

Mampukah Industri Kreatif Mengatasi Kejenuhan Pertumbuhan Ekonomi Nasional?

Andiga Kusuma Nur Ichsan^{a,*}, & Vidita Vergia Verena^b

^aDeputi Pengembangan Ekonomi Daerah dan Sektor Riil, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

^bPusat Kajian Perekonomian, Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia

Abstract

In the midst of global economic uncertainty, national economic growth has been slowing down from time to time. Creative industries are now considered to be an alternative solution in solving economic growth saturation. This paper aims to explain the key factors determining the improvement of creative industries performance. Using data from IBS BPS 2011–2015 and panel data analysis, we found that wages, labor, asset or fixed capital, fuel, and tax incentives, have significant impacts on the output growth and value-added of creative industries in Indonesia. In addition, only wages and exchange rate have a significant influence in determining exports in creative industries. This paper concludes that the government needs to impose appropriate policies of wages and labor, increase access to capital, keep the stability of fuel price, and create a mechanism of tax incentives to boost economic growth through creative industries.

Keywords: *creative industries; economic growth; value added*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan arti penting serta faktor-faktor yang dapat memengaruhi peningkatan kinerja sektor industri kreatif. Dengan menggunakan data IBS BPS 2011–2015 dan analisis panel, didapatkan bahwa upah, tenaga kerja, aset atau modal tetap, bahan bakar, dan insentif pajak berpengaruh terhadap pertumbuhan nilai output maupun nilai tambah industri kreatif di Indonesia, sedangkan upah dan nilai tukar berpengaruh terhadap ekspor industri kreatif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa industri kreatif dapat menjadi solusi atas kejenuhan pertumbuhan ekonomi pada umumnya dan industri pengolahan pada khususnya. Akan tetapi pemerintah perlu merumuskan kebijakan yang efektif terkait upah dan tenaga kerja, meningkatkan akses permodalan, menjaga stabilitas harga bahan bakar, mengembangkan energi yang ramah lingkungan, serta merumuskan insentif fiskal yang tepat untuk mendorong pertumbuhan industri kreatif.

Kata Kunci: ekspor; industri kreatif; pertumbuhan ekonomi; nilai tambah

Kode Klasifikasi JEL: O14; O47

*Alamat Korespondensi Penulis: Jalan Lapangan Banteng Timur Nomor 2–4, Jakarta Pusat, 10710, Telp.: (021) 352 1835. E-mail: andiga.kni@gmail.com.

1. Pendahuluan

Di tengah ketidakpastian ekonomi global dan tekanan-tekanan yang muncul dikarenakan makin gencarnya perang dagang antara Tiongkok dan Amerika Serikat, serta volatilitas harga komoditas, Indonesia dituntut untuk menciptakan sumber ekonomi baru yang tidak bergantung pada perekonomian global dengan penguatan ekonomi domestik. Di sisi lain, dalam beberapa tahun terakhir, sektor industri pengolahan yang merupakan penopang utama perekonomian nasional mengalami kinerja yang tidak baik. Sektor ini mengalami perlambatan pertumbuhan dari tahun ke tahun disertai dengan menurun peranannya dalam pembentukan PDB nasional (BPS, 2019).

Salah satu solusi yang bisa dilakukan dalam penguatan perekonomian domestik serta mendorong kinerja sektor industri adalah melalui pengembangan ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif. Ekonomi kreatif, terutama industri kreatif, diyakini mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi yang saat ini sedang mengalami perlambatan dari waktu ke waktu (UNCTAD, 2018). Industri kreatif dinilai dapat menjawab berbagai tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah di antaranya: (1) relatif melambatnya pertumbuhan ekonomi saat ini; (2) masih tingginya tingkat pengangguran (9–10%); (3) tingginya tingkat kemiskinan (16–17%); dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia (Departemen Perdagangan, 2008). Industri ini juga merupakan industri yang memiliki penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya manusia, di mana sumber daya ini merupakan kategori sumber daya yang terbarukan.

Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), nilai Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif selalu meningkat setiap tahunnya, yaitu dari 825 triliun rupiah pada tahun 2015 menjadi 1.105 triliun rupiah pada tahun 2018, dan diproyeksikan menjadi 1.211 triliun rupiah di tahun 2019 atau sebesar 7,76% dari PDB (Bekraf, 2018). Selain itu, pemerintah telah menargetkan nilai ekonomi digital Indonesia sebesar sekitar 11% dari PDB pada 2020. Sesuai dengan hasil kajian dari PwC pada tahun 2018 yang menyimpulkan bahwa ke depannya tren perekonomian dunia akan bergeser ke sektor digital (Van Eeden & Chow, 2018) – yang mana sektor digital merupakan bagian dari ekonomi kreatif – maka pemerintah optimis bahwa tingginya angka pertumbuhan ekonomi kreatif ini dapat mendorong Indonesia untuk masuk jajaran empat besar ekonomi dunia pada tahun 2050.

Sebagaimana dialami oleh negara-negara lain dalam mengelola industri kreatif, kebijakan pemerintah dan kolaborasi antar lembaga pemerintahan ditengarai merupakan determinan kunci yang menentukan keberhasilan pengembangan industri kreatif. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh Drab-Kurowska (2018) yang menyatakan bahwa intervensi pemerintah dan penciptaan lingkungan yang mendukung dapat meningkatkan kinerja industri kreatif. Oleh karena itu, hal ini menjadi latar belakang dari penelitian ini, yang akan membahas peran pemerintah dan kolaborasi kebijakan lintas sektoral dalam mengembangkan

industri kreatif. Dengan demikian, tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas faktor-faktor yang mendorong kinerja industri kreatif yang ditaksir melalui *output*, nilai tambah, dan ekspor. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi yang dapat digunakan dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia.

Penelitian serta referensi yang membahas tentang industri kreatif masih sangat terbatas di Indonesia. Penelitian terkait industri kreatif yang cukup komprehensif pernah dilakukan oleh Kamil (2015) yang melihat kinerja industri kreatif melalui pendekatan analisis kinerja industri. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa industri kreatif memiliki struktur pasar yang bersifat monopolistik dan relatif mudah bagi pelaku pasar untuk masuk (*free entry*). Di sisi lain, penelitian tersebut menyimpulkan bahwa kinerja industri kreatif Indonesia ditentukan oleh ukuran perusahaan, upah, serta konten bahan baku lokal. Hanya saja pendekatan tersebut lebih bersifat kualitatif sehingga kontribusi dari penelitian ini adalah memberikan bukti kuantitatif apakah hipotesis tersebut terbukti secara empiris serta memberikan tambahan informasi berharga bagi peneliti lainnya yang ingin membahas tentang industri kreatif.

Struktur penelitian ini terbagi menjadi empat bagian utama. Bagian pertama merupakan pendahuluan yang melatarbelakangi penelitian ini. Pada bagian kedua membahas tentang metode penelitian yang digunakan, termasuk di dalamnya penggunaan data dan teknik analisis yang peneliti gunakan. Bagian ketiga merupakan bagian hasil dan pembahasan yang menjabarkan temuan penelitian serta implikasi kebijakan. Pada bagian akhir terdapat penutup yang berisikan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

2. Metode Penelitian

2.1. Pendekatan Penelitian dan Data

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan kuantitatif untuk menjawab tujuan penelitian. Analisis deskriptif dilakukan dengan cara melakukan analisis tren dari data yang terkait dengan kinerja industri kreatif di Indonesia, sedangkan analisis kuantitatif dilakukan dengan cara melakukan analisis dari formulasi indikator yang digunakan untuk mengukur kinerja beserta analisis kausalitas melalui pendekatan metode ekonometrika.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari data *Survei Tahunan Perusahaan Industri Manufaktur* atau yang lebih sering dikenal dengan *Survei Industri Besar Sedang* (IBS). Survei ini merupakan survei tahunan Badan Pusat Statistik (BPS) yang menyoar kepada industri. Kategori data dalam survei ini merupakan data panel sehingga penelitian ini menggunakan data dari tahun 2011 hingga 2015. Dari data survei IBS tersebut dilakukan proses pencocokan dengan jenis-jenis industri kreatif sesuai kode HS 5-digit berdasarkan buku *Laporan Analisis Klasifikasi Aktivitas Ekraf Dalam KBLI 2015* yang dikeluarkan oleh BPS dan Bekraf (BPS, 2016). Dari proses pencocokan tersebut dapat diperoleh perusahaan-perusahaan yang masuk dalam kategori industri kreatif.

Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang subsektor industri kreatif ke dalam enam belas subsektor. Definisi keenam belas subsektor industri kreatif tersebut mengacu pada publikasi "*Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*" yang disusun oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014). Adapun 16 kategori subsektor tersebut adalah Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Fesyen, Aplikasi dan Game Developer, Penerbitan, Periklanan, Televisi dan Radio, Seni Pertunjukan, dan Seni Rupa. Berdasarkan subsektor tersebut, terdapat enam kategori yang sesuai dengan data IBS, yaitu Film Animasi dan Video, Kriya, Kuliner, Musik, Fesyen dan Penerbitan, atau sekitar 76 jenis industri. Rincian subsektor industri kreatif dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

2.2. Metode Estimasi

Penelitian ini akan menggunakan pendekatan ekonometrika data panel. Model yang diajukan dalam penelitian ada tiga, yaitu model output, nilai tambah, dan ekspor yang dijelaskan secara rinci sebagai berikut:

Model 1:

$$\ln OUTPUT_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln UPAH_{it} + \beta_2 \ln LABOR_{it} + \beta_3 dKAWASAN + \beta_4 \ln ASSET_{it} + \beta_5 \ln FUEL_{it} + \beta_6 prIMPOR_{it} + \beta_7 dTAX_{it} + \beta_8 prPUSAT_{it} + e_{it} \quad (1)$$

Model 2:

$$\ln VA_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln UPAH_{it} + \beta_2 \ln LABOR_{it} + \beta_3 dKAWASAN + \beta_4 \ln ASSET_{it} + \beta_5 \ln FUEL_{it} + \beta_6 prIMPOR_{it} + \beta_7 dTAX_{it} + \beta_8 prPUSAT_{it} + e_{it} \quad (2)$$

Model 3:

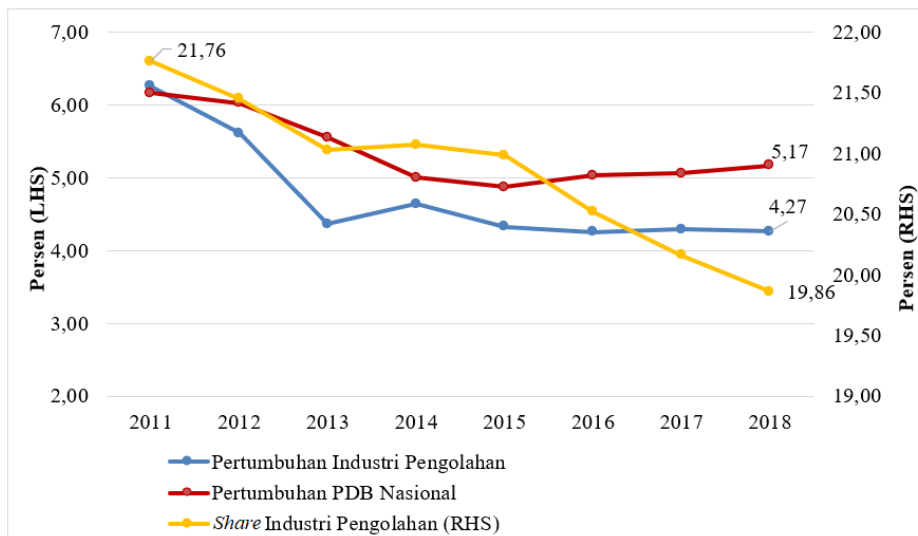
$$prEXPORT_{it} = \beta_0 + \beta_1 \ln UPAH_{it} + \beta_2 \ln LABOR_{it} + \beta_3 KAWASAN + \beta_4 \ln ASSET_{it} + \beta_5 REALEXCHANGE_{it} + w_{it} \quad (3)$$

dengan $\ln OUTPUT$ adalah *output* industri dalam logaritma natural, $\ln VA$ adalah nilai tambah (*value-added*) dalam logaritma natural, $UPAH$ adalah gaji atau upah dalam juta rupiah, $LABOR$ adalah jumlah tenaga kerja dalam ribu orang, $dKAWASAN$ adalah *dummy* lokasi di kawasan industri (1=ya, 0=tidak), $ASSET$ adalah nilai modal tetap, $FUEL$ adalah biaya bahan bakar dalam juta rupiah, $prIMPOR$ adalah persentase nilai impor bahan baku terhadap nilai total bahan baku, $dTAX$ adalah *dummy* insentif perpajakan (1=bayar pajak, 0=tidak bayar pajak), $prPUSAT$ adalah persentase permodalan berasal dari pemerintah pusat, $REALEXCH$ adalah angka nilai tukar riil mata uang rupiah, dan $prEXPORT$ adalah persentase nilai ekspor industri kreatif terhadap nilai total ekspor.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Potensi Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia

Sejak tahun 2011, pertumbuhan sektor industri pengolahan mengalami perlambatan dari tahun ke tahun. Tren pertumbuhan sektor ini mengalami penurunan, begitu pula dengan peranannya dalam pembentukan PDB nasional. Terlihat pada tahun 2011, kontribusi PDB industri pengolahan adalah sebesar 21,76% dan menurun tajam pada tahun 2018 dengan kontribusi sebesar 19,86%. Oleh karena itu, banyak peneliti yang menyebutkan bahwa Indonesia tengah mengalami gejala deindustrialisasi dini (*premature deindustrialization*) atau kejenuhan dalam pertumbuhan sektor industri.

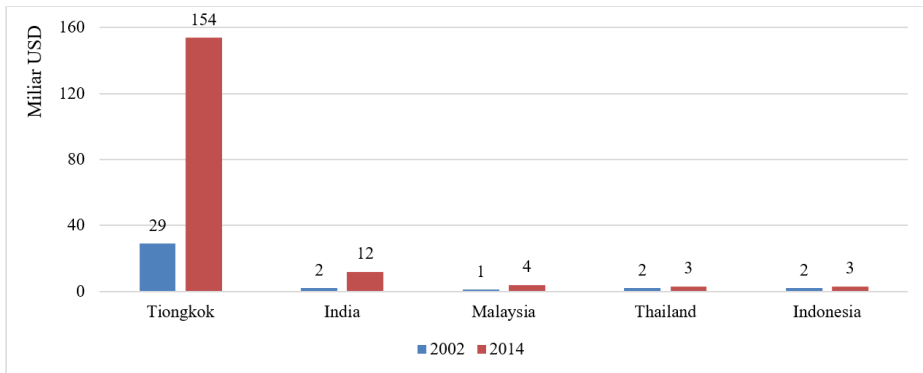


Gambar 1: Perkembangan Pertumbuhan dan Kontribusi PDB Industri Pengolahan Nasional

Sumber: BPS (2019), diolah

Kendati demikian, dalam meningkatkan kembali kinerja sektor industri pengolahan, maka pemerintah dapat mendorong sektor industri kreatif. Industri kreatif memiliki potensi yang sangat besar dan jika dikembangkan dengan baik dapat menjadi solusi untuk mendorong pertumbuhan ekonomi pada umumnya dan mengembalikan kembali kinerja sektor industri pengolahan pada khususnya.

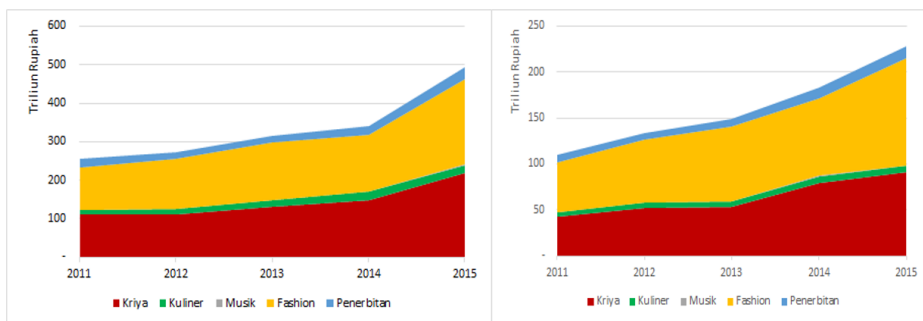
Besarnya potensi industri kreatif dapat dilihat dengan membandingkan neraca perdagangan antar negara (*trade surplus/deficit balance*). Berdasarkan data dari UNCTAD yang diperoleh dari UNCOMTRADE, Indonesia pada tahun 2002 memiliki surplus perdagangan ekonomi kreatif sebesar 2 miliar USD dan meningkat menjadi 3 miliar USD pada tahun 2014. Sementara itu, Tiongkok dan India



Gambar 2: Surplus Neraca Perdagangan Ekonomi Kreatif di Asia

Sumber: UNCTAD (2019), diolah

justru dapat memanfaatkan potensi industri kreatif dalam mendorong kinerja perekonomiannya. Terlihat bahwa kedua negara tersebut memiliki pertumbuhan yang sangat signifikan dimana dalam kurun waktu 12 tahun, Tiongkok tumbuh sangat signifikan dari 15 miliar USD menjadi 154 miliar USD sementara India tumbuh dari 2 miliar USD menjadi 12 miliar USD.



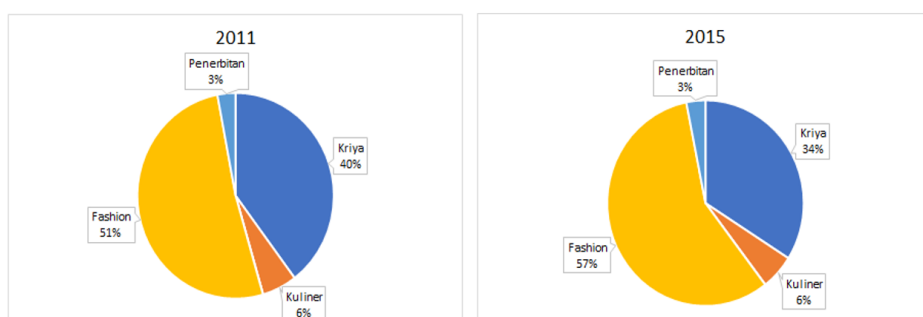
Gambar 3: Perkembangan *Output* dan Nilai Tambah Industri Kreatif

Sumber: IBS - BPS (2019), diolah

Besarnya potensi industri kreatif juga dapat ditelaah dari peningkatan nilai tambah maupun penyerapan tenaga kerja. Gambar 3(a) menunjukkan nilai *output* industri kreatif dari tahun 2011 hingga tahun 2015. Terlihat bahwa industri kreatif yang terdiri dari Kriya, Kuliner, Musik, Fashion, dan Penerbitan terus mengalami pertumbuhan yang signifikan dari tahun ke tahun. Secara keseluruhan pada tahun 2011 terdapat *output* industri kreatif sebesar Rp257 triliun

dan berkembang hampir dua kali lipat pada tahun 2015 menjadi Rp495 triliun. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tren industri kreatif cukup prospektif untuk dikembangkan lebih lanjut.

Di sisi lain, seperti yang ditunjukkan di Gambar 3(b), nilai tambah *output* industri kreatif juga meningkat seiring pertumbuhan *output* industri kreatif. Pada tahun 2011 nilai tambah yang dihasilkan industri kreatif sebesar Rp110 triliun dan meningkat dua kali lipat pada tahun 2015 menjadi 228 triliun rupiah. Tidak hanya memberikan *output* yang tinggi, industri kreatif juga dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang baru mengingat nilai tambah yang dihasilkan juga cukup tinggi dan terus tumbuh secara signifikan.

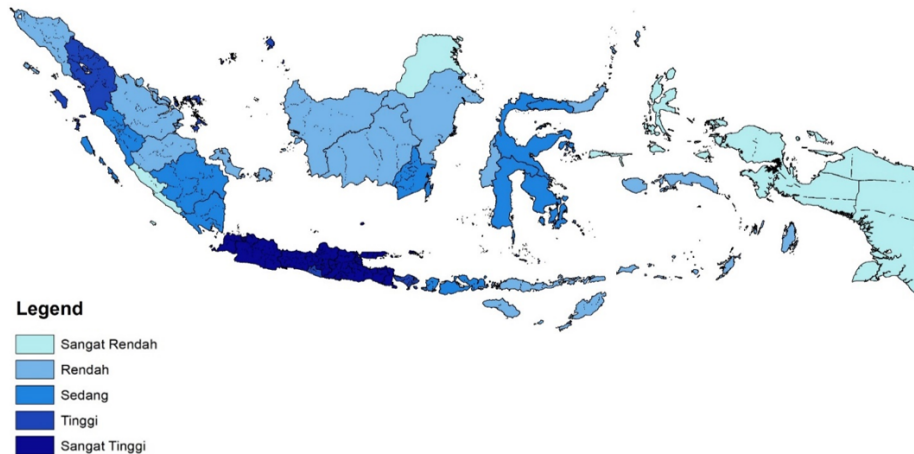


Gambar 4: Perkembangan *Output* Industri Kreatif

Sumber: BPS (2019), diolah

Dari sisi tenaga kerja perkembangannya juga cukup signifikan, di mana berdasarkan data IBS, pada tahun 2011 terdapat 1,53 juta pekerja yang bekerja di industri kreatif dan berkembang menjadi 1,72 juta pekerja pada tahun 2015. Secara distribusi jenis industri kreatif (Gambar 4), pada tahun 2011 Fesyen memiliki proporsi sebanyak 51% diikuti oleh Kriya sebesar 40%, Kuliner 6%, dan Penerbitan sebesar 3%. Hal ini tidak jauh berbeda pada tahun 2015 dimana Fashion tetap memiliki proporsi terbesar bahkan meningkat menjadi 57%, diikuti oleh Kriya yang justru mengalami penurunan proporsi menjadi 34%, sementara Kuliner dan Penerbitan tidak berubah dengan proporsi masing-masing 6% dan 3%.

Potensi pengembangan industri kreatif juga dapat menjadi sumber pertumbuhan baru bagi perekonomian daerah. Mengingat perekonomian daerah memiliki sumber daya alam dan keanekaragaman budaya yang kaya serta unik, maka hal tersebut merupakan sumber utama dalam mendorong industri kreatif. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh Drab-Kurwoska (2018) bahwa aktivitas ekonomi kreatif di level regional dapat menarik wisatawan dan mendorong komoditas lokal yang dihasilkan oleh industri kreatif untuk diekspor. Gambar 5 menunjukkan bahwa sebaran industri kreatif masih terkonsentrasi di Pulau Jawa dan Sumatera. Dalam meningkatkan potensi industri kreatif, maka diperlukan kebijakan pengembangan yang mengacu pada perspektif regional.



Gambar 5: Peta Sebaran Industri Kreatif di Indonesia

Sumber: IBS - BPS (2019), diolah

3.2. Strategi Pengembangan Industri Kreatif

Dalam bagian ini akan dicari faktor-faktor yang memengaruhi kinerja industri kreatif. Adapun terdapat tiga model yang diajukan, yaitu *output*, nilai tambah, dan ekspor. Analisis faktor-faktor yang memengaruhi *output*, nilai tambah, dan ekspor dilakukan melalui regresi data panel. Berdasarkan berbagai proses dan uji ekonometrika yang digunakan, maka terpilihah teknik *fixed effect model* untuk mengestimasi faktor-faktor yang memengaruhi variabel dependen. Tabel 1 menunjukkan hasil regresi data panel yang telah dilakukan.

Pada model *output*, secara parsial hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel upah, tenaga kerja, aset atau modal tetap, bahan bakar, berpengaruh positif terhadap pertumbuhan nilai *output* industri kreatif di Indonesia. Di sisi lain, variabel insentif pajak berpengaruh negatif signifikan terhadap pertumbuhan nilai *output*. Secara simultan semua variabel independen yang diajukan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam memengaruhi *output* industri kreatif (dapat dilihat pada nilai *prob. F*).

Sementara itu pada model nilai tambah, terlihat bahwa hasilnya identik seperti model *output*. Secara parsial hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel upah, tenaga kerja, aset atau modal tetap, serta bahan bakar, berpengaruh positif terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia. Di sisi lain, variabel insentif pajak juga berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan nilai tambah. Secara simultan semua variabel independen yang diajukan secara bersama-sama berpengaruh signifikan dalam memengaruhi nilai tambah industri kreatif.

Tabel 1: Hasil Estimasi Kinerja Industri Kreatif

Model	LnOUTPUT	LnVA	prEXPORT
LnUPAH	0,0576308*** (-14,78)	0,0757116*** (-16,3)	-0,0003849* (-1,85)
LnLABOR	0,469845*** (-20,64)	0,5066311*** (-18,69)	0,0016178 (-1,38)
dKAWASAN	0,0026067 (-0,09)	0,0272356 (-0,75)	-0,0006711 (-0,43)
LnASSET	0,0791041*** (-14,38)	0,093007*** (-14,2)	0,0001349 (-0,47)
LnFUEL	0,2345239*** (-33,65)	0,1617627*** (-19,48)	
prIMPOR	0,1058877 (-1,58)	-0,0682306 (-0,86)	
dTAX	-0,0736023*** (-3,30)	-0,0581333** (-2,19)	
prPUSAT	0,0019144 (-0,97)	0,0019412 (-0,82)	
EXCHANGE			6,80e-07*** (-3,72)
_cons	8,894573*** (-69,68)	8,209996 *** (-53,99)	0,9888563 (-1,47)
Obs.	14,853	14,853	16,493
Prob F	0,0000	0,0000	0,0067
R2	0,7469	0,7406	0,0001

Sumber: Hasil estimasi (2019)

Keterangan: *t statistics in parentheses** $p < 0.1$, * $p < 0.05$, *** $p < 0.01$

Hasil regresi pada model ekspor menunjukkan bahwa ekspor dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh nilai tukar dan negatif terhadap upah. Sementara jumlah tenaga kerja, kebijakan kawasan industri dan kebijakan insentif pajak ternyata belum memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekspor. Namun demikian, secara simultan semua variabel independen yang diajukan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap ekspor.

Berdasarkan hasil ekonometrika dapat disimpulkan bahwa tenaga kerja menjadi faktor yang penting dalam mendorong peningkatan *output* dan nilai tambah. Artinya industri kreatif dapat menjadi potensi yang besar dalam penyerapan tenaga kerja. Selain itu, peningkatan upah tenaga kerja dapat meningkatkan *output* dan nilai tambah dari industri kreatif. Dengan upah yang optimal, maka dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja di sektor ini. Hal ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee (2014) yang meneliti bahwa kenaikan upah di sektor industri kreatif dapat mendorong peningkatan *output* dan produktivitas.

Hal penting lainnya adalah terkait penanaman modal. Karena potensinya yang cukup besar, penanaman modal adalah kunci bagi industri kreatif untuk melakukan ekspansi bisnis. Menariknya adalah persentase pemodal dari pemerintah pusat justru tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap

peningkatan *output* dan nilai tambah. Hal ini dapat terjadi karena mungkin nilai dari penanaman modal yang diberikan pemerintah masih terlalu kecil. Namun demikian, pentingnya permodalan dalam pengembangan industri kreatif perlu dioptimalkan guna mendorong kinerja industri ini menjadi lebih baik. Hal ini senada dengan penelitian Kamil (2015) dimana dengan peningkatan modal seperti PMA, maka derajat keterbukaan industri tersebut akan meningkat serta dapat mempercepat proses transfer pengetahuan dan teknologi di bidang ide kreatif.

Dari sisi biaya, indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah bahan bakar yang dianggap termasuk dalam kategori *variable cost*. Dengan kata lain, industri kreatif membutuhkan konsumsi energi yang cukup banyak sehingga perlu dipertimbangkan terkait penggunaan energi dengan harga terjangkau serta ramah lingkungan. Di sisi lain, temuan menarik lainnya adalah industri kreatif tidak terlalu bergantung dengan bahan baku impor. Hal ini tercermin dari tidak signifikannya persentase impor dalam pembentukan *output* dan nilai tambah industri kreatif.

Bukti empiris juga menunjukkan bahwa terjadi peningkatan surplus perdagangan dari tahun ke tahun dimana nilai ekspor produk industri kreatif yang lebih tinggi dibandingkan dengan impornya (UNCTAD, 2018) sehingga hal tersebut menguatkan hipotesis sebelumnya bahwa industri kreatif dapat menjadi penopang penguatan perekonomian domestik, bahkan lebih jauh menjadi sumber pertumbuhan baru perekonomian daerah.

Industri kreatif ternyata cukup sensitif dengan perpajakan. Hal ini dapat dilihat dari koefisien yang negatif signifikan, baik pada model pembentukan *output* maupun nilai tambah. Oleh karena itu, perlu dirumuskan insentif fiskal yang tepat guna mendorong kinerja industri kreatif sehingga kebijakan terkait perpajakan tidak kontraproduktif dengan pengembangan sektor ini (Katadata.co.id, 2018). Di sisi lain, industri kreatif ternyata memiliki karakteristik yang agak berbeda dengan industri pengolahan pada umumnya. Jika industri pengolahan umum membutuhkan pembentukan kawasan industri guna menopang efisiensi dan produktivitas, industri kreatif tidak memerlukan pembentukan sebuah kawasan khusus. Hal ini dapat dilihat dari tidak signifikannya variabel pembentukan kawasan. Industri kreatif lebih menekankan pada budaya dan karakteristik unik masyarakat di tiap wilayah. Faktor endogenitas tersebut merupakan elemen utama dari ketersediaan sumber daya manusia (tenaga kerja) dalam mendorong kinerja industri kreatif Lloyd (2006) dalam Zukin & Braslow (2011).

Terakhir, dalam rangka mendorong ekspor produk industri kreatif, maka pemerintah perlu menjaga stabilitas nilai tukar rupiah. Hal ini dapat dilihat dari signifikannya nilai tukar rupiah terhadap persentase ekspor industri kreatif. Depresiasi nilai tukar rupiah akan berkorelasi secara positif peningkatan ekspor industri, demikian pula sebaliknya (Krugman, 1979). Dengan kata lain, stabilitas nilai tukar berperan penting dalam menunjang kinerja ekspor. Artinya, jika nilai tukar rupiah cenderung fluktuatif, maka hal ini akan berpengaruh tidak baik terhadap kinerja ekspor industri kreatif.

4. Kesimpulan

4.1. Simpulan dan Rekomendasi Kebijakan

Industri kreatif dapat menjadi solusi atas kejenuhan pertumbuhan ekonomi nasional pada umumnya dan industri pengolahan pada khususnya. Industri kreatif memiliki potensi yang sangat besar jika dapat dikembangkan dengan benar. Potensi tersebut dapat ditelaah dari surplus neraca perdagangan, peningkatan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, serta dapat menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru di daerah. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa industri kreatif memiliki tren kinerja yang terus meningkat.

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa dalam rangka mendorong pertumbuhan *output* dan nilai tambah, maka perlu dilakukan beberapa hal di antaranya: (1) meningkatkan jumlah upah dan tenaga kerja dalam sektor ini; (2) meningkatkan akses permodalan untuk meningkatkan jumlah aset atau modal; (3) menjaga harga bahan bakar dan mengembangkan energi yang ramah lingkungan; dan (4) merumuskan insentif pajak yang tepat guna mendorong investasi di sektor ini. Selain itu, dalam rangka mendorong ekspor *output* industri kreatif, maka pemerintah perlu menjaga nilai tukar rupiah agar tetap stabil.

4.2. Saran

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, penelitian ini menggunakan data survei IBS yang diperoleh dari BPS. Survei ini merupakan survei panel, namun sayangnya berhenti pada tahun 2015. Mengingat pentingnya data tersebut, sangat diharapkan bahwa survei ini kembali dilanjutkan dan perlu dikembangkan agar kuesioner dalam survei ini dapat mencakup pertanyaan-pertanyaan yang lebih spesifik seputar industri kreatif. Diharapkan untuk penelitian industri kreatif selanjutnya dapat menelusuri lebih jauh terkait isu pembiayaan, infrastruktur, dan berbagai tantangan non-ekonomi yang tidak dipelajari dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- [1] Bekraf. (2018). *OPUS - Creative economy outlook 2019 (Indonesia version)*. Badan Ekonomi Kreatif. Jakarta. Diakses pada 6 Agustus 2020 dari <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/89-opus-creative-economy-outlook-2019-indonesia-version>.
- [2] BPS. (2016). *Laporan analisis klasifikasi aktivitas ekraf dalam KBLI 2015: Laporan hasil kegiatan* (Buku 2). Badan Pusat Statistik. Jakarta. Diakses pada 6 Agustus 2020 dari <https://www.bekraf.go.id/berita/page/17/penyusunan-kbli-ekraf-2015>.
- [3] BPS. (2019). *Survei tahunan perusahaan industri manufaktur 2011-2015*. Badan Pusat Statistik.
- [4] Departemen Perdagangan. (2008). *Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025: Rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2009-2015*. Jakarta.
- [5] Drab-Kurowska, A. (2018) State intervention in the context of creative industries. *Management*, 22(1), 74-84. doi: <https://doi.org/10.2478/manment-2018-0006>.

- [6] Kamil, A. (2015). Industri kreatif Indonesia: Pendekatan analisis kinerja industri. *Media Trend*, 10(2), 207-225. doi: <https://doi.org/10.21107/mediatrend.v10i2.946>.
- [7] Katadata.co.id. (2018, 22 Desember). *Industri kreatif butuh insentif pajak sesuai karakter bisnisnya*. Diakses pada 6 Agustus 2020 dari <https://katadata.co.id/dinihariyanti/berita/5e9a558b3d831/industri-kreatif-butuh-insentif-pajak-sesuai-karakter-bisnisnya>.
- [8] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2014). *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru Indonesia menuju 2025*. Jakarta.
- [9] Krugman, P. R. (1979). Increasing returns, monopolistic competition, and international trade. *Journal of international Economics*, 9(4), 469-479. doi: [https://doi.org/10.1016/0022-1996\(79\)90017-5](https://doi.org/10.1016/0022-1996(79)90017-5).
- [10] Lee, N. (2014). The creative industries and urban economic growth in the UK. *Environment and Planning A: Economy and Space*, 46(2), 455-470. doi: <https://doi.org/10.1068/a4472>.
- [11] Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif.
- [12] UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook and country profiles: Trends in international trade in creative industries*. United Nations Conference for Trade and Development – United Nations, Geneva. Diakses pada 6 Agustus 2020 dari <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2328>.
- [13] Van Eeden, E., & Chow, W. (2018). *Perspectives from the global entertainment & media outlook 2018–2022: Trending now: convergence, connections and trust*. PwC. Diakses pada 6 Agustus 2020 dari <https://www.pwc.com/gx/en/entertainment-media/outlook/perspectives-from-the-global-entertainment-and-media-outlook-2018-2022.pdf>.
- [14] Zukin, S., & Braslow, L. (2011). The life cycle of New York's creative districts: Reflections on the unanticipated consequences of unplanned cultural zones. *City, Culture and Society*, 2(3), 131-140. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2011.06.003>.

Tabel A1: Daftar Klasifikasi Subsektor dalam Industri Kreatif

KBLI	Keterangan
	Film Animasi dan Video
18202	Reproduksi Media Rekaman Film Dan Video
	Kriya (Kerajinan)
13122	Industri Kain Tenun Ikat
13123	Industri Bulu Tiruan Tenunan
13134	Industri Batik
13911	Industri Kain Rajutan
13912	Industri Kain Sulaman
13913	Industri Bulu Tiruan Rajutan
13921	Industri Barang Jadi Tekstil Untuk Keperluan Rumah Tangga
13922	Industri Barang Jadi Tekstil Sulaman
13923	Industri Bantal dan Sejenisnya
13924	Industri Barang Jadi Rajutan dan Sulaman
13930	Industri Karpas dan Permadani
15129	Industri Barang dari Kulit dan Kulit Buatan untuk Keperluan Lainnya
16291	Industri Barang Anyaman dari Rotan dan Bambu
16292	Industri barang Anyaman dari Tanaman Bukan Rotan dan Bambu
16293	Industri Kerajinan Ukiran dari Kayu Bukan Mebel
16294	Industri Alat Dapur dari Kayu, Rotan dan Bambu
16299	Industri Barang dari Kayu, Rotan, Gabus Lainnya YTDL
17022	Industri Kemasan dan Kotak dari Kertas dan Karton
17099	Industri Barang dari Kertas dan Papan Kertas Lainnya YTDL
23121	Industri Perlengkapan dan Peralatan Rumah Tangga dari Kaca
23123	Industri Kemasan dari Kaca
23129	Industri Barang Lainnya dari Kaca
23929	Industri Bahan Bangunan dari Tanah Liat/Keramik Bukan Batu Bata dan Genteng
23931	Industri Perlengkapan Rumah Tangga dari Porselen
23932	Industri Perlengkapan Rumah Tangga dari Tanah Liat/Keramik
23951	Industri Barang dari Semen
23959	Industri Barang dari Semen, Kapur, Gips dan Asbes Lainnya
23961	Industri Barang dari Marmer dan Granit untuk Keperluan Rumah Tangga dan Pajangan
23963	Industri Barang dari Batu untuk Keperluan Rumah Tangga, Pajangan, Bahan Bangunan
25920	Jasa Industri untuk Berbagai Pengerjaan Khusus Logam dan Barang dari Logam
25992	Industri Peralatan Dapur dan Peralatan Meja dari Logam
25995	Industri Lampu dari Logam
25999	Industri Barang Logam Lainnya YTDL
31001	Industri Furnitur dari Kayu
31002	Industri Furnitur dari Rotan dan/atau Bambu
31003	Industri Furnitur dari Plastik
31004	Industri Furnitur dari Logam
31009	Industri Furnitur Lainnya
32111	Industri Permata
32112	Industri Barang Perhiasan dari Logam Mulia untuk Keperluan Pribadi
32113	Industri Barang Perhiasan dari Logam Mulia Bukan untuk Keperluan Pribadi
32115	Industri Perhiasan Mutiara
32119	Industri Barang Lainnya dari Logam Mulia
32120	Industri Perhiasan Imitasi dan Barang Sejenis
32201	Industri Alat Musik Tradisional
32202	Industri Alat Musik Bukan Tradisional
32401	Industri Alat Permainan
32402	Industri Mainan Anak-anak
32903	Industri Kerajinan YTDL
32909	Industri Pengolahan Lainnya YTDL

bersambung...

...sambungan

KBLI	Keterangan
Kuliner	
10732	Industri Makanan dari Cokelat dan Kembang Gula
10733	Industri Manisan Buah-buahan dan Sayuran Kering
10739	Industri Kembang Gula Lainnya
10750	Industri Makanan dan Masakan Olahan
10792	Industri Kue Basah
10793	Industri Makanan dari Kedele dan Kacang-kacangan Lainnya Bukan Kecap, Tempe Tahu
10794	Industri Kerupuk, Keripik, Peyek dan Sejenisnya
10799	Industri Produk Makanan Lainnya
Musik	
18201	Reproduksi Media Rekaman Suara dan Piranti Lunak
Fashion	
14111	Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Tekstil
14112	Industri Pakaian Jadi (Konveksi) dari Kulit
14120	Penjahitan dan Pembuatan Pakaian Sesuai Pesanan
14131	Industri Perlengkapan Pakaian dari Tekstil
14132	Industri Perlengkapan Pakaian dari Kulit
14200	Industri Pakaian Jadi dan Barang dari Kulit Berbulu
14301	Industri Pakaian Jadi Rajutan
14302	Industri Pakaian Jadi Sulaman/Bordir
14303	Industri Rajutan Kaos Kaki dan Sejenisnya
15121	Industri Barang dari Kulit dan Kulit Buatan untuk Keperluan Pribadi
15201	Industri Alas Kaki untuk Keperluan Sehari-hari
15202	Industri Sepatu Olahraga
15209	Industri Alas Kaki Lainnya
Penerbitan	
18111	Industri Pencetakan Umum
18112	Industri Pencetakan Khusus
18120	Kegiatan Jasa Penunjang Pencetakan

Sumber: BPS, diolah tahun 2019