

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Industri Kreatif**

##### **2.1.1 Teori Industri Kreatif**

###### **1. Teori Ekonomi Kreatif Menurut John Howkins**

Istilah Ekonomi Kreatif pertama kali diperkenalkan oleh tokoh bernama John Howkins, penulis buku "*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*". John Howkins adalah seorang yang multi profesi. Selain sebagai pembuat film dari Inggris ia juga aktif menyuarakan ekonomi kreatif kepada pemerintah Inggris sehingga dia banyak terlibat dalam diskusi-diskusi pembentukan kebijakan ekonomi kreatif dikalangan pemerintahan negara-negara Eropa. Menurut definisi Howkins, Ekonomi Kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah Gagasan. Benar juga, esensi dari kreatifitas adalah gagasan. Bayangkan hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang sangat layak. Gagasan seperti apakah yang dimaksud? Yaitu gagasan yang orisinal dan dapat diproteksi oleh HKI. Contohnya adalah penyanyi, bintang film, pencipta lagu, atau periset mikro biologi yang sedang meneliti varietas unggul padi yang belum pernah diciptakan sebelumnya ( Nenny, 2008).

###### **2. Teori Industri Kreatif Menurut Dr. Richard Florida**

Adalah seorang Doktor dibidang Ekonomi, Dr. Richard Florida dari Amerika, penulis buku "*The Rise of Creative Class*" dan "*Cities and the Creative Class*" memperkenalkan tentang industri kreatif dan kelas kreatif di masyarakat (*Creative Class*). Florida sempat mendapat kritik, bila ada kelompok tertentu

dilingkungan sosial yang memiliki kelas tersendiri, apakah ini terkesan elit dan eksklusif? Tidak juga. Justru menurut Florida, ia menghindari kesan tersebut karena gejala dari istilah-istilah sebelumnya seperti *Knowledge Society* yang dinilai elitis. Menurut Florida "Seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah ia seorang pekerja di pabrik kaca atau seorang remaja digang senggol yang sedang membuat musik hip-hop. Namun perbedaannya adalah pada statusnya (kelasnya), karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempat-tempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini" (Nenny, 2008)

### **3. Teori Industri Kreatif Menurut Robert Lucas**

Adalah pemenang Nobel dibidang Ekonomi, mengatakan bahwa kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktifitas klaster orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya ( Nenny, 2008)

### **4. Teori Industri Kreatif Menurut Visi Pemerintah**

Definisi Industri Kreatif dari visi Pemerintah, sebagai berikut: Industri-industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi HKI. (Diambil dari definisi UK Department of Culture, Media and Sport, 1999 dalam Nenny, 2008).

## **5. Teori Industri Kreatif Menurut Alvin Toffler**

Teori Alvin Toffler menyatakan bahwa gelombang peradaban manusia itu dibagi menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama adalah abad pertanian. Gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi. Sementara ini Toffler baru berhenti disini. Namun teori-teori terus berkembang, saat ini peradaban manusia dengan kompetisi yang ganas dan globalisasi, masuklah manusia pada era peradaban baru yaitu Gelombang ke-4. Ada yang menyebutnya sebagai *Knowledge-based Economy* ada pula yang menyebutnya sebagai ekonomi berorientasi pada Kreativitas (Nenny, 2008)

Definisi industri kreatif sendiri menurut Departemen Perdagangan pada studi pemetaan industri kreatif tahun 2007 dalam buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 (2008) adalah: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.”

### **2.1.2 14 SUB-SEKTOR INDUSTRI KREATIF**

Industri kreatif dapat dikelompokkan menjadi 14 subsektor. Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025, ke 14 subsektor industri kreatif Indonesia adalah :

## 1. Periklanan (*advertising*)

Definisi periklanan menurut beberapa sumber adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya: perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising materials* atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.
2. segala bentuk pesan tentang suatu produk disampaikan melalui suatu media, dibiayai oleh pemrakarsa yang dikenal, serta ditujukan kepada sebagian atau seluruh masyarakat.
3. deskripsi atau presentasi dari produk, ide ataupun organisasi untuk membujuk individu untuk membeli, mendukung atau sepakat atas suatu hal.

## 2. Arsitektur

Definisi jasa arsitektur menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) 2005 adalah jasa konsultasi arsitek, yaitu mencakup usaha seperti: desain bangunan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, dan sebagainya. Selain itu sub-sektor Arsitektur Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh baik dari level makro (*town planning, urban design,*

*landscape architecture*) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrikal.

### **3. Pasar Barang Seni**

Yaitu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, dan film.

### **4. Kerajinan (*craft*)**

Industri Kreatif subsektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur.

Berdasarkan bahan baku (*raw material*), produk kerajinan dikategorikan menjadi:

1. *Ceramic* (seperti tanah liat, *erathen ware*, *pottery*, *stoneware*, *porcelain*)
2. Logam (seperti emas, perak, perunggu, besi, tembaga)
3. *Natural fiber*, serat alam (bambu, akar-akaran, rotan)
4. Batu-batuan (seperti batu mulia, *semi precious stone*, jade)

5. Tekstil (seperti *cotton*, sutra, linen)

6. Kayu (termasuk kertas dan *lacquer ware*)

## **5. Desain**

Yaitu kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.

## **6. Fesyen (*fashion*)**

Industri Kreatif Subsektor fesyen/mode adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk fesyen.

## **7. Video, Film dan Fotografi**

Industri Kreatif Subsektor film, video, dan fotografi adalah kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi, produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video, film dan hasil fotografi. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, *dubbing* film, sinematografi, sinetron, dan pameran film.

## **8. Permainan Interaktif (*game*)**

Industri Kreatif sub sektor permainan interaktif adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi. Menurut beberapa sumber, industri permainan interaktif didefinisikan sebagai permainan yang memiliki kriteria sebagai berikut:

- a. Berbasis elektronik baik berupa aplikasi software pada komputer (*online* maupun *stand alone*), *console*(Playstation, XBOX, Nitendo dll), *mobile handset* dan *arcade*.
- b. Bersifat menyenangkan (*fun*) dan memiliki unsur kompetisi (*competition*)
- c. Memberikan *feedback*/interaksi kepada pemain, baik antar pemain atau pemain dengan alat (*device*)
- d. Memiliki tujuan atau dapat membawa satu atau lebih konten atau muatan. Pesan yang disampaikan bervariasi misalnya unsur edukasi, entertainment, promosi produk (advertisement) sampai kepada pesan yang destruktif.

## **9. Musik**

Industri Kreatif sub sektor musik adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan musik, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara. Seiring dengan perkembangan industri musik ini yang tumbuh sedemikian pesatnya, maka Klasifikasi Baku Lapangan Indonesia 2005 (KBLI) perlu dikaji ulang, yaitu terkait dengan pemisahan lapangan usaha distribusi reproduksi media rekaman, manajemen-representasi-promosi (agensi) musik, jasa komposer, jasa pencipta lagu dan jasa penyanyi menjadi suatu kelompok lapangan usaha sendiri.

## **10. Seni Pertunjukan (*showbiz*)**

Industri Kreatif kelompok seni pertunjukan meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama,

musik-tradisional, musik-teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

#### **11. Penerbitan dan Percetakan**

Industri Kreatif subsektor penerbitan dan percetakan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita.

#### **12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*)**

Industri Kreatif sub sektor layanan komputer dan piranti lunak meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal.

#### **13. Televisi & Radio (*broadcasting*)**

Industri Kreatif kelompok televisi dan radio meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran, dan transmisi televisi dan radio.

#### **14. Riset dan Pengembangan (R&D)**

Industri Kreatif subsektor riset dan pengembangan meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Akan tetapi, definisi riset dan pengembangan tersebut menurut masukan dari beberapa sumber dipandang



belum cukup merefleksikan aktivitas riset dan pengembangan yang sesungguhnya. Definisi dari komoditi riset dan pengembangan mempunyai landasan regulasi sendiri yaitu UU No. 18 tahun 2002. Definisi riset dan pengembangan menurut UU No. 18/2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi adalah: Penelitian adalah kegiatan yang dilakukan menurut kaidah dan metode ilmiah secara sistematis untuk memperoleh informasi, data, dan keterangan yang berkaitan dengan pemahaman dan pembuktian kebenaran atau ketidakbenaran suatu asumsi dan/atau hipotesis di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi serta menarik kesimpulan ilmiah bagi keperluan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Dalam hal ini, perlu untuk melakukan penyamaan persepsi mengenai definisi ini.

## **2.1 Ekspor**

### **2.2.1 Pengertian ekspor dan Tujuan Ekspor**

Pengertian ekspor menurut Amir M. S (Amir M. S, 2004) adalah mengeluarkan barang-barang dari peredaran dalam masyarakat dan mengirimkan keluar negeri sesuai ketentuan pemerintah dan mengharapkan pembayaran dalam bentuk valuta asing ataupun ekspor merupakan upaya melakukan penjualan komoditi yang kita miliki kepada bangsa lain atau negara asing, dengan mengharapkan bayaran dengan valuta asing.

Menurut Michael P. Todaro ( Michael, 2007), ekspor adalah kegiatan perdagangan inter nasional yang memberikan rangsangan guna menambah permintaan dalam negeri yang menyebabkan tumbuhnya industri-industri pabrik besar, bersama dengan struktur politik yang tidak stabil dan lembaga sosial yang fleksibel. Dengan kata lain ekspor menggambarkan aktivitas perdagangan antar bangsa yang dapat memberikan dorongan dalam dinamika pertumbuhan perdagangan internasional, sehingga suatu negara yang sedang berkembang memiliki kemungkinan untuk mencapai kemajuan perekonomian setara dengan negara-negara yang lebih maju.

### **Tujuan Ekspor**

Adapun tujuan ekspor antara lain ( Amir M.S,2004):

1. Meningkatkan laba perusahaan melalui perluasan pasar serta untuk memperoleh harga jual yang lebih baik ( optimalisasi laba )
2. Membuka pasar baru di luar negeri sebagai perluasan pasar domestik ( membuka pasar ekspor )
3. Memanfaatkan kelebihan kapasitas terpasang ( idle capacity )
4. Menbiasakan diri dalam bersaing dalam pasar internasional sehingga terlatih dalam persaingan yang ketat.

### **2.2.2 Ciri-ciri Komoditi Ekspor**

Suatu komoditi yang memiliki potensi untuk ekspor memiliki ciri-ciri antara lain ( Amir M. S, 2004)

1. Mempunyai surplus produksi dalam arti kata total; produksi belum dapat dikonsumsi seluruhnya di dalam negeri.

2. Mempunyai keunggulan-keunggulan tertentu seperti langka, murah, mutu, unik dan lainnya, bila dibandingkan dengan komoditi serupa dengan yang diproduksi negara lain.
3. Komoditi sengaja diproduksi untuk tujuan ekspor ( *outward looking industries* ) ataupun industri yang pindah lokasi ( *relocation industries* ).
4. Komoditi ini memperoleh izin pemerintah untuk diekspor.

Adapun faktor yang menentukan tingkat daya saing suatu komoditi ekspor adalah:

1. Faktor langsung, yang terdiri dari :

- a. Mutu komoditi

Mutu komoditi ditentukan antara lain oleh:

- 1) Desain atau bentuk dari komoditi bersangkutan, atau spesifikasi teknis dari komoditi tertentu.
- 2) Fungsi atau kegunaan komoditi tersebut bagi konsumen.
- 3) Durability atau daya tahan dalam pemakaian.

- b. Biaya produksi dalam penentuan harga jual

Harga jual pada umumnya ditentukan oleh salah satu dari pilihan berikut :

- 1) Biaya produksi ditambah *mark-up* ( margin keuntungan )
  - 2) Disesuaikan dengan tingkat harga pasar yang sedang berlaku ( *current market price* ) .
  - 3) Harga *dumping* ( *plus/minus subsidy*).
- c. Ketepatan waktu penyerahan ( *delivery time* ).
  - d. Intensitas promosi .

- e. Penentuan saluran pemasaran ( *marketing channel*).
  - f. Layanan purna jurnal ( *after sales service* ).
2. Faktor tidak langsung, yang terdiri dari:
- a. Kondisi sarana pendukung ekspor seperti :
    - 1) Fasilitas perbankan
    - 2) Fasilitas transportasi
    - 3) Fasilitas birokrasi pemerintahan
    - 4) Fasilitas *surveyor*
    - 5) Fasilitas bea cukai dan lain-lain
  - b. Insentif atau subsidi pemerintah untuk ekspor
  - c. Kendala tariff dan non tariff
  - d. Tingkat efisiensi dan disiplin nasional
  - e. Kondisi ekonomi global seperti :
    - 1) Resesi dunia
    - 2) Proteksionisme
    - 3) Restrukturisasi perusahaan ( modernisasi )
    - 4) *Re- groupage global* ( kerja sama ekonomi global )

### **2.2.3 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Ekspor**

Menurut Darmansyah (dalam Soekarti, 1995), faktor-faktor yang mempengaruhi perkembangan ekspor antara lain :

1. Harga internasional. Semakin besar selisih antara harga di pasar internasional dengan harga domestik akan menyebabkan jumlah komoditi yang akan diekspor menjadi bertambah banyak.

2. Nilai tukar ( *exchange rate* ). Semakin tinggi nilai tukar mata uang suatu negara maka harga ekspor negara itu di pasar internasional akan menjadi lebih mahal. Sebaliknya, semakin rendah nilai mata uang suatu negara, nilai ekspor negara itu di pasar internasional menjadi lebih murah.
3. Quota ekspor-impor yakni kebijakan perdagangan internasional berupa pembatasan kuantitas barang ekspor dan impor.
4. Kebijakan tarif dan non tarif. Kebijakan tariff adalah untuk menjaga harga produk dalam negeri dalam tingkatan tertentu yang dianggap mampu atau dapat mendorong pengembangan komoditi tersebut. Sedangkan kebijakan non tariff adalah untuk mendorong tujuan diversifikasi ekspor.

Menurut Sadono Sukirno (Sukirno, 2000), faktor-faktor penentu ekspor adalah:

1. Daya saing dan keadaan ekonomi negara-negara lain. Dalam suatu sistem perdagangan internasional yang bebas, kemampuan suatu negara menjual ke luar negeri tergantung kepada kemampuannya menyaingi barang-barang yang sejenis di pasaran internasional. Kemampuan suatu negara untuk menghasilkan barang yang bermutu dan dengan harga yang murah akan menentukan tingkat ekspor yang akan dicapai suatu negara.

Besarnya pasaran barang di luar negeri sangat ditentukan oleh pendapatan penduduk di negara-negara lain. Apabila ekonomi dunia mengalami residan pengangguran di berbagai negara meningkat, permintaan dunia ke atas sesuatu barang akan berkurang. Sebaliknya

kemajuan yang pesat di berbagai Negara akan meningkatkan ekspor suatu Negara.

2. Proteksi di negara-negara lain. Proteksi di negara-negara lain akan mengurangi tingkat ekspor suatu negara. Negara-negara sedang berkembang akan mempunyai kemampuan untuk menghasilkan hasil-hasil pertanian dan hasil-hasil industri barang-barang konsumsi ( misalnya pakaian dan sepatu ) dengan harga yang lebih murah dari berbagai Negara maju. Akan tetapi kebijakan proteksi di negara-negara maju memperlambat perkembangan ekspor seperti itu dari negara-negara sedang berkembang. Contoh ini memberi gambaran tentang bagaimana proteksi perdagangan akan mempengaruhi ekspor.
3. Kurs valuta asing. Seorang pengusaha di Surabaya memikirkan untuk mengekspor pakaian jadi ke Singapura. Berdasarkan ongkos produksinya, pakaian itu baru menguntungkan apabila dijual sebesar Rp. 50.000. berapakah harganya di Singapura? Hal ini tergantung pada valuta asing. Apabila US\$1 = Rp. 10.000, pakaian jadi itu harganya adalah US\$5, dan harga barang itu akan menjadi US\$10 apabila kurs di antara dollar AS dan rupiah adalah US\$1 – Rp. 5.000. oleh karena permintaan suatu barang ditentukan oleh harganya, dengan kurs pertama ( US\$1 = Rp. 10.000,-) permintaan akan bertambah dan nilai ini menambah ekspor.

#### **2.2.4 Nilai Ekspor Industri Kreatif**

(Departemen Perdagangan, 2009) Nilai Ekspor yang dimaksudkan adalah *share gross value added di overseas market* atau nilai penjualan produk dan

jasa industri kreatif di pasar internasional. Semakin besar nilai ekspor industri kreatif menunjukkan semakin kompetitifnya posisi industri kreatif nasional di pasar internasional. Total nilai ekspor yang dihasilkan oleh 14 lapangan usaha merupakan NEC (Nilai Ekspor industri kreatif).

$$NEC = \sum_{t=1}^n NEK Ct$$

Keterangan :

NEC = Nilai Ekspor yang diperoleh dari industri kreatif

NEK C = Nilai ekspor yang diperoleh dari masing-masing subsektor industri kreatif

t = 1 – 14 lapangan usaha industri kreatif, yaitu periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan.

### **2.2.5 Persentase Nilai Ekspor Industri Kreatif terhadap Total Nilai Ekspor Nasional**

(Departemen Perdagangan, 2009) Persentase NEC merupakan persentase rasio NE (Nilai Ekspor) yang dihasilkan industri kreatif terhadap total nilai ekspor nasional. Besaran persentase (%) NEC ini merupakan indikator yang mengindikasikan besarnya kontribusi industri kreatif terhadap total NE nasional. Semakin besar % NEC, semakin besar pula kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian nasional. Dengan kata lain, semakin penting peranan industri kreatif dalam struktur perekonomian nasional.

$$\%NEC = \frac{NEC}{NE} \times 100\%$$

Keterangan :

NEC = Nilai Ekspor Industri Kreatif

NE = Nilai Ekspor Nasional (Indonesia)

Dengan menggunakan cara yang sama, dapat dianalisis profil kontribusi ke-14 subsektor industri kreatif terhadap % NEC industri kreatif, yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\%NEKt = \frac{NEKt}{NEC} \times 100\%$$

Keterangan :

- %NEKt = Nilai Ekspor yang diperoleh dari masing-masing subsektor industri kreatif ke-t.  
t = 1 – 14 lapangan usaha industri kreatif, yaitu periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan.  
NEC = Nilai Ekspor yang diperoleh dari industri kreatif

### 2.3 Produk Domestik Bruto Industri Kreatif

(Departemen Perdagangan, 2009) PDB industri kreatif merupakan bagian dari nilai PDB nasional yang diperoleh dari nilai tambah yang dihasilkan 14 subsektor-subsektor industri kreatif. Total nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh ke-14 subsektor industri kreatif merupakan NTB industri kreatif.

$$PDBC = \sum_{t=1}^n PDBKt$$

Keterangan :

- PDBC = PDB yang diperoleh dari industri kreatif  
NTBK = Nilai tambah yang diperoleh masing-masing subsektor industri kreatif  
t = 1 – 14 lapangan usaha industri kreatif, yaitu periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan.



### 2.3.1 Persentase PDB Industri Kreatif Terhadap PDB Nasional

(Departemen Perdagangan, 2009) Persentase PDBC merupakan persentase rasio PDB yang dihasilkan industri kreatif terhadap nilai PDB nasional. Besaran persentase (%) PDBC ini merupakan indikator yang mengindikasikan besarnya kontribusi industri kreatif terhadap total PDB nasional. Semakin besar % PDBC, semakin besar pula kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian nasional. Dengan kata lain, peranan industri kreatif dalam perekonomian nasional menjadi semakin signifikan.

$$\%PDBC = \frac{PPDBC}{PDB} \times 100\%$$

Keterangan :

PDBC = PDB yang diperoleh dari industri kreatif

PDB = PDB Nasional (Indonesia)

Dengan menggunakan cara yang sama, dapat dianalisis profil kontribusi ke-14 subsektor industri kreatif terhadap PDBC industri kreatif, yaitu dengan perhitungan sebagai berikut:

$$\%PDBCt = \frac{PDBKct}{PDBC} \times 100\%$$

Keterangan :

PDBKct = PDB yang diperoleh dari masing-masing subsektor industri kreatif ke-t

t = 1 – 14 lapangan usaha industri kreatif, yaitu periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan.

PDBC = PDB yang diperoleh dari industri kreatif

#### **2.4. Pengaruh Industri Kreatif terhadap Perekonomian**

(Mokhammad, 2007) Pembangunan Ekonomi suatu bangsa merupakan pilar penting bagi terselenggaranya proses pembangunan di segala bidang. Karena jika pembangunan ekonomi suatu bangsa berhasil, maka bidang-bidang lain seperti bidang hukum, politik, pertanian, dan lain-lain akan sangat terbantu. (Dumairy, 1997) Sektor industri diyakini sebagai sektor yang dapat memimpin sektor-sektormlain dalam sebuah perekonomian menuju kemajuan. Produk-produk industrial selalu memiliki ‘dasar tukar’ (*term of trade*) yang tinggi atau lebih menguntungkan serta menciptakan nilai tambah yang lebih besar dibandingkan produk-produk sektor lain. Hal ini disebabkan karena sektor industri memiliki variasi produk yang sangat beragam dan mampu memberikan manfaat marginal yang tinggi kepada para pemakainya.

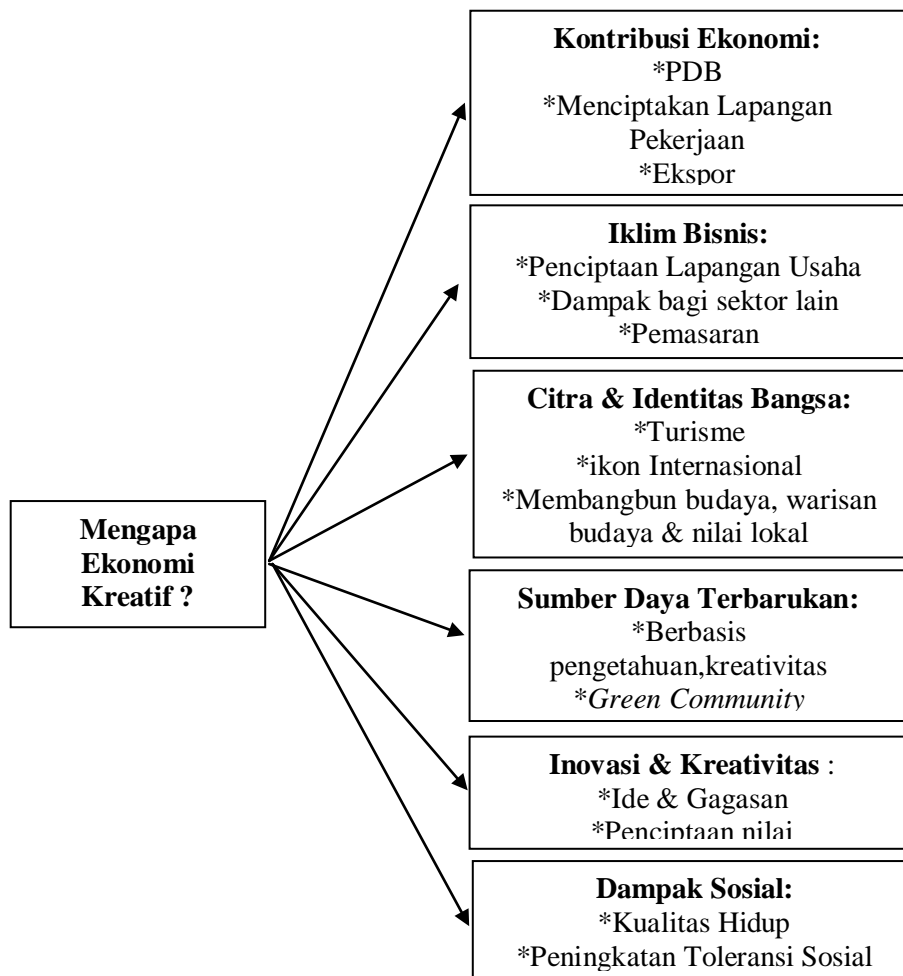
Keunggulan-keunggulan sektor Industri tersebut diantaranya memberikan kontribusi bagi penyerapan tenaga kerja dan mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) yang lebih tinggi pada berbagai komoditas yang dihasilkan. Menurut Teori Ekonomi Pembangunan, semakin tinggi kontribusi sektor Industri terhadap Pembangunan Ekonomi negaranya maka negara tersebut semakin maju. Jika Suatu negara kontribusi sektor industrinya telah diatas 30% maka dapat dikatakan negara tersebut tergolong negara maju (Sadono Sukirno, 2001 dalam Mokhammad, 2007)

Pertumbuhan laju industri merupakan andalan pemerintah dalam upaya meningkatkan perekonomian di Indonesia. Perekonomian di Indonesia tidak akan

berkembang tanpa dukungan dari peningkatan perindustrian sebagai salah satu sektor perekonomian yang sangat dominan di jaman sekarang.

Menurut Depatemen Perdagangan (2007) Industri kreatif di berbagai negara di dunia saat ini diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Banyak studi telah dilakukan untuk melihat perkembangan serta kiprah sektor industri kreatif dalam perekonomian di dunia. Indonesia pun mulai melihat bahwa sektor industri kreatif ini merupakan sektor industri yang potensial untuk dikembangkan, karena jika dilihat dari sumber daya yang dimiliki oleh Bangsa Indonesia, kreativitas masyarakat Indonesia dapat disejajarkan dengan bangsabangsa lainnya di dunia. Hal ini terbukti dengan banyak sekali karya anak bangsa yang diakui oleh komunitas internasional. Saat ini Indonesia tercatat menempati peringkat ke - 43 di *Economic Creativity Index Ranking* yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum*.

Industri kreatif ini merupakan pilar utama dalam pembentukan ekonomi kreatif dan ekonomi kreatif ini sangatlah penting bagi Indonesia karena diyakini ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif bagi tatanan kehidupan berbangsa dan bernegara. Dampak positif yang dapat dihasilkan dengan terbentuknya ekonomi kreatif dapat ditunjukkan dalam gambar berikut ini:



**Gambar 2.1**  
**Dampak Positif Ekonomi Kreatif**  
 Sumber : Departemen Perdagangan, 2007

Menurut Departemen Perdagangan (2007) Industri kreatif ini memberikan kontribusi PDB pada urutan ke 7 dari 10 sektor yang dianalisis, yaitu rata - rata sebesar 104,638 Triliun Rupiah pada tahun 2002-2006, di atas rata - rata kontribusi sektor: pengangkutan dan komunikasi, bangunan, dan Listrik, gas, dan air bersih. Pada periode 2002-2006 industri kreatif mampu menyerap tenaga kerja dengan rata - rata sebesar 5,4 juta pekerja di atau dengan tingkat partisipasi sebesar 5,8% serta dengan produktivitas tenaga kerja mencapai 19,5 juta per

pekerja tiap tahunnya. Produktivitas tenaga kerja pada sektor ini lebih tinggi dari produktivitas nasional yang hanya mencapai kurang dari 18 juta rupiah per pekerja per tahunnya.

Jumlah perusahaan yang bergerak di sektor ini hingga tahun 2006 mencapai 2,2 juta, berkisar 5,17% dari jumlah perusahaan yang ada di Indonesia. Pada tahun 2006 ini pula, industri kreatif telah melakukan ekspor sebesar 81,5 triliun rupiah mencapai hingga 9,13% dari total ekspor Nasional ( Departemen Perdagangan, 2007)

Bahkan menurut Elitua dan Bastian (2011), perkembangan ekonomi kreatif secara kuantitatif selama 5 tahun terakhir (2006-2010), ditunjukkan bahwa rata-rata pertumbuhan output selama 5 tahun mencapai 3,1%. Kemudian berdasarkan rata-rata kontribusi ekonomi secara nasional, industri kreatif berperan cukup besar yaitu 7,28%, hasil ini lebih besar dari kontribusi yang disumbangkan sektor Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan (6,53%), Pengangkutan dan Komunikasi (6,5%) dan Listrik, Gas dan Air Bersih (0,85%). Dalam penyerapan tenaga kerja, industri kreatif rata-rata menyerap 7,75 juta tenaga kerja dari 108 juta jumlah rata-rata tenaga kerja nasional. Kemudian, menciptakan lapangan usaha rata-rata sebesar 3 juta perusahaan dari 47 juta jumlah usaha yang ada secara nasional.

Selain itu, perananan dalam Perdagangan Internasional mencatat pendapatan bersih sebesar 97,3 milyar rupiah, dimana ekspor sebesar 108,5 Milyar lebih tinggi dibanding impor sebesar 11,2 Milyar. Rata-rata perbandingan nilai ekspor terhadap nilai impornya mencapai 10 kali lipat, kontribusi ekspor pun

cukup tinggi sebesar 9,12% terhadap ekspor nasional sedangkan impor hanya 1,22% terhadap impor nasional, hasil ini menunjukkan industri kreatif memiliki peranan dalam meningkatkan pendapatan dalam negeri.

Disamping itu, Industri Kreatif dapat memberikan peran yang sangat luas dalam memperbaiki citra pariwisata nasional serta kemampuannya mengangkat warisan budaya lokal kemudian mengembangkannya. Berdasarkan pengamatan yang ada dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif diyakini mampu menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah nasional, yaitu: (1) tingginya kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional (rata-rata 7,28% per tahun); (2) penyerapan tenaga kerja di tengah tingginya pengangguran (7,75%), dan (3) peran aktif dalam perdagangan internasional.

## 2.5 PENELITIAN TERDAHULU

Marettria Sibarani, 2004 dalam penelitian skripsi dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Ekspor Agroindustri dan Prospeknya di Sumatera Utara”. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode analisis data untuk mengetahui pengaruh biaya bahan baku, investasi dan jumlah tenaga kerja terhadap ekspor agroindustri digunakan metode OLS (Ordinary Least Square) dengan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \mu$$

Dimana :

Y : ekspor agroindustri (Milyar Rp)

$\alpha$  : *intercept*

$\beta$  : koefisien regresi

X<sub>1</sub> : biaya bahan baku agroindustri

X<sub>2</sub> : investasi (Milyar Rp)

X<sub>3</sub> : jumlah tenaga kerja (orang)

$\mu$  : *term of error*

Untuk mengetahui bagaimana prospek agroindustri Sumatera Utara di masa yang akan datang digunakan metode ramalan kuantitatif yang berkaitan dengan data time series. Adapun metode tersebut menggunakan trend parabola dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y' = a + bX + cX^2$$

Dimana :

$Y'$	=	Ramalan Nilai Y
$a, b$ dan $c$	=	Bilangan konstan
$X$	=	Waktu (tahun)

Sedangkan untuk mengetahui koefisien  $a, b$  dan  $c$  digunakan persamaan normal sebagai berikut :

$$\begin{aligned} a n + b \sum X + c \sum X^2 &= \sum Y \\ a \sum X + b \sum X^2 + c \sum X^3 &= \sum XY \\ a \sum X^2 + b \sum X^3 + c \sum X^4 &= \sum X^2 Y \end{aligned}$$

Persamaan Trend Parabola dari hasil penelitian tersebut adalah :

$$Y' = 8.655,846 + 1.981,48X + 158,10X^2$$

Hasil pengujian menunjukkan bahwa:

1. Variabel bebas (biaya bahan baku dan investasi ) mempunyai pengaruh positif terhadap ekspor agroindustri (Y) di Sumatera Utara. Jumlah tenaga kerja sektor agroindustri ( $X_3$ ) berpengaruh negatif terhadap ekspor agroindustri (Y) di Sumatera Utara.
2. Agroindustri di Sumatera Utara memiliki prospek yang cerah. Dengan metode ramalan kuantitatif menggunakan trend parabola dapat diketahui bahwa prospek agroindustri lima tahun ke depan akan meningkat (asumsi

*ceteris paribus*). Berdasarkan hasil proyeksi, dapat diketahui bahwa nilai output agroindustri adalah Rp. 34.626,086 Milyar (2003), Rp. 39.295,266 Milyar (2004), Rp. 44.280,646 Milyar (2005), Rp. 49.582,226 Milyar (2006) dan Rp. 55.200,006 Milyar (2007).