

# Perkembangan Industri Kreatif

Togar M. Simatupang  
Sekolah Bisnis dan Manajemen  
Institut Teknologi Bandung

## Abstrak

Istilah industri kreatif telah mulai banyak dibicarakan oleh kalayak ramai. Tetapi pengertian industri ini masih samar-samar bagi kebanyakan orang. Banyak pertanyaan yang tidak sempat terjawab sebab sudah muncul lagi istilah-istilah lainnya. Paparan di bawah ini sengaja dituliskan dalam bentuk pertanyaan dan jawaban untuk memudahkan pembaca menangkap gagasan industri kreatif. Juga dibahas tentang adanya peluang kewirausahaan dengan kehadiran ekonomi gelombang keempat yang disebut dengan ekonomi kreatif.

### *1. Apa itu ekonomi kreatif dan seperti apa gambaran globalnya?*

Pada dasarnya pertumbuhan ekonomi kreatif digerakkan oleh kapitalisasi kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan produk atau jasa dengan kandungan kreatif. Kata kuncinya adalah kandungan kreatif yang tinggi terhadap masukan dan keluaran aktivitas ekonomi ini. Istilah ekonomi kreatif memang masih relatif baru. Tidak mengherankan kalau pengertiannya belum didefinisikan dengan jelas. Secara umum dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, estetika, intelektual, dan emosional bagi para pelanggan di pasar.

John Howkins dalam *The Creative Economy* (2001) menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari untuk pertama kalinya pada tahun 1996 karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan ekspor sebesar 60,18 miliar dolar (sekitar 600 triliun rupiah) yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Dia mengusulkan 15 kategori industri yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu sebagai berikut: periklanan, arsitektur, seni rupa, kerajinan atau kriya, desain, desain fesyen, film, musik, seni pertunjukan, penerbitan, riset dan pengembangan, piranti lunak, mainan dan permainan, TV dan Radio, dan permainan video. Nilai pasar ke-15 sektor industri kreatif sebesar US\$ 2,2 triliun pada tahun 1999 dapat dilihat pada Tabel 1. Nilai ekonomi kreatif

global diperkirakan dengan asumsi tingkat pertumbuhan lima persen per tahun akan berkembang dari US\$ 2,2 triliun pada Januari 2000 menjadi US\$ 6,1 triliun pada tahun 2020. Lima sektor peringkat teratas dalam pasar global adalah Riset dan Pengembangan (5,460 triliun rupiah), Penerbitan (5,060 triliun rupiah), Piranti Lunak (4,890 triliun rupiah), TV dan Radio (1,950 triliun rupiah), dan Desain (1,400 triliun rupiah).

Tabel 1. Nilai Pasar 15 Sektor Industri Kreatif tahun 1999 (dalam miliar dolar)

No.	Sektor	Global	Amerika Serikat	Inggris
1.	Periklanan	45	20	8
2.	Arsitektur	40	17	2
3.	Seni	9	4	3
4.	Kerajinan	20	2	1
5.	Desain	140	50	27
6.	Desain Fesyen	12	5	1
7.	Film	57	17	3
8.	Musik	70	25	6
9.	Seni Pertunjukan	40	7	2
10.	Penerbitan	506	137	16
11.	Riset dan Pengembangan	546	243	21
12.	Piranti Lunak	489	325	56
13.	Mainan dan Permainan	55	21	2
14.	TV dan Radio	195	82	8
15.	Permainan Video	17	5	1
Total		2240	960	157

## ***2. Apa perbedaan antara ekonomi kreatif dan industri kreatif?***

Ekonomi kreatif terdiri dari kelompok luas profesional, 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 sistem transaksi penawaran dan permintaan yang bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif. Industri kreatif dalam Wikipedia didefinisikan sebagai industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni rupa, film dan televisi, piranti lunak, permainan, atau desain fesyen, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan, penerbitan, dan desain. Pemerintah Inggris melalui Kementrian Budaya, Media, dan Olahraga memberikan lingkup industri kreatif sebagai kegiatan yang bersumber dari kreativitas, keahlian, dan talenta individu yang berpeluang meningkatkan kesejahteraan dan lapangan kerja melalui penciptaan dan komersialisasi kekayaan intelektual.

### ***3. Bidang usaha apa yang bergerak di ekonomi kreatif dan yang paling memberikan kontribusi?***

Inggris menggunakan 13 sektor industri kreatif yang terdiri dari: periklanan, arsitektur, seni murni dan barang antik, kerajinan, desain, fesyen, film dan video, hiburan interaktif dan permainan komputer, musik, seni pertunjukan, penerbitan, perangkat lunak dan animasi, dan televisi dan radio. Industri kreatif di Inggris menyumbang 7,9% produk domestik bruto (PDB) pada tahun 2000 atau kira-kira 112,5 miliar pounsterling dan mengalami pertumbuhan sebesar 9% selama 1997-2000, jauh di atas pertumbuhan ekonomi total yang hanya 2,7%. Desain (2,8%) dari PDB, perangkat lunak (1,6%), penerbitan (0,9%), dan periklanan (0,7%) adalah empat bidang usaha industri kreatif yang terbesar. Industri kreatif menyerap lebih dari 1,5 juta pekerja atau 5% dari tenaga kerja nasional. Menurut data yang dirilis tahun 2003, industri kreatif menyumbang 8,2 persen penerimaan nasionalnya.

Pemerintah Indonesia dalam hal ini Departemen Perdagangan RI lebih dekat dengan klasifikasi yang digunakan oleh Howkins (2001). Saat ini sudah berhasil dipetakan 14 sektor industri kreatif antara lain: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film, dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan, (11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, dan (14) riset dan pengembangan. Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu mengatakan bahwa sumbangan ekonomi kreatif sekitar 4,75% pada PDB 2006 (sekitar Rp 170 triliun rupiah) dan 7% dari total ekspor pada 2006. Pertumbuhan ekonomi kreatif mencapai 7,3% pada 2006, atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,6%. Sektor ekonomi itu juga mampu menyerap sekitar 3,7 juta tenaga kerja setara 4,7% total penyerapan tenaga kerja baru. Kontributor tujuh terbesar adalah (1) fesyen dengan kontribusi sebesar 29,85%, (2) Kerajinan dengan kontribusi sebesar 18,38%, dan (3) periklanan dengan kontribusi sebesar 18,38%, (4) televisi dan radio, (5) arsitektur, (6) musik, dan (7) penerbitan dan percetakan.

#### ***4. Bagaimana pandangan tentang paradigma lulusan PT yang cenderung tertarik untuk bekerja di sektor formal daripada mengembangkan kewirausahaan dalam ekonomi kreatif?***

Ekonomi kreatif memberikan gambaran kepada kita tentang situasi bisnis yang persaingannya paling kejam. Kelas kreatif di dalam industri ini tidak pernah berpuas diri dan selalu mencari jalan untuk berinovasi kalau ingin terus bertumbuh. Kunci suksesnya antara lain kepiawaian dalam membaca peluang, kecepatan menghadirkan produk dalam merebut peluang, kecermatan dalam memperhitungkan tingkat risiko berikut dengan rencana cadangan, kemampuan berkolaborasi dengan pihak lain, dan siasat yang jitu dalam menghadapi persaingan. Tidak heran bahwa industri kreatif mempunyai ciri-ciri antara lain siklus hidup produknya yang semakin pendek dan tidak dapat diprediksi dengan akurat, variasi produk yang semakin banyak, bersifat musiman atau menurut peristiwa tertentu, produk yang mudah dibajak atau ditiru, dan tingkat persaingan yang ketat.

Lulusan PT sebaiknya sudah dipersiapkan sejak berada di bangku kuliah untuk mengenal medan laga industri kreatif yang penuh dengan risiko tetapi dengan imbalan yang luar biasa. Semangat kewirausahaan sudah harus ditumbuhkan untuk mengenal dan menangkap peluang yang ada dan bukan di saat para lulusan memasuki dunia kerja. Lulusan yang cenderung bekerja di sektor formal bukan karena mereka tidak mampu menjadi pewirausaha tetapi mereka tidak memperoleh kesempatan untuk berlatih dan berlaga di medan industri kreatif. Kita mengakui bahwa ekonomi kreatif di Bandung baru berjalan secara alamiah, belum ada intervensi yang riil dari dunia perguruan tinggi. Kalau kewirausahaan mau ditumbuhkan proyek bisnis antar program studi perlu dikembangkan di perguruan tinggi. Demikian juga dengan bazar atau pasar seni sudah harus menjadi kegiatan rutin di kampus untuk memberikan peluang bagi peserta didik supaya berani mencoba berkiprah di dunia industri kreatif.

#### ***5. Kontribusi pemerintah terhadap pengembangan ekonomi kreatif Jabar?***

Agus Gustiar adalah kepala Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat yang gencar melakukan kampanye pentingnya pemerintah daerah mengembangkan industri kreatif. Agus berani menyatakan bahwa Jabar siap menjadi proyek percontohan dalam mengembangkan industri kreatif nasional. Disperindag Jabar juga telah merangkul komunitas pembuat pakaian indie KICK untuk menggelar peristiwa

tahunan KICK-Fest, memberikan penghargaan kepada para pelopor industri kreatif, membuat agenda kegiatan tahunan industri kreatif di Bandung, dan mengusulkan perlunya ruang bagi eksperimen kawula muda di kota Bandung.

Ke depannya, Pemerintah Daerah diharapkan dapat melakukan pemetaan potensi jenis industri kreatif yang dapat dikembangkan dan menyusun program-program yang lebih kongret misalnya akses permodalan, insentif, ruang publik untuk berkreasi, ajang promosi, perijinan, prasarana teknologi informasi, dukungan terhadap inkubator industri kreatif, dukungan terhadap pendidikan kreatif, dukungan terhadap pusat desain dan pelatihan, dan statistik industri kreatif. Jadi peran pemerintah masih penting sebagai promotor, komunikator, stimulator, dan fasilitator pengembangan industri kreatif. Tetapi masih banyak pekerjaan rumah yang perlu dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah terutama dalam masalah pemberdayaan, pendanaan, dan koordinasi.

#### ***6. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Jabar?***

Kami di Sekolah Bisnis dan Manajemen ITB melakukan pemetaan cepat (rapid mapping) berdasarkan data yang dikelarkan oleh BPS (2007). Tidak semua sektor dapat dipetakan tetapi data yang kami peroleh sudah bisa memberikan indikasi pentingnya industri kreatif bagi perekonomian Jawa Barat. PDRB Jawa Barat pada tahun 2005 mencapai Rp 257.535 milyar (US\$ 25.75 billion) merupakan penyumbang 14-15 persen dari total PDB nasional. Pada tahun 2005 industri kreatif di Jawa Barat telah menyerap tenaga kerja sekitar 2,54% dari jumlah total tenaga kerja atau sekitar 392.636 orang dan menyumbang 7,82% dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atau sekitar Rp 20 triliun.

Tabel 2. Jumlah Tenaga Kerja pada Industri Kreatif di Jawa Barat dari tahun 2001-2005

<b>Jenis Sektor Industri Kreatif</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>
<b>Desain Fesyen</b>	268.642	260.887	235.267	226.875	231.495
<b>Kerajinan</b>	121.093	126.705	124.498	117.369	112.480
<b>Penerbitan, Percetakan, Media Rekaman</b>	5.127	8.059	5.331	6.340	5.536
<b>Radio dan Televisi</b>	38.648	37.352	47.698	50.030	43.125
<b>Jumlah</b>	433.510	433.003	412.794	400.614	392.636
<b>Total Tenaga Kerja</b>	12.087.759	12.119.368	12.987.770	14.598.140	15.441.798
<b>% Terhadap Total Tenaga Kerja</b>	3,59%	3,57%	3,18%	2,74%	2,54%

Sumber: Jawa Barat dalam Angka 2004/2005, 2006, 2007 (BPS Jawa Barat)

Data-data mengenai penyerapan tenaga kerja oleh industri kreatif dan sumbangan industri tersebut terhadap PDRB mulai tahun 2001 sampai 2005 bisa dilihat pada Tabel 2 dan Tabel 3. Data ini diperoleh dari penyerapan tenaga kerja pada sektor industri arsitektur, kerajinan, desain fesyen, penerbitan, percetakan, produksi media rekaman, industri radio, dan televisi. Kurangnya data-data statistik mengenai penyerapan tenaga kerja pada sektor industri kreatif lainnya menyebabkan nilai penyerapan tenaga kerja ini sulit diperhitungkan. Dari data-data yang ada dapat diperoleh nilai rata-rata penyerapan tenaga kerja dari tahun 2001 sampai 2005 adalah 3,12%.

Dari data-data yang ada dapat dilihat nilai rata-rata persentase penyerapan tenaga kerja per sektor industri kreatif terhadap total nilai penyerapan tenaga kerja oleh industri kreatif mayoritas diserap oleh industri desain fesyen yaitu sekitar 59% pada tahun 2001 sampai 2005. Sektor industri kreatif lainnya yang menyerap tenaga kerja dengan jumlah yang banyak yaitu industri kerajinan menyerap tenaga kerja sebanyak 29%. Sedangkan industri radio dan televisi serta industri penerbitan, percetakan, dan media rekaman menyerap tenaga kerja masing-masing 11% dan 1%. Angka penyerapan tenaga kerja pada industri desain fesyen ini diharapkan akan terus meningkat dengan semakin menjamurnya distributor outlet atau yang lebih dikenal dengan sebutan distro. Rata-rata nilai tambah dari industri kreatif terhadap PDRB dari tahun 2001 sampai tahun 2005 adalah 8% dan pertumbuhannya pada tahun 2004-2005 adalah sekitar sekitar 4,55%.

Tabel 3. Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif di Jawa Barat dari tahun 2001-2005 dan Perbandingannya terhadap PDRB

Tahun	Satuan	2001	2002	2003	2004	2005
Nilai Tambah Industri Kreatif	Juta Rupiah	13.020.294	19.743.907	21.342.576	20.004.094	20.150.755
Total PDRB	Juta Rupiah	204.284.130	211.190.045	220.956.314	232.184.810	257.535.975
% Nilai Tambah Terhadap Total PDRB	Persen	6,37%	9,35%	9,66%	8,62%	7,82%

Sumber: Jawa Barat dalam Angka 2004/2005, 2006, 2007 (BPS Jawa Barat)

### **7. Persentase pertumbuhan ekonomi kreatif tahun 2007 dan perkiraan potensi pertumbuhannya di tahun 2008?**

Kita telah melihat bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif nasional (sejumlah 14 sektor) mencapai 7,3% pada 2006, atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,6%. Sementara itu pertumbuhan industri kreatif di Jawa Barat (hanya empat sektor yang teridentifikasi) pada kurun waktu tahun 2004-2005 adalah sekitar 4,55%. Tanpa intervensi pemerintah yang memadai ditambah dengan situasi harga BBM yang tidak menentu dan ekonomi global yang sedang stagnan, kami memperkirakan bahwa pertumbuhan industri kreatif nasional untuk tahun 2007 dan 2008 masih bertengger di sekitar 7% dan Jawa Barat di sekitar 4%.

### **8. *Persentase tenaga kerja yang dapat diserap melalui sektor ekonomi kreatif ini?***

Industri kreatif nasional mampu menyerap sekitar 3,7 juta tenaga kerja setara 4,7% total penyerapan tenaga kerja baru pada tahun 2007. Pada tahun 2005 industri kreatif di Jawa Barat telah menyerap tenaga kerja sekitar 2,54% dari jumlah total tenaga kerja atau sekitar 392.636 orang.

### **9. *Dikatakan bahwa PT merupakan penyumbang jumlah pengangguran terbesar. Sebenarnya berapa persentase lulusan PT yang menganggur setiap tahunnya? Seberapa banyak kira-kira jumlah pengangguran yang dapat terserap melalui ekonomi kreatif ini?***

Ada kecenderungan bahwa pengangguran terdidik terus meningkat sejak tahun 2003. Kontribusi PT setiap tahunnya sekitar 5-7% dari jumlah total penganggur. Angka Data Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) per Februari 2007 yang dikeluarkan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan peningkatan jumlah penganggur dari kalangan lulusan perguruan tinggi. Jika pada Agustus 2006 penganggur dari kalangan terdidik ini sebanyak 673.628 orang atau 6,16 persen, setengah tahun kemudian

jumlah ini naik menjadi 740.206 atau 7,02 persen. Jumlah total penganggur keluaran institusi pendidikan tinggi berasal dari lulusan sarjana, diploma I, II, dan III. Jumlah sarjana yang menganggur adalah sebanyak 409.890 orang. Jumlah lulusan diploma III yang belum mendapatkan pekerjaan sebanyak 179.231 orang serta diploma I dan diploma II yang menganggur berjumlah 151.085 orang. Jadi pada bulan Februari 2007 jumlah total penganggur berjumlah 740.206 orang.

Kita perlu mencermati sejenak beberapa alasan peningkatan penganggur dari kalangan terdidik tersebut. Direktur Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Fasli Jalal baru-baru ini menjelaskan salah satu penyebabnya adalah jumlah lulusan yang sudah terlalu berlimpah atau jenuh untuk beberapa program studi terutama untuk ilmu sosial, ekonomi, politik, dan hukum (*Kompas*, 6/2/2008). Dalam hal ini, pemerintah perlu mendorong program industri padat karya untuk membantu penyerapan tenaga kerja lulusan PT. Sebab yang lain tidak terserapnya lulusan PT adalah kompetensi lulusan yang masih rendah atau tidak sesuai kebutuhan dunia kerja. Salah program yang perlu digulirkan adalah standarisasi mutu lulusan PT.

Di luar kedua alasan di atas, kita perlu melihat dari sisi lulusan itu sendiri yaitu rendahnya pilihan status pekerjaan para lulusan perguruan tinggi untuk bekerja bagi diri sendiri. Hasil Sakernas semester pertama 2007 menunjukkan hanya satu dari empat lulusan perguruan tinggi yang memilih pewirausaha. Sementara mayoritas lulusan ingin bekerja pada orang lain sebagai karyawan atau buruh pada perusahaan dengan menerima upah atau gaji rutin. Sudah menjadi perdebatan awam bahwa lulusan PT sudah seharusnya berani menciptakan lapangan kerja dan bukan memburu pekerjaan. Mengapa minat kewirausahaan begitu rendah? Jawabannya sudah kita ketahui bersama yaitu tidak dipersiapkannya para lulusan tersebut untuk mengenal seluk beluk perusahaan, tidak ada pengalaman berkolaborasi dengan orang lain mulai dari inisiasi proyek bisnis sampai dengan selesai, bagaimana berurusan dengan pihak bank, dan bagaimana memperhitungkan risiko bisnis. Kalau pengetahuan elementer berbisnis tidak dikuasai, bagaimana mungkin kita berharap mereka dapat menjadi berani atau berbudaya menjadi pewirausaha.



Kehadiran industri kreatif memberikan peluang bagi pengelola PT untuk memperlengkapi para mahasiswanya untuk dapat mau dan mampu bersaing sesuai dengan tuntutan pasar. Program studi yang sudah mulai jenuh perlu ditinjau ulang dan pembenahan kurikulum perlu dilakukan supaya lebih sesuai dengan tuntutan pasar. Proyek bersama berbisnis kreatif dari mahasiswa program studi yang berbeda perlu diperkenalkan dan didorong agar terjadi secara alamiah karena adanya kebutuhan dan tanggung jawab dari diri mahasiswa untuk dapat mempersiapkan dirinya menghadapi persaingan pasar yang lebih ketat.

Berapa besar lulusan PT dapat terserap oleh industri kreatif? Cukup sulit untuk memperkirakannya mengingat belum adanya mekanisme yang dilakukan oleh PT dalam memperlengkapi lulusan mereka untuk terjun ke dunia industri kreatif. Secara nasional, industri kreatif menduduki peringkat ketujuh (7) dari sepuluh (10) lapangan usaha utama, dengan rata-rata jumlah tenaga kerja selama kurun waktu 2002-2006 sebanyak 3,7 juta (3,97%) dari total 93,3 juta tenaga kerja di Indonesia. Dari data statistik, Ciputra memperkirakan bahwa Indonedata memiliki 400.000 wirausahawan atau 0,18% dari total penduduk. Dengan menyitir pendapat sosiolog David McClelland, dia mengatakan suatu negara dapat menjadi makmur bila memiliki sedikitnya 2% wirausahawan dari jumlah penduduknya. Kalau hanya 2% saja dari penganggur terdidik atau 15,000 orang dapat menjadi pewirausaha kreatif, maka mereka dapat menarik sekitar 5-10 orang rekan-rekannya atau sekitar 105,000. Jadi industri kreatif dapat menyerap sekitar 16% atau 120,000 orang penganggur dari kalangan terdidik. Suatu angka yang menarik dan sekaligus menantang PT dan pemerintah untuk menyiapkan lulusan PT supaya mau dan mampu berkarya di dunia industri kreatif.