

**ANALISIS PERKEMBANGAN DAN PERAN SEKTOR EKONOMI
KREATIF BAGI PEREKONOMIAN INDONESIA**

Agus Susilo
Universitas Muhammadiyah Surakarta
agus.susilo@ums.ac.id

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan bagian penting dalam pengembangan perekonomian daerah dan Negara, sehingga semua pihak diharapkan dapat berkerjasama untuk memajukan dan mendesak pengembangan industri kreatif untuk penciptaan lapangan kerja serta dengan pendirian pusat-pusat industri kreatif dapat meningkatkan nilai tambah produk dan budaya daerah serta dapat mengentaskan kemiskinan. Perjalanan pengembangan industri kreatif di Indonesia masih dihadapkan dengan beberapa permasalahan sehingga perlu perantara semua pihak baik pemerintah, swasta dan masyarakat untuk menyelesaikan masalah tersebut, sehingga kepada semua pihak pelaku diharapkan melakukan koordinasi, membenahi perubahan mindset dan penyelarasan visi untuk mengembangkan industri kreatif. Keberhasilan pengembangan industri kreatif dapat meningkatkan perekonomian nasional, mencegah terjadinya urbanisasi yang tidak terkendali, meningkatkan daya saing, mengurangi pengangguran serta mengurangi kesenjangan sosial antar daerah dan muaranya akan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang merata.

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.984 pulau dengan luas wilayah laut dan darat $5.193.250 \text{ km}^2$ serta dengan jumlah penduduk 237.641.326 jiwa (BPS 2011) merupakan modal yang besar untuk menjadikan Indonesia negara yang maju dengan peningkatan laju pertumbuhan ekonomi dengan dukungan sumber daya alam yang melimpah. Dibalik kenyataan tersebut Indonesia kini dihadapkan dengan berbagai permasalahan ekonomi, sosial, politik, budaya dan agama yang tak kunjung menunjukkan titik temu pemecahan masalah yang baik. Masalah paling utama yang dihadapi masyarakat Indonesia kini adalah masalah perekonomian untuk menopang kelangsungan hidup setiap individu masyarakat. Data rangkuman BPS dari tahun 2011 s.d 2015 menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi RI terus menurun, dan hanya berhasil menembus 5,2 % pada kuartal IV 2016



Persoalan yang tak kalah menarik adalah sebuah kenyataan bahwasanya dengan sumber daya alam Indonesia yang sangat melimpah banyak kebutuhan pangan dan lainnya dalam negeri yang masih mengatungkan dari impor barang-barang dari luar negeri. Informasi terbaru menunjukkan bahwa Indonesia di tahun 2016 ini masih mengimpor garam sebanyak 95.263 ton dengan nilai US\$ 3,7 juta dari : (1) Australia 94.345 ton senilai US\$ 3,4 juta, (2) India 336 ton senilai US\$ 19 ribu; (3) Selandia Baru 431 ton senilai US\$ 175 ribu; (4) Inggris 49 ton senilai US\$ 9.023; (5) Singapura 1,8 ton senilai US\$ 8.443; dan negara lainnya 99,7 ton atau US\$ 26.61. Impor kentang olahan pada bulan April lalu yang dimpor dari Jerman sebanyak 500 ton senilai US\$ 195 ribu, Kanada 2.016 ton senilai US\$ 1,07 juta, Inggris US\$ 350 ton senilai US\$ 286 ribu, dan Australia 203 ton senilai US\$ 130 ribu.

Kemudian Bawang putih dan cabai adalah beberapa jenis pangan yang rutin dipasok dari negara lain ke Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat aktivitas impor kedua jenis pangan ini masih terus berlanjut hingga sekarang. Impor bawang putih pada April 2016 mencapai 29.346 ton dengan nilai US\$ 25,5 juta berasal dari China dengan volume 28.826 ton senilai US\$ 25,1 juta, kemudian India dengan volume 519 ton senilai US\$ 379 ribu. Cabai kering dengan total impor 48,3 ton dan nilai US\$ 41.088 dipasok oleh Malaysia dengan volume 17,6 ton senilai US\$ 21.120 dan Vietnam dengan volume 30,7 ton senilai US\$ 19.968. Bahkan singkong menurut (BPS) pada April 2016 volumenya mencapai 6.051 ton, senilai US\$ 997.760. yang berasal dari Vietnam. Selain itu, Indonesia juga mengimpor kelapa sebanyak 54,4 ton dengan nilai US\$ 59 ribu. Secara keseluruhan Indonesia kini sudah bergantung impor kepada 40 negara untuk memenuhi 29 komoditas pangan pokok, termasuk gandum, produk serelia dari daerah sub tropis yang kini telah menjadi kebutuhan pokok pula.

Salah satu trobosan penting untuk membangkitkan giat perekonomian masyarakat Indonesia dan mencukupi kebutuhan konsumsi dalam negeri dan meningkatkan ekspor adalah bagaimana mengembangkan dan memunculkan industri kreatif yang dapat membuka peluang usaha dan tenaga kerja di lingkungan masyarakat sekitar. Karena pada dasarnya Industri kreatif merupakan sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui janaan dan eksploitasi harta intelek.

PEMBAHASAN

1. Definisi, Ragam Jenis Industri Kreatif Serta Sumbangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Industri kreatif berdasarkan jurnal Kajian Lemhamnas RI Edisi 14 dinyatakan bahwa “industri kreatif merupakan pengembangan industri berdasarkan pada ketrampilan, kreatifitas dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis, sehingga menitikberatkan pada pengembangan ide dalam menghasilkan nilai tambahnya”

Dalam buku “Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015 Departemen Perdagangan RI dinyatakan bahwa “Pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya menekankan pada pengembangan industri yang termasuk dalam kelompok industri kreatif nasional, melainkan juga pada pengembangan berbagai faktor yang signifikan perannya dalam ekonomi kreatif, yaitu sumber daya insani, bahan baku, teknologi, tatanan institusi dan lembaga pembiayaan yang menjadi komponen dalam model pengembangan.”

Dengan demikian Industri kreatif merupakan sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreativiti individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui eksploitasi harta intelek guna pencapaian timbulnya kesejahteraan individu dan masyarakat guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Bidang industri kreatif yang selama ini muncul dalam tataran masyarakat Indonesia dapat dibedakan kedalam beberapa kelompok industri kreatif. Pemerintah Indonesia menetapkan sejumlah 14 sektor industri kreatif antara lain: (1) periklanan, (2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fashion, (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 (Perpres No. 72 Tahun 2015).

2. Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomi Indonesia

Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat (Inpres No. 6 Tahun 2009).

Dengan berbagai upaya dan desain pengembangan industri kreatif di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir banyak memberikan efek baik bagi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif, pada tahun 2013 berdasarkan data Badan Pusat Statistik melansir bahwa Indonesia telah menghasilkan PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 9.109.129,4 miliar rupiah. Angka merupakan peningkatan atas PDB pada tahun 2012 sebesar 8.241.864,3 miliar rupiah. Perbandingan kedua PDB tersebut mengindikasikan pertumbuhan sebesar 10,52%. Seluruh angka-angka tersebut diperoleh atas dasar harga yang berlaku meliputi 10 sektor ekonomi di Indonesia. Pada tahun 2013 ini, sektor yang memberi kontribusi terbesar adalah sektor industri pengolahan (sebesar 1.864.897,05 miliar), selanjutnya disusul oleh sektor pertambangan dan penggalian (sebesar 1.303.177,30 miliar).

Sementara ini, sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 miliar dari total 9.109.129,4 miliar rupiah di atas. Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 7,05%. Sektor ekonomi

kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9% dimana pada tahun 2012 silam, kontribusi yang diberikan sebesar 578.760,6 miliar rupiah.

Berikut ini merupakan detail kontribusi pencapaian PDB negara Indonesia pada rentang tahun 2010 s.d. 2013 beserta uraian 10 sektor ekonomi.

Tabel NTB Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2010-2013
Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah)

Sektor	Uraian	2010	2011*	2012**	2013***
1	Periklanan	2.534,7	2.896,6	3.168,3	3.754,2
2	Arsitektur	9.243,9	10.425,6	11.510,3	12.890,9
3	Pasar Barang Seni	1.372,1	1.559,5	1.737,4	2.001,3
4	Kerajinan	72.955,2	79.516,7	84.222,9	92.650,9
5	Desain	19.583,2	21.018,6	22.234,5	25.042,7
6	Fesyen	127.817,5	147.503,2	164.538,3	181.570,3
7	Film, Video, dan Fotografi	5.587,7	6.466,8	7.399,8	8.401,4
8	Permainan Interaktif	3.442,6	3.889,1	4.247,5	4.817,3
9	Musik	3.972,7	4.475,4	4.798,9	5.237,1
10	Seni Pertunjukan	1.897,5	2.091,3	2.294,1	2.595,3
11	Penerbitan & Percetakan	40.227,0	43.757,0	47.896,7	52.037,6
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	6.922,7	8.068,7	9.384,2	10.064,8
13	Radio dan Televisi	13.288,5	15.664,9	17.518,6	20.340,5
14	Riset dan Pengembangan	9.109,1	9.958,0	11.040,9	11.778,5
15	Kuliner	155.044,8	169.707,8	186.768,3	208.632,8
Jumlah Ekonomi Kreatif		472.999,2	526.999,2	578.760,6	641.815,5

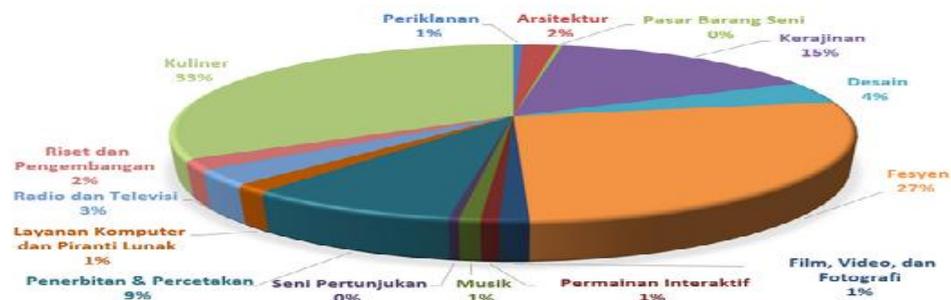
Ket.: *) Angka Sementara; **) Angka Sangat Sementara; ***) Angka Sangat-Sangat Sementara

Sumber : BPS, 2013

Badan Pusat Statistik juga menjelaskan lebih lanjut tentang Sektor ekonomi kreatif yang terdiri atas 15 sub-sektor sehingga dapat diperoleh perolehan kontribusi NTB (Nilai Tambah Bruto) dari kelimabelasnya. Melalui detail kontribusi persubsektor, maka dapat dilakukan analisis lebih lanjut mengenai kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB di Indonesia 2010-2013.

Subsektor kuliner meraih peringkat pertama dari 15 subsektor dengan capaian kontribusi mencapai 208.632,75 miliar atau 33%. Di bawah subsektor kuliner, terdapat subsektor mode (fesyen) yang memberikan pengaruh NTB sebesar 181.570,3 miliar atau 27%. Kedua subsektor ini jauh meninggalkan 13 subsektor lainnya dimana kondisi serupa juga terjadi pada rentang 2010 sampai dengan 2013. Berikut ini merupakan detail pencapaian NTB negara Indonesia pada rentang tahun 2010 s.d. 2013 beserta uraian 15 subsektor ekonomi kreatif.

Distribusi 16 Subsektor Ekonomi Kreatif dalam Nilai Tambah Bruto tahun 2013



Sumber: BPS, 2013

Kontribusi Ekonomi Kreatif di Bidang lain

Selain statistik mengenai nilai PDB negara Indonesia, BPS juga memaparkan informasi tentang penyerapan tenaga kerja. Indonesia pada tahun 2013 lalu telah menyerap tenaga kerja sebesar 110.801.648 orang. Nilai ini merupakan penurunan sebesar 0,01% mengingat pada tahun 2012, serapan tenaga kerja di Indonesia mencapai 110.808.154 orang. Sektor ekonomi kreatif sendiri pada tahun 2013 mencapai angka 11.872.428 orang. Jumlah ini apabila dibandingkan dengan tahun lalu, yaitu 11.799.568 orang, maka diperoleh indikasi bahwa telah terjadi peningkatan sebesar 0,62%.

Kemudian, ditemukan pula kesamaan perkembangan positif penyerapan tenaga kerja dengan jumlah usaha yang ada di Indonesia. Di tahun 2013 lalu, terdapat 56.007.862 unit jumlah usaha di Indonesia. Jumlah unit usaha tersebut meningkat 0,89% dibandingkan dengan jumlah 55.510.746 unit pada tahun 2012. Khusus sektor ekonomi kreatif, terjadi pertumbuhan sebesar 0,41% dimana dari angka 5.398.162 unit di tahun 2012 meningkat menjadi 5.420.165 unit pada tahun 2013.

Sementara itu, terkait ekspor-impor, BPS kembali merilis bahwa terjadi peningkatan nilai ekspor di Indonesia, khususnya kontribusi ekonomi kreatif. Aktivitas ekspor di Indonesia pada tahun 2013 meningkat 4,03% dengan pencapaian 2.079.941.326 juta rupiah. Dari angka tersebut, sebesar 118.968.031,8 juta rupiah diantaranya dikontribusikan oleh sektor ekonomi kreatif yang tumbuh 8,01%.

Pengembangan industri Kreatif Di Indonesia

Seiring dengan perkembangan zaman, industri kreatif juga memiliki peluang untuk kian tumbuh menjadi salah satu penopang perekonomian di Indonesia, paling tidak ada lima hal yang menjadi modal dasar pengembangan industri kreatif di Indonesia, antarlain adalah sebagai berikut:

1

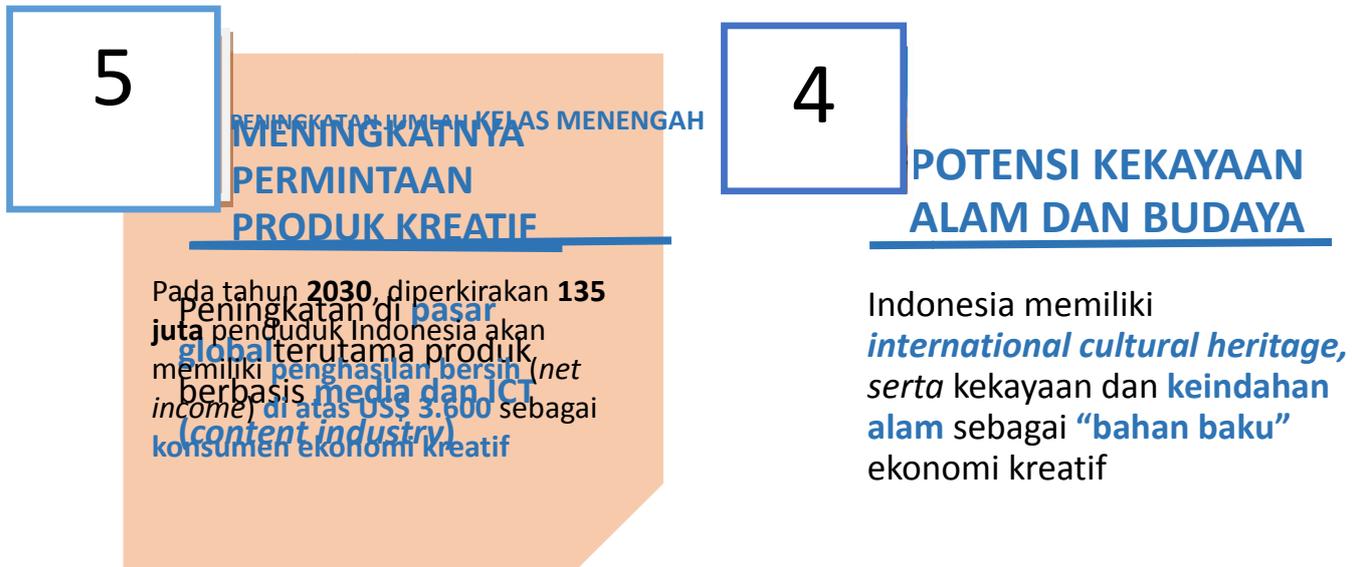
BONUS DEMOGRAFI HINGGA TAHUN 2035

Pada tahun **2030**, jumlah penduduk usia produktif diperkirakan **di atas 60% dan 27%** di antaranya adalah **penduduk muda** dengan rentang usia 16-30 tahun. Penduduk muda Indonesia berpotensi menjadi **Creative Class**.

2

PERKEMBANGAN GAYA HIDUP DIGITAL

Akses teknologi informasi dan komunikasi sudah menjangkau lebih dari **90%** populasi Indonesia

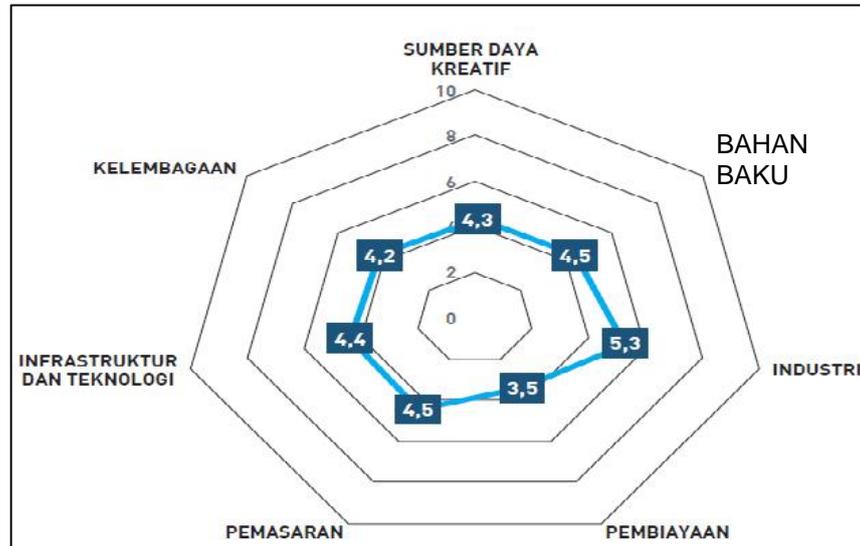


Dari uraian ke lima modal dasar pengembangan industri kreatif diatas nampaknya masih perlu usaha ekstra untuk menuju industri kreatif di Indonesia yang lebih baik karena menurut data Indeks Kreativitas Global (Global Creativity Index) Tahun 2015 yang dilansir oleh Kemenparekraf, menunjukan bahwa Indeks Kreativitas Global (Global Creativity Index) Indonesia masih perlu ditingkatkan, dan berikut adalah data rinci GCI Indonesia dan beberapa negara lain.

Rank	Country	Technology	Talent	Tolerance	Global Creativity Index
1	Australia	7	1	4	0.970
2	United States	4	3	11	0.950
3	Malaysia	24	69	101	0.455
9	Singapore	7	5	23	0.896
52	Phillipines	54	65	53	0.487
80	Vietnam	45	104	73	0.377
82	Thailand	38	84	105	0.365
115	Indonesia	67	108	115	0.202
139	Iraq	110	-	130	0.032

Dari data diatas Indonesia masih menduduki peringkat 115 dari 140 negara, dan jauh tertinggal dari negara Malaysia, Singapura, Filipina, Vietnam dan Thailand yang SDM dan SDA nya jauh lebih sedikit dibandingkan oleh Indonesia. Selain rendahnya GCI Indonesia, dimensi daya saing ekonomi kreatif dalam negeri dibandingkan dengan industri lain juga masih lemah, menurut data

Kemenparekraf tahun 2017 Daya saing ekonomi kreatif nasional masih lemah, yang ditunjukkan oleh rendahnya skor pada tujuh dimensi ekosistem ekonomi kreatif (Skor tertinggi sebesar 5,3 yaitu pada dimensi Pengembangan Industri dan terendah sebesar 3,5 yaitu pada dimensi pembiayaan)



Mlihat permasalahan industri kreatif di Indonesia pemerintah berupaya untuk mengembangkan idustri kreatif dengan tawaran program nawa cita Persiden Republik Indonesia Ir. Joko Widodo yang ditegaskan dalam Nawa Cita Butir enam berbunyi: Meningkatkan produktivitas rakyat dan daya saing di pasar internasional sehingga bangsa Indonesia bisa maju dan bangkit bersama bangsa-bangsa Asia lainnya dengan sub agenda Meningkatkan Akselerasi Pertumbuhan Ekonomi Nasional, dan diturunkan kedalam isu strategis Mencapai pertumbuhan yang tinggi dan mengutamakan penumbuhan usaha pemula di ekonomi kreatif”.

Berasal dari cita-cita tersebut kini muncul Perpres No. 2 Tahun 2015 dengan Kebijakan Umum, antara lain:

1. Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi yang Inklusif dan Berkelanjutan, antara lain melalui:
 - Pengembangan Ekonomi Kreatif
 - Peningkatan Kapasitas Inovasi dan Teknologi
2. Mengembangkan dan Memeratakan Pembangunan Daerah

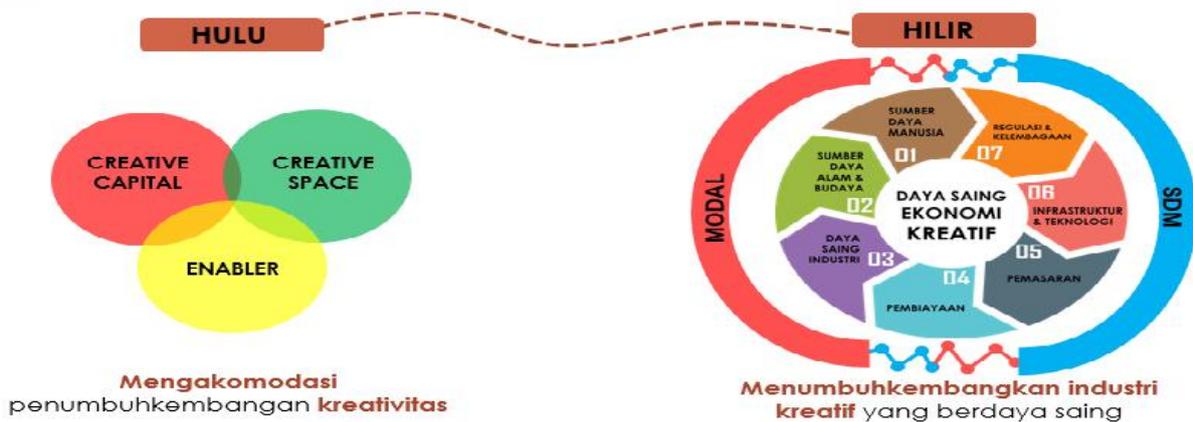
Pengembangan wilayah nasional diarahkan untuk mengurangi kesenjangan antardaerah dan memajukan daerah menjadi daerah yang maju, mandiri, dan berdaya saing dengan mendorong percepatan pembangunan pusat-pusat pertumbuhan ekonomi dengan menggali potensi dan keunggulan daerah.

Berikut disajikan gambar agenda nasional pengembangan ekonomi kreatif menurut RPJMN Tahun 2015-2019

SEMINAR NASIONAL PENDIDIKAN 2017
(SNP 2017), ISSN: 2503-4855



Dengan ruang lingkup pengembangan industri kreatif sebagai berikut:



Melihat hilir pengembangan industri kreatif di Indonesia, ke enam sektor daya saing industri kreatif tersebut merupakan sektor permasalahan untuk pengembangannya, berikut adalah rincian pemetaan permasalahan industri kreatif di lihat dari enam sektor daya saing ekonomi kreatif:

No	Sub Sektor	Permasalahan dominan yang dihadapi setiap sub sektor ekonomi kreatif					
		SDM	Sumberdaya Pendukung	Kelembagaan	Pembiayaan	Infrastruktur dan Teknologi	Pemasaran
1	Arsitektur			•			
2	Desain		•		•	•	
3	Film				•		•
4	Animasi			•	•		
5	Video			•	•		
6	Fotografi		•		•		
7	Kuliner	•		•			•
8	Kerajinan	•					
9	Mode	•					
10	Musik		•	•	•		•
11	Penerbitan			•	•		
12	Permainan interaktif	•			•	•	
13	Periklanan	•			•	•	
14	Seni rupa		•		•	•	
15	Seni pertunjukan			•	•		
16	Teknologi informasi				•	•	
17	Televisi dan radio	•		•			

Dari uraian permasalahan yang dihadapi sub sektor ekonomi kreatif pemerintah telah memberikan dua solusi alternatif, yakni melalui penetapan regulasi dan pemberian dukungan fasilitas.

Paket Kebijakan Tahap III (7 Oktober 2015)

Paket Kebijakan Otoritas Jasa Keuangan

- Modal ventura (Tata Kelola Perusahaan yang baik bagi PMV, Perizinan Usaha bagi PMV, Penyelenggaraan Usaha PMV, Pemeriksaan Langsung PMV).
- Pembentukan konsorsium pembiayaan industri berorientasi ekspor dan ekonomi kreatif serta usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi.

Perluasan wirausahawan penerima KUR untuk mendorong munculnya wirausahawan baru

- Penurunan tingkat bunga KUR dari 22% menjadi 9%.
- Ekonomi Kreatif menjadi salah satu sektor yang menjadi prioritas KUR.

Paket Kebijakan Tahap IX (27 Januari 2016)

- Sinergi BUMN Membangun Agregator/Konsolidator Ekspor Produk UKM dan Ekonomi Kreatif

Paket Kebijakan Tahap X (11 Februari 2016)

- Pembukaan Daftar Negatif Investasi (Revisi Perpres No. 39 Tahun 2014 tentang Daftar negatif Investasi) untuk mengembangkan usaha di sektor perfilman dalam negeri.

1. Regulasi Terkait Ekonomi Kreatif paket Kebijakan 2015-2016

KEBIJAKAN LAIN YANG MENDUKUNG

1. UU No 20 Tahun 2008 tentang UMKM
2. UU No 33 Tahun 2009 tentang Perfilman - mendorong pengembangan industri perfilman
3. UU No 3 tahun 2014 tentang Perindustrian - mendorong pengembangan industri kreatif nasional
4. UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta- memberikan perlindungan kekayaan intelektual bagi karya kreatif
5. UU No 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan - mendorong perdagangan produk berbasis ekonomi kreatif

TEROBOSAN KEBIJAKAN YANG TENGAH DISUSUN

1. Payung Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional
2. Pengembangan skema pembiayaan khusus bagi ekonomi kreatif
3. Pengembangan kriteria dan indikator kota kreatif sebagai basis wilayah pembentukan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan
4. Inkubasi wirausaha pemula (*start-up*) berbasis teknologi

2. DUKUNGAN FASILITASI PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN SUB SEKTOR EKONOMI KREATIF

Selain menciptakan regulasi terkait pengembangan Industri Kreatif, pemerintah juga memberikan dukunganfasilitas untuk:

- a. Mendorong ekspansi sub sektor ekonomi kreatif ke pasar global
- b. Mendorong perkembangan usaha yang pertumbuhannya masih rendah
- c. Menumbuhkembangkan usaha kreatif pemula (*start-up*)

Beikut adalah tabel rincian dukungan fasilitas pemerintah dalam pengembangan sub sektor ekonomi kreatif

Sub sektor	Strategi Umum Pengembangan Sub Sektor Ekraf	Dukungan yang Diberikan Pemerintah
Kuliner, kerajinan	Mendorong pertumbuhan usaha	Fasilitasi proses kreasi untuk mendorong inovasi produk dan branding
ICT, periklanan, arsitektur, litbang, fotografi, film video, radio dan televisi, permainan interaktif	Menumbuh kembangkan <i>start-up</i>	Fasilitasi akses permodalan, inkubasi, dan pasar
Seni pertunjukan, musik, desain, publikasi, seni rupa	Mendorong pertumbuhan usaha	Fasilitasi pada seluruh rantai nilai yang masih lemah
Fesyen	Mendorong perluasan pasar	Fasilitasi ekspansi pasar LN dan DN yang agresif

Sumber: Badan Ekonomi Kreatif (2015)

**3. SUMBANGAN PEMIKIRAN SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA**

Diatas telah diuraikan berbagai permasalahan perkembangan Industri Kreatif dan berbagai kebijakan dan bantuan fasilitas yang telah di berikan pemerintah untuk mengurai permasalahan perkembangan ekonomi kreatif. Selain pemerintah kita selaku akademisi juga harus turut memberikan sumbangan pemikiran, adapun sumbanagn pemikiran saya untuk pengembangan industri kreatif adalah

- a. Memasukan pengenalan indutri kratif dalam pendidikan kurikulum pendididkan terutama pada mata pelajaran kewirausahaan untuk SMA/K MA/K dan mata kuliah kewirausahaan untuk PT. dan mata kuliah kewirausahaan tidak hanya diajakan dalm bentuk teotikik semata, tetapi ditunjang dengan praktik dan memberi pengalaman nyata akan kewirausahaan dan industry kraetif
- b. Peningkatan jumlah dan perbaikan kualitas lembaga pendidikan formal dan nonformal yang mendukung penciptaan insan kreatif dalam pengembangan industri kreatif
- c. Di tataran sekolah menengah atas, kejuruan dan perguruan tinggi di hapkan sering mengadakan kuliah umum dengan mendatangkan tokoh-tokoh pelaku ekonomi kreatif yang bisa mnginspirasi dan mengajak kunjungan ke lokasi industri kreatif di daerah sekitar sehingga diharapkan lulusan tidak hanya berorientasi bekerja pada perusahaan-perusahan besar dan menjadi PNS yang mematkan ide kraetif untuk menumbuhkan industri kreatif yang baru.
- d. Pemerintah bekerja sama dengan pihak suwasta pelaku industri kreatif harus mulai membangun prasarana yang memadai untuk perkembangan industri kreatif yang lebih baik, seperti memperbaiki akses jalan dan jembatan menuju tempat-tempat wisata di pedesaan serta menata tempat-tempat wisata yang rapi sehingga para pengunjung domestik dan internasional akan meningkat dan diiringi dengan peningkatan industri kreatif di daerah tersebut.
- e. Pemerintah dan pihak suwasta besar lewat program CSR harus memberi pelatiha-pelatihan industri kreatif baik lewat lembaga pelatihan maupun mandiri.
- f. Pemerintah harus beupaya sekuat mungkin untuk menjaga iklim kondusif Indonesia dari teror, pertikaian antak kelompok, ras dan agama agar pelaku industri kreatif nyaman untuk melakukan aktifitasnya.
- g. Pemerintah dalam aktifitas pelayanan publik harus mempermudah perizinan pendirian industri kreatif, menghapuskan pungutan liar yang masih menjamur serta mendorong pelaku industri kreatif untukmendapatkan HAKI
- h. Pemerintah harus melakukan kontrol produk asing yang masuk dalam negeri dan melindungi pruk-produk industri kreatif dalam negeri, agar produk industri kreatif dalam negeri laku di Negara sendiri dan

- pemerintah harus mendorong dan mempromosikan hasil industri kreatif dalam negeri lewat ajang pameran industri kreatif di luar negeri
- i. Harus adanya ruang publik untuk pusat pameran industri kreatif sehingga para pelaku industri kreatif lebih dapat mempromosikan produknya ke masyarakat secara luas.
 - j. Penciptaan database dan jejaring insan kreatif di dalam maupun di luar negeri untuk perluasan kerjasama dan pemasaran
 - k. Kota/Kab yang harus mampu menggali, memanfaatkan, menumbuhkembangkan, mengelola, dan mengkonservasi kreativitas serta memanfaatkan iptek untuk mengembangkan potensi lokal sehingga dapat menjadi keunggulan dan identitas daerah dalam mendorong peningkatan kesejahteraan dan pencapaian pembangunan yang berkelanjutan dengan menciptakan kota/kabupaten kreatif Indonesia



KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian diatas, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Industri kreatif merupakan bagian penting dalam pengembangan perekonomian daerah dan Negara, sehingga semua pihak diharapkan dapat berkerjasama untuk memajukan dan mendesak pengembangan industri kreatif untuk penciptaan lapangan kerja serta dengan pendirian pusat-pusat industri kreatif dapat meningkatkan nilai tambah produk dan budaya daerah serta dapat mengentaskan kemiskinan.
- b. Dalam pengembangan industri kreatif masih dihadapkan dengan beberapa permasalahan sehingga perlu peranserta semua pihak baik pemerintah, swasta dan masyarakat untuk menyelesaikan masalah

- tersebut, sehingga kepada semua pihak pelaku diharapkan melakukan koordinasi, membenahi perubahan mainset dan penyesuaian visi untuk mengembangkan industri kreatif
- c. Keberhasilan pengembangan industri kreatif dapat meningkatkan perekonomian nasional, mencegah terjadinya urbanisasi yang tidak terkendali, meningkatkan daya saing, mengurangi pengangguran serta mengurangi kesenjangan sosial antar daerah dan muaranya akan dapat meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat yang merata.
 - d. Perkembangan industri kreatif tetap memerhatikan dan membutuhkan dukungan kebijakan pemerintah dan swasta, serta program-program pemerintah untuk memajukan industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2010. "Sensus Penduduk Indonesia 2010" (online)
<http://sp2010.bps.go.id/index.php/site/index> (diakses 28 November 2015 jam 12.30)
- BPS. 2013 *Perkembangan Dan Sumbangan Ekonomi Kreatif*: BPS. Jakarta
- Brita Resmi Statistik BPS. 2016 "Perkembangan Ekspor dan Impor Indonesia (Edisi 2016)". BPS: Jakarta
- Daya Saing Ekonomi Kreatif Indonesia. 2014. Kemenparekraf: Jakarta
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009:2025 Studi Industri Kreatif Indonesia* : Jakarta
- Hamdan. 2016. *Kebijakan Dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif* Jakarta: Deputi Pengembangan Ekonomi Kreatif
- Intruksi Presiden Republik Indonesia No. 6 tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. 2009. Kementerian Sekretariat Negara: Jakarta
- Lemhamnas. 2012. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Guna Menciptakan Lapangan Kerja dan Mengentaskan Kemiskinan dalam Rangka Ketahanan Nasional*. Lemhamnas : Jakarta
- Moelyono, Mauled. 2010. *Mengarahkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2015 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2015 – 2019. 2015. Kementerian Sekretariat negara: Jakarta
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. 2015. Kementerian Sekretariat Negara: Jakarta
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2015-2019. 2014. Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional: Jakarta
- Togar M. Simatupang. 2008. *Perkembangan Industri Kreatif*. Institut Teknologi Bandung.