

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Pustaka

##### 1. Pengembangan Industri Kreatif

Menurut Horas Djulius dalam bukunya yang berjudul Tinjauan dan Analisis Ekonomi Terhadap Industri Kreatif di Indonesia menyatakan bahwa:

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu. Pemanfaatan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut.<sup>11</sup>

Menurut Simatupang Togar menyatakan bahwa:

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreatifitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama dalam industri kreatif adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.<sup>12</sup>

Jadi dari pengertian diatas bisa kita ketahui bahwa industri kreatif hal utama yang mendasarinya yaitu kreativitas, ketrampilan dan bakat agar bisa menciptakan suatu karya atau produk yang memiliki nilai tambah.

---

<sup>11</sup>Horas Djulius, *Tinjauan dan Analisi Ekonomi Terhadap Industri Kreatif di Indonesia*, (Yogyakarta: Diandra Kreatif, 2019), hal.20

<sup>12</sup>Cucu Sutianah, *Pengembangan Karakter Kebangsaan dan Karakter Wirausaha Melalui Implementasi Model Pembelajaran Teaching Factory 6 langkah*, (Pasuruan:CV Penerbit Qiara Media, 2020), hal.103

Proses berfikir kreatif akan mendukung terciptanya industri kreatif, dengan memiliki 3 unsur utamanya adalah kreativitas, keahlian, talenta. Unsur industri kreatif secara umum terdiri atas:

- a. Penyedia produk kreatif langsung kepada pelanggan
- b. Pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain
- c. Hubungan dengan pelanggan

Industri kreatif diciptakan melalui proses dan fikir kreatif, maka produk industri kreatif adalah produk kreatif, adapun ciri-ciri produk kreatif sebagai berikut:

- a. Siklus hidup yang singkat
- b. Risiko tinggi dan margin keuntungan yang tinggi
- c. Keanekaragaman tinggi dan penyajiannya bisa secara fisik maupun digital
- d. Persaingan ketat dan mudah ditiru<sup>13</sup>

Pada tahun 2006 pemerintah mulai menggenjot industri kreatif agar terus berkembang Indonesia menekankan pentingnya pengembangan industri kreatif yang mampu menggerakkan ekonomi rakyat, membuka lapangan kerja, serta mengurangi pengangguran dan kemiskinan.<sup>14</sup>

Industri kreatif saat ini sudah menjadi perhatian serius oleh Pemerintah di Indonesia. Hal ini dikarenakan industri kreatif sangat potensial untuk perkembangan negara Indonesia dan sudah terasa

---

<sup>13</sup>Cucu Sutianah, *Pengembangan Karakter Kebangsaan dan Karakter Wirausaha Melalui Implementasi Model Pembelajaran Teaching Factory 6 langkah...*, hal.102-103

<sup>14</sup>Rachma Fitriati, *Menguak Daya Saing UMKM Industri Kreatif*, (Jakarta:Yayasan Pustaka Obor, 2015), hal.2

manfaatnya hingga saat ini. Industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang pesat karena dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu sebagai berikut:

a. Sumber Daya Manusia

merupakan pelaku yang memiliki peran penting dalam industri kreatif karena mampu menciptakan nilai tambah.

b. Cendekiawan

Dalam konteks industri kreatif, yang dimaksud cendekiawan merupakan seniman, budayawan, begawan, punakawan dan tokoh lainnya yang mengembangkan industri kreatif dan budaya.

c. Kemajuan Teknologi

Peran teknologi dalam industri kreatif menjadi dominan untuk menghasilkan berbagai macam karya kreatif. Industri kreatif yang paling dominan dalam menggunakan teknologi adalah industri desain, video, film, periklanan, penerbitan dan percetakan. Teknologi tersebut dapat memberikan kemudahan dalam proses pembuatan agar lebih cepat.

d. Keberadaan Wirausahawan

Wirausahawan atau enterpreneur sebagai seorang inovator dan penggerak pembangunan. Wirausahawan mampu mendorong perkembangan industri kreatif karena mereka selalu mengenalkan produk baru dan kualitas baru dari suatu produk, mampu membuka pasar baru dalam perekonomian.

e. Kebijakan Pemerintah

Dalam upaya pengembangan industri kreatif, peran pemerintah juga perlu dilkakukan. Hal ini dikarenakan industri kreatif sangat memerlukan pendampingan dan fasilitas agar dapat diakses pasar.<sup>15</sup>

Pengembangan dari industri kreatif dapat menimbulkan dampak untuk hasiljangka pendek dan jangka panjang. Untuk hasiljangka pendek dapat berupa:

- a. Peluang dalam menawarkan pelatihan bisnis yang khusus dan mendukung bidang industri yang kreatif untuk bisnis kreatif dalam jumlah besar di daerah regenerasi post-industrial.
- b. Membentuk materi pembelajaran baru dan pendekatan teknologi baru yang akan memperluas arus ketepatan mengenai pelatihan bisnis umum yang termasuk kedalamnya kebutuhan yang spesifik akan usahawan yang kreatif.<sup>16</sup>
- c. Sebuah jaringan kerja baru mengenai bisnis dan karyawan dari industri yang akan dilibatkan dalam pengembangan, perluasan dan penilaian menyangkut metodologi yang berhubungan dengan agen industri kreatif.<sup>17</sup>

Sedangkan untuk jangka panjang akan memberikan dampak sebagai berikut:

---

<sup>15</sup>Horas Djulius, *Tinjauan dan Analisa Ekonomi Terhadap Industri Kreatif di Indonesia...*, hal.22-24

<sup>16</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), hal. 6

<sup>17</sup>*Ibid.*, hal. 7

- a. Pengembangan kemampuan bisnis secara profesional dan perelengkapan untuk usahawan dan karyawan dalam industri kreatif.
- b. Peningkatan pengetahuan profesional menyangkut pelatihan yang dibutuhkan oleh para usahawan dan karyawan dalam industri kreatif.
- c. Perluasan dari pengembangan daerah regenerasi post-industrial melalui peningkatan pengadaan pelatihan usahawan dan karyawan dalam memulai bisnis kreatif untuk dapat mengenali pertumbuhan bisnis yang potensial di sektor ini.
- d. Pengurangan pengangguran di daerah regenerasi post-industrial akibat pertumbuhan dan pengembangan dari industri kreatif.
- e. Membentuk jaringan kerja bagi para pengembang melalui persilangan gagasan dan pembauran pekerjaan.
- f. Keterlibatan wanita-wanita sebagai usahawan baru.

Dibutuhkan

Penjelasan terkait pengembangan industri kreatif lebih diutamakan dikarenakan dalam hal ini ada keterkaitan antara ekonomi kreatif dan industri kreatif. Keduanya tidak bisa dipisahkan dikarenakan ekonomi kreatif memiliki ruang lingkup yaitu 16 subsektor dimana subsektor tersebut merupakan industri kreatif. Adanya pengembangan dari industri kreatif dimaksudkan agar dalam mengembangkan industri kreatif tidak tumpang tindih dari ekonomi kreatif. Sehingga keduanya

tetap berjalan seiringan meskipun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif.

## **2. Kebijakan Pemerintah tentang Industri Kreatif**

Dalam upaya pengembangan industri kreatif, peran pemerintah juga perlu dilakukan. hal ini dikarenakan industry kreatif sangat memerlukan pendampingan dan fasilitas agar dapat diakses dalam pasar. Tidak hanya itu, pemberian pelatihan pun sangat diperlukan agar masyarakat Indonesia lebih kreatif dalam mengembangkan usahanya. Pemerintah memiliki peran yang cukup besar karena harus mengembangkan industry kreatif dari segala aspek, seperti:

- 1) Meningkatkan kuantitas dan kualitas pendidikan untuk mendukung perkembangan industry kreatif. Hal ini dapat dilakukan seperti dengan memfasilitasi penguatan dan pengembangan lembaga pendidikan (formal dan nonformal) yang mendukung dalam penciptaan kreativitas dalam memperkuat standard mutu lembaga pendidikan.
- 2) Meningkatkan kuantitas dan kualitas tenaga kerja kreatif dengan memberikan atau memfasilitasi sertifikasi tenaga kerja yang diakui secara global dan mengembangkan sitem perlindungan kerja bagi tenaga kerja kreatif.
- 3) Meningkatkan wirausahawan kreatif yang berdaya saing dan dinamis dengan memberikan fasilitas untuk meningkatkan ketrampilan-ketrampilan sikap wirausaha kreatif.

- 4) Meningkatkan penetrasi dan diversifikasi pasar karya kreatif didalam maupun luar negri. Hal ini dapat berupa pengembangan sistem informasi mengenai regulasi ekspor dan impor, meningkatkan kemampuan pengekspor untuk melakukan perdagangan luar negeri, memfasilitasi kemitraan dan kerja sama distribusi karya local dengan pengusaha lainnya.<sup>18</sup>

**a. Peran Pemerintah Pusat**

Peran Pemerintah Pusat dalam pengembangan Industri Kreatif memiliki beberapa kebijakan. Kebijakan tersebut tertuang pada Peraturan Presiden Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif (Rindekraf), diantaranya yaitu:<sup>19</sup>

- 1) Pemberdayaan Pelaku Ekonomi Kreatif
- 2) Pengembangan Kota Kreatif
- 3) Peningkatan apresiasi masyarakat terhadap Hak Kekayaan intelektual
- 4) Penyediaan infrastruktur teknologi
- 5) Pengembangan kelembagaan kota kreatif
- 6) Peningkatan pembiayaan
- 7) Peningkatan perlindungan, pengembangan dan pemanfaatn sumber daya alam
- 8) Peningkatan perlindungan kekayaan intelektual

---

<sup>18</sup>Horas Djulius, *Tinjauan dan Analisi Ekonomi terhadap Industri Kreatif di Indonesia...*, hal. 25-26

<sup>19</sup>*Ibid*, hal. 26

- 9) Penyediaan infrastruktur dan teknologi
- 10) Pengembangan standarisasi dan praktik usaha yang baik
- 11) Penguatan iklim usaha

#### **b. Peran Pemerintah Daerah**

Peran Pemerintah Daerah disini dalam pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu memberikan fasilitas pengembangan dan pemanfaatan kreatifitas dan inovasi dari masyarakat sebagai pelaku IKM dalam pembangunan Industri. Pengembangan dan Pemanfaatan tersebut dilakukan melalui memberdayakan budaya industri dan kearifan lokal yang tumbuh pada masyarakat. Hal tersebut tertuang pada Undang-Undang Perindustrian Nomor 3 tahun 2014 pasal 43 ayat 3, pemerintah daerah berperan sebagai:

- 1) Penyediaan ruang dan wilayah untuk masyarakat dalam beraktivitas dan berinovasi.
- 2) Pengembangan sentra ekonomi industri kreatif
- 3) Memberikan Pelatihan teknologi dan desain
- 4) Konsultasi, bimbingan, advokasi dan fasilitas perlindungan hak kekayaan intelektual khususnya bagi industri kecil
- 5) Fasilitas Promosi dan pemasaran produk industri kreatif didalam maupun luar negeri.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup>Undang-undang Republika Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang perindustrian.

Tujuan diadakannya promosi adalah:

- 1) *Brand Awareness*, yaitu memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk kepada *target market*.
- 2) *Category Need*, yaitu menimbulkan persepsi pembeli terhadap suatu kebutuhan.
- 3) *Brand Purchase intention*, yaitu mendorong konsumen dalam melakukan pemilihan terhadap suatu produk.
- 4) *Purchase Fasilitation*, yaitu upaya memberi dukungan atau memfasilitasi konsumen dalam proses melakukan pembelian.<sup>21</sup>

Peran atau tugas dan wewenang pemerintah daerah yaitu tugasnya pemerintah itu memberikan perlindungan kepada masyarakatnya dari segala bentuk pelanggaran dan invasi kepada masyarakatnya sejauh mungkin dan memberikan perlindungan kepada masyarakatnya apabila tidak mendapat keadilan serta mendapat tekanan dari masyarakat lainnya menegakkan administrasi keadilan secara konkret. Pemahaman tersebut merupakan pemahaman pemerintah klasik yang banyak digunakan sebagai literatur.

Peran pemerintah dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui fasilitasi pemerintah untuk memperluas pasar didalam dan luar negeri antara lain dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas *branding*, promosi, misi dagang *bussiness to bussiness*, perluasan jejaring antar wirausaha dan usaha kreatif,

---

<sup>21</sup> Freddy Rangkuti, *Stratrgi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, (Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2009), hal.151

diplomasi budaya sebagai kepentingan meliputi sinergi, koordinasi, dan kolaborasi antar aktor (intelektual, bisnis, komunitas, dan pemerintah), dan orang kreatif, tersedianya organisasi atau wadah yang dapat memfasilitasi partisipasi aktif pemangku kepentingan. Dalam rangka pengurus utama kreativitas, diperlukan gerakan pengarusutamaan kreativitas yang dapat meningkatkan apresiasi masyarakat, bisnis, pendidikan, dan pemerintahan terhadap kreativitas.<sup>22</sup>

### 3. Ekonomi Kreatif

Menurut Nelly Meriana dalam bukunya yang berjudul *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UKM Ekonomi Kreatif* menyatakan bahwa:

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang penopang utamanya adalah informasi dan kreativitas dimana ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia (SDM) yang menjadi faktor produksi yang utama dalam kegiatan ekonomi.<sup>23</sup>

Jadi dari pengertian diatas bisa kita ketahui bahwa dalam ekonomi kreatif hal utama yang harus diperhatikan adalah Sumber Daya Manusianya. Dikarenakan penting menggunakan kreativitas untuk menghasilkan suatu produk.

---

<sup>22</sup> Umu Khouruh, Fatima Abdullah, Krisnawuri handayani, *Keunggulan Bersaing Berkelanjutan UKM Ekonomi Kreatif*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), hal.96-97

<sup>23</sup>Nely Meriana, *Ekonomi Kreatif dan Potensi Besar Bagi UKM*, (Yogyakarta:Universitas Gajah Mada,2017),hal.12

Ada beberapa regulasi yang mengatur tentang Industri Kreatif yaitu sebagai berikut:

- a. Undang-Undang Nomor 20 pada tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM, Pembinaan, Pola Kemitraan)
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 9 pada Tahun 1995 tentang Pengelolaan KSP/USP
- c. Peraturan pemerintah Nomor 17 tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 pada tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- d. Peraturan Menteri Koperasi dan UKM nomor 22/PER/M-KUKM/IV/2007 tentang pemeringkatan koperasi.
- e. Permen RI no.41/M-IND/PER/6/2008 mengacu pada tata cara pendaftaran untuk memperoleh Perixinan usaha.

Dalam memajukan ekonomi kreatif diperlukan tenaga kerja yang terampil dan modal yang cukup sehingga bisa berjalan dengan baik dan dapat bersaing dan berkembang kedepannya. Istilah Ekonomi Kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi disuatu daerah.

Pengertian lain yang bisa menggambarkan ekonomi kreatif yaitu suatu gagasan yang dengan adanya gagasan tersebut maka bisa merealisasikan suatu pembangunan ekonomi yang berkesinambungan dan kreativitaslah yang menjadi basisnya. Bukan hanya memanfaatkan sumber daya yang terbarukan namun diperlukan juga sumber daya

yang tidak terbatas contohnya ide, gagasan, bakat serta kreativitas. Nilai ekonomi yang terkandung pada produk atau jasa di era kreatif tidak hanya mementingkan bahan baku atau sistem produksi saja seperti pada era industri tapi lebih mengedepankan kepada bagaimana cara pemanfaatan yang membutuhkan nilai kreatifitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan ilmu teknologi yang semakin maju dan tumbuh pesat. Dengan hal ini maka Industri tidak lagi bisa bersaing dipasar global jika hanya mengandalkan pada harga atau kualitas produknya saja, tetapi industri juga harus bisa bersaing berbasiskan pada inovasi, kreativitas, dan imajinasi.

Ekonomi kreatif sebenarnya wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan mempunyai cadangan sumber daya yang terbarukan. Dengan kata lain ekonomi kreatif itu adalah manifestasi dari semangat bertahan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan juga menawarkan peluang yang sama untuk negara-negara berkembang. Intinya yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan terbarukan saja bahkan tak terbatas, yaitu ide, talenta, kreativitas.<sup>24</sup>

Ekonomi Kreatif merupakan suatu hal yang berkaitan dengan penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) yang

---

<sup>24</sup>Mari Ekla Pangestu, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, (Jakarta:Departemen Perdagangan RI, 2008), hal.1

berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Ada 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif antara lain:<sup>25</sup>

a. Kreativitas (*Creativity*)

Diartikan sebagai suatu kapasitas atau suatu hal yang berkaitan dengan kemampuan seseorang untuk menghasilkan atau menciptakan suatu yang unik, fresh dan dapat diterima oleh khalayak umum.

b. Inovasi (*Innovation*)

Suatu yang berhubungan dari ide atau gagasan yang berdasarkan dari kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan memiliki manfaat.

c. Penemuan (*Invention*)

Penemuan yang dimaksud lebih menekankan pada suatu cara menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya.

Melalui karya John Howkins, “Creative Economy, How People Make Money From Ideas”, mengartikan bahwa Ekonomi Kreatif

---

<sup>25</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia*, (Surakarta: Ziyad Visi Media, 2016), hal.9-10

sebagai suatu kegiatan ekonomi dimana didalamnya menyangkut input dan outputnya adalah gagasan. Maka bisa dibayangkan bahwa hanya dengan seseorang memiliki modal gagasan, seseorang yang memiliki jiwa kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi.

Tiga konsep terpenting yang berkaitan dengan kreativitas ekonomi yaitu sebagai berikut:

- a. Kreativitas Ekonomi berkaitan dengan semua proses yang menghasilkan sesuatu dari sesuatu yang sebelumnya belum ada.
- b. Kreativitas Ekonomi merupakan buah hasil dari kolaborasi dalam menghasilkan sesuatu yang membutuhkan waktu lama dengan cara-cara baru yang belum ada sebelumnya.
- c. Kreativitas ekonomi merupakan sesuatu yang dalam penggunaan sesuatu tersebut yang berguna untuk menciptakan sesuatu yang lebih sederhana atau lebih baik.

Dengan tergasnya Ekonomi kreatif dalam industri maka bisa berperan dalam mengubah perekonomian suatu bangsa terutama menghasilkan pendapatan (*income*), menciptakan lapangan kerja (*job creation*) dan meningkatkan penerimaan hasil ekspor (*export earning*), meningkatkan teknologi (*technology development*), menambah kekayaan intelektual (*intellectual property*), serta memiliki peran sosial lainnya. Dengan adanya beberapa pengertian diatas, karena itulah ekonomi kreatif dapat dipandang

sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi dalam suatu bangsa (*engine of economic growth and development*).

Adapun beberapa Produk atau jasa sebagai Ruang lingkup sektor atau subsektor pengembangan ekonomi kreatif yaitu:<sup>26</sup>

a. Kriya

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin mulai dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.

b. Industri Periklanan

yaitu suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Pada saat ini periklanan sangat berkembang hingga merambah hampir seluruh media sosial. Potensi pada industri ini tidak perlu diragukan lagi. Pertumbuhan belanja iklan nasional bisa mencapai 5-7% setiap tahunnya. Oleh karena itu sangat penting apabila subsektor ini dikuasi oleh SDM lokal.

Untuk itu pemerintah melalui programnya dalam membantu subsektor ini yaitu dengan menyediakan fasilitas terkait dengan penguatan SDM lokal, mengatur kebijakan pembatasan investasi asing di industri iklan Indonesia., dan memberikan batasan pada penayangan iklan dari segi regional maupun global.

---

<sup>26</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia...*, hal.18-19

### c. Industri Arsitektur

Peran arsitektur di Indonesia sangatlah penting. Indonesia memiliki anekaragam budaya. Sedangkan dalam hal pembangunan, arsitektur juga berperan dalam merancang dasar pembangunan sebuah kota dan desain bangunan. Karena potensinya yang cukup besar maka pemerintah memasukkan arsitektur sebagai salah satu sektor ekonn kearifan lokalomi kreatif yang layak untuk dikelola lebih serius.

Namun saat ini terdapat tantangan dalam sektor arsitektur yaitu kurangnya arsitek di Indonesia dan banyak para pengembang lebih menggunakan jasa arsitek asing daripada arsitek lokal. Solusi untuk menghadapi tantangan tersebut para arsitek saat ini mulai memunculkan inovasi produk arsitek seperti menyiratkan karakter budaya.

### d. Industri Fotografer

Mengingat kebutuhan akan mengabadikan suatu momen menjadikan fotografi cukup pesat berkembang dan banyaknya antusias anak muda untuk terjun dibidang ini memberikan apresiasi yang positif terhadap dunia fotografi saat ini. Terdapat tantangan yang ada pada industri ini seperti belum adanya perlindungan HKI terutama untuk hak pengguna karya fotografi, belum adanya pengarsipan karya-karya fotografi Indonesia.

Melalui programnya pemerintah untuk mendukung industri ini yaitu memberikan sertifikasi kepada fotografer. Diharapkan dengan adanya sertifikasi tersebut ada standar yang jelas terhadap profesi fotografer dan pemerintah juga memfasilitasi perlindungan HKI terhadap karya-karya fotografi.

e. Seni rupa

Indonesia mempunyai potensi yang besar baik secara kuantitas, kualitas, pelaku kreatif, produktivitas dan potensi pasar. Seni rupa Indonesia sudah memiliki jaringan yang sangat baik dalam maupun luar negeri. Dengan hal tersebut menjadikan Indonesia menjadi pusat perhatian dunia. Melihat potensinya yang besar maka pemerintah antusias untuk memberikan dukungan sesuai dengan kewenagannya sebagai lembaga yang akan menyediakan berbagai fasilitas seperti forum dan ajang seni rupa dan pemerintah akan berkomitmen mengelola seni rupa lebih serius.

f. Desain Produk

Merupakan proses kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Ditambah lagi masyarakat dan pasar sekarang memiliki apresiasi terhadap produk yang berkualitas dan juga menarik. Sub sektor ini juga didukung oleh para pelaku industri yang memiliki craftmanship handal. Para desainer produk

mampu menggali dan mengangkat kearifan lokal, kekayaan budaya Indonesia yang beraneka ragam.

Untuk hal ini pemerintah berupaya memberikan program seperti mengelola industri dari hulu ke hilir, bekerja sama dengan asosiasi untuk penggunaan desain produk lokal Indonesia dan mendirikan pusat desain sebagai sub lintas subsektor.

g. Industri Fashion

Fashion merupakan subsektor ekonomi kreatif yang selalu berinovasi dengan cepat. Munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri fashion mampu merespon baik pasar lokal maupun internasional. Masyarakat sebagai pasar pun juga cerdas dan berselera tinggi dalam memilih fashion. Namun masih ada tantangan dalam industri ini salah satunya fashion lokal masih disebelahkan mata pasar masih mengutamakan ruangnya untuk produk impor hasil fashion lokal masih kurang mendapat tempat. Sedangkan tantangan lain yaitu caramemasrkan dari industri hulu ke hilir, mulai dari pabrik perancang busana sampai ke pasar.

Dengan hal ini peran pemerintah untuk mengatasinya yaitu dengan memberikan program seperti melkakukan pendampingan, mengeluarkan kebijakan untuk mendorong penggunaan karya fashion dalam negeri, melancarkan tersedianya bahan baku sampai promosi produk fashion baik dalam maupun luar negeri.

#### h. Industri Perfilman

Saat ini Industri Film. Terdapat banyak rumah produksi mulai berlomba-lomba menggenjotkan produktivitasnya menggarap film yang berkualitas mulai dari segi cerita sampai menguntungkan secara komersial. Hal ini tidak terlepas dari adanya masyarakat sebagai penyumbang untuk menonton dan mendukung perfilman.

Sub sektor ini memiliki potensi yang dapat dikembangkan untuk bisa menjadi lebih baik walaupun masih harus menghadapi tantangan-tantangan. Tantangan tersebut seperti minimnya SDM yang benar-benar punya keahlian khusus dibidang animasi. Sehingga pilihan untuk mendapat tim mulai dari penulis skenario, kru, dan pengisi suara masih sangat terbatas.

Permasalahan lain yang tidak kalah penting yaitu keterbatasan pada layar bioskop yang tidak merata penyebarannya serta belum adanya proteksi terhadap hak cipta sehingga masih terdapat aksi pembajakan dan modal untuk melanjutkan ketahap serius atau profesional pastinya dibutuhkan alat yang lebih mendukung.

Dengan adanya permasalahan tersebut pemerintah akan berupaya untuk menjalankan program seperti mengeluarkan peraturan untuk melindungi hak karya intelektual di industri film, membuka akses investasi dan permodalan, serta membuka akses lebih luas terhadap para penonton. Hal ini bertujuan untuk memajukan ekonomi negara melalui subsektor perfilman.

i. Kuliner

Industri kuliner memiliki potensi yang besar dan kuat untuk bisa berkembang. Untuk itu pemerintah akan mendukung subsektor ini agar lebih maju kedepannya. Beberapa yang harus diperbaiki dan dikelola lebih serius masalah akses perizinan usaha melalui satu pintu sehingga lebih mudah. Untuk para pebisnis baru, sebaiknya diperlukan pembinaan dari pemerintah informasi perizinan, sampai pada pendampingan hukum dalam proses pendirian usaha. Peran pemerintah dalam hal ini menyediakan fasilitas seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, dan pendampingan serta mempromosikan kuliner Indonesia.

j. Industri Musik

Musik merupakan bisnis pertunjukan yang sangat menjanjikan. Besarnya minat para musisi muda untuk bisa terjun kedalam industri musik sangatlah besar. Pemerintah optimis menempatkan musik sebagai salah satu subsektor yang akan dikelola agar lebih maksimal. Namun hal tersebut pemerintahpun juga mendapat tantangan besar yaitu permasalahan pada pembajakan yang masih marak. Sehingga menyebabkan merosotnya industri musik. Pembajakan tentunya menyebabkan turunnya kualitas dan kuantitas produksi, menurunnya apresiasi masyarakat terhadap musik dan turunnya minat investasi dibidang ini.

Untuk itu maka pemerintah menyediakan fasilitas berupa perlindungan HKI sehingga diharapkan bisa mengurangi pembajakan, menginisiasi terbentuknya inkubator-inkubator musik, membuka akses permodalan dan membangun ekosistem bisnis musik yang sehat.

k. Industri Seni Pertunjukkan

Indonesia terkenal dengan banyaknya macam keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan seperti tari, wayang, teater, dan lain sebagainya. Banyaknya jumlah seni pertunjukkan baik tradisional maupun kontemporer yang selama ini dikreasikan, dikembangkan dan dipromosikan telah mendapat apresiasi dunia internasional.

Dengan hal ini maka peran pemerintah tentu diperlukan apalagi untuk menentukan regulasi yang komprehensif untuk mendorong subsektor ini supaya lebih berkembang. Selain itu peran pemerintah dalam memfasilitasi pembangunan gedung atau tempat pertunjukan dan bisa diakses oleh semua masyarakat juga sangat diperlukan. Pemerintah akan mendukung perkembangan subsektor ini dengan menyediakan fasilitas regulasi, pembangunan tempat pertunjukan, fasilitas pembentukan performing, menjaga standar seni pertunjukan dan sebagainya sehingga pemerintah bisa mengembangkan sektor ini secara maksimal.

l. Industri Penerbitan atau Pencetakan

Yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid. Untuk saat ini industri penerbitan ikut berperan aktif dalam membangun kekuatan ekonomi kreatif. Banyaknya muncul sastrawan, penulis, peneliti, dan para cendekiawan taklepas dari peran industri ini. Pemerintah dalam hal ini turut mengelola industri penerbitan sebagai salah satu sektor unggulan. Peran bekraf adalah menyediakan berbagai fasilitas seperti membuka akses di pasar domestik (daerah) dan global, fasilitas kebijakan perpajakan yang bisa meringankan industri penerbitan dan lain sebagainya.

m. Industri Televisi dan Radio

Televisi dan radio masih mempunyai peran dalam penyebaran informasi yang sangat besar. Saat ini kepemilikan televisi dan radio lumayan merata. Sehingga tiap masyarakat bisa mengakses teknologi ini. Namun pertumbuhan dan potensi tersebut belum disertai dengan tayangan televisi yang berkualitas. Kebanyakan program televisi mengejar rating tertinggi sehingga tidak lagi memperhatikan kualitas program yang ditayangkan. Industri televisi dan radio juga memiliki kendala yaitu kurangnya rumah produksi dan SDM yang bisa merancang program-program yang berkualitas. Berkaitan dengan wakil pemerintah, maka badan ekonomi kreatif akan memberikan fasilitas yang dibutuhkan oleh industri ini.

Fasilitas tersebut seperti dimulai dari program-program acara yang berkualitas, mendukung pembentukan SDM yang berkualitas, dan semua hal yang terkait dengan kreativitasan. Industri televisi dan radio berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan tramisi televisi dan radio.

n. Industri Riset dan Pengembangan

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar.

o. Desain Komunikasi Visual

Merupakan salah satu subsektor yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis pengusaha, pemilik merk, bahkan kelacaran program-program pemerintah. Dengan hal itu maka potensi dalam desain komuniaksi visual harus ditingkatkan seperti kesadaran akan pentingnya desain. Hasil karya desainer grafis dinilai kurang layak. Padahal para desainer membutuhkan waktu proses panjang dalam bekerja, memikirkan filosofi dan mengolah desain agar desain memiliki makna dan menghasilkan produk jadi.

Pemerintah akan ikut membangun DKV menjadi subsektor yang unggul dan mampu bersaing. Program yang bisa dilakukan yaitu

mempromosikan dan mempublikasikan hasil karyanya, membuat regulasi supaya para desain lokal mendapatkan prioritas dalam mengerjakan proyek perusahaan domestik daripada desainer luar.

p. Desain Interior

Saat ini masyarakat memang lagi mengapresiasi keindahan ruangan agar lebih baik. Menggunakan jasa desain interior untuk hotel, rumah, perkantoran semakin meningkat. Hal ini menjadikan desain interior jangan ditinggalkan. Untuk mendukung adanya keinginan besar guna meningkatkan subsektor ini, maka pemerintah melalui programnya untuk para pelaku kreatif akan memberikan sertifikasi untuk menciptakan standar, dan perlindungan hak cipta. Selain itu pemerintah juga akan membantu lewat promosi desain interior melalui berbagai program salah satunya mengadakan event atau pameran berskala internasional secara rutin.

Tiga hal yang perlu untuk mengembangkan model pengembangan

Ekonomi Kreatif yaitu:

- a. Mengutamakan Pondasi Industri Kreatif yaitu menumbuhkembangkan ilmu pengetahuan dan kreativitas pada sumber daya manusia dengan begitu bisa menjadi faktor produksi utama pada industri kreatif.
- b. Mengembangkan para pekerja kreatif yang profesional seperti profesional dalam berbasis layanan keuangan, berbasis hukum, praktisi kesehatan dan teknikal serta manajemen bisnis.

- c. Strata pekerja yang pada umumnya mempunyai gaji/uoah yang kecil dan tidak memiliki otonomi dalam pekerjaannya. Agar Strata Kreatif berkembang lebih banyak dibanding strata pekerja. Dalam hal ini maka peran Pemerintah lebih serius dalam mengembangkan pada sistem pendidikan yang mendukung lahirnya para pekerja kreatif. Sehingga ekonomi kreatif yang awalnya merupakan ekonomi yang berbasis pengetahuan knowledge maka bisa tumbuh dan berkembang secara signifikan.

Terdapat tiga komponen inti dan tiga komponen pendukung dalam ekonomi kreatif yang terdapat di suatu daerah, yang meliputi:<sup>27</sup>

- a. *The creative cluster*( kelompok kreatif)  
yaitu perusahaan, kelompok, dan individu yang secara langsung maupun tidak langsung menghasilkan produk kultural.
- b. *The creative workforce* ( tenaga kerja kreatif)  
yaitu orang-orang pemikir dan pelaksana yang dilatih secara khusus dalam ketrampilan budaya dan artistik uyang mendorong kepemimpinan industri yang tidak hanya terbatas pada budaya dan seni.
- c. *The creative community* (komunitas kreatif)  
yaitu tempat konsentrasi area geografis dari pekerja kreatif, bisnis kreatif, dan organisasi budaya.

---

<sup>27</sup>Suryana, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*,(Jakarta:Salemba Empat, 2013), hal.51-52

Pilar yang harus diperkuat sehingga Ekonomi Kreatif dapat tumbuh dan berkembang:<sup>28</sup>

a. Industri

Pada Prinsipnya, industri merupakan bagian yang berkaitan dengan kegiatan masyarakat dengan produksi, distribusi, pertukaran serta konsumsi produk atau jasa dari sebuah negara atau area tertentu. Perlunya mengupayakan agar tersentuknya struktur pasar industri kreatif dengan persaingan sempurna yang mempermudah pelaku industri kreatif untuk melakukan bisnis dalam sektor yang dituju.

b. Teknologi

Teknologi disini didefinisikan sebagai suatu entitas baik material dan non material, yang merupakan aplikasi penciptaan dari proses mental atau fisik untuk mencapai nilai. Teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu yang sifatnya berwujud, tetapi teknologi ini termasuk kumpulan teknik atau metode-metode atau aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi ini akan merubah budaya. Teknologi ini akan menjadi wujud kreativitas individu dalam berkarya.

c. Sumberdaya (*Resource*)

Sumberdaya yang dimaksud adalah input yang dibutuhkan dalam proses penciptaan nilai tambah, selain ide atau kreativitas yang dimiliki oleh sumber daya insani juga bisa menjadi landasan dari

---

<sup>28</sup>Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif : Pilar Pembangunan Indonesia...*, hal.48-52

industri kreatif karena sumber daya alam maupun ketersediaan lahan yang menjadi input penunjang dalam industri kreatif.

d. Institusi (*Institution*)

Merupakan tatanan sosial dimana termasuk didalamnya adalah kebiasaan, norma, adat, aturan, serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial ini bisa yang bersifat informal seperti sistem, nilai, adat istiadat, atau norma maupun formal dalam bentuk peraturan perundang-undangan.

Industri Kreatif memajukan ide-ide yang dapat dieksploitasi menjadi potensi ekonomi. Dengan demikian peranan hukum dalam memproteksi ide-ide sangat penting. Perlindungan ide dengan alur Hak Kekayaan Intelktual.

e. Lembaga Keuangan (Finance Intemeditary)

Lembaga keuangan adalah lembaga yang berperan menyalurkan pendanaan kepada pelaku industri yang membutuhkan, baik dalam bentuk modal atau ekuitas maupun pinjaman atau kredit. Lembaga keuangan merupakan *endorsemen* dalam perjalanan suatu industri kreatif dan salah satu elemen penting untuk menjembatani kebutuhan keuangan bagi pelaku dalam industri kreatif.

Untuk mengembangkan, maka dalam Ekonomi Kreatif dibutuhkan 3 aktor yang saling berkaitan diantaranya yaitu:

a. Peran Cendekiawan

Merupakan sekelompok atau seseorang yang memiliki perhatian besar dalam mencari dan mengolah seni, ilmu pengetahuan atas renungan metafisika. Dalam konteks ini, dalam industri kreatif cendekiawan mencakup seperti budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik dilembaga-lembagapendidikan, sanggar budaya dan seni.

b. Peran Bisnis

Dari segi ekonomi, yang dikatakan sebagai bisnis adalah suatu organisasi yang dikenal secara legal dan secara sengaja diciptakan agar dapat menyediakan barang-barang baik berupa produk atau jasa yang dengan adanya penciptaan tersebut bisa dinikmati oleh para konsumen. Akktor bisnis merupakan para pelaku bisnis, investor dan pencipta teknologi baru serta juga merupakan konsumen industri kreatif.

c. Pemerintah

Dalam konteks guna pengembangan industri kreatif, pemerintah disini dapat diartikan sebagai sebuah organisasi yang memiliki kewenangan terpenting guna dalam mengelola suatu negara. Pemerintah yang

dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang memiliki keterkaitan dengan pengembangan industri kreatif.<sup>29</sup>

Faktor- faktor yang mendukung Ekonomi Kreatif:

a. Kreativitas

Dalam dunia industri kreatif tentu harus memiliki kreatifitas atau kreasi yang tinggi. Kreasi yang tinggi butuh inovasi dan kerja keras karena pelaku industri kreatif kebanyakan adalah anak muda. Sehingga kreativitas, daya inovasi, dan potensi mereka tanpa batas. Sehingga hal ini dapat mendorong perkembangan industri kreatif di Indonesia.

b. Kemajuan Teknologi

Kemajuan teknologi sangat mempengaruhi industri kreatif tanah air. Kemajuan teknologi bisa bersumber dari para pelaku industri kreatif baik industri kecil maupun industri besar. Seperti yang kita ketahui bahwa kecanggihan teknologi sudah menjadi pendukung bagi pelaku industri skala besar. Hal ini pun dapat berkembang di industri kecil dan menengah (IKM).

c. Media

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa saat ini peran media termasuk media sosial sangat memberikan potensi dan kontribusi yang besar bagi pelaku bisnis pada industri kreatif. Pelaku industri kreatif juga bisa

---

<sup>29</sup>Maulued Mulyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Temuan dan Kebutuhan*, (Jakarta:PT.Raja Grafindo Persada,2010), Hal.248-252

menawarkan barang untuk dijual melalui media sosial dan media elektronik. Sehingga dengan hal ini dapat membantu dalam perkembangan industri kreatif kedepan.

#### d. Pengembangan IKM

Dalam mengembangkan industri kreatif maka tidak terlepas dari pengembangan industri pengelolaan, khususnya industri skala kecil dan Menengah (IKM). Biasanya industri kreatif sebagian besar masih bersifat skala kecil dan menengah. Industri diluar industri kreatif cenderung padat modal dan skala besar karena terkait dengan skala ekonomi (*economic scale*).

Untuk mengembangkan industri kreatif skala kecil dan menengah maka insentif dari sisi fiskal dan moneter perlu dibuat. Dukungan lain juga bisa dalam bentuk memberikan bantuan dalam pendaftaran hak paten atau hak kekayaan intelektual (HAKI).<sup>30</sup>

### **B. Penelitian Terdahulu**

Berikut ini merupakan penelitian yang relevan atau penelitian terdahulu, yang bisa dijadikan sebagai landasan bagi penelitian dalam melakukan penelitian selanjutnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Rosmawaty Sidauruk yang dilakukan pada tahun 2013. Metode pendekatannya menggunakan kualitatif dengan pendekatan evaluasi formatif. Penelitian ini bertujuan untuk menfetahui apakah Pemerintah daerah Provinsi Jawa Barat telah melaksanakan

---

<sup>30</sup>Carunia Mulya Firdausy, *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia...*, hal.63-64

pengembangan ekonomi kreatif, dengan melihat bentuk kebijakan dan dukungan anggaran dalam APBD dan permasalahannya. Hasil penelitian menunjukkan, Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat sudah membuat peraturan daerah dan cetak biru ekraf, yang menjadi permasalahan masih sulit memisahkan antara subsektor industri kreatif dengan sektor lainnya. Sehingga penganggarannya belum khusus bernama kegiatan ekonomi kreatif. Persamaannya sama-sama menggunakan penelitian kualitatif dan sama-sama meneliti tentang peran pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif. Perbedaan penelitian Rosmawati Sidauruk dengan penelitian ini adalah pada subsektornya. Di Kabupaten Tulungagung Pemerintah Daerah masih melakukan pengembangan di 7 subsektor sedangkan di Jawa Barat sudah 14 subsektor.<sup>31</sup>.

Penelitian lain dilakukan oleh Dadang Husen Sobana dan Mia Lasmi Wardiyah pada tahun 2018. Metode pendekatannya menggunakan kualitatif deskriptif analisis, yaitu penelitian untuk memberikan data yang seteliti mungkin tentang masalah yang dibahas. Tujuan penelitian membangun suatu model kemitraan yang ideal antara Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Gunung Djati Bandung dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam membangun industri ekonomi kreatif berbasis syariah. Hasil penelitian menunjukkan modal kemitraan yang ingin dibangun antara UIN SGD dan Pemerintah Provinsi Jawa Barat adalah model *an-Nashirul*

---

<sup>31</sup>Rosmawati Sidauruk, *Peran Pemerintah Daerah dalam rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat*, *Jurnal bina Praja*, Vol.5 No.3.2013. <http://jurnal.kemendagri.go.id>. Diakses pada 6 Januari 2020

*Kaffah*, dengan akad *mudharabah* atau *musyarakah*. Persamaannya yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif dan sama-sama meneliti di ekonomi kreatif. Sedangkan perbedaannya penelitian Dadang Husein Sobana dan Mia Lasmi adalah dengan penelitian ini terdapat pada cara pengelolaan pembiayaan dimana dalam penelitian ini tidak ada campur tangan dari Universitas semua dilakukan oleh Pemerintah Daerah langsung dengan para UKM dan tidak ada akad *mudharabah/musyarakah* Karena dalam memfasilitasi pembiayaan pemerintah daerah langsung bekerja sama dengan pihak koperasi.<sup>32</sup>

Penelitian lain dilakukan oleh Tri Harjawati pada tahun 2018. Metode pendekatannya menggunakan deskriptif kualitatif. Tujuan penelitian menggambarkan peran pemerintah dalam pengembangan lembaga pembiayaan di sentra industri berbasis ekonomi kreatif. Hasil penelitian implementasi ekonomi kreatif di kota Tangerang Selatan sudah berjalan tetapi masih belum optimal. Hal ini dibuktikan dari 164 UMKM Kuliner Industri, hanya 12 UMKM yang bisa dianggap unggul dan perlu perhatian untuk dikembangkan. Persamaan menggunakan metode kualitatif dan sama-sama meneliti di ekonomi kreatif. Perbedaannya penelitian ini lebih ke subsektor kuliner<sup>33</sup>.

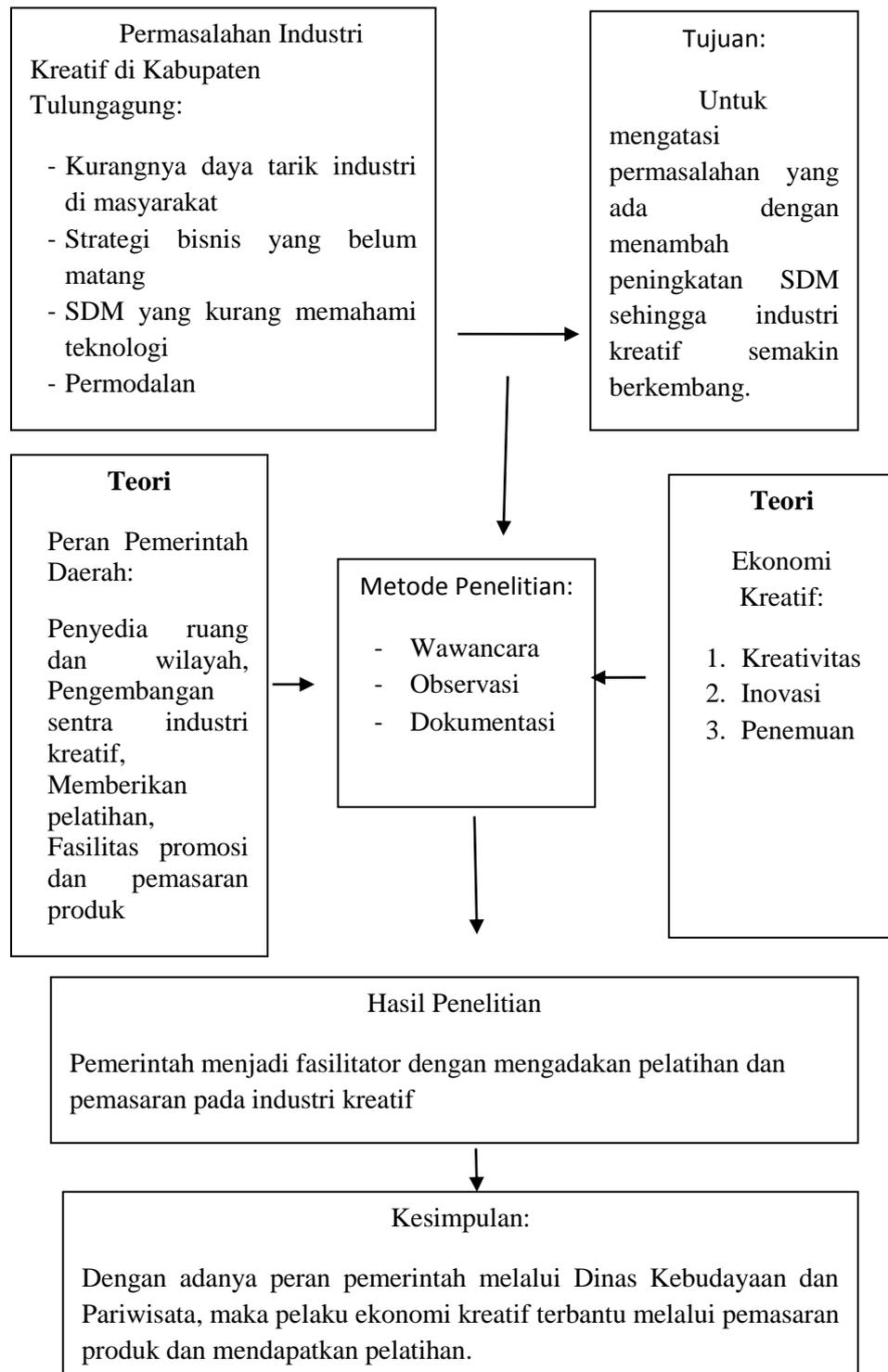
---

<sup>32</sup>Dadang Husen Sobana & Mia Lasmi Wardani. *Membangun Kemitraan Universitas Dengan Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Syariah di Jawa Barat*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol.5.No.2 Juli.2018. <https://journal.uinsgd.ac.id>. Diakses pada 26 Desember 2019

<sup>33</sup> Tri Harjawati. Peran pemerintah Dalam Pengembangan Lembaga Pembiayaan Di Sentra Industri Berbasis Ekonomi Kreatif. *Sosio Didaktika: Social Science Education Journal*, 5 (1). Februari. 2018. <http://journal.uinjkt.ac.id>. Diakses pada 27 Desember 2019.

### C. Kerangka Berpikir

Gambar. 2.1



Gambar 2.1 Menjelaskan bahwa terdapat beberapa permasalahan pada industri kreatif, Pemerintah dalam hal ini memiliki peranan dan tujuan untuk mengatasinya. Didalam teori dijelaskan terdapat ekonomi kreatif dan peran pemerintah daerah untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Dari teori tersebut akan dikaji ulang menggunakan 3 metode penelitian yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Sehingga mendapatkan hasil penelitian. Dari penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan.