

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

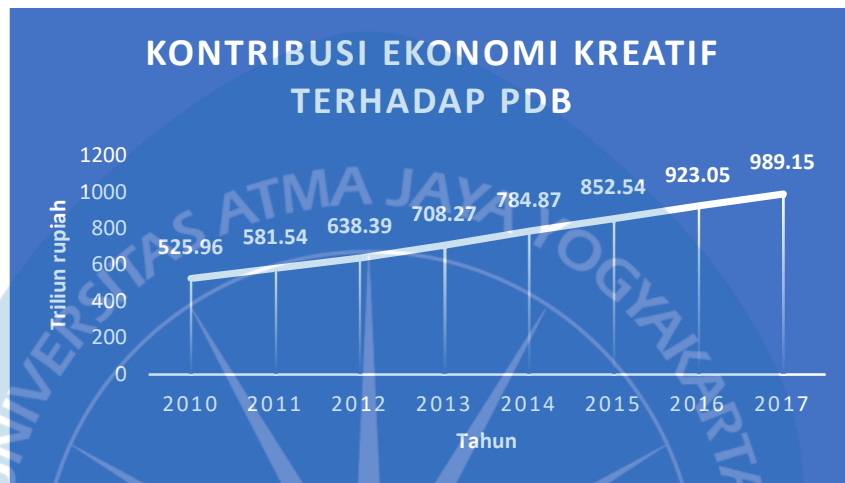
Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi di dalam masyarakat yang bertujuan untuk menghasilkan ide-ide bernilai ekonomi tinggi. Kreativitas itu sendiri tidak memiliki nilai ekonomi tetapi kreativitas perlu untuk ditransformasikan menjadi produk yang dapat diperjualbelikan di pasar. Produk tersebut yang kemudian menghasilkan properti intelektual yang mengacu pada kepemilikan barang atau jasa sehingga dapat dijual di pasar. Ide atau kreatifitas yang tidak terbatas pada properti intelektual yang mengikat pada produk terkait merupakan hal yang menarik dari jenis kegiatan ekonomi ini bahwasannya semua orang memiliki sumber daya tersebut berupa ide atau kreatifitas dan relatif bisa diaplikasikan atau diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Musik, film, video, dan resep makanan merupakan contoh produk yang sederhana dalam konteks ekonomi kreatif dan bahkan dekat dengan kehidupan kita di abad ke-21 ini (Howkins, 2007).

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sumber pertumbuhan ekonomi dalam sebuah evolusi perekonomian suatu negara. Perekonomian sebelum abad ke-18 telah didominasi oleh sektor pertanian yang berbasiskan sumber daya manusia (SDM) dan sumber daya alam (SDA) yang menggerakkan roda perekonomian tersebut dan kemudian pada abad ke-18 telah melalui proses revolusi menjadi perekonomian berbasis industri yang kental akan barang modal sebagai penggerakannya. Perekonomian pada akhir tahun 1950-an kemudian digerakan oleh pengetahuan atau informasi dengan

penciptaan nilai tambah sebagai bahan bakar dalam perputaran roda ekonomi pada waktu itu, dan hal ini bisa dilihat dari munculnya berbagai industri-industri informasi seperti *Google, Facebook, Instagram,* dan lain sebagainya. Tahun 1995 terjadi globalisasi yang mengakibatkan perubahan dari ekonomi yang berbasis informasi menjadi ekonomi yang berbasis kreatifitas atau biasa disebut ekonomi kreatif. Fase ekonomi kreatif ini merupakan fase yang tidak bisa kita pungkiri lagi setelah fase ekonomi informasi pada abad ke-21 ini. Sejarah membuktikan perekonomian telah bertransformasi dari yang berbasis ekonomi pertanian menjadi berbasis ekonomi kreatif (Reis, 2008).

Industri kreatif di Indonesia memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Industri kreatif berperan cukup penting dalam konteks kontribusinya terhadap PDB nasional, dan jika dilihat pada tahun 2010 industri kreatif berkontribusi sebesar 525,96 triliun Rupiah terhadap PDB nasional Indonesia. Kontribusi industri kreatif pada tahun 2011 naik menjadi sebesar 581,54 triliun Rupiah. Tahun 2012 mengalami kenaikan menjadi sebesar 638,39 triliun Rupiah. Tahun 2013 mengalami kenaikan menjadi sebesar 708,27 triliun Rupiah yang kemudian pada tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi sebesar 784,84 triliun Rupiah. Tahun 2015 juga mengalami kenaikan menjadi sebesar 852,54 triliun Rupiah yang kemudian pada tahun 2016 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 932,05 triliun Rupiah. Tahun 2017 kembali mengalami kenaikan sehingga menjadi sebesar 989,15 triliun Rupiah. Industri kreatif jika dilihat dari tren ini maka bisa dikatakan bahwa dari tahun ke tahun mengalami tren positif dalam konteks kontribusinya terhadap PDB nasional.

Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.1 dibawah ini (Kemenparekraf, 2021).



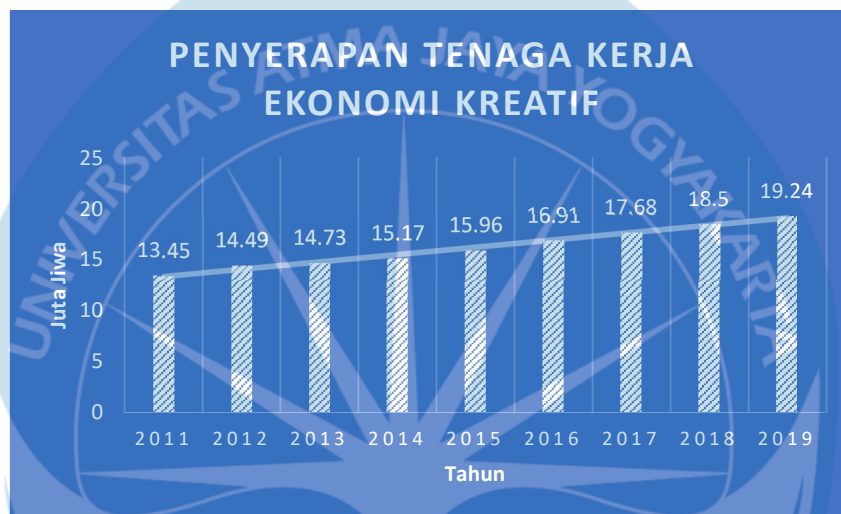
Sumber: Kemenparekraf (2021)

Gambar 1.1

Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Tahun 2010-2017

Industri kreatif di Indonesia jika dilihat dari konteks penyerapan tenaga kerja juga mengalami kenaikan. Industri kreatif di Indonesia pada tahun 2011 menyerap tenaga kerja sebesar 13,45 juta jiwa yang kemudian pada tahun 2012 mengalami kenaikan menjadi sebesar 14,49 juta jiwa. Tahun 2013 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 14,49 juta jiwa yang kemudian disusul pada tahun 2014 mengalami kenaikan menjadi sebesar 15,17 juta jiwa. Tahun 2015 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 15,96 juta jiwa yang disusul tahun 2016 mengalami kenaikan menjadi sebesar 16,91 juta jiwa. Tahun 2017 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 17,68 dan kemudian tahun 2018 naik menjadi 18,5 juta jiwa. Kenaikan kembali terjadi pada tahun

2019 dari tahun sebelumnya sehingga menjadi 19,24 juta jiwa. Penyerapan tenaga kerja industri kreatif jika dilihat dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan hal ini menjadi penting untuk pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.2 dibawah ini (Kemenparekraf, 2021).



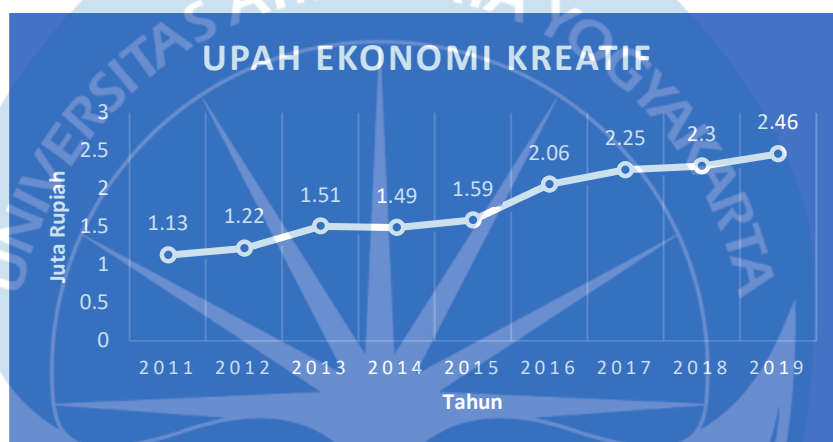
Sumber: Kemenparekraf (2021)

Gambar 1. 2

Penyerapan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Tahun 2011-2019

Industri kreatif dilihat dari penyerapan tenaga kerja yang naik dari tahun ke tahun juga diiringi dengan upah yang ikut naik dari tahun ke tahun. Upah yang ditawarkan oleh industri kreatif pada tahun 2011 adalah sebesar 1,13 juta Rupiah dan pada tahun berikutnya naik menjadi 1,22 juta Rupiah. Upah pada tahun 2013 kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 1,51 juta Rupiah yang kemudian pada tahun 2014 mengalami penurunan sehingga menjadi sebesar 1,49 juta Rupiah. Upah pada tahun 2015 kemudian kembali mengalami kenaikan sehingga menjadi sebesar 1,59 juta Rupiah.

Tahun 2016 mengalami kenaikan yang cukup tinggi sehingga menjadi sebesar 2,06 juta Rupiah yang kemudian tahun berikutnya kembali mengalami kenaikan menjadi sebesar 2,25 juta Rupiah. Upah pada tahun berikutnya yaitu tahun 2018, dan tahun 2019 berturut-turut naik menjadi sebesar 2,3 juta Rupiah dan 2,46 juta Rupiah. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.3 dibawah ini (Kemenparekraf, 2021).

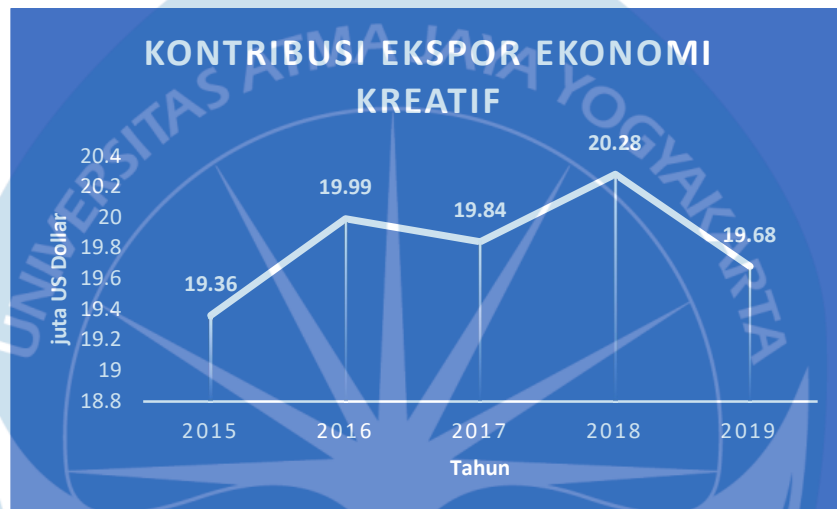


Sumber: Kemenparekraf (2021)

Gambar 1.3
Upah Ekonomi Kreatif Tahun 2011-2019

Industri kreatif di Indonesia juga berperan atau berkontribusi terhadap ekspor Indonesia yang setiap tahun mengalami fluktuasi. Industri kreatif di Indonesia pada tahun 2015 menyumbang sebesar 19,36 juta US Dollar terhadap total ekspor Indonesia yang kemudian pada tahun berikutnya naik menjadi sebesar 19,99 juta US Dollar. Kontribusi ekspor industri kreatif di Indonesia tahun 2017 turun menjadi sebesar 19,84 juta US Dollar. Kontribusi ekspor industri kreatif di Indonesia tahun 2018 naik menjadi sebesar 20,28 juta US Dollar yang kemudian pada tahun berikutnya turun menjadi

sebesar 19,68 juta US Dollar. Kontribusi ekspor industri kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi tetapi tetap berkisar di angka 19 juta US Dollar. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.4 dibawah ini (Kemenparekraf, 2021).

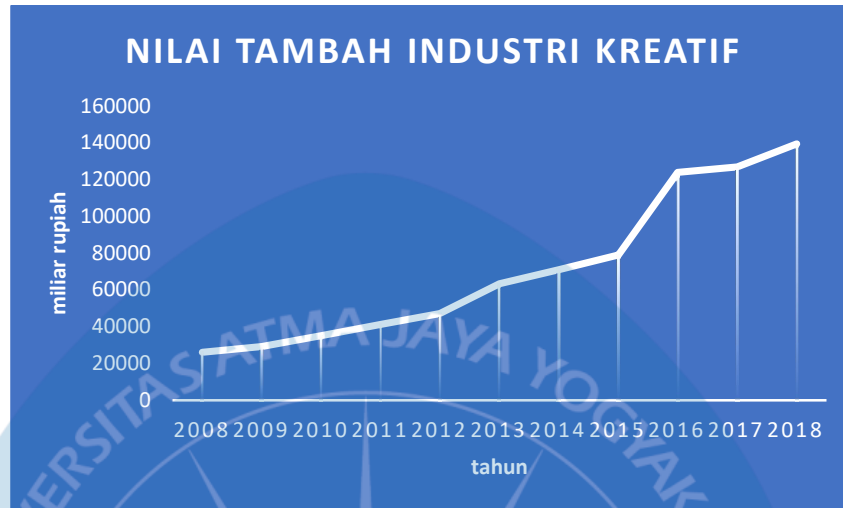


Sumber: Kemenparekraf (2021)

Gambar 1. 4

Kontribusi Ekspor Ekonomi Kreatif Tahun 2015-2019

Nilai tambah industri kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Pada tahun 2008 nilai tambah mencapai angka sebesar 26.117 miliar Rupiah. Pada tahun 2012 nilai tambah melonjak menjadi sebesar 46.984 miliar Rupiah. Pada tahun 2018 kembali mengalami lonjakan sehingga menjadi sebesar 139.089 miliar Rupiah. Tahun 2018 merupakan pencapaian nilai tambah tertinggi dan tahun 2008 dengan nilai tambah terendah pada rentang tahun 2008-2018. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.5 dibawah ini (Badan Pusat Statistik, 2022).

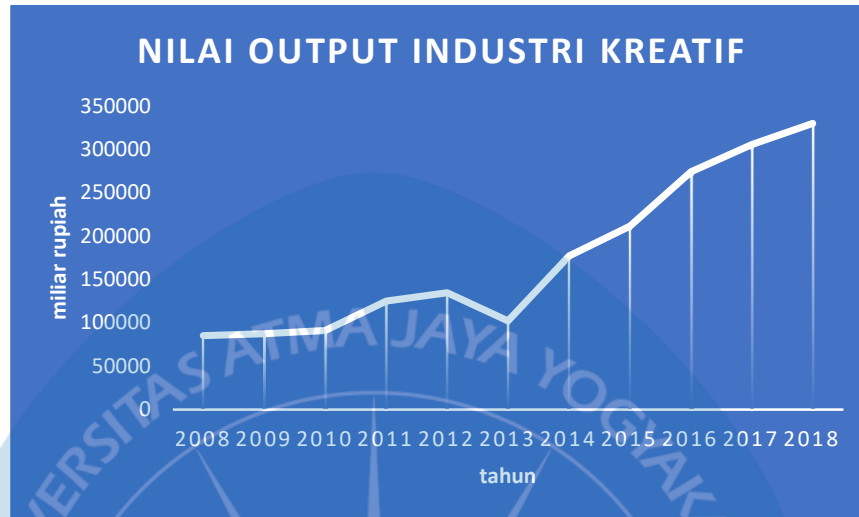


Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Gambar 1.5

Nilai Tambah Industri Kreatif Tahun 2008-2018

Nilai *output* industri kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun secara garis besar cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2008 nilai *output* mencapai angka sebesar 85.013 miliar Rupiah. Pada tahun 2012 nilai *output* mencapai angka sebesar 134.314 miliar Rupiah. Pada tahun 2013 nilai *output* mengalami penurunan sehingga menjadi sebesar 101.906 miliar Rupiah. Pada tahun 2018 nilai *output* kembali mengalami kenaikan mencapai angka sebesar 329.216 miliar Rupiah. Tahun 2018 merupakan pencapaian nilai *output* tertinggi dan tahun 2008 dengan nilai *output* terendah pada rentang tahun 2008-2018. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.6 dibawah ini (Badan Pusat Statistik, 2022).



Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Gambar 1.6

Nilai Output Industri Kreatif Tahun 2008-2018

Produktivitas tenaga kerja industri kreatif di Indonesia dari tahun ke tahun cenderung mengalami kenaikan. Pada tahun 2008 produktivitas tenaga kerja mencapai angka sebesar 88.403 miliar Rupiah. Pada tahun 2010 mengalami kenaikan sehingga mencapai angka sebesar 123.342 miliar Rupiah. Pada tahun 2011 produktivitas tenaga kerja mengalami penurunan sehingga menjadi sebesar 120.562 miliar Rupiah. Tahun 2015 produktivitas tenaga kerja kembali mengalami kenaikan sehingga menjadi sebesar 224.655 miliar Rupiah. Tahun 2016 produktivitas tenaga kerja mengalami penurunan kembali sehingga menjadi sebesar 213.339 miliar Rupiah. Tahun 2018 produktivitas tenaga kerja kembali mengalami kenaikan sehingga mencapai angka sebesar 315.007 miliar Rupiah. Tahun 2018 merupakan pencapaian produktivitas tenaga kerja tertinggi dan tahun 2008 dengan produktivitas tenaga kerja terendah pada

rentang tahun 2008-2018. Penjelasan secara grafis dapat dilihat pada Gambar 1.7 dibawah ini (Badan Pusat Statistik, 2022).



Sumber: Badan Pusat Statistik (2022)

Gambar 1.7

Produktivitas Tenaga Kerja Industri Kreatif Tahun 2008-2018

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Nadlifatin *et al.* (2020) mengatakan bahwa permasalahan yang sering terjadi pada usaha subsektor *fashion* adalah terkait persediaan bahan baku, pembayaran, dan pengiriman pesanan. Penggunaan teknologi seperti *Microsoft Excel* dalam melakukan aktivitas pembayaran uang muka sehingga dapat lebih terorganisasi dengan baik. Model bisnis yang direkomendasikan ialah yang terkait dengan *heuristic process, design, dan initiate* (Elizabeth *et al.*, 2021).

Penelitian terdahulu yang ditulis oleh Riza Fathoni Ishak dan Somadi (2019) mengatakan bahwa pada umumnya tingkat efisiensi dipengaruhi oleh investasi, permodalan, dan tenaga kerja. Penggunaan investasi yang bijaksana serta diiringi

dengan suntikan modal dan tenaga kerja yang digunakan akan mampu menghasilkan keuntungan yang besar. Semakin efisien sebuah industri maka akan semakin bisa bertahan dari tantangan-tantangan perekonomian meskipun faktor eksternal juga ikut mempengaruhi seperti pajak, inflasi, kenaikan harga bahan baku, tenaga kerja, dan lain sebagainya (Ishak dan Somadi, 2019).

Keberlangsungan industri kreatif di Indonesia perlu untuk dijaga karena dampaknya pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Keberlangsungan ini menjadi pondasi awal peneliti dalam menganalisis permasalahan yang dialami oleh industri kreatif di Indonesia. Peneliti melihat fenomena industri kreatif di Indonesia dengan berfokus pada bagaimana pengaruh pertumbuhan produktivitas tenaga kerja dan pertumbuhan nilai *output* terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan pada bagian latar belakang, maka rumusan masalah yang telah disusun dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh pertumbuhan produktivitas tenaga kerja terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018 ?
2. Bagaimanakah pengaruh pertumbuhan nilai *output* terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dituliskan diatas, maka tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan produktivitas tenaga kerja terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pertumbuhan nilai *output* terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat terutama untuk :

1. Bagi Peneliti, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan bahan perbandingan atau referensi dalam studi kedepannya yang terkait dengan riset ini dan juga menambah pengalaman dan wawasan peneliti mengenai industri kreatif di Indonesia.
2. Bagi Pemerintah, Penelitian ini diharapkan mampu menjadi salah satu bahan referensi untuk pemerintah dalam membuat kebijakan mengenai kinerja industri kreatif di Indonesia.
3. Bagi Pelaku Usaha Industri Kreatif, Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran bagi pelaku industri kreatif agar memiliki wawasan dalam mengambil keputusan bisnis serta dapat mendorong para pelaku industri kreatif agar selalu berkreasi dan berinovasi.

1.5 Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka dari itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga pertumbuhan produktivitas tenaga kerja berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018.
2. Diduga pertumbuhan nilai *output* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap pertumbuhan nilai tambah industri kreatif di Indonesia tahun 2009-2018.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika skripsi ini dibagi menjadi 5 bab. Keterangan mengenai bab-bab yang akan dibahas pada skripsi ini dijabarkan dibawah ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini berisi penjelasan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini berisi tentang teori struktur pasar, perilaku, dan kinerja (*SCP*), gambaran industri kreatif di Indonesia, dan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab III ini berisi tentang penjelasan mengenai jenis penelitian, metode pengumpulan data, variabel-variabel penelitian dan teknik pemilihan model regresi yang diteliti.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi hasil pengujian model regresi penelitian dan hasil interpretasi dari hasil yang telah teruji.

BAB V PENUTUP

Bab V ini berisi kesimpulan yang didapat dari penelitian ini dan saran yang memungkinkan untuk bisa diberikan kepada para pemangku kepentingan yang relevan terhadap industri kreatif di Indonesia.

