



PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

**PENTINGNYA PEMBENTUKAN KOPERASI KREATIF
SEBAGAI AKSELERATOR PERKEMBANGAN
INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA**

**BIDANG KEGIATAN :
PKM – GT**

Diusulkan Oleh :

Fakhrul Aufa	H14060412
Muhammad Sholeh	H14062440

**INSTITUT PERTANIAN BOGOR
2009**

LEMBAR PENGESAHAN PROGRAM KREATIVITAS MAHASISWA

Judul Tulisan : **“PENTINGNYA PEMBENTUKAN KOPERASI KREATIF
SEBAGAI AKSELERATOR PERKEMBANGAN
INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA”**

Bidang Kegiatan : **PKM-GT**

Ketua Pelaksana Kegiatan

- a. Nama Lengkap : Fakhrul Aufa
- b. NIM : H14060412
- c. Jurusan : Ilmu Ekonomi
- d. Institusi : Institut Pertanian Bogor
- e. Alamat Rumah dan no.HP : Komplek TVRI blok A5-69, Jatirahayu,
Pondok Gede, Bekasi, 17414. 081808666559
- f. Alamat Email : Fachrul_aufa@yahoo.com

Anggota Pelaksana Penulis : 1 (satu) Orang

Dosen Pendamping

- a. Nama Lengkap dan gelar : Toni Irawan, M.App. Ec
- b. NIP : 132 311 724
- c. Alamat Rumah dan no.HP : Laladon Indah, 081318785770

Bogor, 31 Maret 2009

Menyetujui,

Ketua Departemen

Ketua Pelaksana Kegiatan,

Rina Oktaviani, Ph.D

NIP. 131 846 872

Wakil Rektor

Bidang Akademik dan Kemahasiswaan
Institut Pertanian Bogor

Fakhrul Aufa

H14060412

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Ir. Yonny Koesmaryono, MS.

NIP. 131 473 999

Toni Irawan, M.App.Ec

NIP. 132 311 724

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur marilah kita panjatkan Kehadirat Allah SWT karena atas berkat, rahmat, dan hidayah-Nyalah maka penulis dapat menyelesaikan karya tulis ilmiah berjudul "Pentingnya Pembentukan Koperasi Kreatif Sebagai Akselerator Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia".

Penulisan karya tulis ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap kemajuan perekonomian Indonesia, tentunya hasil karya tulis ini adalah buah keprihatinan dan kepedulian Penulis dalam memajukan perekonomian Indonesia.

Ucapan terima kasih tak lupa penulis sampaikan kepada dosen pembimbing serta seluruh pihak yang telah membantu penyelesaian karya tulis ilmiah ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan karya tulis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Bogor, Maret 2009

Penulis

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii
Daftar Gambar.....	iv
Daftar Tabel	v
Ringkasan.....	vi
Bab I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan Penulisan.....	4
1.4. Manfaat Penulisan.....	4
Bab II Telaah Pustaka	
2.1. Ekonomi Kreatif.....	5
2.2. Industri Kreatif.....	6
2.3. Kerangka Pemikiran.....	7
Bab III Metode Penulisan	
3.1. Jenis dan Sumber Data.....	8
3.2. Metode Analisis	8
Bab IV Analisis dan Sintesis	
4.1. Gambaran Umum dan Kontribusi Industri Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia.....	9
4.2. Pentingnya Pengembangan Ekonomi dan Industri Kreatif Dalam Rangka Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia.....	11
4.3. Hambatan Dalam Pengembangan Industri Kreatif Di Indonesia.....	13
4.4. Koperasi Kreatif sebagai akselerator Industri Kreatif.....	15
Bab V Penutup	
5.1. Kesimpulan	19
5.2. Saran.....	20
Daftar Pustaka	21
Lampiran	

DAFTAR GAMBAR

No		Halaman
1	Rata-rata pertumbuhan tenaga kerja tahun 2002-2006 dari beberapa sektor.....	3
2	Ringkasan Sistem Ekonomi Kreatif.....	5
3	Bagan Alur Pemikiran.....	7
4	Bagan Metode Penulisan.....	8
5	Persentase Kontribusi PDB Industri Kreatif tahun 2002 – 2006.....	12

DAFTAR TABEL

No		Halaman
1	Ringkasan Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif.....	2
2	Nilai Tambah Subsektor Industri Kreatif Terhadap PDB Nasional..	10
3	Kontribusi Industri Kreatif PDB tahun 2002-2006.....	12

RINGKASAN

Kesadaran bahwa Indonesia akan kalah bersaing di pasar dunia jika mengandalkan produk berteknologi tinggi sungguh sangat tepat. Konteksnya bukan karena Indonesia adalah bangsa yang minder dalam bidang teknologi, akan tetapi lebih disebabkan karena Indonesia harus lebih fokus dalam mengembangkan produk unggulannya berupa produk-produk berbasis *traditional knowledge and arts* dan produk-produk yang bersumber pada keanekaragaman hayati Indonesia sendiri. Produk semacam ini jelas memiliki keunggulan *competitive* dibandingkan dengan produk negara lain karena memiliki karakter yang jelas dan tidak dimiliki oleh negara lain.

Kegiatan perekonomian di era ekonomi kreatif ini digerakkan oleh industri kreatif yang melihat nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi pada pemanfaatan kreativitas dan inovasi. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi dan kreativitas.

Di sejumlah negara, industri kreatif mampu mendongkrak perekonomian dan menciptakan lapangan kerja, selain itu juga memunculkan banyak peluang bisnis baru. Di beberapa negara maju seperti Inggris, sumbangan industri kreatif terhadap PDB mencapai 7,9%, melampaui pendapatan dari sektor industri manufaktur yang hanya 5%. Pertumbuhannya rata-rata 9% per tahun, jauh diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi negara maju yang berkisar 2-3%. Sementara di Australia, industri kreatifnya menyumbang sekitar 3,3% terhadap PDB dengan rata-rata pertumbuhan per tahun mencapai 5,7%.

Menurut Departemen Perdagangan, industri kreatif Indonesia saat ini menyumbang PDB sekitar 6,3%. Nilai pasar (*sales*) tahun 2007 mencapai Rp. 19 triliun. Sementara pemasukan devisa dari pengembangan industri ini baru sekitar USD2miliar. Nilai pasar (*sales*) per sektor industri kreatif tahun 2007 rata-rata mencapai Rp19 triliun dan diperkirakan terus meningkat. Di tahun 2009, estimasi nilai pasar industri kreatif diperkirakan mencapai Rp. 82 triliun.

Namun dalam kenyataannya, Industri kreatif di Indonesia masih memiliki beberapa hambatan dan belum berkembang dengan pesat. Adapun perumusan masalah dari makalah ini adalah Seberapa pentingkah kontribusi Industri Kreatif dalam menunjang perekonomian Indonesia, Apa sajakah kendala yang selama ini dihadapi oleh Industri Kreatif, dan Kenapa harus koperasi kreatif sebagai akselerator. Sedangkan tujuan penulisan karya tulis ini adalah untuk mengetahui bagaimana kontribusi dan pentingnya pengembangan industri kreatif bagi perekonomian Indonesia, menganalisis dan mengetahui hambatan industri kreatif di Indonesia, dan memberikan gagasan untuk terbentuknya koperasi kreatif sebagai akselerator bagi pengembangan industri kreatif di Indonesia.

Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran, serta konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, dan hiburan (Aufa, 2008). Sedangkan industri kreatif adalah Industri-industri yang berbasis kreativitas, keterampilan dan talenta yang memiliki potensi peningkatan kesejahteraan serta penciptaan tenaga kerja dengan cara menciptakan dan mengeksploitasi Hak Kekayaan Intelektual.

Adapun sektor-sektor dalam industri kreatif menurut Departemen Perdagangan adalah Periklanan, Arsitektur, Pasar seni dan barang antik, Kerajinan, Desain, Desain Fesyen, Video, Film dan Fotografi, Permainan interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan & Percetakan, Layanan Komputer dan piranti lunak, Televisi & radio, Riset dan Pengembangan.

Data-data yang digunakan dalam karya tulis ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain Departemen Perdagangan, sekretariat negara, dan lain-lain. Penulis juga mendapatkan literatur dari media massa, media elektronik, dan berbagai jurnal yang mendukung penelitian penulis.

Analisis yang digunakan dalam karya tulis ini adalah analisis deskriptif. Penulis melakukan pengamatan terhadap keadaan industri kreatif melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Hasil pengamatan tersebut dianalisis dan diolah lebih lanjut untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang terjadi.

Penulis juga menggunakan metode eksploratif. Metode tersebut sangat fleksibel sehingga memudahkan penulis dalam pencarian ide serta petunjuk

mengenai situasi permasalahan serta strategi pemecahannya. Dan pendekatan yang dilakukan penulis adalah pendekatan kualitatif.

Industri Kreatif di Indonesia yang masih belum banyak tersentuh oleh campur tangan pemerintah ternyata cukup berperan dalam membangun perekonomian nasional. Sektor ini berkontribusi sebesar Rp 104,4 triliun rupiah di 2006, atau berperan rata-rata 4,75% di periode 2002-2006 dalam PDB nasional.

Jumlah ini melebihi sumbangan yang diberikan oleh sektor listrik, gas, dan air bersih. Kemudian yang lebih menjanjikan dari Industri Kreatif di Indonesia adalah kemampuannya dalam percepatan menghadirkan lapangan usaha baru. Sektor ini mampu menyerap 4,5 juta pekerja dengan tingkat pertumbuhan sebesar 17,6% di tahun 2006. Nilai pertumbuhan ini jauh melebihi tingkat pertumbuhan tenaga kerja nasional yang hanya tumbuh sebesar 0,54%. Jumlah perusahaan baru meningkat sebanyak 25,05%, juga jauh dibandingkan keseluruhan nasional yang hanya 14,41% di tahun yang sama.

Industri kreatif telah memberikan kontribusi PDB pada urutan ke 7 dari 10 sektor lapangan usaha yang telah dianalisis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu rata-rata sebesar Rp 104,6 triliun (6,28 persen) pada tahun 2002-2006. Dengan keanekaragaman budaya, industri kreatif di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang pesat. Pada tahun 2002-2006 industri kreatif mampu menyerap tenaga kerja rata-rata sebesar 5,4 juta pekerja di Indonesia dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8 persen serta produktivitas tenaga kerja mencapai Rp 19,5 juta per pekerja setiap tahun, lebih tinggi dari produktivitas nasional yang hanya mencapai kurang dari Rp 18 juta per pekerja per tahun.

Masih terdapat beberapa hambatan dalam proses pengembangannya, diantaranya adalah: (1) Lemahnya kemampuan daerah dalam memberdayakan potensi daerah, (2) Lemahnya koordinasi dan kepemimpinan pemerintah, (3) Lemahnya perlindungan hak kekayaan intelektual, (4) Lemahnya sarana, prasarana pendukung, dan teknologi dan (5) Lemahnya standarisasi data statistic.

Adapun solusi yang kami rekomendasikan adalah pembentukan Koperasi kreatif. Koperasi kreatif sendiri akan berperan dalam (1) Penguatan dalam pelaksanaan kebijakan industri kreatif, (2) Penguatan regulasi perlindungan hak dan kekayaan intelektual, (3) Pembentukan komunitas-komunitas kreatif, (4)

Branding, promosi dan perluasan pangsa pasar, (5) Penghargaan bagi para insan kreatif, (6) Perbaikan iklim investasi dan akses permodalan, dan (7) Pemantapan pendidikan dan pelatihan pekerja untuk industri kreatif.

Kita berharap ekonomi kreatif berbasis warisan budaya dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yang mampu memberi kontribusi besar pada kehidupan rakyat seperti diukur dari sumbangannya terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, pemberdayaan UKM serta sebagai pembangun citra dan identitas bangsa. Sehingga pengembangan ekonomi kreatif menjadi begitu penting sebagai alternatif pembangunan perekonomian Indonesia.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, dan Koperasi Kreatif

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kesadaran bahwa Indonesia akan kalah bersaing di pasar dunia jika mengandalkan produk berteknologi tinggi sungguh sangat tepat. Konteksnya bukan karena Indonesia adalah bangsa yang minder dalam bidang teknologi, akan tetapi lebih disebabkan karena Indonesia harus lebih fokus dalam mengembangkan produk unggulannya berupa produk-produk berbasis *traditional knowledge and arts* dan produk-produk yang bersumber pada keanekaragaman hayati Indonesia sendiri. Produk semacam ini jelas memiliki keunggulan *competitive* dibandingkan dengan produk negara lain karena memiliki karakter yang jelas dan tidak dimiliki oleh negara lain.

Selain itu, di tengah persaingan ekonomi dunia yang semakin ketat, Indonesia didorong untuk menggali sumber ekonomi alternatif bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Solusinya adalah Ekonomi kreatif, yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, telah menjadi salah satu harapan potensial bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saing di arena ekonomi global.

Kegiatan perekonomian di era ekonomi kreatif ini digerakkan oleh industri kreatif yang melihat nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi pada pemanfaatan kreativitas dan inovasi. Industri tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau mutu produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi dan kreativitas.

Di sejumlah negara, industri kreatif mampu mendongkrak perekonomian dan menciptakan lapangan kerja, selain itu juga memunculkan banyak peluang bisnis baru. Di beberapa negara maju seperti Inggris, sumbangan industri kreatif terhadap PDB mencapai 7,9%, melampaui pendapatan dari sektor industri manufaktur yang hanya 5%. Pertumbuhannya rata-rata 9% per tahun, jauh diatas rata-rata pertumbuhan ekonomi negara maju yang berkisar 2-3%. Sementara di

Australia, industri kreatifnya menyumbang sekitar 3,3% terhadap PDB dengan rata-rata pertumbuhan per tahun mencapai 5,7% (Simatupang, 2008).

Industri kreatif perlu untuk terus dipacu dan dikembangkan karena mampu mendongkrak devisa negara. Industri kreatif dunia telah menyumbang PDB global sebesar USD2 triliun pada 2000 dan diperkirakan akan mencapai USD6,6 triliun pada 2010 atau tumbuh rata-rata 5% per tahun.

Menurut Departemen Perdagangan, industri kreatif Indonesia saat ini menyumbang PDB sekitar 6,3%. Nilai pasar (*sales*) tahun 2007 mencapai Rp. 19 triliun. Sementara pemasukan devisa dari pengembangan industri ini baru sekitar USD2miliar. Nilai pasar (*sales*) per sektor industri kreatif tahun 2007 rata-rata mencapai Rp19 triliun dan diperkirakan terus meningkat. Di tahun 2009, estimasi nilai pasar industri kreatif diperkirakan mencapai Rp. 82 triliun. Berikut ini ringkasan dari kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia.

Tabel 1.
Ringkasan Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif

Indikator	Satuan	2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata	Peringkat
1. Berbasis Produk Domestik Bruto (PDB)								
a. Nilai Tambah	Miliar Rupiah	72.013	75.563	79.892	81.015	86.914	79.079	9
b. Pertumbuhan Nilai Tambah	Persen		4,93%	5,73%	1,41%	7,28%	4,84%	8
c. % Nilai terhadap Total PDB	Persen	4,78%	4,79%	4,82%	4,63%	4,71%	4,75%	9
2. Berbasis Ketenagakerjaan								
a. Jumlah Tenaga Kerja	Orang	3.331.373	3.186.734	3.697.052	3.813.122	4.483.953	3.702.447	7
b. Tingkat Partisipasi Pekerja	Persen	3,63%	3,51%	3,94%	4,02%	4,70%	3,96%	7
c. Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja	Persen	-	-4,34%	16,01%	3,14%	17,59%	8,10%	3
d. Produktivitas Tenaga Kerja	Rp Ribu/Orang	21.617	23.712	21.610	21.246	19.383	21.514	6
3. Berbasis Aktivitas Perusahaan								
a. Nilai Ekspor	Ribu Rupiah	38.099.672.139	35.805.832.902	44.255.655.443	47.108.719.278	60.389.352.240	45.131.847.200	6
b. Pertumbuhan Ekspor	Persen	-	-6,02%	23,60%	6,45%	28,19%	13,05%	6
c. % Ekspor terhadap Total ekspor	Persen	7,52%	7,06%	6,68%	5,95%	6,77%	6,80%	6
d. Jumlah Perusahaan	Perusahaan	1.078.024	938.850	1.232.286	1.216.161	1.520.759	1.197.216	6
e. Pertumbuhan Jumlah Perusahaan	Persen	-	2,78%	19,01%	-5,40%	14,41%	7,70%	4
f. % Jumlah Perusahaan terhadap jumlah Total perusahaan	Persen	2,54%	2,27%	2,88%	2,92%	3,60%	2,84%	6

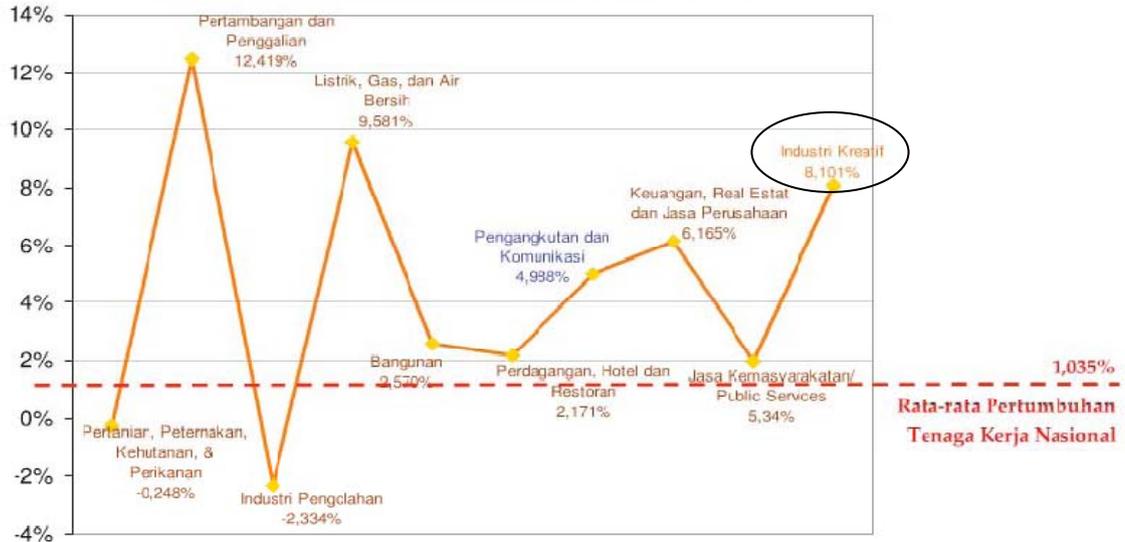
Sumber : Departemen Perdagangan RI 2008

Terlihat peningkatan yang signifikan dari kontribusi PDB industri kreatif terhadap PDB nasional. Penyerapan tenaga kerjanya pun menduduki peringkat yang tidak boleh kita remehkan. Selain itu terdapat tren pertumbuhan penyerapan

tenaga kerja yang terus naik. Jelas sekali industri kreatif punya andil yang besar dalam penyerapan tenaga kerja yang dimana pengembangannya lebih lanjut akan meningkatkan taraf hidup banyak rakyat Indonesia.

Gambar 1.

Rata-rata pertumbuhan tenaga kerja 2002-2006 dari beberapa sektor



Sumber : Departemen Perdagangan RI, 2008

Namun dalam kenyataannya, Industri kreatif di Indonesia masih memiliki beberapa hambatan dan belum berkembang dengan pesat. Makalah ini akan menyoroiti permasalahan yang menyebabkan industri kreatif tidak berkembang sebagai mesin utama bagi pembangunan ekonomi bangsa. Selain itu, Penulis menawarkan gagasan untuk dibentuknya koperasi – koperasi kreatif yang akan berperan sebagai akselerator bagi percepatan perkembangan industri kreatif di Indonesia. Kenapa Penulis menawarkan gagasan untuk pembentukan koperasi kreatif, hal inilah yang akan dibahas dalam makalah ini.

1.2. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah dari makalah ini adalah :

- 1) Seberapa pentingkah kontribusi Industri Kreatif dalam menunjang perekonomian Indonesia ?
- 2) Apa sajakah kendala yang selama ini dihadapi oleh Industri Kreatif ?
- 3) Kenapa harus koperasi kreatif sebagai akselerator ?

1.3. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan karya tulis ini adalah untuk:

- 1) Mengetahui bagaimana kontribusi dan pentingnya pengembangan industri kreatif bagi perekonomian Indonesia;
- 2) Menganalisis dan mengetahui hambatan industri kreatif di Indonesia;
- 3) Memberikan gagasan untuk terbentuknya koperasi kreatif sebagai akselerator bagi pengembangan industri kreatif di Indonesia

1.4 Manfaat Penulisan

Karya tulis ini bermanfaat bagi pemerintah, produsen, para ekonom, masyarakat, dan bagi kalangan akademisi. Manfaat – manfaat tersebut di antaranya:

1. Pemerintah akan semakin mendorong kebijakan untuk meningkatkan potensi pengembangan industri kreatif sebagai salah satu alternatif pembangunan ekonomi di Indonesia.
2. Membantu para produsen untuk melihat prospek pengembangan industri kreatif dan mengidentifikasi peluang serta hambatan pengembangan industri kreatif.
3. Membantu para ekonom untuk bersikap lebih kritis terhadap permasalahan yang ada, khususnya yang terkait dengan pengembangan industri kreatif sehingga semakin membantu para pembuat kebijakan dalam melakukan tindakan sekaligus memperbaiki perekonomian bangsa.
4. Masyarakat dapat mengetahui dan menyadari mengenai pentingnya industri kreatif sehingga nantinya akan membeli produk-produk industri kreatif buatan dalam negeri..
5. Kalangan akademisi dapat menambah khazanah ilmu pengetahuan dan menjadikan tulisan ini sebagai bahan rujukan dalam membuat karya tulis lainnya.

BAB II TELAAH PUSTAKA

2.1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai sistem kegiatan manusia yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran, serta konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, dan hiburan. Ekonomi kreatif bersumber pada kegiatan ekonomi dari industri kreatif. Secara umum, industri kreatif dalam Wikipedia didefinisikan sebagai industri yang berfokus pada kreasi dan eksploitasi karya kepemilikan intelektual seperti seni, film, permainan, atau desain fashion, dan termasuk layanan kreatif antar perusahaan seperti iklan (Aufa, 2008).

Simatupang, T.M. (2007) mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif adalah:

- Sistem kegiatan lembaga dan manusia yang terlibat dalam produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang bernilai kultural, artistik, dan hiburan.
- Pelanggan mempunyai ikatan estetika, intelektual, dan emosional yang memberikan nilai terhadap produk kreatif di pasar.
- Mesin ekonomi kreatif adalah industri kreatif

Gambar 2.

Ringkasan Sistem Ekonomi Kreatif



Sumber: Simatupang, 2008

2.2. Industri Kreatif

...those industries which have their origin in individual creativity, skill, and talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.' (UK Departement of Culture Media and Sport dalam Rajasa, 2008)

Industri Kreatif adalah Industri-industri yang berbasis kreativitas, keterampilan dan talenta yang memiliki potensi peningkatan kesejahteraan serta penciptaan tenaga kerja dengan cara menciptakan dan mengeksploitasi HKI (Simatupang, 2008).

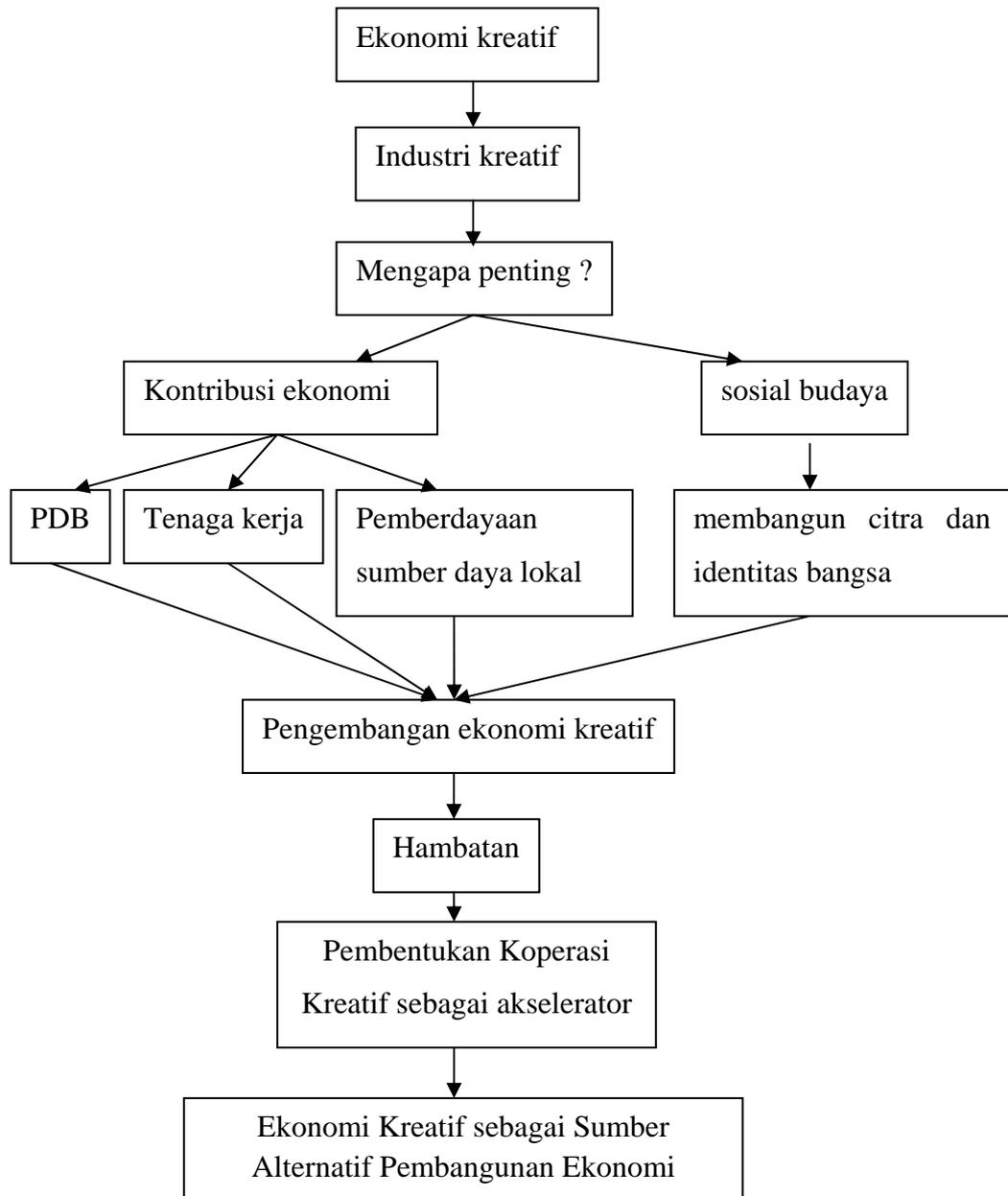
Dari definisi ini, harus digaris bawahi poin-poin pentingnya:

- 1) Kreativitas, keterampilan dan talenta : Berbasis pada otak manusia yaitu kreatifitas (baik artistik maupun non-artistik seperti sains). Berbeda dengan sumber daya alam yang akan terus berkurang, kreatifitas adalah sumber daya yang tidak terbatas.
- 2) Peningkatan kesejahteraan: suatu konsep dalam meraih kesejahteraan.
- 3) Penciptaan dan eksploitasi berbasis Hak Kekayaan Intelektual

Adapun sektor-sektor dalam industri kreatif menurut Departemen Perdagangan adalah:

- 1) Periklanan;
- 2) Arsitektur;
- 3) Pasar seni dan barang antik;
- 4) Kerajinan;
- 5) Desain;
- 6) Desain Fesyen;
- 7) Video, Film dan Fotografi;
- 8) Permainan interaktif;
- 9) Musik;
- 10) Seni Pertunjukan;
- 11) Penerbitan & Percetakan;
- 12) Layanan Komputer dan piranti lunak;
- 13) Televisi & radio;
- 14) Riset dan Pengembangan

2.3. Kerangka Pemikiran



Gambar 3 . Bagan alur pemikiran

BAB III

METODE PENULISAN

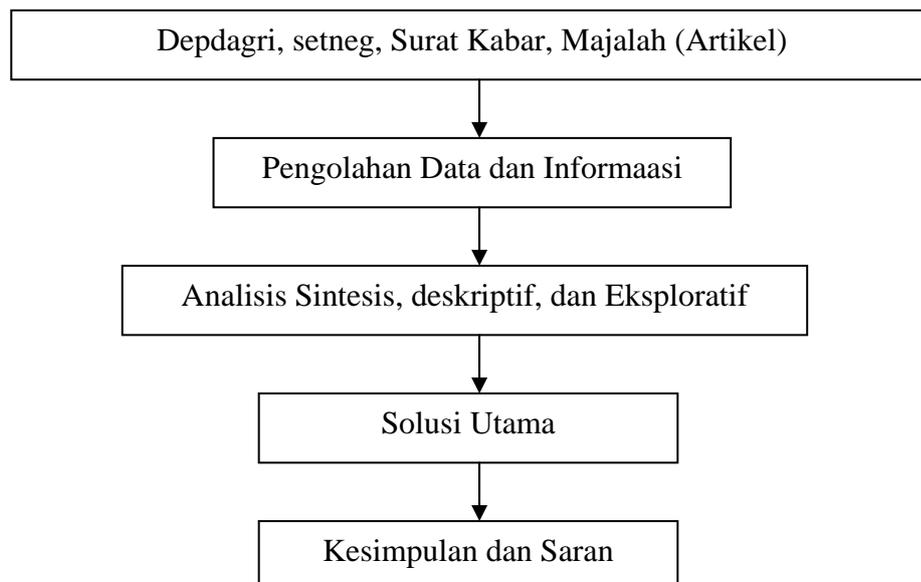
3.1 . Jenis dan Sumber Data

Data-data yang digunakan dalam karya tulis ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber antara lain Departemen Perdagangan, sekretaris negara, dan lain-lain. Penulis juga mendapatkan literatur dari media massa, media elektronik, dan berbagai jurnal yang mendukung penelitian penulis.

3.2. Metode Analisis

Analisis yang digunakan dalam karya tulis ini adalah analisis deskriptif. Penulis melakukan pengamatan terhadap keadaan industri kreatif melalui media massa baik cetak maupun elektronik. Hasil pengamatan tersebut dianalisis dan diolah lebih lanjut untuk mencari solusi terhadap permasalahan yang terjadi.

Penulis juga menggunakan metode eksploratif. Metode tersebut sangat fleksibel sehingga memudahkan penulis dalam pencarian ide serta petunjuk mengenai situasi permasalahan serta strategi pemecahannya. Dan pendekatan yang dilakukan penulis adalah pendekatan kualitatif.



Gambar 4. Bagan Metode Penulisan

BAB IV

ANALISIS DAN SINTESIS

John Howkins dalam *The Creative Economy* (2001) menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif setelah menyadari untuk pertama kalinya pada tahun 1996 karya hak cipta Amerika Serikat mempunyai nilai penjualan ekspor sebesar 60,18 miliar dolar (sekitar Rp 600 triliun) yang jauh melampaui ekspor sektor lainnya seperti otomotif, pertanian, dan pesawat. Howkins berargumentasi bahwa ekonomi baru sudah muncul seputar industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain.

Kemudian, Menteri Perdagangan Republik Indonesia Mari Elka Pangestu mengatakan pemerintah Indonesia akan mendorong pengembangan industri kreatif karena industri ini memberikan sumbangan yang signifikan bagi pendapatan nasional bruto (PDB). Industri kreatif telah menjadi salah satu program prioritas pemerintah untuk meningkatkan daya saing, memacu ekspor nonmigas dan menjadi sumber baru untuk pertumbuhan dan penciptaan lapangan kerja.

Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengidentifikasi prospek pengembangan industri kreatif di Indonesia dengan melihat hambatan dan bagaimana nantinya koperasi kreatif berperan sebagai akselerator sehingga nantinya industri kreatif dapat menghasilkan produk yang kompetitif yang akan meningkatkan perekonomian bangsa.

Dalam pembahasan selanjutnya, akan dijelaskan mengenai kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia.

4.1. Gambaran Umum dan Kontribusi Industri Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia

Industri Kreatif di Indonesia yang masih belum banyak tersentuh oleh campur tangan pemerintah ternyata cukup berperan dalam membangun

perekonomian nasional. Sektor ini berkontribusi sebesar Rp 104,4 triliun rupiah di 2006, atau berperan rata-rata 4,75% di periode 2002-2006 dalam PDB nasional.

Jumlah ini melebihi sumbangan yang diberikan oleh sektor listrik, gas, dan air bersih. Kemudian yang lebih menjanjikan dari Industri Kreatif di Indonesia adalah kemampuannya dalam percepatan menghadirkan lapangan usaha baru. Sektor ini mampu menyerap 4,5 juta pekerja dengan tingkat pertumbuhan sebesar 17,6% di tahun 2006. Nilai pertumbuhan ini jauh melebihi tingkat pertumbuhan tenaga kerja nasional yang hanya tumbuh sebesar 0,54%. Jumlah perusahaan baru meningkat sebanyak 25,05%, juga jauh dibandingkan keseluruhan nasional yang hanya 14,41% di tahun yang sama.

Data-data di atas jelas menunjukkan pentingnya dan prospek yang dimiliki oleh industri kreatif khususnya di tahun-tahun mendatang, yang kiranya akan jauh lebih baik lagi dengan dukungan dari pemerintah, khususnya departemen perdagangan.

Sektor kreatif akan memberikan harapan baru akan munculnya suatu usaha atau kegiatan ekonomi yang lebih banyak mengandalkan sentuhan kreatif individu yang akan membawa mereka ke level kehidupan yang lebih baik. Produktivitas sektor Industri kreatif lebih tinggi dari keseluruhan produktivitas tenaga kerja nasional, karena ekonomi kreatif membawa segenap talenta, bakat, dan hasrat individu untuk menciptakan “nilai tambah” melalui hadirnya produk/jasa kreatif

Tabel 2

Nilai Tambah Subsektor Industri Kreatif Terhadap PDB Nasional

SUBSEKTOR INDUSTRI KREATIF	Nilai Tambah (Ribu Rupiah)
PERIKLANAN	30,000,000,000
DESAIN FESYEN	21,429,510,785
KERAJINAN	14,753,542,049
TELEVISI DAN RADIO	7,818,000,000
ARSITEKTUR	7,473,834,000
MUSIK	6,659,527,393
PERCETAKAN DAN PENERBITAN	6,357,157,272
DESAIN	2,411,822,987
PASAR SENI DAN BARANG ANTIK	2,000,000,000
JASA KOMPUTER DAN PERANGKAT LUNAK	1,379,000,000
FILM & VIDEO	1,363,623,188
RISE I DAN PENGEMBANGAN	1,335,278,280
HIBURAN INTERAKTIF	900,000,000
SENI PERTUNJUKAN	500,000,000

Sumber : Departemen Perdagangan, 2008

Berdasarkan data di atas, terlihat bahwa industri kreatif memiliki kontribusi terhadap nilai tambah perekonomian Indonesia.

Dengan campur tangan pemerintah, maka sektor ini dapat berperan jauh dalam perekonomian nasional. Industri kreatif di Indonesia akan mampu berperan menciptakan banyak lapangan kerja dan wirausahawan-wirausahawan baru, yang akan membantu mengurangi jumlah pengangguran serta tingkat kemiskinan. Kesempatan untuk menjadi wirausahawan baru akan terbuka bagi semua golongan dan individu karena tidak diperlukan modal yang besar dan teknologi tinggi, cukup ide (produk) kreatif, asalkan mereka mau berusaha dan meraihnya.

Selain dampak ekonomi, industri kreatif juga mampu menghadirkan berbagai hal positif lainnya. Studi Industri kreatif di Inggris dan negara lainnya menyebutkan bahwa sektor ini mampu membantu menumbuhkan *individual fulfilment* dan *well-being*, menyatukan bangsa sebagai sebuah komunitas, meningkatkan kualitas pendidikan, serta membuat negara menjadi lebih menarik untuk kepariwisataan. Sehingga sudah saatnya bagi bangsa ini untuk mulai serius dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia.

4.2. Pentingnya Pengembangan Ekonomi dan Industri Kreatif dalam Rangka Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia

Industri kreatif dapat membantu penciptaan lapangan kerja, pengentasan kemiskinan, pelestarian keanekaragaman budaya, dan pembangunan manusia. Sektor yang termasuk industri kreatif menurut UNESCO mencakup warisan budaya, sastra, musik, pertunjukan, seni visual, sinema dan fotografi, radio dan televisi, kegiatan sosial budaya, olah raga dan permainan, serta lingkungan dan alam.

Industri kreatif juga berperan dalam meningkatkan perekonomian nasional. Hal ini dapat dilihat dengan data yang disajikan berikut ini.

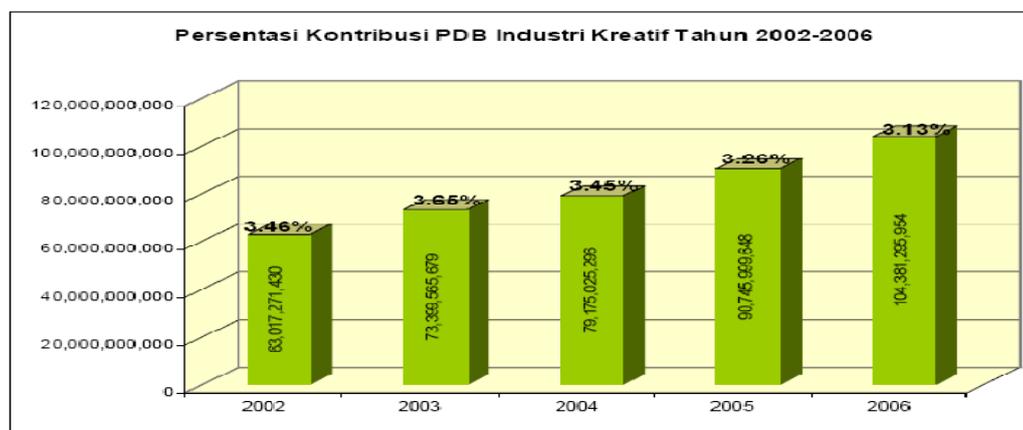
Tabel 3. Kontribusi Industri Kreatif PDB tahun 2002-2006

No	Lapangan Usaha	PDB 2002	PDB 2003	PDB 2004	PDB 2005	PDB 2006
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	281.590.800.000	305.783.500.000	329.124.600.000	363.928.800.000	430.493.900.000
2	Pertambangan dan Penggalian	160.921.400.000	167.572.300.000	205.252.000.000	308.339.100.000	354.626.900.000
3	Industri Pengolahan	487.563.998.105	529.494.309.802	604.542.169.082	727.906.563.364,9	887.162.162.501,5
4	Listrik, Gas, dan Air Bersih	15.392.000.000	19.144.200.000	23.730.300.000	26.893.500.000	30.398.500.000
5	Bangunan	107.211.578.000	121.576.987.000	146.710.172.000	189.902.623.000	241.653.966.000
6	Perdagangan, Hotel dan Restoran	312.186.900.000	335.100.400.000	368.565.900.000	430.154.200.000	496.336.200.000
7	Penangkutan dan Komunikasi	97.970.100.000	118.916.400.000	142.292.000.000	180.968.700.000	230.921.600.000
8	Keuangan, Real Estat dan Jasa Perusahaan	154.442.300.000	174.074.500.000	194.410.900.000	230.587.200.000	271.543.100.000
9	Jasa-jasa/Services	141.537.052.465	168.612.437.519	202.033.143.622	236.133.713.987,2	290.678.075.544,8
10	Industri Kreatif	63.017.271.430	73.389.565.679	79.175.025.296	90.745.989.647,9	104.381.245.953,7
JUMLAH		1.821.833.400.000	2.013.674.600.000	2.295.826.200.000	2.784.960.400.000	3.338.195.700.000
RATA2 KONTRIBUSI INDUSTRI KREATIF		3,46%	3,65%	3,45%	3,26%	3,13%

Sumber : Departemen Perdagangan, 2008

Data di atas telah ditunjukkan bahwa rata-rata kontribusi industri kreatif selama 5 tahun terakhir sebesar 3-4%. Hal ini tentunya merupakan sebuah sinyal positif bagi pengembangan industri kreatif bagi perekonomian Indonesia.

Gambar 5



Sumber : Departemen Perdagangan, 2008

Secara khusus kita dapat melihat dengan jelas pada gambar di atas, bahwa setiap tahun kontribusi industri kreatif semakin meningkat. Sudah saatnya pemerintah menaruh perhatian yang serius untuk mengembangkan sektor tersebut.

4.3. Hambatan Dalam Pengembangan Industri Kreatif Di Indonesia

Dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia ada beberapa kendala yang dapat diidentifikasi, di antaranya adalah sebagai berikut :

- Lemahnya kemampuan daerah dalam memberdayakan potensi daerah

Peluang pengembangan industri kreatif tetap ada karena semua daerah atau kota di Indonesia mempunyai keanekaragaman seni, budaya, dan warisan budaya. Tetapi masalahnya adalah tidak semua daerah mampu mengubahnya menjadi industri yang membuka lapangan kerja, melakukan ekspor karya kreatif, dan mendorong pertumbuhan ekonomi. Perkembangan industri kreatif seperti di Jakarta, Bali, Yogyakarta, dan Bandung lebih banyak karena reaksi pelaku terhadap permintaan, namun belum ada sentuhan perencanaan jangka panjang.

Karena kreativitas dan inovasi lebih berharga dari sumber ekonomi lainnya, pemerintah (regulator) dan perusahaan (operator) memerlukan paradigma baru dalam kebijakan dan manajemen yang lebih cocok dengan kondisi ekonomi kreatif.

- Lemahnya koordinasi dan kepemimpinan pemerintah

Kementerian mana yang menjadi lokomotif pengembangan industri kreatif? Studi kasus pemerintah Inggris menugaskan Kementerian Budaya, Media, dan Olah Raga. Saat ini Menteri Perdagangan dan Menteri Perindustrian baru berbicara tentang pentingnya ekonomi kreatif. Belum ada mandat khusus yang diberikan pemerintah kepada suatu lembaga atau kementerian dengan kewenangan penuh dalam menetapkan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang mampu bersaing dengan negara-negara Asia lainnya.

Selain berkoordinasi dengan kementerian lain seperti Pendidikan Nasional, Kebudayaan dan Pariwisata, dan Tenaga Kerja, lembaga ini juga

berfungsi mendorong pemerintah kota di Indonesia untuk turut mengembangkan ekonomi kreatif sesuai dengan potensinya masing-masing.

- Lemahnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual

Alasan perlindungan kekayaan intelektual adalah memberikan insentif kepada para pengarang dan penemu untuk menciptakan karya intelektual dan menyediakannya kepada publik. Perlindungan bukan hanya kepada individu, tetapi juga domain publik dan kolektif. Setiap pemerintah kota seharusnya aktif melakukan inventarisasi dan perlindungan warisan budaya dan kearifan lokal.

Tahun 2007 lalu kita sempat dihebohkan oleh dipatenkannya lagu daerah “*Rasa Sayange*” oleh Malaysia. Selain itu masih banyak lagi karya anak Indonesia yang terlupakan dan kini di’rebut’ oleh bangsa lain. Hal inilah salah satu bukti pentingnya perlindungan Hak Kekayaan Intelektual.

- Lemahnya sarana, prasarana pendukung, dan teknologi

Hampir semua sarana dan prasarana seperti akses terhadap pendidikan, teknologi, perpustakaan, perizinan, statistik dan hasil riset, kontes, pelatihan, modal, informasi tentang standar teknis dan kesehatan, bantuan teknis, pajak, regulasi persaingan, dan lain-lain harus dibangun dari nol dalam rentang waktu yang panjang.

- Lemahnya standardisasi data statistik

Statistik industri kreatif tidak mungkin diperoleh tanpa ada standardisasi definisi, sistem klasifikasi umum, prosedur pengumpulan data, metode analisis, dan penyebaran informasi. Statistik diperlukan untuk melakukan kaji banding, perumusan kebijakan, dan analisis peluang investasi. Tugas yang lebih penting lagi adalah bagaimana memahami perkembangan organisasi dan pekerjaan kreatif dan apa yang perlu dilakukan untuk mendorong ekonomi kreatif yang mandiri dan berkontribusi.

4.4. Koperasi Kreatif sebagai akselerator Industri Kreatif

Koperasi merupakan salah satu bentuk kelembagaan di antara sekian banyak kelembagaan yang berperan dalam pengembangan sebuah sektor usaha. Namun demikian ada suatu hal yang membedakan antara lembaga koperasi dengan kelembagaan lainnya tersebut, yaitu pada koperasi terdapat ciri *double identity*. Ciri ini menjelaskan bahwa para anggota koperasi merupakan para *owner* sekaligus *customer* dari lembaga tersebut. Perbedaan ini terlihat dengan adanya unit usaha ekonomi yang dimiliki dan diawasi bersama secara demokratis dengan satu tujuan yaitu melayani kebutuhan anggota.

Namun, adanya unit usaha ekonomi ini tidak menjadikan koperasi sebagai suatu perusahaan pada umumnya sebagaimana perusahaan swasta atau BUMN. Dengan kata lain, dikembangkannya unit usaha pada suatu koperasi bukan menjadikan lembaga koperasi sebagai lembaga bisnis semata.

Koperasi bukan suatu perusahaan, namun koperasi memiliki perusahaan (*a co-operative is not a company, but has a company*). Dengan perusahaan yang dimiliki, koperasi berjuang untuk memperbesar usaha-usaha yang dijalankan oleh anggotanya, bukannya untuk memperbesar usaha yang dijalankan koperasi itu sendiri. Di samping menjalankan unit usaha, masih banyak hal lain yang perlu mendapat perhatian sebuah koperasi, seperti halnya pendidikan anggota dan *community development*.

Di sinilah terlihat bahwa koperasi merupakan suatu bentuk organisasi yang unik, dimana koperasi menjangkau sekaligus dua dimensi yang berbeda; ekonomi dan sosial. Kedua dimensi ini menyatu pada lembaga koperasi bagaikan dua sisi mata uang yang sama. Pentingnya kedua dimensi ini bagi koperasi terlihat pada Identitas Koperasi yang ditegaskan kembali oleh *International Co-operative Alliance* (ICA) pada Kongres 100 tahun gerakan koperasi internasional pada tahun 1995. Identitas koperasi ini mencakup pengertian, nilai-nilai dan prinsip-prinsip koperasi.

Dalam konteks koperasi kreatif sebagai akselerator industri kreatif, peran koperasi tidak hanya terpaut pada peningkatan produksi komoditas yang ingin dihasilkan. Namun lebih dari itu, koperasi dapat menjadi *agent of education* bagi para pelaku industri kreatif agar dapat meningkatkan pengetahuan, kreativitas dan

keterampilan dalam berusaha. Selain itu, gerakan koperasi juga merupakan gerakan untuk pembangunan modal sosial (*social capital*) di kalangan masyarakat. Hal ini menjadi sangat relevan mengingat pentingnya upaya untuk memulihkan kohesivitas sosial bangsa Indonesia yang telah hancur diterpa badai materialisme dan kapitalisme.

Hancurnya kohesivitas sosial dikarenakan tindakan pragmatis pemerintah yang menjadikan pembangunan ekonomi sebagai aktivitas bisnis yang diperebutkan oleh segelintir konglomerat, sementara nasib jutaan masyarakat menjadi terabaikan. Sejarah gerakan koperasi internasional juga memberi pelajaran berharga bahwa sejak awal gerakan ini telah memainkan peran penting sebagai organisasi perjuangan rakyat melawan eksploitasi dan penyalahgunaan kekuasaan, serta berupaya untuk merubah dunia usaha yang dipenuhi dengan egoisme dan keserakahan dengan semangat kerjasama dan solidaritas.

Lebih lanjut, peran dan kontribusi koperasi kreatif sebagai akselerator industri kreatif adalah sebagai berikut :

- Penguatan dalam pelaksanaan kebijakan industri kreatif

Cetak biru pengembangan industri kreatif di Indonesia yang telah dibuat pemerintah haruslah mempertimbangkan dan memberdayakan sumber daya lokal guna memaksimalkan potensi lokal, sehingga sumber daya lokal tersebut dapat dimanfaatkan. Misalnya dengan adanya suatu objek pariwisata di suatu daerah akan menyerap tenaga kerja di daerah tersebut. Kebijakan-kebijakan tersebut juga haruslah dilaksanakan secara konsisten dan konsekuen agar pengembangan ekonomi kreatif ini dapat berkelanjutan.

Yang tidak kalah penting adalah koordinasi di lapangan. Selama ini industri kreatif bergerak sendiri-sendiri sehingga tidak memiliki *bargaining position* yang kuat. Adanya koperasi kreatif akan memperkuat posisi tawar pelaku industri kreatif sendiri.

- Penguatan regulasi perlindungan hak dan kekayaan intelektual

Dengan adanya koperasi kreatif, setiap penemuan bahan atau cara baru dalam menciptakan produk baru yang bernilai ekonomis, maka koperasi kreatif dapat berperan sebagai agen atau garda terdepan yang

mendata dan kemudian mengajukan paten atau penemuan baru tersebut ke departemen atau instansi terkait. Sehingga akan memberikan kemudahan bagi tercatatnya penemuan-penemuan baru yang inovatif oleh para pelaku usaha.

- Pembentukan komunitas-komunitas kreatif

Proses dari kreatifitas menjadi inovasi biasanya dapat bejalan lebih sempurna dalam sebuah inkubator, koperasi kreatif akan berperan dalam penciptaan komunitas-komunitas kreatif tersebut. Dari komunitas - komunitas inilah akan terlahir berbagai ide dan produk kreatif yang tak hanya bernilai seni dan estetika namun juga ekonomis.

- *Branding*, promosi dan perluasan pangsa pasar

Branding dan promosi merupakan keharusan dalam dunia yang kompetitif. Memang masih banyak *brand* lokal berbau impor untuk dapat bersaing dan menyesuaikan dengan selera konsumen. *Branding* dan promosi ini menjadi teramat penting guna memperluas pasar. Koperasi kreatif akan berperan secara lebih luas untuk mempromosikan produk dan nantinya juga akan dapat menciptakan pasar yang baru.

- Penghargaan bagi para insan kreatif

Untuk memberikan insentif bagi pelaku usaha, koperasi kreatif dapat memberikan penghargaan-penghargaan bagi insan kreatif dapat memotivasi para insan tersebut untuk lebih produktif. Sehingga lebih banyak lagi karya-karya kreatif anak bangsa yang potensial dan ekonomis. Misalnya, adanya Festival Film Indonesia, Anugerah Musik Indonesia, dan masih banyak lagi.

- Perbaiki iklim investasi dan akses permodalan

Salah satu penyebab utama dari belum berkembang pesatnya industri kreatif adalah terbatasnya dana awal dari para pelaku usaha. Koperasi kreatif akan dapat membuka akses permodalan yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk permodalan awal. Begitu pula jika Pemerintah ingin memberikan suntikan dana bergulir, dapat melalui koperasi kreatif. Adanya koperasi kreatif yang beranggotakan para pelaku usaha kreatif yang nantinya memberikan jaminan kepastian usaha

sehingga akan terjadi perbaikan iklim investasi. Iklim investasi yang baik ini tentunya akan mendorong berbagai investor baik dalam maupun luar negeri untuk berinvestasi di sektor ini.

- Pemantapan pendidikan dan pelatihan pekerja untuk industri kreatif

Salah satu komponen yang penting dalam ekonomi menghadapi persaingan global adalah produktivitas. Kunci dari itu semua adalah adanya sumber daya yang kreatif dan inovatif. Untuk mendorong itu semua diperlukan adanya pendidikan dan pelatihan untuk pekerja industri kreatif agar lebih berkualitas dan berdaya saing. Koperasi kreatif dapat menjadi *agent of education* bagi para pelaku industri kreatif agar dapat meningkatkan pengetahuan, kreativitas dan keterampilan dalam berusaha.

BAB IV

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Industri kreatif telah memberikan kontribusi PDB pada urutan ke 7 dari 10 sektor lapangan usaha yang telah dianalisis oleh Badan Pusat Statistik (BPS), yaitu rata-rata sebesar Rp 104,6 triliun (6,28 persen) pada tahun 2002-2006. Dengan keanekaragaman budaya, industri kreatif di Indonesia memiliki potensi besar untuk berkembang pesat. Pada tahun 2002-2006 industri kreatif mampu menyerap tenaga kerja rata-rata sebesar 5,4 juta pekerja di Indonesia dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8 persen serta produktivitas tenaga kerja mencapai Rp 19,5 juta per pekerja setiap tahun, lebih tinggi dari produktivitas nasional yang hanya mencapai kurang dari Rp 18 juta per pekerja per tahun.

Masih terdapat beberapa hambatan dalam proses pengembangannya, diantaranya adalah: (1) Lemahnya kemampuan daerah dalam memberdayakan potensi daerah, (2) Lemahnya koordinasi dan kepemimpinan pemerintah, (3) Lemahnya perlindungan hak kekayaan intelektual, (4) Lemahnya sarana, prasarana pendukung, dan teknologi dan (5) Lemahnya standarisasi data statistic.

Adapun solusi yang kami rekomendasikan adalah pembentukan Koperasi kreatif. Koperasi kreatif sendiri akan berperan dalam (1) Penguatan dalam pelaksanaan kebijakan industri kreatif, (2) Penguatan regulasi perlindungan hak dan kekayaan intelektual, (3) Pembentukan komunitas-komunitas kreatif, (4) Branding, promosi dan perluasan pangsa pasar, (5) Penghargaan bagi para insan kreatif, (6) Perbaikan iklim investasi dan akses permodalan, dan (7) Pemantapan pendidikan dan pelatihan pekerja untuk industri kreatif.

Kita berharap ekonomi kreatif berbasis warisan budaya dapat menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia yang mampu memberi kontribusi besar pada kehidupan rakyat seperti diukur dari sumbangannya terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, pemberdayaan UKM serta sebagai pembangun citra dan identitas bangsa. Sehingga pengembangan ekonomi kreatif menjadi begitu penting sebagai alternatif pembangunan perekonomian Indonesia.

5.2. Saran

Berdasarkan masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif terutama industri kreatif di Indonesia, maka sebaiknya upaya-upaya peningkatan kontribusi ekonomi kreatif ini mendapat dukungan dari semua pihak, baik dari pihak pemerintah maupun pihak masyarakat.

Pemerintah sebaiknya berperan penting sebagai “promotor, komunikator, stimulator, dan fasilitator” pengembangan industri kreatif. Pemerintah Daerah diharapkan dapat melakukan pemetaan potensi jenis industri kreatif yang dapat dikembangkan dan menyusun program-program yang lebih konkret misalnya akses permodalan, insentif, ruang publik untuk berkreasi, ajang promosi, perijinan, prasarana teknologi informasi, dukungan terhadap inkubator industri kreatif, dukungan terhadap pendidikan kreatif, dukungan terhadap pusat desain dan pelatihan, dan statistik industri kreatif.

Selain itu, hal yang tidak kalah penting adalah pembentukan dan pengembangan koperasi kreatif di setiap daerah untuk mempercepat pertumbuhan industri kreatif di Indonesia. Tanpa hal itu ditambah peran serta dan dukungan masyarakat, semua rencana yang telah dibuat akan sia-sia dan akhirnya ekonomi kreatif tidak akan pernah menjadi alternatif pembangunan perekonomian Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufa, Fakhrol dan Sri Mulyati. 2008. *Ekonomi Kreatif : Perekonomian Berbasis Seni sebagai alternatif pembangunan perekonomian Indonesia*. Paper. Bogor : Institut Pertanian Bogor.
- Anonim . 2008. *Industri Kreatif Indonesia DepDag RI*. <http://industri-kreatif-depdag.blogspot.com> diakses pada 8 Juni 2008
- Departemen Perdagangan. 2008. Laporan Perkembangan Industri Kreatif.
- Douglas DeNatale, Ph.D., Gregory H.Wassal,Ph.D. *The Creative Economy: The New Definition” A research framework for New England and beyond, including aneconomic analysis of New England’s cultural industries and workforce”*, New England Foundation for the Arts. 2007.
- Triesaksono, Andri. 2008 . *Melirik Ekonomi Kreatif di Indonesia*. <http://ekonomikreatif.blogspot.com> diakses pada 8 Juni 2008
- Simatupang, TM. 2008. *Perkembangan Industri Kreatif*. Paper. Bandung: SMB ITB
- Simatupang, T.M. (2007), “Gelombang ekonomi kreatif”, *Pikiran Rakyat*, 1 Agustus, hal. 25.
- Rajasa, Hatta. 2008. *Menggagas Sumber Daya Manusia Kreatif Dalam Membangun Bangsa di Masa Depan*. <http://setneg.com> diakses pada 15 september 2008

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS

PENULIS I

Nama : Fakhrol Aufa
NRP : H14060412
Departemen : Ilmu Ekonomi
Semester : 6
Fakultas : Ekonomi dan Manajemen
Universitas : Institut Pertanian Bogor
TTL : Jakarta, 16 Oktober 1988
Nomor HP : 0818-08-666-559
Email : Fachrul_aufa@yahoo.com

Pendidikan :

- TK Mujahidin Pontianak
- SD Muhammadiyah 2 Pontianak
- SMP Negeri 3 Pontianak
- SMP Nasional 1 Bekasi
- SMA Nasional 1 Bekasi
- Institut Pertanian Bogor

Pengalaman Organisasi :

OSIS SMP Nasional 1	Wakil Ketua	2002-2003
Teater Nalatar	Ketua	2003-2004
OSIS SMA Nasional 1	Sekretaris	2005-2006
DPM TPB IPB 43	Anggota Komisi E	2006-2007
Pengurus Asrama TPB-C2	Ketua	2006-2007
Keluarga Mahasiswa Bekasi (KEMSI) IPB	Divisi Kewirausahaan	2006-2007
IAAS LC IPB	Anggota	2006-2007
Komti Ilmu Ekonomi 43	Ketua	2007
Himpunan Profesi dan Peminat Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (Hipotesa) Departemen Ilmu Ekonomi	Divisi Diskusi dan Analisis	2008
Himpunan Profesi dan Peminat Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan (Hipotesa) Departemen Ilmu Ekonomi	Ketua Divisi Kerjasama dan Hubungan Eksternal	2009

Karya Tulis Yang Pernah Dibuat :

- a. Essai

- Orkestrasi Pembelajaran Untuk Menciptakan Suasana Belajar Yang Menyenangkan
- Pengaruh ID, EGO, dan SuperEGO terhadap Munculnya *Body Dismorphic Disorder Syndrom*
- Panas Bumiku, Sengsara Rakyatku
- Efektivitas Pembentukan Lembaga Mediasi Perbankan Independen
- Pentingnya Peningkatan Daya Saing Produk Ekspor Indonesia Dalam Menghadapi Era Perdagangan Bebas
- Asuransi Pendidikan Sebagai Alternatif Pembiayaan Pembangunan SDM yang Berkelanjutan
- Kedelai dan Republik Tahu-Tempe (Diterbitkan Harian SINDO edisi 21 Januari 2008)
- Jakarta dan Riwayat Kota Banjir
- Runtuhnya Pilar Kapitalisme Global (Diterbitkan Harian SINDO edisi 13 Oktober 2008)

b. Paper dan Makalah

- Aufa, Fakhrol dan Q. Ayuniyyah. 2009. *Signifikansi Peran Perbankan Syariah Di Tengah Krisis Finansial Global*. (Makalah dipresentasikan pada Temu Ilmiah Nasional yang diselenggarakan oleh Universitas Hasanudin, Makassar, Indonesia).
- Aufa, Fakhrol. 2009. *Food Crisis And Its Implication : An Indonesian Perspective*. (Paper diajukan dalam Economix 2009, Universitas Indonesia, Depok, Indonesia)
- Aufa, Fakhrol. 2008. *Ada Apa Dengan Pertanian Indonesia ?*. (Paper dipresentasikan pada Pekan Pertanian Nasional yang diselenggarakan oleh BEM Fakultas Pertanian IPB, Bogor, Indonesia).
- Aufa, Fakhrol. 2008. *Meretas Jalan Menuju Kedaulatan dan Kemandirian Energi Nasional*. (Paper dipresentasikan pada Forum ekonom Muda Indonesia yang diselenggarakan oleh Fakultas Ekonomika dan Bisnis UGM, Jogjakarta, Indonesia).
- Aufa, Fakhrol, Sholeh, M., dan Retno Nurcahyani. 2008. *Pentingnya Penguatan Koperasi Petani Dalam Rangka Revitalisasi Pertanian dan Globalisasi* (makalah dipresentasikan pada 2nd Annual Conference on Economic Forum yang diselenggarakan oleh Universitas Sebelas Maret, Solo, Indonesia).
- Aufa, Fakhrol, dan Irfan Karunia. 2008. *Asean Economic Community 2015 : Antara Peluang dan Ancaman Bagi Perekonomian Indonesia*. (makalah dipresentasikan pada Economics Day yang diselenggarakan oleh Universitas Atmajaya, Jakarta, Indonesia).
- Aufa, Fakhrol, dan Irwanto Gunawan. 2007. *Pentingnya Peningkatan Daya Saing Produk Ekspor Indonesia Dalam Rangka Menghadapi Persaingan Bebas*. (makalah dipresentasikan pada Young Economist Icon yang diselenggarakan oleh FEM IPB, Bogor, Indonesia).

Prestasi dan Penghargaan Ilmiah :

- | | |
|------|---|
| 2007 | : 3rd Winner of Young Economist Icon, IPB |
| 2007 | : Finalist in Aspiration On Economy, HIPOTESA FEM IPB |

- 2008 : Finalist of Economics Student Paper Competition, Atmajaya University
2008 : Finalist in Economics Debating Competition, Padjajaran University
2008 : Finalist of Economics Student Paper Competition, Sebelas Maret University, Solo
2008 : 1st Winner of Critical Thinking Paper Competition, IPB
2008 : 1st Winner of Economics Student Paper Competition, HIMIESPA FEB UGM
2009 : 3rd Winner of Economics Student Paper Competition, National Economics Student Meeting, Hasanudin University, Makassar, South Sulawesi

PENULIS II

Nama : **Muhammad Sholeh**
Tempat, Tanggal Lahir : **Jakarta, 27 september 1987**
Nomor HP : **085710207194**
Status : **Mahasiswa**
Semester : **6**
Email : **choqy_hasibuan@rocketmail.com**

Pendidikan :

- SDN 025 SEI GARO RIAU
- MTs MATHLABUL ULUM SEI GARO RIAU
- SMA ISLAMIC VILLAGE TANGERANG
- DEPARTEMEN ILMU EKONOMI, FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN IPB

Pengalaman Organisasi :

HIPOTESA 2008 divisi INTEL (Information, Communication , and External Relationship

Karya Tulis Yang Pernah Dibuat:

1. Arsitektur Patung Bali
2. Revitalisasi Penerimaan Pajak Dalam Peningkatan Pendapatan Nasional

3. Industri Kreatif Di Indonesia
4. Peran UKM Dalam Mengurangi Pengangguran
5. Pentingnya Penguatan Koperasi Petani Dalam Rangka Revitalisasi Pertanian dan Globalisasi

Prestasi Ilmiah :

- Finalist of Economics Student Paper Competition, Sebelas Maret University, Solo tahun 2008