

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Deskripsi Data

Penelitian ini ingin mengetahui tingkat konsentrasi spasial pada setiap subsektor ekonomi kreatif serta pengaruh jumlah penduduk (PEND), Indeks Pembangunan Manusia (IPM) dan Indeks Kota Toleran (IKT) terhadap jumlah perusahaan atau usaha di 16 subsektor ekonomi kreatif di 94 kota di Indonesia.

Tabel 4.1 menunjukkan gambaran dari data yang digunakan. Variabel PERS, yaitu jumlah keseluruhan perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif memiliki rata-rata 23523,57 dengan standar deviasi sebesar 53146,47. Nilai minimum dan maksimum dari variabel ini adalah 1080 dan 480663. Variabel PEND dan IPM sebagai *hard factor* memiliki rata-rata sebesar 561615,2 dan 75,45. Standar deviasi masing-masing variabel tersebut adalah 1142178 dan 4,45. Nilai minimum dan maksimum sebesar 2116 dan 9963129 untuk variabel PEND. Variabel IPM karena berupa indeks dengan rentang 0 hingga 100, maka nilai minimum dan maksimum nya adalah 62,18 dan 85,32. Variabel IKT berupa skala Likert dengan rentang 1 hingga 7 memiliki rata-rata sebesar 4,98 dan standar deviasi sebesar 0,77. Nilai minimum dan maksimum dari variabel ini adalah 2,3 dan 5,9.

Pada setiap subsektor, dapat dilihat bahwa nilai maksimum terendah ada pada subsektor desain komunikasi visual dan tertinggi ada pada subsektor kuliner. Hal ini dapat menjelaskan mengapa desain komunikasi visual memiliki nilai rata-

rata dan standar deviasi terendah yaitu 6,21 dan 11,65 sedangkan subsektor kuliner memiliki nilai rata-rata dan standar deviasi tertinggi yaitu 16842,85 dan 37994,1. Nilai minimum berada pada rentang nilai 0 di subsektor arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, aplikasi dan *game developer*, periklanan, televisi dan radio serta seni pertunjukkan hingga 568 di subsektor kuliner. Nilai 0 pada nilai minimum mempunyai arti bahwa terdapat kota yang tidak memiliki subsektor yang bersangkutan.

**Tabel 4.1**  
**Statistik Deskriptif**

<b>Jumlah Observasi: 94</b>				
<b>Variabel</b>	<b>Mean</b>	<b>Standar Deviasi</b>	<b>Min</b>	<b>Max</b>
PERS	23523,57	53146,47	1080	480663
PEND	561615,2	1142178	2166	9963129
IPM	75,45	4,45	62,18	85,32
IKT	4,980	0,77	2,3	5,9
AR	39.36	79.55	0	610
DI	7.95	17.24	0	122
DKV	6.21	11.65	0	69
DP	25.36	82.62	0	657
FAV	11.99	39.21	0	341
FOT	109.36	160.23	3	1276
KRI	1695.54	2730.54	90	22262
KUL	16842.85	37994.1	568	341160
MU	113.41	221.41	3	1940
FA	4028.76	10365.03	205	96100
AGD	71.80	163.24	0	1184
PN	436.48	1237.03	5	11255
PI	35.6	155.68	0	1292
TR	14.30	15.34	0	110
SP	59.89	138.14	0	1161
SR	61.02	135.08	2	1124

Sumber : Data diolah

## 4.2. Hasil Analisis

### 4.2.1. *Herfindahl-Hirschman Index (HHI)*

Indikator distribusi spasial dengan metode HHI disajikan dalam Tabel 4.2. Untuk menentukan tingkat konsentrasi, maka digunakan interpretasi. Jika nilai HHI kurang dari 0,01 maka dapat dikatakan tingkat konsentrasi sangat tinggi, jika nilai HHI kurang dari sama dengan 0,01 hingga kurang dari 0,1 maka dapat dikatakan tingkat tidak terkonsentrasi, jika nilai HHI diantara 0,1 hingga 0,18 maka dapat dikatakan tingkat konsentrasi sedang dan jika nilai HHI lebih dari 0,18 maka dikatakan bahwa tingkat konsentrasi tinggi.

Tingkat konsentrasi yang rendah di hampir semua subsektor ekonomi kreatif menunjukkan bahwa tingkat kompetisi pasar cukup kompetitif. Hanya pada subsektor periklanan yang menunjukkan tingkat konsentrasi yang sedang. Hasil estimasi HHI pada subsektor periklanan sebesar 0,1159 menunjukkan bahwa tingkat konsentrasi yang sedang masih berada dibatas bawah. Hasil estimasi HHI total jumlah perusahaan yang mendekati 0,01 yaitu sebesar 0,0269. Dengan demikian berdasarkan HHI dapat dikatakan bahwa persebaran perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif di Indonesia relatif merata di berbagai kota.

Hasil ini sebenarnya memiliki kesamaan dengan penelitian Fahmi *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif masih terkonsentrasi di pulau Jawa dan Bali. Bila melihat data BPS dan Bekraf yang digunakan dalam penelitian ini, presentase jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif di Jawa dan Bali sebesar 66,09% sedangkan Fahmi *et al.* (2016) yang menggunakan data industri pada tahun 2006 menyatakan bahwa presentase jumlah perusahaan atau usaha di

sektor ekonomi kreatif di Jawa dan Bali sebesar 73,30%. Dapat disimpulkan bahwa memang telah terjadi persebaran perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif namun masih terkonsentrasi di pulau Jawa dan Bali.

**Tabel 4.2**  
***Herfindahl-Hirschman Index* Ekonomi Kreatif di Indonesia**

Variabel	N	Hasil HHI	Interpretasi
Jumlah perusahaan	94	0,0269	Tidak terkonsentrasi
Arsitektur	89	0.0361	Tidak terkonsentrasi
Desain interior	56	0.0424	Tidak terkonsentrasi
Desain komunikasi visual	48	0.0530	Tidak terkonsentrasi
Desain produk	69	0.0978	Tidak terkonsentrasi
Film, animasi dan video	77	0.0571	Tidak terkonsentrasi
Fotografi	93	0.0214	Tidak terkonsentrasi
Kriya	94	0.0225	Tidak terkonsentrasi
Kuliner	94	0.0273	Tidak terkonsentrasi
Musik	94	0.0246	Tidak terkonsentrasi
Fashion	94	0.0318	Tidak terkonsentrasi
Aplikasi dan <i>game developer</i>	86	0.0432	Tidak terkonsentrasi
Penerbitan	94	0.0388	Tidak terkonsentrasi
Periklanan	70	0.1159	Terkonsentrasi sedang
Televisi dan radio	93	0.0178	Tidak terkonsentrasi
Seni pertunjukan	90	0.0344	Tidak terkonsentrasi
Seni rupa	94	0.0320	Tidak terkonsentrasi

Sumber : Data diolah

#### 4.2.2. Regresi Linear Berganda

Bagian ini menyajikan hasil analisis ekonometri dengan menggunakan program STATA 13. Hasil analisis tidak menyajikan uji heteroskedastisitas karena penggunaan '*robust*' yang dapat menyelesaikan masalah uji asumsi klasik seperti normalitas, heteroskedastisitas dan penelitian dengan residual yang besar. Fahmi *et al.* (2016) dalam penelitiannya juga menggunakan '*robust*' dalam mengatasi masalah uji asumsi klasik. Efek penggunaan '*robust*' akan memberi perubahan pada *standar errors* dan t-hitung, tetapi tidak merubah koefisien dan tentunya kesimpulan yang berasal dari regresi OLS. Perubahan pada *standar errors* telah memperhitungkan masalah-masalah yang berhubungan dengan heterogenitas dan normalitas.

Dalam penelitian, data setiap variabel ditransformasikan kedalam bentuk logaritma karena jika menggunakan data yang tidak ditransformasikan menjadi logaritma hasil regresi menunjukkan bahwa hanya variabel jumlah penduduk saja yang signifikan dan hasil ini tidak sesuai dengan yang diharapkan. Setelah dilakukan transformasi data menjadi bentuk logaritma, semua variabel independen tampak signifikan terhadap variabel dependen. Transformasi data menjadi logaritma memberikan dampak pada interpretasi dimana nilai konstanta dari tiap variabel dibaca seperti elastisitas.

##### 4.2.2.1. Uji Asumsi Klasik – Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nilai korelasi variabel independen lebih kecil dari 0,8. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas dalam model.

**Tabel 4.3**  
**Metode Korelasi**

	<b>PEND</b>	<b>IPM</b>	<b>IKT</b>
<b>PEND</b>	1,000		
<b>IPM</b>	0,3167	1,000	
<b>IKT</b>	-0,3255	-0,2171	1,000

Sumber : Data diolah

#### 4.2.2.2. Uji-F

Uji-F dilakukan untuk mengetahui apakah model yang dipilih layak untuk menginterpretasikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. Hasil uji hipotesis dalam Tabel 4.4 menunjukkan bahwa nilai F-hitung variabel PERS sebesar 47,64. Nilai F-tabel dengan jumlah variabel independen sebanyak 3 dan jumlah observasi sebanyak 94 menunjukkan 2,71 pada alpha 0,05. Bila dibandingkan, maka F-hitung lebih besar dari F-tabel yang memberikan hasil bahwa uji-F variabel PERS signifikan.

Uji-F juga dilakukan pada masing-masing subsektor ekonomi kreatif. Jumlah variabel independen sebanyak 3 dan jumlah observasi dapat dilihat di Tabel 4.4 untuk setiap subsektor. Hasil yang didapatkan yaitu, pada subsektor arsitektur dengan F-hitung sebesar 51,06 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,74 hasilnya signifikan, pada subsektor desain interior dengan F-hitung sebesar 11,84 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,78 hasilnya signifikan, pada subsektor desain komunikasi visual dengan F-hitung sebesar 7,20 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,82 hasilnya signifikan, pada subsektor desain produk dengan F-hitung sebesar 20,71 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,75 hasilnya signifikan, pada subsektor film, animasi dan video dengan F-hitung sebesar 14,34 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,73 hasilnya

signifikan, pada subsektor fotografi dengan F-hitung sebesar 31,16 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor kriya dengan F-hitung sebesar 36,98 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor kuliner dengan F-hitung sebesar 44,31 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor musik dengan F-hitung sebesar 34,41 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor fashion dengan F-hitung sebesar 59,17 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor aplikasi dan *game developer* dengan F-hitung sebesar 31,93 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,72 hasilnya signifikan, pada subsektor penerbitan dengan F-hitung sebesar 46,07 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor periklanan dengan F-hitung sebesar 19,85 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,74 hasilnya signifikan, pada subsektor televisi dan radio dengan F-hitung sebesar 38,06 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan, pada subsektor seni pertunjukan dengan F-hitung sebesar 31,33 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan dan pada subsektor seni rupa dengan F-hitung sebesar 41,45 lebih besar dari F-tabel sebesar 2,71 hasilnya signifikan.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel independen yaitu variabel jumlah penduduk, variabel IPM dan variabel IKT secara simultan mampu memprediksi perubahan terhadap variabel dependen yaitu jumlah perusahaan atau usaha di 16 subsektor ekonomi kreatif. Lebih lanjut, model yang dipilih dianggap layak untuk menginterpretasikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 4.4**  
**Hasil Regresi Pengaruh *Hard Factor* dan *Soft Factor* terhadap Jumlah Perusahaan atau Usaha di Sektor Ekonomi Kreatif**

No	Variabel	logPEND (t-stat)	logIPM (t-stat)	logIKT (t-stat)	cons (t-stat)	N	adj. R <sup>2</sup>	F
1	logPERS	0.44*** (4,62)	5.45*** (4.35)	-1.37** (-2.94)	-17.47*** (-3.62)	94	0.68	47.64
2	logAR	0.35** (3,23)	12.29*** (6.95)	-1.25* (-2.28)	-52.76*** (-7.33)	89	0.57	51.06
3	logDI	0.36** (3,04)	6.58** (3.03)	-0.84 (-1.09)	-30.65** (-3.29)	56	0.43	11.84
4	logDKV	0.27** (3,05)	6.10* (2.17)	-1.00 (-1.18)	-27.45* (-2.28)	48	0.33	7.20
5	logDP	0.50*** (3,59)	7.64** (3.42)	-0.86 (-1.04)	-36.18*** (-3.99)	69	0.43	20.71
6	logFAV	0.39*** (4.17)	5.01** (2.79)	-0.98 (-1.40)	-23.54** (-3.11)	77	0.45	14.34
7	logFOT	0.32*** (4.36)	6.99*** (4.77)	-0.96* (-2.09)	-28.48*** (-4.66)	93	0.56	31.16
8	logKRI	0.39*** (4.18)	5.22** (3.04)	-1.12* (-2.29)	-18.75* (-2.62)	94	0.54	36.98
9	logKUL	0.45*** (4.47)	5.60*** (4.37)	-1.37** (-2.84)	-18.56*** (-3.80)	94	0.67	44.31
10	logMU	0.41*** (4.50)	7.18*** (5.28)	-0.84 (-1.83)	-30.77*** (-5.53)	94	0.57	34.31
11	logFA	0.44*** (5.31)	5.55*** (4.80)	-1.48** (-3.40)	-19.53*** (-4.34)	94	0.68	59.17
12	logAGD	0.69*** (3.71)	7.62** (3.33)	-1.81* (-2.03)	-35.93*** (-4.26)	86	0.53	31.93
13	logPN	0.48*** (4.25)	9.26*** (5.65)	-1.51* (-2.61)	-38.62*** (-5.79)	94	0.63	46.07
14	logPI	0.58*** (4.54)	9.76*** (3.94)	-1.04 (-1.40)	-46.10*** (-4.24)	70	0.58	19.85
15	logTR	0.28*** (3.49)	7.10*** (6.13)	-0.81 (-1.80)	-30.63*** (-6.16)	93	0.46	38.06
16	logSP	0.49*** (4.18)	7.34*** (3.48)	-1.85** (-2.66)	-31.79*** (-3.73)	90	0.49	31.33
17	logSR	0.45*** (4.28)	8.83*** (5.55)	-1.29* (-2.15)	-38.61*** (-5.89)	94	0.56	41.45

\* p<0.05, \*\* p<0.01, \*\*\* p<0.001.

Sumber: Data diolah

Nilai N menunjukkan jumlah observasi yaitu jumlah kota. N di setiap persamaan regresi berbeda karena tidak semua kota memiliki ke 16 subsektor ekonomi kreatif sehingga N-tabel juga memberikan hasil yang berbeda. Nilai N PERS sebesar 94 menunjukkan jumlah observasi sebesar 94 kota. Nilai N terkecil terdapat pada subsektor desain komunikasi visual sebesar 48 sedangkan nilai N terbesar terdapat pada subsektor kriya, kuliner, musik, fashion, penerbitan dan seni rupa sebesar 94.

#### 4.2.2.3. Uji-t

Uji-t berfungsi untuk mengetahui pengaruh variabel independen yaitu variabel jumlah penduduk, variabel IPM dan variabel IKT secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu jumlah perusahaan atau usaha di 16 subsektor ekonomi kreatif. Pada Tabel 4.4 memperlihatkan bahwa seluruh koefisien variabel jumlah penduduk dan IPM secara statistik signifikan di semua subsektor ekonomi kreatif. Namun untuk variabel IKT, ada tujuh subsektor yang pengaruhnya tidak signifikan, yaitu pada subsektor desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, musik, periklanan serta televisi dan radio. Signifikan atau tidak signifikan pengaruh suatu variabel independen dapat dinyatakan melalui tanda \* dimana variabel yang tidak memiliki tanda tersebut berarti tidak signifikan pada alpha 0,05.

Berdasarkan hasil ini, dapat disimpulkan bahwa variabel jumlah penduduk dan variabel IPM secara parsial berpengaruh terhadap jumlah perusahaan atau usaha di semua subsektor ekonomi kreatif. Sedangkan variabel IKT secara umum berpengaruh namun tidak terhadap semua subsektor ekonomi kreatif.

#### 4.2.2.4. Koefisien Determinasi

Secara umum, bila melihat nilai *adjusted-R<sup>2</sup>* jumlah perusahaan (PERS) hasilnya adalah 0,68 atau 68%. Nilai ini menjelaskan 68% variasi perubahan pada variabel dependen (PERS) dapat dijelaskan oleh variabel independen (PEND, IPM dan IKT). Sedangkan sisanya sebanyak 32% dijelaskan oleh variabel – variabel lain diluar model.

Nilai *adjusted-R<sup>2</sup>* pada masing-masing subsektor bervariasi, mulai dari terendah 33% hingga tertinggi 68%. Nilai terendah berada pada subsektor desain komunikasi visual dan tertinggi pada subsektor fashion. Bila diurutkan dari nilai *adjusted-R<sup>2</sup>* terendah hingga tertinggi maka hasilnya adalah 33% untuk desain komunikasi visual, 43% untuk desain interior dan desain produk, 45 % untuk film, animasi dan video, 46% untuk televisi dan radio, 49% untuk seni pertunjukan, 53% untuk aplikasi dan *game developer*, 54% untuk kriya, 56% untuk fotografi dan seni rupa, 57% untuk arsitektur dan musik, 58% untuk periklanan, 63% untuk penerbitan, 67% untuk kuliner dan 68% untuk fashion. Dengan demikian, kemampuan ketiga variabel independen untuk menjelaskan perubahan pada jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif berkisar dari 33% sampai 68%.

#### 4.3 Interpretasi Ekonomi

Estimasi pada penelitian ini menggunakan data logaritma di setiap variabel. Nilai koefisien pada variabel jumlah penduduk sebesar 0,44 yang menunjukkan bahwa peningkatan jumlah penduduk sebesar 1% akan meningkatkan jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif sebesar 0,44%. Pada variabel IPM, nilai koefisien sebesar 5,45 menunjukkan bahwa peningkatan nilai IPM sebesar 1%

akan meningkatkan jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif sebesar 5,45%. Pada variabel IKT, nilai koefisien sebesar -1,37 menunjukkan bahwa peningkatan nilai IKT sebesar 1% akan menurunkan jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif sebesar 1,37%. Variabel IPM memiliki nilai koefisien terbesar sehingga pengaruhnya sangat sensitif terhadap peningkatan jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif terutama pada subsektor arsitektur yang nilai koefisiennya mencapai 12,29.

Hasil estimasi regresi pada variabel jumlah penduduk menunjukkan pengaruh signifikan dengan arah yang positif. Hasil ini mengindikasikan bahwa peranan penduduk sebagai konsumen serta produsen dalam pembangunan ekonomi, khususnya ekonomi kreatif dapat dikatakan sudah berjalan baik. Ekonomi kreatif mampu menyediakan pasar yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Arah yang positif menunjukkan bahwa bertambahnya jumlah penduduk telah diimbangi dengan peningkatan jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif. Hal ini juga memperlihatkan bahwa jumlah permintaan masyarakat terhadap produk industri kreatif dan jumlah penawaran yang diberikan oleh industri kreatif berada pada titik yang menguntungkan satu sama lain.

Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya. Penduduk sebagai sumber daya inti dalam ekonomi kreatif memiliki pengaruh positif terhadap keberadaan dan perkembangan ekonomi kreatif (Escalona-Orcao *et al.*, 2018; Fahmi *et al.*, 2016; Murphy *et al.*, 2015). Fahmi *et al.* (2016), misalnya, menyatakan bahwa tingkat konsentrasi penduduk yang tinggi menciptakan pertumbuhan ekonomi kreatif yang lebih baik dibandingkan daerah dengan konsentrasi penduduk

yang rendah. Hal ini didukung dengan hasil regresi Fahmi *et al.* yang menyatakan bahwa ekonomi kreatif di Indonesia terfasilitasi baik akibat terdapatnya penduduk, terutama anak muda dengan pendidikan yang tinggi.

Dilihat dari hasil estimasi regresi, variabel IPM memiliki pengaruh yang signifikan dengan arah pengaruh yang positif. Hasil ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas manusia sebagai sumber daya dapat mendorong jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif. Selain mempengaruhi jumlah, sumber daya manusia yang berkualitas juga dapat mengindikasikan bahwa industri kreatif dan produk atau jasa yang dihasilkan memiliki standar kualitas yang baik. IPM dapat menjelaskan lebih lanjut mengenai pengaruh jumlah penduduk terhadap jumlah perusahaan atau usaha di subsektor ekonomi kreatif. Bertambahnya jumlah penduduk sudah diimbangi dengan pengembangan manusia di bidang pendidikan dan kesehatan.

Pengaruh positif dari IPM terhadap jumlah perusahaan atau usaha di sektor ekonomi kreatif di Indonesia juga sejalan dengan temuan di tempat lain. Di Spanyol, Escalona-Orcao *et al.* (2018) mendapatkan hasil yang sama dimana jumlah masyarakat dengan tingkat penyelesaian pendidikan sederajat SMA dan S1 mendorong terbentuknya industri kreatif. Murphy *et al.* (2015) dalam penelitian kualitatifnya di Dublin, Irlandia juga menyatakan bahwa perusahaan yang bergerak di sektor ekonomi kreatif akan lebih memilih lokasi dengan ketersediaan tenaga kerja terampil yang memadai. Pengembangan terhadap kualitas penduduk menjadi pendorong berkembangnya ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini juga menguatkan

hasil penelitian sebelumnya dimana kualitas penduduk juga perlu diutamakan selain kuantitasnya.

Variabel IKT secara umum menunjukkan pengaruh yang signifikan dengan arah pengaruh yang negatif. Nilai koefisien yang diharapkan dari IKT adalah negatif karena nilai koefisien yang semakin besar menunjukkan adanya intoleransi dan sebaliknya, nilai koefisien yang semakin kecil menunjukkan adanya toleransi. IKT terbentuk dari enam indikator yaitu rencana pembangunan jangka menengah daerah (RPJMD), peraturan dan kebijakan pemerintah, tindakan nyata pemerintah, pernyataan pemerintah, peristiwa pelanggaran kebebasan beragama dan berkeyakinan serta demografi penduduk berdasarkan agama. Bila melihat hasil estimasi, maka dapat dikatakan bahwa pemerintah dan masyarakat telah memiliki sikap toleransi yang cukup baik. Kota dengan tingkat toleransi yang tinggi cenderung memiliki penduduk yang lebih terbuka dalam memunculkan ide-ide baru. Lingkungan masyarakat juga lebih mudah menerima individu maupun kelompok baru dengan pemikiran yang kreatif. Keadaan sosial yang demikian mendorong perkembangan ekonomi kreatif.

Bila dilihat lebih lanjut, tingkat toleransi tidak berpengaruh signifikan pada 7 dari 16 subsektor ekonomi kreatif. Tujuh subsektor tersebut yaitu desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, animasi dan video, musik, periklanan serta televisi dan radio. Hampir semua subsektor yang tidak signifikan berbentuk visual kecuali musik dan secara terpisah, radio. Bila melihat data survei ekonomi kreatif 2016 Bekraf dan BPS, tujuh subsektor tersebut tidak termasuk ke dalam subsektor yang dominan berdasarkan jumlahnya. Hal ini terjadi karena ada

dua alasan yang memungkinkan yaitu, pertama, perusahaan atau usaha di tujuh subsektor tersebut memang tidak tergantung dari tingkat toleransi dan/atau kedua, tingkat toleransi yang ada saat ini belum cukup baik untuk mendorong munculnya perusahaan atau usaha ekonomi kreatif di tujuh subsektor tersebut.

Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa toleransi memiliki peranan dalam mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif. Petrikova *et al.* (2013) menyatakan bahwa toleransi memiliki pengaruh yang cukup kuat terhadap tingkat konsentrasi ekonomi kreatif di berbagai wilayah di Republik Slovakia. Indikator yang digunakan dalam menentukan nilai indeks toleransi adalah jumlah populasi yang berorientasi seni pada tingkat populasi setiap wilayah serta jumlah imigran pada tingkat populasi setiap wilayah.