

Peran Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi dengan Analisis Tabel Input-Output

Levina Bernika^a, & Anugerah Karta Monika^a

^aPoliteknik Statistika STIS, Jakarta, Indonesia

Submitted: 5 August 2023 — Revised: 30 May 2024 — Accepted: 14 July 2024

Abstract

Creative economy is considered a potential source of growth amid the economic slowdown due to the Covid-19 outbreak in Indonesia and one of the national priority programs to accelerate economic recovery. However, limited and unvaried data sources have resulted in a lack of information to support the development of this sector. This study aims to enrich the availability of data with an updating creative economy Input-Output table and analyze the role of the sector in Indonesia's economy using descriptive analysis, input-output analysis, and Wilcoxon signed rank test analysis. The results show that the contribution of the creative economy to the Indonesian economy during Covid 19 continues to increase significantly from the demand side. The culinary subsector, application and game developers, and television and radio are leading subsectors so that they can become the focus of government programs in the future.

Keywords: *creative economy; economy; input-output; Covid-19*

Abstrak

Ekonomi kreatif (ekraf) merupakan sektor yang berpotensi menjadi sumber pertumbuhan di tengah perlambatan ekonomi akibat mewabahnya Covid-19 di Indonesia sehingga dijadikan sebagai sasaran dalam program prioritas nasional dalam rangka percepatan pemulihan ekonomi. Namun, sumber data ekraf yang terbatas mengakibatkan kurang beragamnya informasi untuk menunjang pengembangan sektor ini. Penelitian ini bertujuan untuk memperkaya ketersediaan data ekraf dan menganalisis peran ekraf terhadap perekonomian Indonesia dengan menggunakan analisis deskriptif, analisis input-output, serta analisis uji peringkat bertanda Wilcoxon. Hasil analisis menunjukkan kontribusi sektor ekraf terhadap perekonomian Indonesia selama Covid-19 terus meningkat signifikan dilihat dari sisi permintaan. Subsektor kuliner, aplikasi dan *game developer*, serta televisi dan radio merupakan subsektor unggulan sehingga dapat menjadi fokus pembangunan pemerintah untuk mencapai target yang telah ditetapkan.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; perekonomian; input-output; Covid-19

Kode Klasifikasi JEL: O4, O11

*Alamat Korespondensi Penulis: Politeknik Statistika STIS, Jalan Otto Iskandardinata No. 64C, RT. 1/RW. 4, Bidara Cina, Kecamatan Jatinegara, Jakarta Timur, Daerah Khusus Jakarta. *Email:* 211911088@stis.ac.id.

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif (ekraf) memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19. Salah satunya adalah memacu semangat untuk menjadikan ekonomi kreatif sebagai bisnis masa depan yang menjanjikan, memfasilitasi promosi, dan mengintensifkan bantuan modal usaha. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2019), sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar Rp1.105 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2018. Angka ini membawa nama Indonesia dalam posisi ketiga di dunia, untuk jumlah kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB negara-negara (BEKRAF, 2018).

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif dan Kemenparekraf/Bekraf RI (2020), ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual dengan ide yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Sejak tahun 2015, data sektor ekraf disajikan dalam enam belas subsektor, yaitu (1) Arsitektur, (2) Desain Interior, (3) Desain Komunikasi Visual, (4) Desain Produk, (5) Film, Animasi, dan Video, (6) Fotografi, (7) Kriya, (8) *Fashion*, (9) Kuliner, (10) Musik, (11) Penerbitan, (12) Aplikasi dan *Game Developer*, (13) Periklanan, (14) Seni Rupa, (15) Seni Pertunjukan, serta (16) Televisi dan Radio.

Menurut Monica (2021), sektor ekraf memiliki potensi pertumbuhan dan kontribusi yang positif terhadap perekonomian di Kota Bandung yang dapat dilihat dari temuan sektor-sektor unggulan yang erat kaitannya dengan ekraf. Selain itu, menurut Guciano (2019), potensi ekraf juga ditunjukkan oleh komponen PDB, yaitu ekspor. Di Provinsi Lampung, ekspor ekraf terbukti memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Jika ekspor sektor ekraf meningkat, pertumbuhan ekonomi akan meningkat pula. Selain itu, ekraf juga dinilai dapat mengatasi permasalahan kemiskinan dan pengangguran serta mampu meningkatkan perekonomian masyarakat (Khairani, 2020). Ini didukung oleh terus meningkatnya jumlah penduduk yang bekerja di sektor ekraf dari tahun 2011, yaitu 13,45 juta orang tahun 2011 hingga 19,24 juta orang pada tahun 2019 (Kemenparekraf/Baparekraf, 2021).

Berdasarkan data Kemenparekraf/Baparekraf (2021), sumbangsih ekraf terhadap PDB nasional selalu mengalami peningkatan dari tahun 2010 hingga 2017. Berdasarkan data Kemenparekraf/Baparekraf (2021), ekraf memiliki sumbangsih terhadap PDB nasional sebesar 7,28 persen dengan laju pertumbuhan sebesar 5,06 persen pada tahun 2017. Angka ini setara dengan pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2019, sektor ekraf bahkan mampu berkontribusi terhadap ekspor mencapai 20 miliar dolar AS dan mampu menghadirkan 18,1 juta kesempatan kerja.

Potensi ekraf terhadap perekonomian Indonesia juga terlihat selama masa pandemi. Beberapa subsektor ekraf justru memperlihatkan peningkatan performa pada tahun 2020. Subsektor aplikasi menunjukkan besarnya pertumbuhan

tenant selama pandemi, pengembang *game* mandiri juga mengalami peningkatan angka penjualan, bahkan mencapai 70 persen. Selain itu, didapati lima aktivitas ekraf yang justru menunjukkan adanya peningkatan jumlah tenaga kerja, yaitu telekomunikasi, aktivitas pemrograman, aktivitas jasa informasi, aktivitas kantor pusat, aktivitas arsitektur, dan perpustakaan (Kememparekraf/Baparekraf, 2021). Keadaan ini memperlihatkan bahwa sektor ekraf memiliki potensi terhadap pertumbuhan ekonomi sekaligus menjadi bukti bahwa sektor ekraf tidak mati di tengah merebaknya wabah Covid-19 di Indonesia. Keadaan tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi (2022), bahwa sektor ekraf mampu berkembang dan mampu bertahan serta berperan terhadap perekonomian Indonesia meski sedang mengalami pelemahan setelah krisis keuangan tahun 2008. *Indonesia.go.id* (2022) juga menyebutkan bahwa sektor ekraf memainkan peran penting dalam mempercepat pemulihan melalui transformasi digital. Bahkan, ekraf disebut mampu menjadi penopang kebangkitan ekonomi yang mengalami kontraksi akibat Covid-19, bukan hanya di Indonesia, melainkan juga secara global.

Dengan berbagai pencapaian terbaik dalam perannya terhadap perekonomian di tengah isu pelemahan ekonomi global, potensi ekraf telah disadari oleh pemerintah. Sektor ekraf telah dijadikan sebagai salah satu dari sepuluh indikator/sasaran dalam Prioritas Nasional (PN) 1 Rencana Kerja Pemerintah (RKP) Tahun 2022 dalam rangka pemulihan ekonomi dan reformasi struktural (Indonesia, 2021). Sektor ekraf ditargetkan memiliki nilai tambah sebesar 1.347 triliun rupiah dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 21,54 juta orang pada tahun 2024.

Untuk mencapai sasaran prioritas nasional yang telah ditetapkan, diperlukan perhatian lebih dalam membangun dan mengembangkan sektor ekraf. Oleh karena itu, pengetahuan mengenai kondisi sektor ekraf di perekonomian Indonesia selama pandemi Covid-19 sangat diperlukan. Informasi tersebut dapat diketahui dengan melakukan analisis terhadap data ekraf yang *up to date*. Data yang bervariasi juga diperlukan untuk memperkaya informasi guna melakukan perencanaan, pemantauan, dan evaluasi besarnya perkembangan yang telah dicapai dan pada akhirnya dimanfaatkan untuk menetapkan kebijakan agar sesuai dengan sasaran pembangunan yang diharapkan.

Namun, kondisi data ekraf yang tersedia saat ini belum *up to date* dan kurang beragam, sebagai contoh data PDB ekraf yang tersedia saat ini dari tahun 2010 hingga tahun 2020 dan tenaga kerja ekraf dari tahun 2010 hingga tahun 2021. Ini menjadi bukti bahwa terdapat keterlambatan ketersediaan data ekraf hingga dua tahun. Penelitian mengenai peran sektor ekraf terhadap perekonomian selama pandemi pun belum banyak dilakukan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memperkaya data ekraf yang tersedia dengan membentuk tabel Input-Output (I-O) Ekraf *updating* tahun 2020, 2021, dan 2022 serta menganalisis peran ekraf terhadap perekonomian Indonesia selama pandemi. Penelitian serupa pernah dilakukan oleh Christiani & Siahaan pada tahun 2022 mengenai analisis peran sektor pariwisata dalam pemulihan

ekonomi pasca pandemi Covid-19 dan dengan menggunakan metode yang sama, yaitu analisis *Input-Output*.

Penyediaan data terbaru dengan menggunakan tabel I-O *updating* ini dapat memberikan efisiensi biaya, waktu, dan tenaga karena dapat memanfaatkan data yang sudah ada, lalu diolah kembali untuk mendapatkan data yang diinginkan. Melalui tabel I-O, dapat diketahui informasi mengenai struktur input, struktur *output*, bahkan besarnya dampak ekraf terhadap perekonomian Indonesia. Dengan demikian, dapat diketahui kondisi sektor ekraf yang lebih komprehensif dan perannya terhadap perekonomian Indonesia saat pandemi, serta dapat dijadikan bahan evaluasi bagi pemerintah untuk menerapkan kebijakan yang tepat pada sektor ekraf dalam rangka percepatan pemulihan perekonomian Indonesia yang terdampak negatif akibat pandemi Covid-19.

2. Metodologi

2.1. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini yaitu mengkaji peran sektor ekraf dengan enam belas subsektor terhadap perekonomian Indonesia pada saat Covid-19 mewabah di Indonesia yang didasari oleh fungsi produksi dari sisi permintaan (konsumsi), yaitu *output*, konsumsi akhir, dan konsumsi antara. Analisis dilakukan dengan memanfaatkan tabel I-O tahun 2016 yang telah dikoneksikan menjadi sektor ekonomi kreatif sebelumnya dan kemudian dilakukan *updating* menjadi tahun 2020, 2021, dan 2022. Periode penelitian ini adalah tahun 2020, 2021, dan 2022 yang merupakan tahun sejak pertama kalinya Covid-19 mewabah di Indonesia hingga dua tahun berikutnya saat pemerintah dan masyarakat Indonesia sudah beradaptasi dengan berbagai kondisi yang diakibatkan oleh Covid-19. Selain itu, penelitian ini juga melakukan analisis tabel I-O sektor ekonomi kreatif untuk memberikan gambaran umum serta *leading sector* dari sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Untuk melihat bagaimana peran sektor ekonomi kreatif selama pandemi, dilakukan dengan menguji proporsi kontribusi pembentukan *output*, konsumsi akhir, dan konsumsi antara sektor ekonomi kreatif terhadap *output*, konsumsi akhir, dan konsumsi antara nasional.

2.2. Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan pada penelitian ini merupakan data sekunder yang berasal dari Badan Pusat Statistik dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Tabel *Input-Output* Indonesia Transaksi Total Atas Dasar Harga Dasar 185 Produk (Tabel I-O ADHD), 2016
2. Tabel *Input-Output* Indonesia Transaksi Domestik Atas Dasar Harga Produsen 17 Lapangan Usaha (Tabel I-O ADHP), 2016
3. PDB Ekonomi Kreatif Atas Dasar Harga Konstan Tahun 2010–2020

4. Jumlah Penduduk Bekerja di Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2010–2017
5. PDB Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Konstan 2010, 2016, dan 2020–2022
6. Penduduk Berumur 15 Tahun ke Atas yang Bekerja Selama Seminggu yang Lalu Menurut Lapangan Pekerjaan Utama (17 Lapangan Usaha), 2016 dan 2020–2022
7. Persebaran Unit Usaha Ekraf Berdasarkan Subsektor, 2016

Tabel I-O Transaksi Domestik ADHP tujuh belas lapangan usaha merupakan tabel I-O utama yang akan dielaborasi menjadi tabel I-O ekonomi kreatif 2016 dengan enam belas subsektor. Tabel I-O transaksi domestik digunakan untuk mempermudah pembentukan enam belas subsektor ekraf karena tidak memerlukan komponen impor sektor ekraf yang tidak tersedia. Selain itu, Tabel I-O Transaksi Total ADHD 185 produk juga diperlukan agar dapat dilakukan agregasi dan pemisahan produk kreatif dan nonkreatif dari setiap lapangan usaha sehingga dapat dikelompokkan menjadi enam belas subsektor ekraf.

Data PDB lapangan usaha dan ekonomi kreatif dibutuhkan untuk mendapatkan komponen nilai tambah bruto (NTB) pada kuadran II tabel I-O tahun 2020 hingga 2022 yang diperlukan dalam proses *updating* tabel I-O ekonomi kreatif. Begitu pula dengan data jumlah tenaga kerja, rasionya digunakan untuk menghitung total input/output tahun tujuan *updating* karena kuantitas *output* suatu produksi salah satunya bergantung pada jumlah tenaga kerja dalam proses produksi (Mankiw, 2013). Rasio persebaran unit usaha ekraf 2016 digunakan untuk menghitung komponen total permintaan antara ekraf yang diperlukan pada kuadran III tabel I-O.

2.3. Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis deskriptif mengenai perkembangan sektor ekraf dilihat dari NTB dan tenaga kerjanya dari waktu ke waktu. Data NTB enam belas subsektor ekraf dari tahun 2021 dan 2022 diperoleh dari hasil peramalan data dari tahun 2010 hingga 2017 dengan berbagai metode *smoothing* sesuai dengan karakteristik datanya, yaitu metode *2-moving average*, *single exponential*, *double exponential*, dan *Holt's linear method* atau *Holt-Winters no seasonal* untuk setiap subsektornya. Hasil peramalan yang digunakan merupakan hasil peramalan dengan metode yang memiliki nilai *Root Mean Squared Error* (RMSE) terkecil. Makin kecil nilai RMSE, maka makin akurat hasil peramalannya. Dengan demikian, setiap subsektor dapat diramalkan dengan menggunakan metode yang berbeda serta dengan parameter yang berbeda-beda pula. Data tenaga kerja tahun 2022 juga merupakan hasil peramalan dengan menggunakan metode *smoothing* yang memanfaatkan data tahun 2010 hingga 2021. Data-data ini yang digunakan untuk menunjang proses pembangunan tabel I-O ekraf *updating* tahun 2020 hingga 2022.

Penyusunan tabel I-O ekraf tahun 2016 dilanjutkan dengan pembaharuan tabel I-O guna menyediakan data ekraf selama pandemi sehingga dapat dilanjutkan ke analisis-*analisis* berikutnya. Setelah dilakukan *updating* tabel I-O ekraf

2016 ke tahun 2020, 2021, dan 2022, analisis yang dilakukan berupa analisis struktural yang mencakup analisis struktur *output* dan input, serta analisis keterkaitan yang mencakup angka pengganda (*multiplier*) dan subsektor unggulan (*leading sector*) sektor ekraf.

Untuk mengetahui peranan sektor ekraf terhadap perekonomian Indonesia, dilakukan uji proporsi *output*, konsumsi antara, dan konsumsi akhir sektor ekraf terhadap total nasionalnya dari tahun 2020 dan 2021, lalu dilanjutkan untuk tahun 2020 dan 2022 dengan menggunakan metode uji Wilcoxon. Uji Wilcoxon merupakan uji beda dua amatan berpasangan (*paired samples*) untuk data kontinu pada uji statistik nonparametrik. Uji peringkat bertanda Wilcoxon dilakukan jika besaran maupun arah perbedaan relevan untuk menentukan apakah terdapat perbedaan yang sesungguhnya antara pasangan data yang diambil dari satu atau dua sampel yang saling terkait (Supranto, 2009).

Berikut ini formula statistik hitung untuk uji peringkat bertanda Wilcoxon bagi pasangan data $n \leq 50$:

$$T^+ = \sum (R_i \text{ dimana } D_i \text{ bertanda positif}) \quad (1)$$

$$D_i = Y_i - X_i \quad i = 1, 2, \dots, n$$

Keterangan:

R_i : *Ranking* pada (X_i, Y_i) ketika D_i bernilai positif;

R_i : *Ranking* negatif pada (X_i, Y_i) ketika D_i bernilai negatif.
(Conover, 1999).

Penelitian ini menggunakan *software EViews 12 Student Version* untuk melakukan *smoothing* data NTB dan tenaga kerja, sedangkan proses pengolahan data lainnya menggunakan *software Microsoft Excel 2021* dan *Rstudio*.

2.4. Penyusunan dan *Updating* Tabel Input-Output

Lingkup kegiatan dari sektor ekonomi kreatif itu sangat luas dan saling beririsan antarsubsektor sehingga agar asumsi homogenitas terpenuhi, penyusunan tabel I-O ekonomi kreatif dengan enam belas subsektor dilakukan secara berjenjang, yaitu dari Tabel I-O Transaksi Total Atas Dasar Harga Dasar 185 Produk dikelompokkan menjadi 23 sektor, yaitu tujuh sektor di antaranya adalah sektor kreatif. Hal ini bertujuan untuk mendapatkan rasio *output* kreatif dan nonkreatif dari setiap sektor induknya (lapangan usaha di perekonomian). Untuk analisis tabel I-O selanjutnya, 16 sektor nonkreatif tersebut diagregasi kembali menjadi 1 sektor nonkreatif untuk mempermudah proses *updating* dan analisis sektor ekonomi kreatif. Dengan demikian, hasil tabel I-O ekonomi kreatif yang terbentuk untuk dianalisis lebih lanjut yaitu 16 sektor kreatif dan 1 sektor nonkreatif.

Langkah selanjutnya yaitu melakukan *updating* dengan memanfaatkan data penunjang, yaitu data NTB dan tenaga kerja hasil *smoothing* sebelumnya serta data persebaran unit usaha ekraf untuk menghitung proporsi permintaan antara tujuh belas sektor Tabel I-O Ekonomi Kreatif Transaksi Domestik Atas Dasar

Harga Produsen tahun 2016. *Updating* tabel I-O dilakukan dengan menggunakan metode RAS semi-survei. Secara sederhana, metode RAS dapat menaksirkan matriks koefisien input yang baru pada tahun t , " $A(t)$ " yang terletak pada kuadran I dengan memanfaatkan informasi dari matriks koefisien input pada tahun dasar " $A(0)$ ", total permintaan antara tahun t dan total input antara tahun t . Metode RAS dapat dituliskan secara matematis sebagai berikut.

$$A(t) = RA(0)S \quad (2)$$

Keterangan:

$A(t)$: matriks koefisien input tahun t ;

$A(0)$: matriks koefisien input tahun dasar;

R: matriks diagonal pengaruh substitusi (menurut baris);

S: matriks diagonal pengaruh fabrikasi (menurut kolom).

Sebagai dasarnya, rasio input terhadap *output* yang dihasilkan pada suatu sektor dalam periode tertentu dinamakan sebagai koefisien input/teknis yang dirumuskan sebagai berikut (Miller & Blair, 2009).

$$a_{ij} = \frac{z_{ij}}{X_j} \quad (3)$$

Keterangan:

a_{ij} : koefisien input sektor ke- i oleh sektor ke- j ;

z_{ij} : penggunaan input sektor ke- i oleh sektor ke- j ;

X_j : *output* sektor ke- j (dalam nilai rupiah).

Kumpulan dari koefisien input yang dinyatakan dalam sebuah matriks disebut dengan matriks A^d , yang berbentuk:

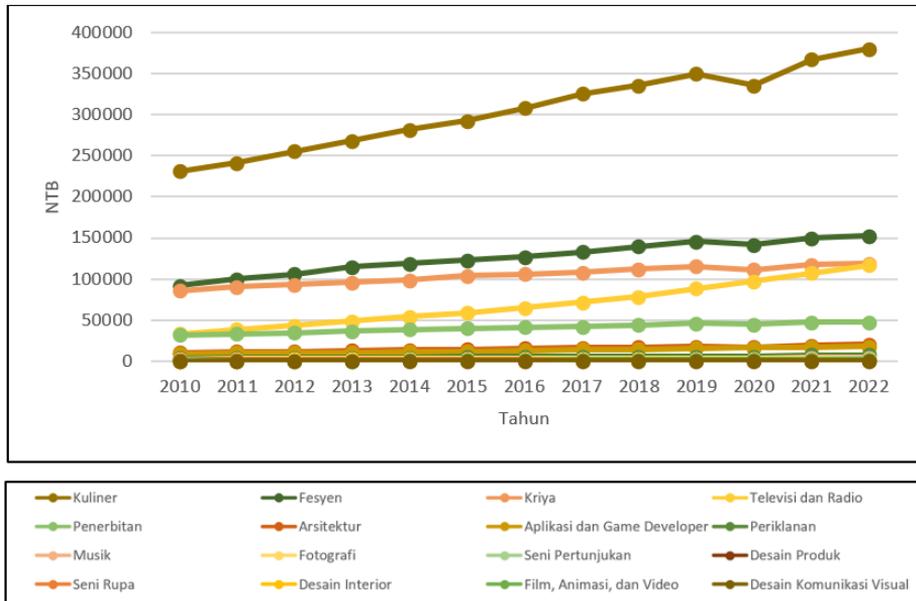
$$A^d = \begin{matrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{matrix} \quad (4)$$

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Gambaran Umum Perkembangan Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia

Untuk menyajikan gambaran umum sektor ekraf di masa pandemi, dilakukan peramalan terhadap data nilai tambah bruto dan jumlah tenaga kerja ekraf dengan metode *smoothing*. Rincian metode dan hasil peramalan yang digunakan setiap subsektor dapat dilihat pada Lampiran 1 dan 2. Dilihat dari sisi NTB ekraf, sektor ekraf memiliki tren kinerja positif dari tahun 2010 hingga 2020 seperti pada Gambar 1. Namun pada awal pandemi, tahun 2020, sektor ekraf mengalami

kontraksi dan penurunan nilai tambah yang secara total turun sebesar 1,73 persen. Namun dari hasil peramalan, sektor ekraf kembali bangkit setelah pandemi dan tumbuh sebesar 7,89 persen pada tahun 2021. Lalu tumbuh lagi sebesar 3,45 persen di tahun 2022.



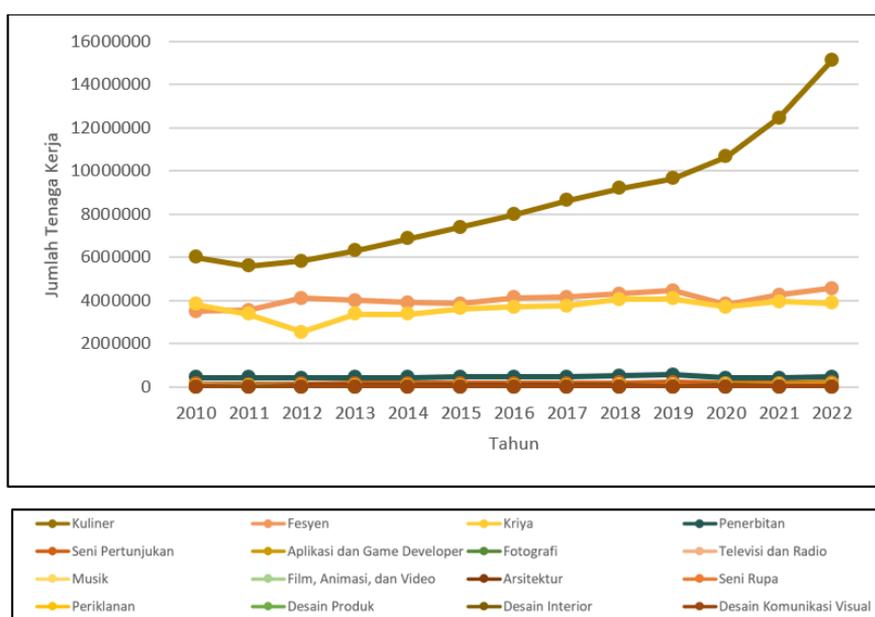
Gambar 1: Perkembangan NTB Tahunan Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia, 2010–2022 (juta rupiah)

Sumber: Kemenparekraf (n.d) (diolah)

Jika ditinjau dari kontribusinya, sektor ekraf mampu berkontribusi terhadap pembentukan nilai tambah perekonomian Indonesia pada tahun 2020, 2021, dan 2022 berturut-turut, yaitu 7,61 persen, 7,95 persen, dan 7,84 persen. Subsektor kuliner merupakan sektor yang memiliki sumbangsih terbesar terhadap PDB ekraf dengan total sumbangsih tahun 2020, 2021, dan 2022 berturut-turut sebesar 7,61 persen, 7,95 persen, dan 7,84 persen. Subsektor *fashion* memiliki kontribusi terbesar selanjutnya, yaitu secara berurutan sebesar 1,37 persen, 1,40 persen, dan 1,43 persen pada tahun 2020, 2021, dan 2022. Sementara itu, subsektor yang memiliki kontribusi terendah terhadap pembentukan nilai tambah nasional yaitu desain komunikasi visual dengan kontribusi sebesar 0,005 persen dari tahun 2020 hingga 2022. Dari hasil tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat *gap* antara kontribusi subsektor kuliner yang jauh lebih tinggi dibandingkan subsektor lainnya.

Sektor ekraf juga berperan besar dalam menyerap tenaga kerja di pasar tenaga kerja Indonesia. Dari hasil visualisasi pada Gambar 2, dapat dilihat bahwa terjadi

peningkatan jumlah tenaga kerja ekraf dalam kurun waktu 2011 hingga 2019. Pada tahun 2019, jumlah penduduk yang bekerja di sektor ekraf sebanyak 19,2 juta orang atau sebesar 15,21 persen dari jumlah tenaga kerja nasional (Kemenparekraf/Baparekraf, 2021). Pada tahun 2020, penyerapan tenaga kerja sektor ekraf sempat mengalami penurunan akibat Covid-19 menjadi hanya sebesar 14,55 persen dari jumlah tenaga kerja nasional, tetapi penyerapan tenaga kerja sektor ekraf langsung mengalami pemulihan pada tahun 2021 dan terus menunjukkan peningkatan pada tahun 2020 hingga 2022. Menurut Kemenparekraf/Bekraf (2023), tenaga kerja sektor ekraf bahkan lebih cepat pulih dibandingkan nasional karena sifatnya yang inklusif dan mudah dimasuki oleh pelaku usaha baru.



Gambar 2: Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia, 2010–2022

Sumber: Kemenparekraf (n.d) (diolah)

Selama pandemi, sektor ekraf mampu berkontribusi dalam penyerapan tenaga kerja nasional sebesar 14,55 persen pada tahun 2020, 16,71 persen pada tahun 2021, dan mencapai 18,40 persen pada tahun 2022. Tiga subsektor ekraf yang memiliki kontribusi penyerapan tenaga kerja terbesar terhadap nasional sekaligus menjadi subsektor yang mengalami pemulihan tercepat di tahun 2021 ialah subsektor kuliner, kriya, dan *fashion*. Pada tahun 2021, subsektor periklanan merupakan subsektor yang tumbuh paling cepat, yaitu sebesar 25,40 persen dibandingkan tahun 2020. Ini terjadi seiring dengan adanya adopsi digital yang masif selama masa pandemi sehingga mendorong permintaan konten digital.

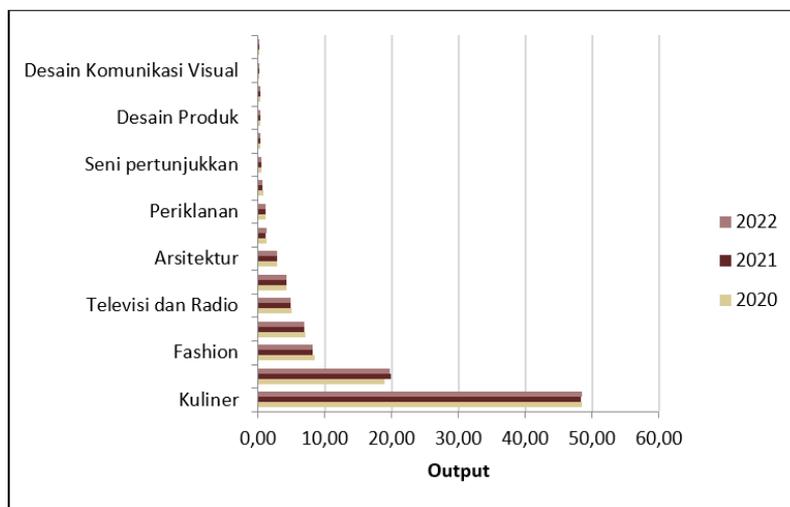
Sebagai contoh, terjadi peningkatan permintaan pembuatan media iklan dan himbauan terkait protokol kesehatan oleh pemerintah selama pandemi Covid-19 (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Subsektor kuliner merupakan subsektor selanjutnya yang tumbuh paling cepat dibandingkan lainnya pada tahun 2021, yaitu sebesar 16,68 persen. Walaupun masih dalam masa pandemi, subsektor kuliner tetap menunjukkan pertumbuhan tenaga kerja yang positif karena makan dan minum merupakan kebutuhan dasar manusia. Pandemi juga mendorong adanya inovasi dan kreativitas dalam bidang kuliner dengan memanfaatkan transformasi digital, yaitu perluasan pemasaran penjualan makanan melalui media sosial serta meningkatnya penawaran dan penggunaan jasa layanan pengantaran makanan sehingga subsektor kuliner masih mampu menunjukkan kinerja yang stabil meski mobilitas masih terbatas selama masa pandemi (Hasan, 2021).

3.2. Struktur *Output* Sektor Ekonomi Kreatif

Struktur *output* dapat memberikan gambaran mengenai nilai produksi yang dihasilkan oleh sektor tersebut. *Output* juga bisa memberikan gambaran mengenai kontribusi suatu sektor terhadap total pembentukan *output* nasional, dilihat dari perbandingannya terhadap total *output* seluruh sektor. Ringkasan data *output*, konsumsi akhir, dan konsumsi antara dari hasil pembentukan tabel I-O ekraf *updating* tahun 2022 dapat dilihat pada Lampiran 3.

Berdasarkan tabel I-O ekraf *updating*, sektor ekraf pada awal pandemi tahun 2020 mampu menghasilkan *output* sebesar 4.098.434.483,77 juta rupiah dengan kontribusi sebesar 15,46 persen dari total *output* nasional. Kemudian, pada tahun 2021, *output* sektor ekraf yang dihasilkan meningkat menjadi sebesar 4.535.160.662,47 juta rupiah dengan kontribusi sebesar 17,43 persen terhadap pembentukan *output* nasional. Pada tahun 2022, *output* yang dihasilkan ekraf sebesar 5.278.494.557,60 juta rupiah dengan kontribusi terhadap total *output* nasional yang meningkat menjadi sebesar 19,51 persen. Ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor ekraf terhadap perekonomian yang terus meningkat selaras dengan meningkatnya perekonomian Indonesia setelah berkontraksi di tahun 2020 akibat pandemi Covid-19.

Kontribusi subsektor ekraf terhadap total *output* ekraf yang dapat dilihat pada Gambar 3. Selama tiga tahun terakhir, subsektor kuliner, penerbitan, dan *fashion* memberikan kontribusi terbesar terhadap pembentukan *output* ekraf. Subsektor kuliner konsisten memberikan kontribusi terbesar terhadap total *output* ekraf sebesar 48,46 persen pada tahun 2020, 48,37 persen pada tahun 2021, dan 48,40 persen pada tahun 2022. Subsektor penerbitan menjadi subsektor kedua yang memiliki kontribusi *output* terbesar terhadap total *output* ekraf dari tahun 2020 hingga 2022 berturut-turut sebesar 19,00 persen, 19,82 persen, dan 19,72 persen. Kemudian, subsektor *fashion* memiliki kontribusi *output* terbesar ketiga dengan angka di sekitar 8 persen dari tahun 2020 hingga 2022. Sementara itu, terdapat 7 subsektor yang memberikan kontribusi terhadap total *output* ekraf di



Gambar 3: Kontribusi *Output* Subsektor Ekonomi Kreatif terhadap *Output* Ekonomi Kreatif, 2020–2022 (persen)

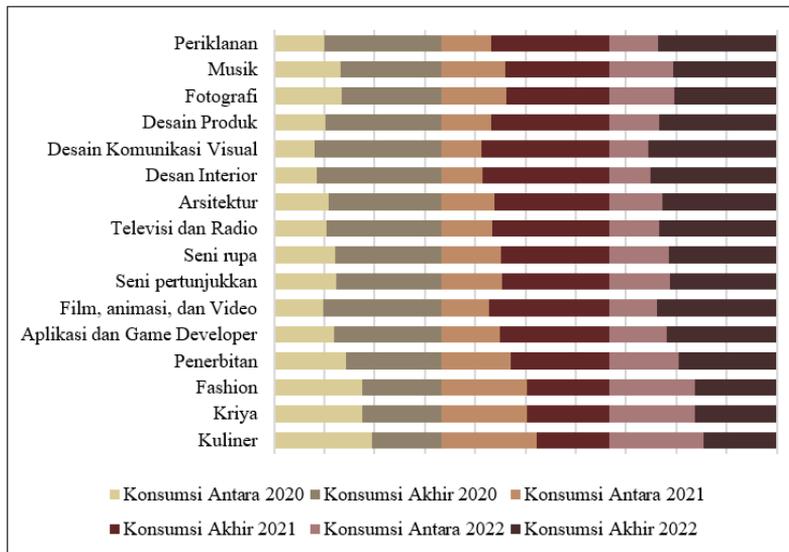
Sumber: Tabel Input-*Output* Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

bawah 1 persen. Subsektor film, animasi, dan video memiliki kontribusi terhadap pembentukan *output* ekraf terkecil dibandingkan subsektor lainnya, yaitu hanya sebesar 0,15 persen dari tahun 2020 hingga 2022. Ini menjadi bukti bahwa *output* yang dihasilkan antarsektor ekraf masih menunjukkan ketimpangan, terutama subsektor kuliner dengan subsektor lainnya. Ini juga menjadi sinyal bahwa masih terbuka kesempatan bagi subsektor lainnya untuk meningkatkan *output*.

Berdasarkan struktur *output* masing-masing subsektor yang dapat dilihat pada Gambar 4, pola struktur *output* pada setiap subsektor sama di setiap tahunnya. Tiga belas dari enam belas subsektor ekraf memiliki persentase *output* yang digunakan sebagai konsumsi akhir lebih besar dibandingkan konsumsi antaranya. Dengan kata lain, mayoritas subsektor ekraf lebih banyak digunakan sebagai barang habis pakai dalam perekonomian. Sementara itu, tiga sektor lainnya, yaitu subsektor kuliner, kriya, dan *fashion* memiliki persentase *output* sebagai konsumsi antara lebih besar dibandingkan konsumsi akhirnya. Ini artinya *output* ketiga sektor tersebut banyak digunakan oleh sektor lain sebagai input dalam proses produksinya.

3.3. Struktur Input Sektor Ekonomi Kreatif

Angka input hasil pembentukan tabel Input-*Output* ekraf tahun 2022 dapat dilihat pada Lampiran 3. Struktur input dalam tabel I-O mengacu pada komposisi dan hubungan antar-input yang digunakan oleh berbagai sektor ekonomi dalam suatu wilayah. Input suatu sektor perekonomian dapat memberikan gambaran

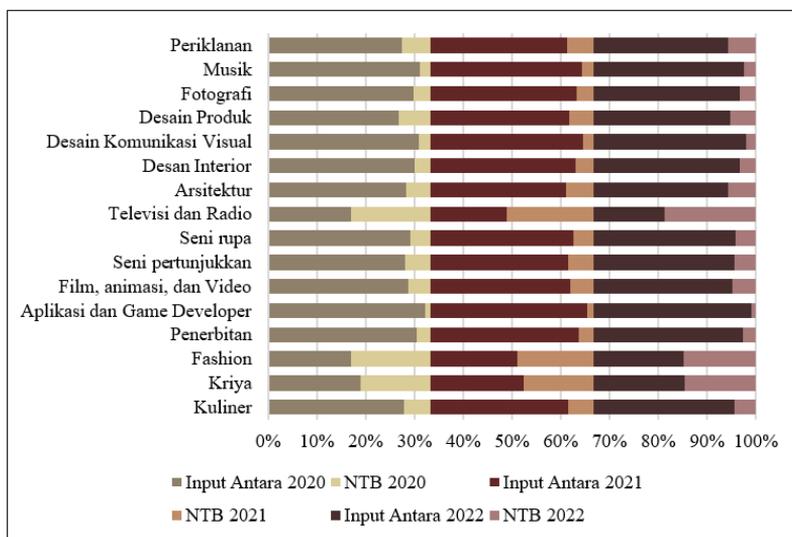


Gambar 4: Struktur Output Sektor Ekonomi Kreatif, 2020–2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

mengenai besarnya penggunaan barang dan jasa serta faktor produksi dalam proses produksi. Gambar 5 menunjukkan struktur input sektor ekraf dari tahun 2020 hingga 2022. Jika ditinjau dari struktur inputnya, seluruh subsektor ekraf menunjukkan pola struktur input yang sama selama pandemi, yaitu lebih banyak menggunakan input antara (bahan baku) dibandingkan input primer/balas jasa produksi (NTB) dalam proses produksi baik pada tahun 2020, 2021, maupun 2022. Dengan kata lain, pengeluaran untuk bahan baku lebih besar daripada balas jasa produksinya atau nilai tambah yang dihasilkan. Artinya, *output* yang dihasilkan kemudian dijual lebih banyak digunakan untuk membayar bahan baku dibandingkan untuk meningkatkan nilai tambah, seperti pendapatan, surplus usaha, dll. Ini merupakan karakteristik sektor ekraf karena dalam tiga tahun terakhir tidak ada perubahan pola proporsi input antara dan input primernya. Ini didukung pula dari hasil penelitian Rachmah (2017), berdasarkan tabel I-O ekraf 2014, mayoritas subsektor ekraf memiliki input antara yang lebih besar input primer.

Berdasarkan Gambar 6, dapat diketahui bahwa subsektor kuliner juga konsisten menjadi subsektor yang memiliki kontribusi pembentukan NTB sektor ekonomi kreatif terbesar yaitu sebesar 42,66 persen pada tahun 2020 kemudian meningkat menjadi 43,29 persen pada tahun 2021, lalu sedikit mengalami penurunan pada tahun 2022 menjadi 43,26 persen. Kemudian, disusul oleh subsektor *fashion* dengan besar kontribusinya dari tahun 2020, 2021, dan 2022 berurut-turut yaitu 17,96 persen, 17,60 persen, dan 17,37 persen. Subsektor kriya merupakan



Gambar 5: Struktur Input Sektor Ekonomi Kreatif, 2020–2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

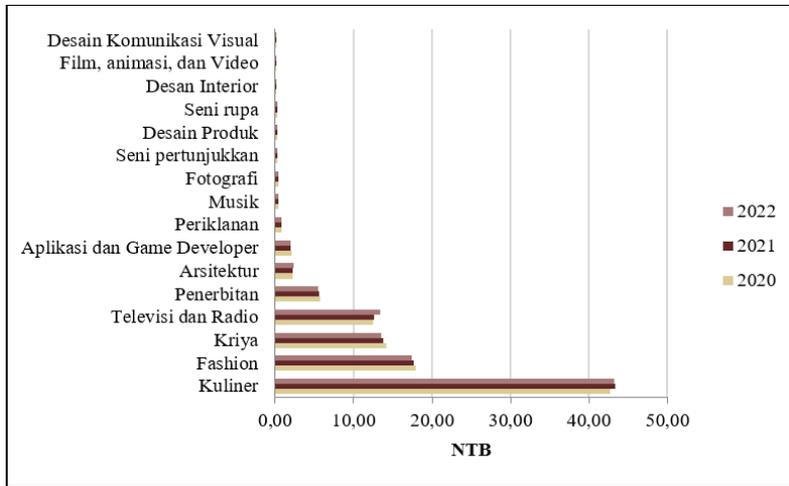
subsektor dengan kontribusi NTB ekonomi kreatif terbesar selanjutnya. Di sisi lain, subsektor desain komunikasi visual menjadi subsektor dengan kontribusi terkecil terhadap pembentukan NTB ekonomi kreatif yaitu hanya sebesar 0,06 persen pada tahun 2020, serta 0,07 persen pada tahun 2021 dan 2022.

Sementara itu, subsektor penerbitan yang memiliki kontribusi *output* terbesar kedua setelah sumbangsih *output* kuliner terhadap total *output* nasional, memiliki kontribusi NTB di urutan kelima setelah subsektor kuliner, *fashion*, kriya, serta televisi dan radio. Ini menunjukkan bahwa *output* yang besar belum tentu memiliki NTB yang besar pula, pun sebaliknya.

3.4. Angka Pengganda Sektor Ekonomi Kreatif

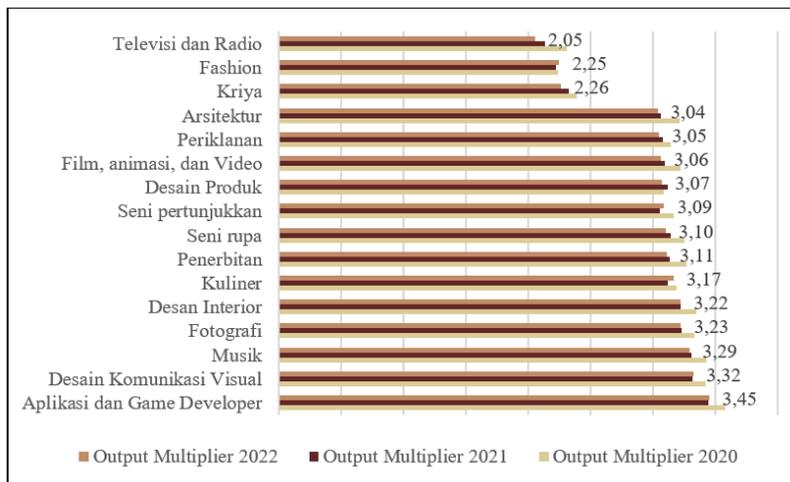
Output suatu sektor dalam perekonomian sangat bergantung dengan sektor perekonomian lainnya. Angka pengganda (*multiplier*) *output* merupakan suatu nilai yang mampu menunjukkan dampak dari suatu perubahan permintaan akhir pada suatu sektor terhadap perubahan *output* nasionalnya.

Gambar 7 menunjukkan bahwa pada tahun 2020, dampak perubahan permintaan akhir terhadap perubahan *output* nasionalnya pada mayoritas subsektor ekonomi lebih besar dibandingkan tahun 2021 dan 2022. Kemudian, jika dilihat angkanya lebih lanjut, nilai pengganda *output* yang dimiliki oleh sektor ekonomi kreatif berada di rentang 2,05 hingga 3,45 pada tahun 2022. Ini menunjukkan bahwa saat terjadi peningkatan permintaan akhir sektor ekonomi kreatif, maka *output* yang dihasilkan lebih besar dari peningkatan permintaan akhirnya.



Gambar 6: Kontribusi NTB Ekonomi Kreatif terhadap NTB Ekonomi Kreatif, 2020–2022 (persen)

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

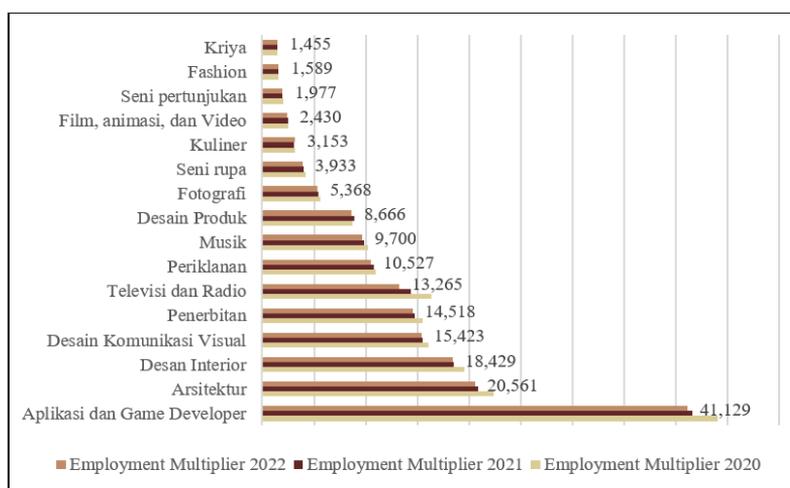


Gambar 7: Angka Penganda Output Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2020–2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

Subsektor aplikasi dan *game develepor* memiliki nilai penganda *output* terbesar yaitu 3,45. Angka ini memiliki arti bahwa setiap penambahan permintaan akhir subsektor aplikasi dan *game developer* sebesar Rp1 juta, maka total *output* nasional akan bertambah sebesar 3,45 juta rupiah. Dampak permintaan akhir suatu sektor

terhadap peningkatan *output* ini dapat terjadi karena adanya keterkaitan antar sektor dalam perekonomian. Apabila permintaan akhir suatu sektor meningkat, dapat merangsang dan mendorong sektor tersebut bahkan sektor ekonomi lain untuk meningkatkan pula *output*-nya. Sebagai contoh dari angka pengganda *output* subsektor aplikasi dan *game developer* tahun 2022, apabila permintaan akhir sektor ini meningkat Rp1 juta, maka akan meningkatkan *output* sektor itu sendiri sebesar Rp1,18 juta. Perubahan ini juga berpengaruh terhadap subsektor kuliner, yaitu *output* sektor kuliner akan meningkat sebesar Rp208.000. Begitu pula dengan subsektor-subsektor lainnya. Dengan demikian, setelah ditotal, perubahan permintaan akhir subsektor aplikasi dan *game developer* ini akan meningkatkan total *output* nasional Rp3,45 juta.



Gambar 8: Angka Pengganda Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2020–2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

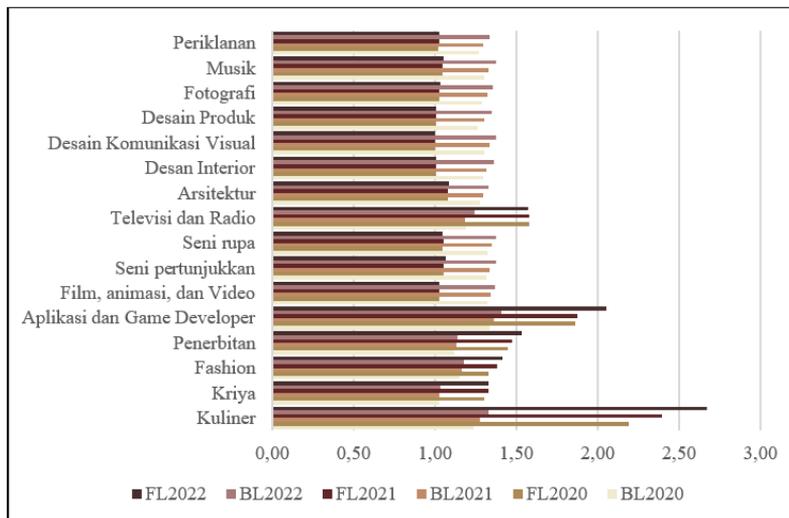
Dapat dilihat pada Gambar 8, angka pengganda tenaga kerja sektor ekonomi kreatif memiliki nilai di antara 1,455 dan 41,13. Subsektor aplikasi dan *game developer* merupakan subsektor yang memiliki angka pengganda tenaga kerja terbesar. Dengan kata lain, subsektor aplikasi dan *game developer* merupakan subsektor ekonomi kreatif yang memiliki dampak terbesar terhadap penyerapan tenaga kerja nasional dibandingkan sektor lainnya yaitu sebesar 41,13. Ini mengandung arti bahwa peningkatan permintaan akhir pada subsektor aplikasi dan *game developer* sebesar Rp1 juta mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja sebanyak 41 hingga 42 tenaga kerja.

Sementara itu, subsektor kriya merupakan subsektor dengan nilai angka pengganda tenaga kerja yang paling kecil, yaitu sebesar 1,45. Dengan kata lain, subsektor kriya menjadi subsektor yang memiliki dampak terkecil terhadap penyerapan tenaga kerja nasional. Artinya, peningkatan permintaan akhir pada

subsektor kriya sebesar Rp1 juta mampu meningkatkan penyerapan tenaga kerja sebanyak 1 hingga 2 tenaga kerja.

3.5. Analisis Keterkaitan Sektor Ekonomi Kreatif

Melalui nilai keterkaitan, dapat ditentukan sektor unggulan atau *leading sector* dalam suatu perekonomian dengan melihat keterkaitan antarsektor baik ke belakang (*backward linkage* /BL) maupun keterkaitan ke depan (*forward linkage* /FL). Keterkaitan antarsektor ke belakang memiliki makna keterkaitannya bersumber dari mekanisme penggunaan input produksi. Sementara itu, keterkaitan ke depan (FL) memiliki makna keterkaitannya bersumber dari mekanisme penggunaan *output* produksi.



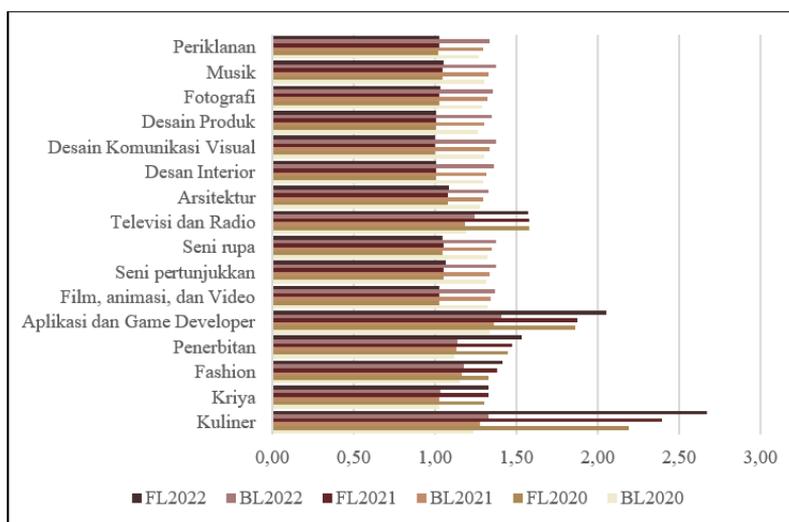
Gambar 9: Backward Linkage dan Forward Linkage Subsektor Ekonomi Kreatif Tahun 2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif Updating Tahun 2020–2022

Gambar 9 menunjukkan bahwa 10 dari 16 subsektor ekraf memiliki BL yang lebih besar daripada FL-nya dari tahun 2020 hingga 2022. Ini bermakna bahwa meskipun sebagian besar sektor ekraf banyak menggunakan input dari sektor lainnya sebagai masukan, *output* sektor ekraf jarang digunakan oleh sektor lainnya. Dengan demikian, *output* sektor ekraf masih memiliki ketergantungan yang cukup besar terhadap sektor lain yang menjadi input produksinya tetapi sektor lainnya tidak memiliki ketergantungan pada *output* ekraf sebagai input produksinya.

Berdasarkan tipologi klasen yang terlihat pada Gambar 10, subsektor ekraf tersebar pada kuadran I, II dan III. Subsektor yang terdapat pada kuadran I

merupakan subsektor unggulan yang memiliki keterkaitan tinggi, baik ke belakang maupun ke depan. Kemudian, terdapat subsektor yang potensial untuk dikembangkan, yaitu subsektor yang terletak pada kuadran II dengan IFL tinggi, tetapi IBL rendah dan kuadran III dengan IBL tinggi, tetapi IFL rendah.



Gambar 10: Tipologi Klassen Sektor Berdasarkan Nilai Indeks *Backward Linkage* dan Indeks *Forward Linkage* di Indonesia Tahun 2021–2022

Sumber: Tabel Input-Output Ekonomi Kreatif *Updating* Tahun 2020–2022

Subsektor kuliner serta aplikasi dan *game developer* merupakan subsektor yang secara konsisten tergolong ke dalam kuadran I dengan $IFL > 1$ dan $IBL > 1$. Artinya, subsektor kuliner serta aplikasi dan *game developer* termasuk ke dalam kategori subsektor unggulan dari tahun 2020 hingga 2022. Hal tersebut sejalan dengan kontribusi nilai tambah subsektor kuliner yang tinggi terhadap perekonomian Indonesia. Sementara itu, subsektor televisi dan radio tergolong ke dalam subsektor unggulan pada tahun 2020 dan 2022, meski performanya sempat menurun sehingga berpindah ke kuadran II pada tahun 2021. Dengan nilai IFL dan IBL yang lebih dari satu, memiliki makna bahwa subsektor kuliner, aplikasi dan *game developer*, serta televisi dan radio memiliki kemampuan di atas rata-rata dalam menggerakkan perekonomian, baik dari sisi sektor lain yang menjadi input maupun dari sisi sektor lain yang memanfaatkan *output* sektor tersebut untuk menjadi input dalam proses produksinya. Oleh karena itu, ketiga subsektor ini diklasifikasikan sebagai sektor unggulan selama pandemi Covid-19.

Di sisi lain, subsektor kriya, penerbitan, dan *fashion* termasuk ke dalam kuadran II yang memiliki $IFL > 1$ dan $IBL < 1$. Artinya, tiga subsektor tersebut memiliki kemampuan untuk menggerakkan sektor-sektor lain yang menjadi input lebih rendah daripada rata-rata total perekonomian, tetapi memiliki ke-

mampuan di atas rata-rata total perekonomian untuk memenuhi kebutuhan input sektor lainnya. Kemudian, tujuh subsektor ekonomi kreatif lainnya masuk ke dalam kuadran III dengan $IBL > 1$ dan $IFL < 1$. Artinya, tujuh subsektor tersebut memiliki kemampuan di atas rata-rata total perekonomian dalam menyerap *output* sektor lain untuk dijadikan sebagai input sektor tersebut. Akan tetapi, kemampuan sektor tersebut untuk memenuhi kebutuhan input sektor lain masih di bawah rata-rata total perekonomian.

3.6. Analisis Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon (*Wilcoxon Signed Rank Test*)

Tabel 1: Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Variabel (1)	Tahun (2)	<i>P-value</i> (4)	Keputusan (5)
<i>Output</i>	2020–2021	$1,52 \times 10^{-5}$	Tolak H_0
	2020–2022	$1,52 \times 10^{-5}$	Tolak H_0
Konsumsi/Permintaan Antara	2020–2021	$1,52 \times 10^{-5}$	Tolak H_0
	2020–2022	$1,52 \times 10^{-5}$	Tolak H_0
Konsumsi/Permintaan Akhir	2020–2021	$1,45 \times 10^{-2}$	Tolak H_0
	2020–2022	$6,54 \times 10^{-3}$	Tolak H_0

Apabila $p\text{-value} < \alpha$, maka keputusan yang diambil adalah tolak H_0 . Berdasarkan hasil uji beda proporsi *output*, konsumsi antara, dan konsumsi akhir sektor ekonomi kreatif tahun 2020 dan 2021, serta tahun 2020 dan 2022 memberikan keputusan tolak H_0 . Dapat ditarik kesimpulan yaitu dengan taraf signifikansi 5%, memiliki cukup bukti bahwa seluruh variabel sektor ekonomi kreatif menunjukkan peningkatan yang signifikan dari tahun 2020 terhadap 2021, dan tahun 2020 terhadap 2022. Dengan kata lain, terjadi peningkatan kontribusi *output* ekonomi kreatif yang signifikan terhadap perekonomian nasional dari tahun 2020, saat pertama kali pandemi Covid-19 mewabah di Indonesia, ke tahun 2021. Begitu pula pada tahun 2022, kontribusi *output* ekonomi kreatif juga terbukti meningkat dibandingkan tahun 2020.

Hasil yang sama juga ditunjukkan pada uji proporsi konsumsi antara dan konsumsi akhir ekonomi kreatif terhadap nasional. Berdasarkan hasil uji beda, dapat disimpulkan yaitu dengan tingkat signifikansi 5%, terdapat cukup bukti bahwa proporsi permintaan antara dan permintaan akhir ekonomi kreatif pada tahun 2021 dan 2022 lebih besar dibandingkan tahun 2020. Ini mengandung arti bahwa kontribusi sektor ekonomi kreatif mengalami peningkatan yang signifikan, jika dilihat dari sisi permintaan, pada tahun 2021 dan 2022 dibandingkan saat awal pandemi.

Kontribusi ekonomi kreatif yang terus meningkat signifikan pada tahun 2021 dan 2022 ini sejalan dengan membaiknya perekonomian Indonesia sejak tahun 2021. Mengutip dari Berita Resmi Statistik BPS, perekonomian Indonesia telah tumbuh positif sebesar 3,70 persen pada tahun 2021. Kemudian pada tahun 2022,

pertumbuhan ekonomi Indonesia telah mencapai 5,31 persen (BPS, 2023). Sumber pertumbuhan ekonomi yang berasal dari sektor ekonomi kreatif yaitu sebesar 0,60 persen pada tahun 2021 dan 0,28 persen pada tahun 2022. Ini merupakan peran sektor ekonomi kreatif dalam menjadi sumber pertumbuhan ekonomi Indonesia secara keseluruhan.

4. Kesimpulan

Tabel I-O ekonomi kreatif *updating* dapat disusun dengan memanfaatkan data pendukung yaitu nilai tambah bruto (NTB), jumlah tenaga kerja, dan persebaran unit usaha dari Kemenparekraf menggunakan metode RAS. Tabel I-O ekraf *updating* yang sudah terbentuk kemudian dianalisis, sehingga diketahui bahwa karakteristik *output* ekonomi kreatif lebih banyak digunakan sebagai konsumsi akhir dibandingkan sebagai input untuk proses produksi sektor lainnya. Selain itu, setelah ditinjau lebih lanjut, subsektor kuliner, aplikasi dan *game developer*, serta televisi dan radio merupakan subsektor unggulan.

Peran ekonomi kreatif yang dilihat dari sisi permintaan menunjukkan bahwa kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap pembentukan *output* nasional dan besarnya kontribusi permintaan ekonomi kreatif terhadap permintaan secara agregat terus meningkat signifikan. Begitu pula dari sisi tenaga kerjanya, selama pandemi dari tahun 2020 sampai dengan 2022, penyerapan tenaga kerja dari sektor ekonomi kreatif terus meningkat. Ini juga selaras dengan membaiknya perekonomian Indonesia pada tahun 2021 dan 2022.

Berdasarkan kesimpulan di atas, untuk mempercepat langkah pemerintah mencapai target sasaran nasional dalam rangka pemulihan ekonomi setelah terdampak pandemi Covid-19, pemerintah dapat merumuskan strategi-strategi penembangan sektor ekraf yang berorientasikan peningkatan konsumsi masyarakat. Pemerintah dapat berfokus dan memprioritaskan tiga subsektor unggulan yaitu subsektor kuliner, aplikasi dan *game developer* karena pengembangan sektor ini dapat mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi lainnya dan pada gilirannya akan mendorong perekonomian Indonesia secara keseluruhan.

Peran serta kerjasama antara pemerintah dan pelaku kreatif diperlukan untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif terhadap perekonomian selama pandemi. Pelaku kreatif harus terus berinovasi dengan memanfaatkan teknologi. Sementara itu, pemerintah dapat mendorong pengembangan sektor ekonomi kreatif dengan memfasilitasi kegiatan ekonomi kreatif sehingga tercipta permintaan *output* yang berkesinambungan misalnya dengan menyelenggarakan even kreatif yang terbuka untuk umum terutama bagi pelaku ekonomi kreatif, sebagai contoh turnamen *e-sport* dan kompetisi pengembangan *game*. Selain itu, pemerintah dapat menyediakan sistem penjualan online berbasis teknologi yang bersifat gratis bagi pelaku ekonomi kreatif sehingga jangkauan konsumennya dapat lebih luas.

Rekomendasi lain yang dapat diberikan yaitu pemerintah dapat memperkaya ketersediaan data ekonomi kreatif karena sektor ini merupakan kegiatan

ekonomi yang tidak memiliki industrinya dalam Sistem Neraca Nasional 2008 (klasifikasi KBLI) sehingga data mengenai persentase ekonomi kreatif terhadap sektor induknya (lapangan usaha) sangat diperlukan untuk penelitian sektor ekonomi kreatif lebih lanjut.

Daftar Pustaka

- [1] Badan Ekonomi Kreatif. (2019). *Opus: Creative economy outlook, 2019*. Creative Economy Agency of Republic of Indonesia.
- [2] BEKRAF. (2018). *Opus: Ekonomi kreatif: Outlook 2019*. Badan Ekonomi Kreatif.
- [3] BPS. (2023). Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan IV-2022. *Berita Resmi Statistik, 15/02/Th. XXVI*. Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia). <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>.
- [4] Christiani, N. V., & Siahaan, A. L. (2022). Analisis peran sektor pariwisata dalam pemulihan ekonomi pasca pandemi Covid-19 di NTT. *Jurnal Statistika Terapan, 2*(1), 55-70. doi: <https://doi.org/10.5300/jstar.v2i01.19>.
- [5] Conover, W. J. (1999). *Practical nonparametric statistics, 3rd edition*. John Wiley & Sons.
- [6] Dewi, R. A. M. (2022). Promoting the Creative economy for a robust post-pandemic recovery in Indonesia. In: T. Sonobe, N. J. A. Buchoud, T. G. Tiong, S. Baek, N. S. Hendriyetty, & E. P. Sioson (eds.), *Creative economy 2030: Imagining and delivering a robust, creative, inclusive, and sustainable recovery* (pp. 103-113). Asian Development Bank Institute. <https://www.adb.org/publications/creative-economy-2030-imagining-and-delivering-a-robust-creative-inclusive-and-sustainable-recovery>.
- [7] Guciano, A. O. (2019). *Analisis pengaruh nilai ekspor ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi ditinjau dari perspektif ekonomi Islam* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intaan Lampung).
- [8] Hasan, S. (2021). Pengaruh sosial media dalam peningkatan pemasaran UMKM kuliner selama pandemi covid-19 (studi kasus: UMKM kuliner Kota Bangkinang, Provinsi Riau). *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi, 2*(1), 30-40. doi: <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.121>.
- [9] Indonesia, R. (2021). *Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 115 tahun 2021 Tentang Pemutakhiran Rencana Kerja Pemerintah Tahun 2022*. Republik Indonesia.
- [10] Indonesia.go.id. (2022, 16 Maret). *Ekonomi kreatif negara G20 jadi motor pemulihan via transformasi digital*. <https://indonesia.go.id/kategori/editorial/4434/ekonomi-kreatif-negara-g20-jadi-motor-pemulihan-via-transformasi-digital?lang=1>.
- [11] Kemenparekraf. (n.d). *Statistik pariwisata dan ekonomi kreatif: Data statistik pariwisata dan ekonomi kreatif Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif>.
- [12] Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, 8 Oktober). *Desain komunikasi visual salah satu subsektor ekraf kekinian yang menjanjikan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Desain-Komunikasi-Visual-Salah-Satu-Subsektor-Ekraf-Kekinian-yang-Menjanjikan>.

-
- [13] Kemenparekraf/Baparekraf. (2021, 13 Desember). *Statistik ekonomi kreatif 2020*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://kemenparekraf.go.id/publikasi-statistik-ekonomi-kreatif/statistik-ekonomi-kreatif-2020>.
- [14] Kemenparekraf/Bekraf. (2023). *Infografis data statistik indikator makro pariwisata & ekonomi kreatif*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. https://bankdata.kemenparekraf.go.id/upload/document_satker/5baa176056e524cfaa5086f5d69b2747.pdf.
- [15] Khairani, L. (2020). *Analisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan ekonomi masyarakat menurut perspektif ekonomi Islam (Studi pada pelaku usaha ekonomi kreatif Kelurahan Bandar Jaya Barat Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah)* (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung).
- [16] Mankiw, N. G. (2013). *Macroeconomics* (8th edition). Worth Publisher.
- [17] Miller, R. E., & Blair, P. D. (2009). *Input-output analysis: Foundations and extensions* (2nd edition). Cambridge University Press.
- [18] Monica, D. (2021). *Pemetaan perekonomian dan potensi ekonomi kreatif di Kota Bandung* (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah).
- [19] Rachmah, F. N. (2017). *Potensi ekonomi kreatif di Indonesia: Analisis input-output dan ekonometrika* (Skripsi, Sekolah Tinggi Ilmu Statistik).
- [20] Supranto, J. (2009). *Statistik: Teori dan aplikasi* (Edisi 7, Jilid 2). Erlangga.

Lampiran

Lampiran 1. Hasil Peramalan Nilai Tambah Bruto Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2021 dan 2022

Subsektor	Nilai Peramalan		RMSE	Metode	Alpha	Beta
	2021	2022				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kuliner	367405,57	379810,05	6926,42	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,000	0,000
Kriya	117393,41	118705,79	2107,00	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,250	1,000
<i>Fashion</i>	149385,68	152455,27	3370,21	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,360	0,750
Penerbitan	47013,83	47692,46	743,85	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,370	1,000
Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	16749,61	17434,93	145,35	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,960	1,000
Film, Animasi, dan Video	1345,51	1394,81	34,03	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	1,000	0,000
Seni Pertunjukan	2470,43	2573,31	55,50	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	1,000	0,000
Seni Rupa	1848,25	1908,40	31,78	<i>Double Exponential</i>	0,001	-
Televisi dan Radio	107341,22	116968,68	1090,02	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,860	1,000
Arsitektur	19297,11	20114,15	474,51	<i>Double Exponential</i>	0,001	-
Desain Interior	1460,95	1520,37	17,04	<i>Double Exponential</i>	0,001	-
Desain Komunikasi Visual	511,43	510,15	10,15	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	1,000	1,000
Desain Produk	1985,55	1984,08	38,68	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	1,000	0,890
Fotografi	3508,87	3471,40	80,21	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,910	1,000
Musik	3919,62	4087,12	260,59	<i>Double Exponential</i>	0,001	-
Periklanan	6987,82	7271,64	179,37	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,000	0,000

Lampiran 2. Hasil Peramalan Jumlah Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Tahun 2022

Subsektor	Nilai Peramalan	RMSE	Metode	Alpha	Beta
	2022				
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
Kuliner	15122139,50	388369,59	<i>2-Moving Average</i>	-	-
Kriya	3894834,20	388419,90	<i>Single Exponential</i>	0,438	-
Fesyen	4570345,90	388369,59	<i>Double Exponential</i>	0,001	-
Penerbitan	481737,99	38856,63	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,000	0,000
Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	163591,59	23210,96	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,600	0,640
Film, Animasi, dan Video	68206,02	6784,45	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,980	0,000
Seni Pertunjukan	203639,00	19364,28	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,000	0,000
Seni Rupa	52302,95	4770,92	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,840	0,000
Televisi dan Radio	85725,32	7935,79	<i>Double Exponential</i>	0,290	-
Arsitektur	59866,10	1835,36	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,960	0,000
Desain Interior	681,50	17,04	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,320	1,000
Desain Komunikasi Visual	7071,59	377,50	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,460	1,000
Desain Produk	16659,21	1576,30	<i>Single Exponential</i>	0,001	-
Fotografi	89960,63	3096,43	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,420	0,820
Musik	75642,99	260,59	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,570	1,000
Periklanan	45773,08	3265,33	<i>Holt-Winters No Seasonal</i>	0,200	0,310

Lampiran 3. Ringkasan Data Hasil Pembentukan Tabel I-O Ekonomi Kreatif Tahun 2022

No (1)	Subsektor (2)	Konsumsi Antara (3)	Konsumsi Akhir (4)	Input Antara (5)	Output/Input (6)
1	Kuliner	1666484618	1282122505	2568797073	2948607123
2	Kriya	138063828,1	133038972,4	152397010,5	271102800,5
3	<i>Fashion</i>	175617243,9	168485892,3	191647866,2	344103136,2
4	Penerbitan	244618229,2	348489489,2	545415258,4	593107718,4
5	Aplikasi dan <i>Game Developer</i>	198469691,2	379909289,7	560944050,9	578378980,9
6	Film, animasi, dan Video	2793136,618	7058048,354	8456374,97	9851184,972
7	Seni pertunjukkan	7138854,1	12690838,62	17256382,72	19829692,72
8	Seni rupa	5393941,018	9817185,323	13302726,34	15211126,34
9	Televisi dan Radio	62721119,09	145420343,5	91172782,57	208141462,6
10	Arsitektur	36643461,52	79686400,45	96215711,97	116329862
11	Desan Interior	3756318,247	11689872,92	13925821,17	15446191,17
12	Desain Komunikasi Visual	2078207,075	6811895,129	8379952,2	8890102,203
13	Desain Produk	3687919,017	8788870,471	10492709,49	12476789,49
14	Fotografi	13805011,38	21954969,36	32288580,74	35759980,74
15	Musik	22099034,48	36057041,75	54068956,23	58156076,23
16	Periklanan	12587748,54	30514581,2	35830689,74	43102329,74
17	Non Kreatif	13262369771	8514924304	11457736185	21777294075
Total		15858328133	11197460500	15858328133	27055788633

this page intentionally left blank