebuah ide atau gagasan akan bernilai dalam ekonomi kreatif apabila ide-ide tersebut telah dituangkan kedalam berbagai bentuk, baik dalam bentuk sebuah produk maupun suatu tindakan yang baru dan dapat dipasarkan atau dikomersilkan sehingga bermanfaat bagi orang lain.

Suatu hal dapat dikatakan kreatif apabila ide-ide yang dituangkan dalam penemuan-penemuan yang bersifat baru, orisinal serta berdasarkan dari hasil imajinasi, inspirasi, kecerdasan. Dalam konsep kreativitas terdapat lima unsur penting yakni :

- 1) Orisinalitas yaitu merupakan suatu penciptaan dari sesuatu yang belum ada sebelumnya atau bersifat pembaharuan dari sesuatu yang telah ada
- 2) Berimajinasi yaitu bagian dari proses berfikir tentang sesuatu hal yang baru
- 3) Inspirasi yaitu suatu gagasan yang dapat divisualisasikan dan bersifat baru
- 4) Kecerdasan yaitu kemampuan alami yang dimiliki oleh seseorang baik dalam berfikir maupun dalam bertindak
- 5) Penemuan yaitu hal-hal yang bersifat baru yang ditemukan dan belum ada sebelumnya

B. Munculnya Kreativitas

Kapan munculnya kreativitas?dimana munculnya kreativitas tersebut?. Suatu kreativitas dapat muncul kapan dan dimana saja, sesuai dengan definisi kreativitas, ketika seseorang berfikir, berimajinasi, menghayal, disaat melakukan suatu pekerjaan, maka disaat itulah kreativitas dapat muncul. Suatu kreativitas agar memiliki nilai ekonomi atau menghasilkan suatu produk, berimajinasi, menghayal, dan berfikir saja tidak cukup jika tidak melakukan sesuatu atau tindakan lanjutan. Contoh dari penerapan kreativitas agar bernilai ekonomi misalnya menggagas, menggali hingga menciptakan suatu produk baru yang sama sekali belum ada sebelumnya, atau melakukan pembaharuan terhadap suatu produk dengan menambahkan keistimewaan pada produk tersebut .

C. Proses Terjadinya Kreatif

Menurut Howkins (2001:16) dalam Suryana (2013 : 25) proses kreatif ada lima tahap yang dapat terjalin secara integral, yang dimulai dari khayalan-khayalan, analisis, lompatan-lompatan ide atau gagasan dan diaplikasikan dengan tenang, seksama, dan penuh perhitungan. Adapun kelima tahapan dalam proses terjadinya kreatif yaitu :

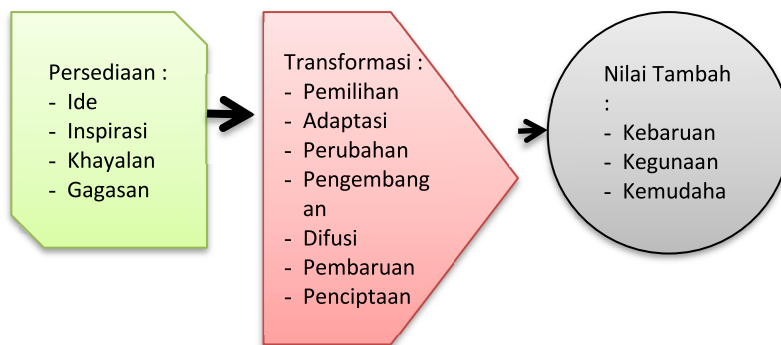
- 1) Peninjauan atau pengkajian ulang yaitu suatu proses penentuan sesuatu yang akan diambil dan akan diputuskan untuk digunakan, serta proses evaluasi terhadap dasar yang dimiliki seperti ide, pola pikir. Dalam tahap ini seseorang dituntut untuk mempersiapkan segala sesuatunya yang ada dalam dirinya untuk dapat mengetahui segala permasalahan, segala tantangan yang ada, serta dapat memecahkan permasalahan dengan cara berfikir, mencari jawaban dari setiap permasalahan dan bahkan bertanya kepada orang lain untuk dapat menyelesaikan masalah yang ada.
- 2) Inkubasi yaitu tahap dimana seseorang akan mengambil waktu untuk melakukan istirahat, santai, terbebas dari segala rutinitas dalam berfikir. Seseorang yang kreatif mengetahui kapan dia harus beristirahat serta mengetahui segala sumber daya yang dibutuhkan jika dalam tahap inkubasi.
- 3) Menghayal yaitu aktivitas pikiran dalam keadaan dibawah sadar, dalam keadaan ini pikiran seseorang akan berkelana.
- 4) Rangsangan yaitu sesuatu yang dapat mempercepat suatu intuitif dan menentukan arah perubahan setelah melalui perhitungan-perhitungan yang matang.

- 5) Pemeriksaan secara nyata yaitu suatu analisis yang dilakukan untuk dapat memeriksa kembali serta memastikan khayalan-khayalan tersebut dapat diwujudkan.

D. Munculnya Siklus Kreativitas

Siklus kreativitas ini terjadi pada saat seseorang menggunakan sesuatu yang baru, sehingga hal yang baru tersebut dapat menginspirasi untuk menjadi seseorang yang kreatif dan begitu seterusnya. Misalnya ketika kita ingin menciptakan sesuatu yang baru, maka kita akan mencari suatu objek yang digunakan sebagai sumber inspirasi. Dari obyek tersebut maka munculah ide-ide atau gagasan untuk menciptakan atau memperbaharui sesuatu yang telah ada sebelumnya dengan penambahan keistimewaan. Untuk menjadi kreatif maka kita akan memperhatikan hal-hal yang ada disekeliling kita, kemudian akan merenung, mengamati, menghayal dan bahkan berimajinasi untuk membuat sesuatu yang baru dan berbeda.

Dalam kegiatan ekonomi kreatif suatu kreativitas jika dapat dituangkan dan menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda yang mempunyai nilai tambah dari kreativitas tersebut. Untuk mencapai nilai tambah tersebut dalam ekonomi kreatif maka perlu dilakukan beberapa proses seperti melakukan suatu perubahan, melakukan proses adaptasi, melakukan pengembangan-pengembangan, melakukan riset dan menemukan sesuatu hal yang unik serta tidak dapat ditiru. Nilai tambah dalam ekonomi kreatif dapat melalui proses transformasi seperti yang ditunjukkan pada gambar berikut



Gambar 2.1 Transformasi Hasil Berfikir Menjadi Nilai Tambah

E. Konsep dan Konteks Keinovasian

Menurut Peter F Drucker (1991:21) inovasi adalah alat spesifik wirausahawan, yaitu suatu alat untuk memanfaatkan perubahan sebagai peluang bagi bisnis yang berbeda. Berdasarkan definisi tersebut keinovasian atau inovasi merupakan suatu alat yang digunakan oleh para wirausahawan dalam menjalankan segala usaha atau bisnis agar lebih berkembang. Inovasi dapat berupa ilmu pengetahuan yang dapat dipelajari serta dapat dipraktikkan dalam berbagai hal yang mendukung kemajuan. Dalam ekonomi suatu inovasi digunakan dalam penciptaan yang membentuk keunggulan-keunggulan yang baru. Pada umumnya inovasi dapat dilakukan dengan mengambil atau mengadaptasi teknologi yang telah ada sebelumnya yang kemudian dikembangkan sehingga tercipta teknologi yang baru.

Bentuk-bentuk inovasi dapat berupa suatu gagasan, perbaikan-perbaikan, perakitan suatu produk, analisa-analisa untuk dapat mengurangi jenis biaya-biaya. Inovasi erat kaitannya dengan suatu produk barang dan jasa, pembentukan

organisasi dalam sebuah perusahaan, pembangunan pabrik baru, dan lain-lain yang dapat berguna bagi kehidupan. Ada empat macam tahapan dalam inovasi jika dilihat dari proses terciptanya, yaitu tahapan konsepsi gagasan, tahapan pengkajian gagasan, tahapan pengumuman dan pemahaman gagasan, tahapan pengambilan keputusan dan penerapan gagasan. Dalam bisnis, suatu inovasi akan menghasilkan nilai tambah serta daya saing yang tinggi dalam inovasi yang berupa inovasi produk, inovasi proses, inovasi distribusi.

F. Hakikat Dan Inti Ekonomi Kreatif

Pada hakikatnya ekonomi kreatif merupakan suatu kegiatan dalam bidang ekonomi yang seluruh kegiatannya berdasarkan kreativitas baik dalam berfikir hingga menciptakan suatu produk yang baru serta berbeda dengan produk yang telah ada sebelumnya dan memiliki nilai tambah yang lebih. Kreativitas yang dimiliki oleh seseorang dapat membentuk suatu formula dalam ide seseorang yang kemudian diterapkan untuk menghasilkan sesuatu baik berupa pekerjaan, produk, seni dan budaya, serta kreasi-kreasi, dan teknologi. Dalam cakupan yang lebih luas, ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep yang digunakan secara menyeluruh dalam berbagai bidang seperti budaya, ekonomi dan teknologi dalam menghadapi era globalisasi.

Ada tiga macam konsep kreativitas dalam ekonomi kreatif dalam kegiatan ekonomi yaitu :

- 1) Kreativitas dalam ekonomi yang menyangkut bagaimana proses dalam menghasilkan sesuatu yang baru

- 2) Kreativitas dalam ekonomi yang merupakan kombinasi dan kolaborasi dalam pembaharuan dengan menggunakan cara-cara atau tehnik yang baru
- 3) Kreativitas dalam ekonomi menyangkut penggunaan hal-hal yang bersifat baru untuk menghasilkan sesuatu yang lebih efektif dan efisien

Industri kreatif merupakan bentuk dari sebuah kreatifitas yang menghasilkan kekayaan intelektual. Dalam industri ekonomi kreatif proses penciptaan dilakukan melalui proses penelitian serta pengembangan untuk menghasilkan sesuatu yang berupa barang maupun jasa baru yang bersifat komersil dan dibutuhkan oleh manusia. Kekayaan intelektual tersebut tidak lepas dari hasil suatu ide-ide, gagasan, khayalan-khyalan dan inspirasi yang kemudian dituangkan kedalam bentuk kekayaan intelektual seperti dalam bentuk desain merek dagang, hak cipta, hak paten, dan royalty.

G. Peran ekonomi kreatif

Pada Negara maju, ekonomi kreatif berperan sangat penting, melalui ekonomi kreatif pendapatan Negara menjadi meningkat yang diikuti kesejahteraan masyarakat semakin membaik, tingkat pengangguran menurun, menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan nilai ekspor Negara tersebut. Ekonomi kreatif merupakan mesin penggerak perekonomian suatu Negara, melalui kekayaan intelektual yang dihasilkan dari ekonomi kreatif seperti hak paten, hak cipta, merek dagang, royalty dapat membantu dalam meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan suatu Negara. Ekonomi kreatif merupakan hasil dari suatu kreativitas yang merupakan salah satu alat ukur dalam proses sosial. Dengan kreativitas ini maka ekonomi kreatif dapat ditingkatkan