



Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa

Aulia Daisy Arsy Syafitri

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Fauzatul Laily Nisa

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Alamat: Jl. Rungkut Madya No.1, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur 60294

Korespondensi penulis: 21011010200@student.upnjatim.ac.id , f.laily.nisa.es@upnjatim.ac.id

Abstrac. The creative economy has been a significant focus in driving economic growth in Indonesia since its introduction in 2006. This sector has witnessed significant growth, evident from its contributions to Gross Domestic Product (GDP), employment generation, and the export of creative products. However, despite this progress, with the advancements in technology and globalization, digital subsectors such as applications and gaming have come to dominate the landscape of the creative economy. Nevertheless, challenges persist for this sector, including inadequate infrastructure, limited access to financing, and a low level of creative education. Maximizing the potential of the creative economy in the future requires comprehensive strategies and collaboration between the government, industry, and society. Therefore, this study aims to evaluate the development and role of the creative economy in Indonesia, identify existing challenges and opportunities, and formulate policy recommendations for the future development of this sector.

Keywords: *Creative economy, development, role.*

Abstrak. Ekonomi kreatif telah menjadi fokus penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia sejak diperkenalkan pada tahun 2006. Sektor ini telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, terbukti dari sumbangan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan ekspor produk kreatif. Meskipun demikian, dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, subsektor digital seperti aplikasi dan permainan telah menguasai panorama ekonomi kreatif. Kendati begitu, masih ada tantangan yang dihadapi sektor ini, seperti kekurangan infrastruktur pendukung, akses pembiayaan yang terbatas, dan rendahnya tingkat pendidikan kreatif. Untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif di masa depan, diperlukan strategi yang menyeluruh dan kerjasama antara pemerintah, industri, dan masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengevaluasi perkembangan serta peran ekonomi kreatif di Indonesia, mengidentifikasi

Received Mei 29, 2024; Revised Juni 2, 2024; Juli 2, 2024

*Corresponding author, e-mail address

tantangan dan peluang yang ada, serta menyusun rekomendasi kebijakan untuk pengembangan sektor ini ke depan.

Kata kunci: Ekonomi kreatif, perkembangan, peran.

LATAR BELAKANG

Sektor ekonomi kreatif semakin menjadi fokus penting dalam memacu pertumbuhan ekonomi di berbagai negara, termasuk Indonesia. Istilah "ekonomi kreatif" merujuk pada Ide yang menekankan pentingnya kreativitas, pengetahuan, dan ide sebagai aspek kunci dalam menciptakan nilai ekonomi. Sejak diumumkan secara resmi oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2006, ekonomi kreatif telah mengalami perkembangan signifikan dan memainkan peran penting dalam transformasi ekonomi nasional.

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia bisa dipahami dari sejumlah penunjuk, seperti peningkatan sumbangannya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), pembukaan peluang kerja, dan ekspor produk kreatif. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,44% terhadap PDB nasional, dengan nilai mencapai Rp 1.100 triliun. Selain itu, sektor ini juga berhasil menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja, yang sebagian besar berasal dari kalangan muda yang memiliki keterampilan dan inovasi tinggi (BPS, 2020).

Dari perspektif historis, ekonomi kreatif di Indonesia telah mengalami transformasi yang cukup dinamis. Pada awal perkembangannya, sektor ini lebih banyak diisi oleh industri-industri tradisional seperti kerajinan tangan dan seni pertunjukan. Namun, seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi, subsektor seperti desain grafis, film, musik, dan aplikasi digital mulai mendominasi dan memperluas cakupan ekonomi kreatif. Perkembangan ini juga didukung oleh kebijakan pemerintah yang proaktif dalam mendorong inovasi dan kolaborasi lintas sektor.

Peran ekonomi kreatif dalam perekonomian Indonesia juga tidak bisa dipandang sebelah mata. Selain memberikan kontribusi signifikan terhadap PDB, ekonomi kreatif juga berperan dalam meningkatkan daya saing nasional di kancah global. Produk-produk kreatif Indonesia, seperti batik, wayang, dan kuliner, telah dikenal luas di pasar internasional, yang tidak hanya mengangkat citra budaya Indonesia, tetapi juga memberikan nilai tambah ekonomi.

Meskipun demikian, sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti kurangnya infrastruktur pendukung, keterbatasan akses

terhadap pembiayaan, dan rendahnya tingkat pendidikan serta pelatihan di bidang kreatif. Sehingga, perlu strategi yang komprehensif dan kolaboratif antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk mengatasi hambatan-hambatan tersebut dan memaksimalkan potensi ekonomi kreatif di masa mendatang.

Dengan demikian, jurnal ini akan mengkaji perkembangan serta peran ekonomi kreatif di Indonesia dari masa ke masa, dengan fokus pada transformasi yang telah terjadi dan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi serta merumuskan rekomendasi kebijakan untuk pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia ke depan.

KAJIAN TEORITIS

Teori Ekonomi Kreatif

Istilah ekonomi kreatif pertama kali dikenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 melalui bukunya "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas". Howkins mendeskripsikan ekonomi kreatif sebagai aktivitas ekonomi yang menghasilkan nilai dari ide, inovasi, dan kreativitas. Menurut Howkins, sektor ini mencakup industri yang memanfaatkan kreativitas individu untuk menciptakan barang atau layanan yang memiliki nilai ekonomi yang signifikan (Howkins, 2001).

Di Indonesia, teori ini diterapkan dengan mengidentifikasi 16 subsektor ekonomi kreatif yang meliputi periklanan, arsitektur, desain, fashion, film, animasi, permainan, kuliner, seni pertunjukan, dan lain-lain. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), ekonomi kreatif didefinisikan sebagai sektor yang menggantungkan kesejahteraan dan pembukaan lapangan kerja pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu, dengan menciptakan serta memanfaatkan daya kreasi dan daya cipta. (Kemenparekraf, 2020).

Teori Inovasi

Teori inovasi yang dikemukakan oleh Joseph Schumpeter juga relevan dalam konteks ekonomi kreatif. Schumpeter menyatakan bahwa inovasi adalah kunci utama dalam proses pembangunan ekonomi. Inovasi mencakup pengenalan produk baru, metode penyusunan produk baru, eksplorasi pasar baru, penemuan sumber daya baru, dan reorganisasi industry. Dalam ekonomi kreatif, inovasi tidak hanya terbatas pada produk

dan jasa, tetapi juga mencakup cara-cara baru dalam mengelola bisnis kreatif dan berinteraksi dengan pasar.

Penelitian oleh (Suryana, 2017) menunjukkan bahwa inovasi teknologi dan digital telah menjadi pendorong utama perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Contoh nyata adalah peningkatan signifikan dalam subsektor aplikasi digital dan permainan, di mana kreativitas dan teknologi bersatu untuk menciptakan produk yang inovatif dan bernilai tinggi.

Teori Pembangunan Berkelanjutan

Ekonomi kreatif juga dapat dianalisis melalui lensa teori pembangunan berkelanjutan. Teori ini menekankan bahwa pembangunan ekonomi harus memperhatikan kelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial selain pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ekonomi kreatif, pembangunan berkelanjutan berarti menciptakan produk dan jasa yang tidak hanya menghasilkan keuntungan secara finansial, namun juga memperhatikan lingkungan dan memberikan manfaat sosial.

Penelitian oleh (Priyono, 2018) menggarisbawahi bahwa potensi besar terdapat dalam ekonomi kreatif di Indonesia untuk mendukung pembangunan berkelanjutan. Produk-produk kreatif seperti kerajinan tangan dan fashion berbasis bahan alami, serta kuliner tradisional, dapat memberikan nilai tambah ekonomi sekaligus mendukung pelestarian budaya dan lingkungan.

Teori Modal Sosial

Teori modal sosial yang dikemukakan oleh Pierre Bourdieu dan James Coleman juga relevan dalam memahami ekonomi kreatif. Modal sosial mengacu pada hubungan, aturan, dan kepercayaan yang memungkinkan kerja sama dan koordinasi untuk keuntungan bersama. Dalam ekonomi kreatif, modal sosial penting karena industri ini sangat bergantung pada jaringan, kolaborasi, dan komunitas kreatif.

(Hidayat, 2019) menyoroti pentingnya modal sosial dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Kolaborasi antara pelaku industri kreatif, komunitas, dan pemerintah dapat mempercepat pertumbuhan sektor ini. Selain itu, modal sosial juga membantu mengatasi tantangan seperti keterbatasan akses terhadap pembiayaan dan pendidikan kreatif.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan cara Library Research yaitu dengan menguraikan serta mendeskripsikan data dengan beberapa pendapat para ahli. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dimana peneliti mempunyai landasan yang kuat informasinya sebagai suatu hasil ilmiah. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menyelidiki sejumlah pandangan dan analisis dari berbagai ahli terkait topik yang relevan. Dengan mengumpulkan dan mengevaluasi beragam sumber literatur, termasuk buku, jurnal ilmiah, artikel, serta laporan resmi, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap dinamika dan potensi ekonomi kreatif di Indonesia. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami dengan lebih baik konteks, tantangan, dan peluang yang dihadapi dalam pengembangan sektor ini. Dengan didukung oleh landasan ilmiah yang kuat, penelitian ini berusaha untuk memberikan kontribusi yang substansial dalam menyusun rekomendasi kebijakan serta strategi pengembangan yang berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Ekonomi kreatif di Indonesia mulai diakui secara resmi sebagai sektor strategis pada tahun 2006. Sejak saat itu, sektor ini mengalami pertumbuhan yang pesat, ditandai dengan peningkatan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan jumlah pekerjaan yang terlibat. Menurut laporan Badan Pusat Statistik (2020), sektor ekonomi kreatif menyumbang sekitar 7,44% dari PDB Indonesia pada tahun 2019, meningkat dari 7,05% pada tahun 2018. Sub-sektor utama yang mendominasi kontribusi ini adalah kuliner, fashion, dan kriya, yang masing-masing menyumbang sekitar 41,69%, 18,15%, dan 15,70% dari total PDB ekonomi kreatif (BPS, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadi katalis utama dalam pertumbuhan subsektor ekonomi kreatif berbasis digital, seperti aplikasi, permainan, dan konten multimedia. Penelitian oleh (Suryana, 2017) menunjukkan bahwa subsektor aplikasi dan permainan mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, didorong oleh penetrasi internet yang semakin luas dan perubahan perilaku konsumen yang lebih menyukai produk-produk digital. Pertumbuhan ini juga didukung oleh meningkatnya jumlah startup teknologi yang berfokus pada inovasi dan pengembangan produk kreatif.

Selain itu, dukungan dari pemerintah dan lembaga terkait juga berperan penting dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) pada tahun 2015, yang kemudian bergabung dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, merupakan salah satu langkah strategis untuk mengoordinasikan berbagai program dan kebijakan yang mendukung sektor ini. Bekraf telah meluncurkan berbagai inisiatif, seperti fasilitasi akses pembiayaan, pelatihan dan peningkatan kapasitas, serta promosi produk kreatif ke pasar internasional (Kemenparekraf, 2020).

Peran Ekonomi Kreatif dalam Perekonomian Nasional

Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun budaya. Dari segi ekonomi, sektor ini telah menjadi sumber lapangan kerja yang signifikan. Pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif berhasil mempekerjakan lebih dari 17 juta orang, yang sebagian besar terdiri dari kalangan muda dengan keterampilan dan inovasi tinggi. Hal ini mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif adalah sektor yang inklusif dan mampu memberdayakan berbagai kelompok masyarakat, termasuk perempuan dan kaum muda.

Dari sisi sosial dan budaya, ekonomi kreatif berkontribusi dalam pelestarian dan promosi budaya lokal. Produk-produk kreatif seperti batik, wayang, dan masakan tradisional tidak hanya memiliki nilai ekonomi yang signifikan, tetapi juga nilai budaya yang tinggi. Penelitian oleh (Priyono, 2018) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif membantu memperkuat identitas budaya Indonesia di kancah global melalui ekspor produk-produk kreatif yang telah dikenal luas di pasar internasional. Produk-produk ini tidak hanya meningkatkan pendapatan devisa tetapi juga mempromosikan keunikan budaya Indonesia.

Ekonomi kreatif juga memainkan peran penting dalam inovasi dan peningkatan daya saing nasional. Dengan mengandalkan kreativitas dan inovasi, sektor ini mampu menciptakan barang dan layanan baru yang menawarkan nilai tambah yang tinggi dan mampu bersaing di pasar global. Inovasi dalam desain, teknologi, dan model bisnis telah menjadi pendorong utama dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia. (Suryana, 2017) mencatat bahwa inovasi teknologi dan digital telah menjadi faktor utama yang mendorong pertumbuhan subsektor aplikasi dan permainan, yang saat ini merupakan salah satu sektor paling dinamis dan berkembang cepat.

Tantangan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Meskipun mengalami pertumbuhan yang signifikan, sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai potensi penuh. Tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan infrastruktur, akses terhadap pembiayaan, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI), dan pendidikan serta pelatihan di bidang kreatif.

Kurangnya infrastruktur, khususnya di daerah-daerah terpencil, menjadi salah satu hambatan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Banyak wilayah yang masih kekurangan akses yang memadai terhadap teknologi, fasilitas kreatif, dan jaringan distribusi yang efisien. Hal ini menghambat pelaku usaha kreatif untuk mengembangkan dan memasarkan produk mereka. Dengan demikian, dibutuhkan peningkatan investasi dalam pembangunan infrastruktur yang mendukung sektor kreatif, termasuk akses internet, pusat kreatif, dan jaringan logistik.

Akses terhadap pembiayaan juga menjadi tantangan signifikan bagi banyak pelaku usaha kreatif, terutama usaha kecil dan menengah (UKM). Banyak pelaku usaha kreatif yang menghadapi kesulitan dalam mendapatkan pembiayaan dari lembaga keuangan konvensional karena kurangnya aset fisik sebagai jaminan dan tingginya risiko bisnis kreatif. (Hidayat, 2019) menyoroti perlunya mekanisme pembiayaan alternatif yang lebih fleksibel dan sesuai dengan karakteristik sektor kreatif, seperti modal ventura, crowdfunding, dan pinjaman berbasis hak kekayaan intelektual.

Perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) juga merupakan isu penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Banyak karya kreatif di Indonesia yang masih rentan terhadap pelanggaran HKI, seperti pembajakan dan plagiarisme. Kurangnya kesadaran dan penegakan hukum yang lemah menjadi faktor utama yang menyebabkan rendahnya perlindungan HKI di Indonesia. Maka diperlukannya peningkatan kesadaran akan pentingnya HKI serta penguatan regulasi dan penegakan hukum untuk melindungi karya kreatif.

Tingkat pendidikan dan pelatihan di bidang kreatif juga masih perlu ditingkatkan. Banyak pelaku usaha kreatif yang belum mendapatkan pendidikan formal atau pelatihan yang memadai untuk mengembangkan keterampilan dan inovasi mereka. Peningkatan kapasitas Sumber daya manusia melalui pendidikan dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif menjadi kunci dalam mengatasi tantangan ini. Program-

program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah, swasta, dan lembaga pendidikan perlu ditingkatkan baik dalam kualitas maupun kuantitasnya.

Prospek Masa Depan Ekonomi Kreatif

Prospek masa depan ekonomi kreatif di Indonesia sangat menjanjikan, terutama dengan adanya dukungan pemerintah dan perkembangan teknologi yang terus berlanjut. Pemerintah Indonesia telah mengambil berbagai inisiatif untuk mendukung pengembangan sektor ini, termasuk pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), peningkatan akses pembiayaan, pembangunan infrastruktur, dan promosi produk kreatif ke pasar internasional. Dukungan kebijakan yang proaktif diharapkan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif dan meningkatkan daya saing global.

Globalisasi dan kemajuan teknologi juga membuka peluang baru bagi ekonomi kreatif Indonesia. Dengan semakin terbukanya akses ke pasar global dan meningkatnya permintaan akan produk-produk kreatif, Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu pemain utama dalam ekonomi kreatif global. Teknologi digital, seperti e-commerce dan platform media sosial, telah membuka peluang baru bagi pelaku usaha kreatif untuk memasarkan produk mereka ke pasar internasional. Selain itu, tren konsumsi yang semakin mengarah pada produk-produk berkelanjutan dan ramah lingkungan memberikan peluang bagi pengembangan produk kreatif yang berbasis pada bahan alami dan teknik produksi yang ramah lingkungan.

Namun, untuk mencapai potensi tersebut, diperlukan strategi yang komprehensif dan kolaboratif antara pemerintah, industri, dan masyarakat. Kolaborasi yang kuat antara berbagai pihak dapat membantu mengatasi tantangan yang ada dan memanfaatkan peluang yang tersedia. Program-program kolaboratif yang melibatkan pelaku usaha kreatif, lembaga pendidikan, pemerintah, dan masyarakat dapat menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan ekonomi kreatif.

KESIMPULAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia telah menunjukkan kemajuan signifikan, berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang. Sektor ini juga berperan penting dalam pelestarian dan promosi budaya lokal, memperkuat identitas budaya Indonesia di kancah global.

Teknologi informasi dan komunikasi menjadi pendorong utama perkembangan subsektor digital, seperti aplikasi dan permainan. Dukungan pemerintah melalui kebijakan dan program proaktif, termasuk pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), telah membantu mendorong pertumbuhan sektor ini. Namun, masih ada tantangan seperti keterbatasan infrastruktur, akses pembiayaan, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan rendahnya pendidikan serta pelatihan di bidang kreatif yang perlu diatasi.

Prospek ekonomi kreatif di Indonesia sangat menjanjikan dengan peluang dari globalisasi dan perkembangan teknologi. Dukungan kebijakan yang berkelanjutan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, dan perlindungan hak kekayaan intelektual akan menjadi kunci dalam mewujudkan potensi ini. Dengan strategi yang komprehensif dan kolaboratif, ekonomi kreatif dapat terus berkembang dan memberikan kontribusi lebih besar bagi pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya Indonesia di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Afiat, N. K. (2023). EKONOMI KREATIF: STUDI DAN PENGEMBANGANNYA. *Penerbit Tahta*.

BPS. (2020). *bps.go.id*. Retrieved from Statistik Ekonomi Kreatif.

Damanik, S. (2022). Dampak Peranan Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Umkm Di Masa Transisi (Cafe Lookup Kota Tasikmalaya). *Transekonomika*.

Hidayat. (2019). Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 327-348.

Howkins. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: *Penguin*.

Kemenparekraf. (2020). Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif.

Nafisatul Aulia, R. M. (2022). DOI: 10.47353/bj.v2i1.71177 Website: www.ojs.berajah.com STUDI PEMULIHAN DAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF SUB-SEKTOR KULINER PASCA PANDEMI (COVID-

19)DALAM MENUNJANG PERTUMBUHAN EKONOMI DI PROVINSI SUMATERA SELATAN. *Berajah Journal*.

Priyono. (2018). Ekspor Produk Kreatif Indonesia: Analisis dan Strategi Peningkatan . *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 45-58.

Sidauruk. (2013). Peningkatan peran pemerintah daerah dalam rangka pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Bina Praja*.

Suryana. (2017). Transformasi Ekonomi Kreatif di Indonesia: Peluang dan Tantangan . *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 123-134.