

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep dan Teori

2.1.1. Defenisi Industri Kreatif

Studi Industri kreatif dimulai sejak Tahun 1998, yang dipelopori oleh DCMS UK (Departemen Of Culture, Media and Sport, United Kingdom) dan diikuti dengan studi antara lain di Australia, Jerman, Selandia Baru, Amerika Serikat, Hongkong, Taiwan dan Singapura. Terdapat beberapa teori yang telah dirumuskan mengenai industri kreatif, seperti terlampir pada tabel 2.1, namun akhirnya Departemen Perdagangan Republik Indonesia mengambil konsep yang pernah dirumuskan oleh DCMS UK, karena definisi tersebut telah diterapkan oleh banyak negara, dan berusaha mengukur dampak perekonomian industri kreatif pada perekonomian. Konsep yang dijadikan acuan Departemen Perdagangan adalah "those industries which have their origin in individual creativity, skill and talent and which have a potensial for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property."¹

Dari konsep tersebut, Departemen Perdagangan RI mendefenisikan industri kreatif sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.² Selain itu, industri kreatif juga merupakan penyediaan produk kreatif langsung kepada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain.

¹ Studi Industri Kreatif Indonesia 2007. Jakarta ; Departemen Perdagangan RI, halaman 15

² Studi Industri Kreatif Indonesia 2007. Jakarta : Departemen Perdagangan RI, halaman 33.

2.1.2. Sektor Industri Kreatif

Rukmawati (2009) menyatakan bahwa sedikitnya terdapat 2 hal utama yang mendasari suatu sektor tersebut dikatakan sebagai kreatif, yaitu berdasarkan :

- Substansi yang dominan
 - Media, yaitu sektor tersebut menghasilkan barang atau jasa yang mengandalkan media sebagai sarana untuk menghasilkan nilai tambah.
 - Aspek seni budaya, sektor tersebut mengandalkan adanya kandungan seni budaya sebagai nilai tambahnya.
 - Adanya Desain Perancangan
 - Penggunaan teknologi berbasis pengetahuan sebagai nilai tambahnya.
- Intensitas Sumber Daya Yang Dibutuhkan
 - Peran kreativitas merupakan sentral sebagai sumber daya utama, akan tetapi terdapat beberapa industri yang masih sangat membutuhkan sumber daya yang bersifat fisik, berupa sumber daya alam baik sebagai bahan mentah maupun bahan baku antara industri tersebut.

Berdasarkan 2 hal tersebut, maka terdapat 125 lapangan usaha yang termasuk industri kreatif, dan dikelompokkan ke dalam 14 sektor, yaitu :

2.1.2.1. Periklanan

Kegiatan yang berkaitan dengan usaha inovatif untuk mengemas bentuk komunikasi suatu produk, jasa, ide, bentuk promosi, informasi, layanan masyarakat, individu maupun organisasi yang diminta oleh pemasang iklan (individu, organisasi swasta/pemerintah) melalui media tertentu (misal televisi, radio, cetak, digital signage, internet) yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk target individu/masyarakat untuk membeli, mendukung atau sepakat atas hal yang dikomunikasikan (secara 1 arah) tersebut.

Dalam Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Tahun 2005, jenis lapangan usaha periklanan di Industri Periklanan adalah yang tercakup dalam kode ISIC 74300.

2.1.2.2. Arsitektur

Kegiatan penciptaan karya sebagai wujud hasil penerapan pengetahuan, ilmu, teknologi dan seni secara utuh dalam mengubah ruang dan lingkungan binaan, sebagai bagian dari kebudayaan dan peradaban manusia sehingga dapat menyatu dengan keseluruhan lingkungan ruang dari tingkat makro sampai dengan tingkat mikro.

Dalam KBLI 2005, jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor arsitektur adalah jasa konsultan arsitek, yang mencakup desain bangunan, pengawasan konstruksi dan perencanaan kota yang keseluruhannya tercakup dalam kode KBLI 74210.

2.1.2.3. Pasar Seni dan Barang Antik

Kegiatan yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik, langka, serta memiliki nilai estetika seni tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, dan internet. Dalam KBLI 2005, jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor pasar seni dan barang antik adalah perdagangan barang antik pada skala besar, eceran dan kaki lima, aktivitas mengeksport barang antik dan aktivitas jasa galeri & rumah lelang oleh pemerintah dan swasta untuk barang seni (6 KBLI).

2.1.2.4. Kerajinan

Kegiatan yang berkaitan dengan kreasi produk oleh pengrajin mulai dari desain awal sampai proses penyelesaian dengan menggunakan tangan atau peralatan dimana kontribusi pengrajin lebih substansial yang memanfaatkan bahan baku keramik/tanah liat, logam, serat alam, batuan, tekstil, dan kayu.

Dalam KBLI 2005, terdapat 49 KBLI yang termasuk dalam sektor industri kerajinan diantaranya adalah industri permadani, industri batik, industri bordir/sulaman, industri kain rajut, industri barang dari kulit, industri anyaman dan ukiran, industri perlengkapan dan peralatan dari gelas, industri perlengkapan rumah tangga dari porselen, industri furniture, industri barang perhiasan, industri barang dari tanah liat, marmer, logam yang digunakan sebagai pajangan, industri alat musik tradisional dan non tradisional, industri mainan, industri kerajinan yang tidak diklasifikasikan di tempat lain dan perdagangan industri tersebut di atas dalam skala dalam skala kaki lima skala besar dan skala ekspor.

2.1.2.5. Desain

Yaitu, kegiatan yang terkait dengan desain grafis/komunikasi visual, desain industri dan desain interior untuk menghasilkan gagasan atau ide kreasi suatu produk atau ruang

Dalam KBLI 2005, terdapat 8 jenis (KBLI) yang termasuk didalam sektor desain, diantaranya adalah industri kemasan dari kertas, logam, gelas, dan perdagangannya skala eceran, besar, dan ekspor, jasa riset pemasaran, jasa pengepakan, pembotolan, pelabelan, dan pembungkusan.

2.1.2.6. Fesyen

Kegiatan yang terkait dengan kreasi, produksi, distribusi dan konsultasi produk, pakaian, alas kaki, tas, aksesoris mode lainnya.

Dalam KBLI 2005, terdapat 19 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor fesyen, diantaranya adalah : industri pakaian jadi rajutan, industri rajutan kaos kaki, industri barang jadi rajutan lainnya, industri pakaian jadi dan aksesorisnya (dari tekstil, dari kulit dan bulu), industri alas kaki, perdagangan industri tersebut di atas dalam skala eceran besar dan ekspor dan jasa perorangan, meliputi desainer fesyen, model

2.1.2.7. Video, Film dan Fotografi

Kegiatan yang berkaitan dengan kreasi, produksi film, video, jasa fotografi, serta distribusi rekaman film, video dan hasil fotografi. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron dan eksibisi film.

Dalam KBLI 2005, terdapat 6 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor video, film dan fotografi, diantaranya adalah reproduksi film dan video, jasa pemotretan, produksi & distribusi film, kegiatan bioskop

2.1.2.8. Permainan Interaktif

Kegiatan yang berkaitan dengan kreasi produksi & distribusi permainan pada media komputer, video, konsol, telepon genggam dan jaringan internet yang bersifat hiburan, ketangkasan & edukasi.

Kriteria permainan interaktif adalah berbasis elektronik berupa aplikasi piranti lunak, komputer (online maupun stand online), console (playstation, XBOX, Nintendo), arcade, alat ketangkasan.

Dalam KBLI 2005, sektor-sektor yang serupa dengan permainan interaktif terkelompok dalam sektor jasa multi media, IT, dan jasa piranti lunak. Oleh karena itu, deskripsi permainan interaktif diasumsikan homogen dengan jasa layanan komputer dan piranti lunak.

2.1.2.9. Musik

Kegiatan yang berkaitan dengan komposisi, reproduksi, dan distribusi rekaman suara. Dalam KBLI 2005, terdapat 5 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor musik, diantaranya adalah perekaman suara pada kaset/cd/film/video, reproduksi/rekaman ulang pada audio, komputer, floppy, hard dan compact disk .

- a. kegiatan drama dan hiburan oleh maupun pemerintah
- b. usaha penunjang hiburan juru kamera, juru lampu, juru rias, penata musik

2.1.2.10. Seni Pertunjukkan

Kegiatan yang berkaitan dengan pengembangan konten, produksi pertunjukan, pertunjukkan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik, opera, desain pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, tata rias, tata pencahayaan. Dalam KBLI 2005, terdapat 4 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam sektor seni pertunjukkan, diantaranya adalah impresariat : kegiatan pengurusan dan penyelenggaraan hiburan, kegiatan drama dan hiburan oleh swasta maupun pemerintah, usaha penunjang hiburan juru kamera, juru lampu, juru rias, penata musik

2.1.2.11. Penerbitan dan Percetakan

Yaitu, kegiatan yang berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kantor berita.

Dalam KBLI 2005, terdapat 11 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam industri penerbitan dan percetakan, diantaranya adalah penerbitan buku, brosur, peta, penerbitan surat kabar, penerbitan khusus untuk perangko, materai, uang, saham, dan surat berharga lain, blanko cek dan giro, surat andil, obligasi, pasport, tiket, penerbitan lainnya foto, grafir, kartu pos, fomulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, rekaman makro film, usaha perdagangan besar dan eceran komoditi hasil percetakan dan penerbitan dan export, jasa percetakan surat kabar, majalah, jurnal, buku, pamflet, peta/atlas, poster, termasuk cetak ulang melalui komputer, mesin stensil, fotocopy/thermocopy, media CD melalui internet, Kegiatan kantor berita oleh kantor pemerintah dan swasta serta pencari verita.

2.1.2.12. Layanan Komputer dan Piranti Lunak

Kegiatan 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 pitanti lunak, dan piranti keras serta desain portal.

Dalam KBLI 2005, terdapat 8 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam industri layanan komputer dan piranti lunak, diantaranya adalah jasa portal, jasa multimedia, jasa konsultasi piranti keras, jasa konsultasi piranti lunak, jasa pengolahan data, jasa kegiatan data base, jasa perawatan & reparasi.

2.1.2.13. Televisi dan radio

Kegiatan yang berkaitan dengan kreasi, produksi, pengemasan, dan penyiaran melalui media televisi (games, kuis, reality show, infotainment), media radio (termasuk kegiatan relay siaran/pemancar kembali yang dilakukan oleh publik, swasta dan komunitas, melalui transmisi bebas atau berlangganan

Dalam KBLI 2005, terdapat 3 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam industri televisi dan radio, yaitu telekomunikasi khusus untuk penyiaran yang mencakup usaha penyelenggaraan telekomunikasi yg khusus digunakan untuk penyiaran, kegiatan radio & televisi pemerintah & swasta

2.1.2.14. Riset dan Pengembangan

Yaitu kegiatan yang berkaitan dengan usaha inovatif dalam pemahaman, pembuktian kebenaran, penerapan, & penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk tujuan kreasi & peningkatan fungsi produk, proses, material, alat, metode yg dapat memenuhi kebutuhan pasar.

Dalam KBLI 2005, terdapat 4 jenis lapangan usaha yang termasuk dalam riset dan pengembangan adalah, yaitu usaha penelitian dan pengembangan teknologi dan rekayasa oleh swasta, penelitian dan pengembangan ilmu pengetahuan sosial oleh swasta, penelitian dan pengembangan humaniora oleh swasta, jasa konsultasi bisnis dan manajemen pada bidang hubungan masyarakat dan berbagai fungsi manajemen, konsultasi manajemen oleh agronomis pada bidang pertanian.

2.1.3. Peluang Berkembangnya Industri Kreatif Di DKI Jakarta

Untuk memanfaatkan industri kreatif, maka harus dipertimbangkan keunggulan dan kelemahannya. Dalam cetak biru pengembangan Industri Kreatif (Departemen Perdagangan, 2007), maka keunggulan industri kreatif adalah :

- a. Berbasiskan pikiran manusia (ilmu pengetahuan, kreativitas dan talenta, ketiga hal tersebut merupakan sumber daya yang terbarukan), bahkan kreativitas cenderung tumbuh pesat di saat krisis.
- b. Berdasarkan budaya setempat, sehingga mempunyai ciri khas/keunikan, keanekaragaman yang tinggi
- c. Margin keuntungan yang tinggi, atau mempunyai penghasilan yang besar
- d. Lebih mengutamakan ketrampilan
- e. Penyerapan tenaga kerja yang tinggi,
- f. Mampu melibatkan masyarakat setempat,
- g. Gunaryo juga menyatakan (2006, halaman 17), industri kreatif cenderung dapat bertahan pada krisis karena mempunyai domestik market dan Industri Kreatif dapat tetap tumbuh pada era produksi non massal. Daur hidup yang semakin singkat, mendorong lahirnya sistem produksi non-massal (limited edition) yang kemudian justru sesuai dengan produksi industri kreatif.

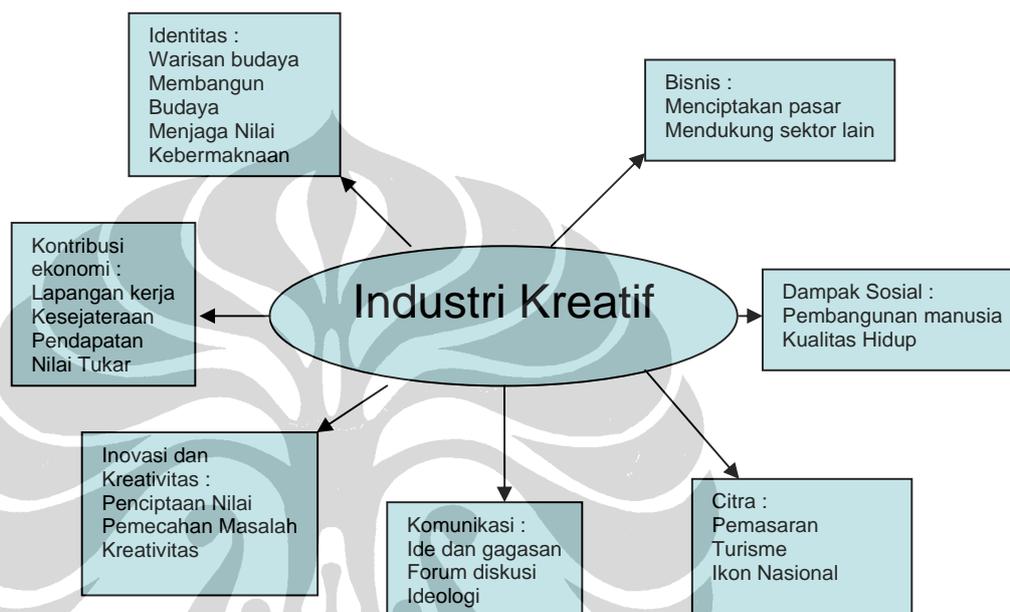
Sedangkan kelemahan Industri Kreatif adalah :

1. mudah ditiru, karena produknya berasal dari budaya sendiri, atau menggunakan teknologi tepat guna, maka banyak masyarakat yang juga dapat meniru produk kreatif tersebut, sedangkan perlindungan kekayaan intelektual belum berjalan dengan baik.
2. oleh karena itu terjadi persaingan yang tinggi,
3. siklus hidup yang singkat, karena industri kreatif terpengaruh oleh mode, artinya suatu desain terbaru akan habis masa berlakunya dengan cepat, bila ada mode yang lebih baru lagi tercipta. Misalnya model perabotan rotan biasanya bertahan selama 3 bulan, setelah itu telah ada model/kreasi

perabotan rotan lain yang timbul lagi. Atau suatu film nilai jualnya akan turun bila sudah ditonton oleh banyak orang.

Sedangkan pengaruh industri kreatif terhadap perekonomian adalah³

Gambar 2.1. Dampak Positif Industri Kreatif Dalam Perekonomian



▪ **Identitas :**

Dalam upaya mendukung pembangunan ekonomi sekaligus mengantisipasi dampak negatif globalisasi dan liberalisasi ekonomi diperlukan industri yang berbasiskan budaya bangsa sehingga dapat memberi identitas bangsa, mempunyai daya saing tinggi.

Cunningham (2008) menyatakan produk budaya menjadi kontributor pengembangan ekonomi, karena apresiasi industri kreatif biasanya berakar pada budaya lokal. Hal ini penting, karena dengan menggunakan budaya lokal, produk kreatif akan mempunyai keunikan tersendiri dan mempunyai

³ Studi Industri Kreatif Indonesia 2007. Depdag, halaman 22

keunggulan yang berbeda. Selain itu, Industri Kreatif biasanya berhubungan dengan seni budaya yang disukai oleh banyak masyarakat.

- **Kontribusi Ekonomi**

Dengan adanya produksi barang dan jasa dari industri kreatif, maka terdapat penambahan jumlah output dalam perekonomian. Barang dan jasa yang dihasilkan industri kreatif tersebut dikonsumsi, baik oleh rumah tangga maupun oleh pemerintah, diinvestasikan serta digunakan untuk perdagangan nasional maupun internasional. Kontribusi industri kreatif ini dapat dilihat dari jumlah barang dan jasa yang diproduksi dalam perekonomian. Menurut Dornbus (2004, halaman 16-25) untuk mengukur besarnya kontribusi dapat dilihat dari prosentase terhadap PDRB, nilai ekspor DKI Jakarta dan variabel lainnya dalam perekonomian. Jika terjadi peningkatan komponen konsumsi atau belanja pemerintah ataupun investasi, maka akan terjadi peningkatan perekonomian.

Dalam proses produksi barang dan jasa, maka tercipta lapangan kerja, sehingga ada tenaga kerja yang terserap sehingga terdapat peningkatan kesejahteraan karena adanya laba, atau penerimaan upah. Industri kreatif juga memberi nilai tambah pada barang (terutama dengan memasukkan unsur nilai budaya), dan oleh karena itu, produk industri kreatif berorientasi ekspor. Sehingga bila terjadi peningkatan industri, maka juga akan terjadi penguatan nilai tukar.

- **Inovasi dan kreatifitas**

Kreatifitas bisa didapat dengan menggabungkan teknologi yang telah ada sehingga melahirkan ide yang baru dan mendorong terciptanya produk yang berbeda (diferensiasi produk). Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh South West England Agency (2007, halaman 6), Industri kreatif berasal dari ide manusia yang selalu terbaharukan. Berbeda dengan industri yang bermodalkan bahan baku fisik, industri kreatif bermodalkan ide kreatif, talenta dan ketrampilan. Hal ini akan membuka akses, terutama untuk

perusahaan kecil dengan modal terbatas, namun mempunyai informasi, kecerdasan dan ide.

- Komunikasi

Sebagai sarana untuk menyampaikan ide dan gagasan nilai budaya.

- Citra

citra adalah kesan dan persepsi yang diterima oleh seseorang ketika melihat, mendengar, merasakan sesuatu tentang suatu asal produk tersebut. Penelitian dari South West Englan Development Agency (2007, halaman 8), produk kreatif banyak mengambil unsur seni budaya, sehingga dapat menambah nilai jualnya, karena kesan unik dan mengandung nilai budaya.

- Dampak Sosial

Mengembangkan industri kreatif berarti juga mengembangkan pengetahuan, kreatifitas, daya pikir, sehingga berarti juga mengembangkan kualitas hidup manusia.

Berdasarkan penelitiannya, Cokorda Istri Dewi menyatakan (2007), pekerja kreatif di dalam industri film, musik, permainan kreatif, layanan komputer & piranti lunak, arsitek, riset & pengembangan memiliki penghasilan diatas rata-rata penghasilan di atas sektor lain. Individu yang bekerja di industri kreatif seringkali merasa bahagia, karena dapat mengembangkan ide yang dimilikinya.

- Bisnis

Dengan mengembangkan industri kreatif maka juga akan menstimulasi, mendukung dan mengembangkan aktivitas ekonomi. Galloway menyatakan (2005, halaman 9), Industri kreatif juga menumbuhkan permintaan dan membuka pasar baru dalam berbagai sektor terkait. Industri Kreatif memberi nilai ekonomi pada budaya, sehingga membuat budaya tidak lagi barang publik, sehingga tidak terjadi kegagalan pasar.

Industri kreatif juga mengutamakan peranan entrepreneurs yang berinovasi dengan :

- Mengemukakan barang baru atau berkualitas baru yang belum pernah dikenal oleh konsumen
- mengenalkan suatu metode baru.

Teori Schumpeter menekankan pentingnya peranan pengusaha di dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi. Pengusaha merupakan golongan yang akan terus menerus membuat pembaharuan atau inovasi dalam kegiatan ekonomi. Inovasi tersebut merupakan memperkenalkan barang-barang baru, mempertinggi efisiensi cara memproduksi dalam menghasilkan suatu barang, memperluas pasar sesuatu barang ke pasar yang baru, mengembangkan sumber bahan mentah baru dan mengadakan perubahan dalam organisasi dengan tujuan mempertinggi keefisienan kegiatan perusahaan. Hal ini menyebabkan adanya penambahan investasi dalam masyarakat.

Dengan demikian, Industri Kreatif juga dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi. Dengan menggunakan fungsi produksi Cobb-Douglas, yaitu

$$Y = F(A, K, L)$$

atau

$$Y_t = A_t K_t^\alpha L_t^\beta \dots (3)$$

di mana:

Y_t = GDP = tingkat produksi (output) pada periode t

A_t = tingkat teknologi pada periode t

K_t = jumlah stok modal pada periode t

L_t = jumlah tenaga kerja pada periode t

α = produktivitas tenaga kerja

$\beta = 1 - \alpha$ = produktivitas modal,

maka kreatifitas dapat mempengaruhi produktivitas labour atau tenaga kerja. Dengan kreativitas, maka terjadi metode baru misalnya melalui penggabungan dari metode yang telah ada, sehingga tetap dapat terjadi peningkatan produksi tanpa menambah input. Dalam hal ini, kreativitas sangat berhubungan dengan

modal tenaga kerja (human capital). Kreatifitas dapat membantu peningkatan modal tenaga kerja sehingga dapat berkorelasi positif bagi pertumbuhan perekonomian.

Gunaryo (2008, halaman 17) mengemukakan bahwa agar Industri Kreatif berpeluang untuk berkembang maka perlu terdapat 4 ciri berikut :

1. Perilaku pasar dan konsumen.

Seiring dengan majunya tingkat pendidikan dan kesehatan taraf hidup manusia semakin meningkat sehingga sudut pandang manusia melihat kehidupan juga berubah. Selain itu, keterhubungan dan internasionalisasi yang tercipta telah mempengaruhi motivasi hidup manusia. Santoso menyatakan bahwa (2008) saat manusia telah berhasil melampaui tingkat kebutuhan dasar seperti kebutuhan fisik dan kebutuhan keamanan, maka manusia akan berusaha mencari kebutuhannya pada tingkat yang lebih lanjut, yaitu kebutuhan bersosialisasi, rasa percaya diri dan aktualisasi diri. Demikian pula perilaku konsumsi manusia. Dalam konteks perdagangan, semakin lama manusia semakin menyukai barang-barang yang tidak hanya mampu memuaskan secara fungsional saja, namun juga mencari produk yang bisa memberikan dirinya suatu identitas yang membuat dirinya lebih dihargai. Industri fesyen adalah contoh yang bagus untuk menggambarkan kondisi ini.

2. Tumbuhnya era produksi non massal.

Semakin kritisnya konsumen akhirnya membuat konsumen semakin selektif terhadap barang yang akan dikonsumsi. Konsumen kurang tergerak membeli barang yang general, sebaliknya akan sangat antusias membeli barang yang unik dan membuat bangga yang memakainya. Semakin lama faktor selera semakin mendominasi perilaku konsumsi. Dan akibatnya daur hidup produk semakin singkat. Ini disebabkan, karena bila menyimpan stok terlalu banyak, maka kemungkinan besar akan tidak terserap pasar. Permintaan konsumen ini memunculkan era produksi non

masal. Pada sistem ini, barang dibuat dalam jumlah yang tidak terlalu banyak dan dengan variasi yang beragam.

3. Porsi pasar dalam negeri yang besar

Dari sisi pasar domestik, penduduk Indonesia yang merupakan peringkat 4 terbesar di dunia adalah potensi pasar yang sangat besar apabila dapat menyerap hasil produksi dalam negeri. Industri kreatif berbasis barang fisik dapat mengisi pasar domestik dengan hasil produksi dalam negeri yang memiliki kualitas desain yang sama baiknya dengan produk impor. Industri kreatif yang produknya berupa jasa atau bentuk non materil lainnya, misalnya musik dan piranti lunak, dapat didistribusikan secara digital sehingga tidak perlu mengkonsumsi BBM.

4. Keragaman sosio budaya.

Bagi pelaku industri kreatif, keragaman sosio kultural dapat menjadi sumber inspirasi yang tidak pernah kering. Dalam pertunjukan seni budaya misalnya, kendala mencari pemirsa, yang disebabkan pemirsa kurang tertarik mengikuti sajian yang terlalu tradisional, dapat ditanggulangi dengan memberikan sentuhan lebih modern dan populer dari desainer, arsitek, komposer musik dan koreografer.

Dengan memperhatikan kondisi sosial budaya dan perekonomian DKI Jakarta yang :

- a. Mempunyai tingkat IPM yang relatif lebih tinggi. Dalam RKPD DKI Jakarta Tahun 2009, dinyatakan bahwa nilai IPM DKI Jakarta adalah 76,4, lebih tinggi daripada IPM nasional yang hanya 69,6 pada tahun 2007.
- b. PDRB DKI Jakarta yang relatif lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi lain. Dalam RKPD DKI Jakarta Tahun 2009, dinyatakan bahwa PDRB perkapita Provinsi DKI Jakarta pada tahun 2007 adalah Rp 64,11 juta. Sedangkan jumlah keluar miskin di DKI Jakarta pada tahun 2007 sebesar 4,5 % dari populasi. Koefisien Gini DKI Jakarta juga

menunjukkan angka 0,360 pada Tahun 2006, lebih rendah dari batas yang ditetapkan oleh worldbank, yaitu sebesar 0,4.

c. Tingkat keterbukaan yang tinggi, yang ditunjukkan dengan peningkatan wisman, peningkatan proyek penanaman modal asing dari 561 proyek pada Tahun 2002 menjadi 801 proyek pada Tahun 2006.

d. Dan dihuni oleh warga yang multi etnis,

e. Infrastruktur yang mendukung,

maka Industri kreatif berpeluang untuk berkembang di DKI Jakarta.

2.1 4. Perencanaan Pengembangan Industri Kreatif oleh Pemda DKI Jakarta

Tirta menyatakan (1996) bahwa perencanaan juga diartikan sebagai usaha secara sadar dari suatu organisasi (pemerintah atau badan usaha) untuk mempengaruhi, mengarahkan serta dalam beberapa hal bahkan mengendalikan perubahan dalam variabel-variabel utama ekonomi/pembangunan (misalnya PDB, konsumsi, investasi, tabungan) suatu negara atau wilayah tertentu selama kurun waktu sesuai dengan serangkaian tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Sedangkan Jhingan (1993, halaman 655) menyatakan bahwa perencanaan ekonomi mengandung arti pengendalian dan pengaturan perekonomian dengan sengaja oleh suatu penguasa pusat untuk mencapai suatu sasaran dan tujuan tertentu di dalam jangka waktu tertentu pula. Menurut UU Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional, perencanaan adalah suatu proses menentukan tindakan masa depan yang tepat, melalui urutan pilihan, dengan memperhitungkan sumber daya yang tersedia. Dengan perkataan lain, inti perencanaan ekonomi atau perencanaan pembangunan tersebut adalah gagasan tentang bagaimana mempengaruhi, mengarahkan dan mengendalikan agar tujuan yang dikehendaki tercapai.

Dalam perencanaan pembangunan, Kartasmita (1996) menyatakan bahwa pada dasarnya terdapat tiga aspek perencanaan, yaitu makro, sektoral

dan regional. Yang ketiganya tersusun dalam satu kesatuan. Perencanaan sektoral adalah perencanaan yang dilakukan dengan pendekatan berdasarkan sektor. Yang dimaksud dengan sektor adalah kumpulan dari kegiatan-kegiatan atau program yang mempunyai persamaan ciri-ciri serta tujuannya. Pembagian menurut klasifikasi seperti sektor, maksudnya untuk mempermudah perhitungan-perhitungan dalam mencapai sasaran makro. Sektor-sektor ini kecuali mempunyai ciri-ciri yang berbeda satu sama lain, juga mempunyai daya dorong yang berbeda dalam mengantisipasi investasi yang dilakukan pada masing-masing sektor.⁴

Wrihatnolo menyatakan (2007, halaman 74) bahwa perencanaan pembangunan yang menjadikan bidang sektoral ekonomi sebagai paradigma pembangunan dilandasi oleh pemikiran bahwa bidang sektoral ekonomi dapat menjadi penggerak utama pembangunan. Elemen utama yang melandasi keyakinan tersebut adalah adanya konsep dampak berganda (multiplier efek) bertahap. Oleh karena itu, sektor yang mempunyai dampak berganda, harus berjalan secara baik di dalam pembangunan. Pengembangan industri kreatif juga merupakan pengembangan secara sektoral, sehingga bila sektor-sektor yang tercakup dalam industri kreatif mempunyai dampak pengganda yang tinggi, akan memberikan kontribusi dalam perekonomian. Dalam perencanaan, diharapkan para pelaku ekonomi yang ada di setiap daerah dapat memanfaatkan segenap sumber daya-nya secara efisien dan efektif serta mampu bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya, sehingga dapat memperkuat fondasi ekonomi, sekaligus berfungsi sebagai penyangga perekonomian. Pemanfaatan sumber daya yang ada pada suatu daerah secara tepat, pada gilirannya akan meningkatkan output sektor-sektor produksi di daerah bersangkutan. Peningkatan output sektor-sektor produksi akan selanjutnya akan mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah tersebut.

⁴ "Perencanaan Menurut Dimensi Pendekatan dan Koordinasi. Bappenas. Download dari www.bappenas.go.id

Sesuai dengan sistem perencanaan nasional, Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah menyusun perencanaan kebijakannya dalam bentuk RKPD (Rencana Kerja Pemerintah Daerah) DKI Jakarta Tahun 2009 dan RPJM (Rencana Pembangunan Jangka Menengah) DKI Jakarta Tahun 2007 – 2012.

RPJM harus dituangkan ke dalam RKPD setiap tahunnya. Adapun strategi, kebijakan dan program yang terumuskan dalam program pembangunan DKI Jakarta adalah :

Tabel 2.2. Tabel Visi, Misi, Strategi, Kebijakan dan Program Pembangunan DKI Jakarta yang berkaitan dengan Industri Kreatif

	RPJM DKI Jakarta Tahun 2007-2012	RKPD DKI Jakarta Tahun 2009
Pemahaman Visi	Sebuah kota yang bisa menjanjikan kehidupan yang nyaman dan sejahtera untuk semua, jika pemerintah dan masyarakatnya sepakat untuk secara optimal menjawab tantangan, menyelesaikan permasalahan, serta memanfaatkan potensi dan peluang yang ada.	
Misi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Membangun tata kelola pemerintahan yang baik dengan menerapkan kaidah Good Governance 2. Melayani masyarakat dengan prinsip pelayanan prima 3. Memberdayakan masyarakat dengan prinsip pemberian otoritas pada masyarakat untuk mengenali permasalahan yang dihadapi, mengupayakan pemecahan terbaik pada perencanaan, pelaksanaan, pengawasan & pengendalian pembangunan 4. Membangun sarana & prasarana kota yang menjamin kenyamanan dengan memperhatikan keberlanjutan 5. Menciptakan lingkungan kehidupan kota yang dinamis dalam mendorong pertumbuhan dan kesejahteraan 	
Strategi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Optimalisasi pemanfaatan sumber daya kota 2. Pengembangan jejaring kerjasama 3. Penerapan sistem manajemen mutu pada setiap layanan publik 4. Membangun, meningkatkan dan memelihara infrastruktur ekonomi/ sosial kota yang strategis 5. Meningkatkan efisiensi dan kinerja belanja, diversifikasi dan optimalisasi pendapatan pembiayaan dan kemitraan. 6. Konsistensi implementasi Rencana Tata Ruang dan Wilayah 7. Membangun model kebersamaan antara pemerintah dan pemangku kepentingan 8. Membentuk birokrasi yang efektif 9. Membangun kapasitas penanggulangan bencana 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemantapan kinerja & stabilitas ekonomi makro 2. Percepatan pertumbuhan perekonomian dengan mengembangkan pertumbuhan berimbang yang bertumpu pada peran investasi (sektor riil dan ekspor non migas) dan menempatkan prioritas pada sektor yang mempunyai efek pengganda tinggi. 3. Menciptakan iklim yang lebih kondusif melalui regulasi 4. Menyediakan infrastruktur yang cukup & berkualitas 5. Meningkatkan daya saing ekspor 6. Meningkatkan partisipasi swasta melalui kemitraan antara pemerintah dan swasta 7. Membangun landasan yang kokoh bagi

	<p>10. Menjamin akses layanan publik untuk keluarga miskin</p> <p>11. Menyediakan subsidi</p>	<p>pertumbuhan perekonomian berkelanjutan.</p>
Kebijakan	<p>Kebijakan yang berkaitan dengan industri kreatif :</p> <p>1. Urusan perdagangan dan perindustrian</p> <ul style="list-style-type: none"> * Membangun iklim yang kondusif untuk pengembangan industri dan memfasilitasi diversifikasi ekspor produk yang memenuhi syarat dalam rangka mendorong peningkatan produksi dan promosi * Memfasilitasi pembangunan diklat peningkatan kualitas dan kuantitas produk produk ekspor * Melakukan pembinaan industri kerajinan rakyat * Membangun iklim yang kondusif untuk pengembangan industri * Meningkatkan peran masyarakat dan komunitas profesional dalam penyelenggaraan urusan perdagangan perindustrian <p>2. Urusan pariwisata dan kebudayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> * Meningkatkan kapasitas penyelenggaraan urusan kebudayaan dan pariwisata * Mengintegrasikan regulasi urusan kebudayaan, fungsi permuseuman dan urusan kebudayaan * Mengembangkan budaya Betawi sebagai bagian dari budaya DKI sebagai ibukota negara yang heterogen, multi etnis dan multi kultur * Mengembangkan Taman Ismail Marzuki sebagai kawasan budaya kelas dunia * Pemugaran Kota Tua dan mengembangkan sebagai kawasan industri kreatif * Menyelesaikan pembangunan Perkampungan Budaya Betawi * Memugar dan mengembangkan kawasan bernilai Sejarah * Meningkatkan peran masyarakat dan komunitas profesional dalam penyelenggaraan urusan kebudayaan * Melaksanakan promosi dan pelayanan terpadu antara pelaku usaha industri pariwisata perdagangan, investasi dan kebudayaan * Mengembangkan kualitas atraksi, obyek, kawasan dan lingkungan wisata tematik * Mewujudkan citra Jakarta sebagai destinasi Wisata dan salah satu destinasi utama wisata MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perlunya meningkatkan pertumbuhan dan sekaligus pemerataan hasil pembangunan 2. Perlunya memantapkan kembali kinerja perekonomian dan pemberdayaan masyarakat 3. Perlunya meningkatkan pemberdayaan kelompok UMKM agar mampu berpartisipasi aktif dalam perekonomian Jakarta dan mampu memperbesar daya serap tenaga kerjanya. 4. Perlunya menciptakan iklim yang kondusif bagi perekonomian daerah 5. Perlunya menjaga stabilitas keamanan dan ketertiban

	<ul style="list-style-type: none"> * Mengembangkan Jakarta sbg destinasi wisata kota yang berbasis potensi masyarakat/kota/alam 	
	<p>3. Komunikasi dan Informatika</p> <ul style="list-style-type: none"> * Meningkatkan kapasitas penyelenggara urusan komunikasi dan informatika * Menerapkan kebijakan komunikasi dan informatika yang menyeluruh, terpadu dan merupakan solusi terhadap masalah kota * Menerapkan teknologi informasi untuk semua tingkat pemerintahan (e-gouverment) yang dimulai dari proses perencanaan (e-planning), penganggaran (e-budgeting) dan proses pengadaan barang, (e-procurement) serta pengawasan. * Melaksanakan pelayanan perijinan berbasis internet * Meningkatkan peran masyarakat dan komunitas profesional dalam penyelenggaraan urusan komunikasi dan informatika 	
	<p>4. Tata Ruang</p> <ul style="list-style-type: none"> * Menyelenggarakan penataan ruang DKI Jakarta secara terpadu 	
	<p>5. Pekerjaan Umum</p> <ul style="list-style-type: none"> * Meningkatkan penelitian tentang geologi, geofisik dan geokimia, untuk mengantisipasi masalah kebencanaan dan lingkungan 	
Program	<p>1. Urusan perdagangan dan perindustrian</p> <ul style="list-style-type: none"> * Program perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan * Program pengembangan strategi industri kecil dan menengah * Program peningkatan promosi dan pengembangan ekspor * Program peningkatan kualitas produk sentra industri * Program penataan jaringan distribusi produk Industri dan perdagangan 	<p>1. Urusan perdagangan dan perindustrian</p> <ul style="list-style-type: none"> * Program perlindungan konsumen dan pengamanan perdagangan * Program pengembangan strategi industri kecil dan menengah * Program peningkatan promosi dan pengembangan ekspor * Program peningkatan kualitas produk sentra industri
	<p>2. Urusan pariwisata dan kebudayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> * Program Pengelolaan Keragaman Budaya * Program Pengelolaan Kekayaan Budaya * Program pengembangan nilai budaya * Program pengembangan kerjasama pengelolaan dan kekayaan budaya * Program Revitalisasi Kota Tua * Program peningkatan sarana dan prasarana kebudayaan * Program pengembangan pemasaran pariwisata * Program pengembangan kemitraan kepariwisataan * Program peningkatan iklim usaha 	<p>2. Urusan pariwisata dan kebudayaan</p> <ul style="list-style-type: none"> * Program pengelolaan Keragaman Budaya * Program pengelolaan Kekayaan Budaya * Program pengembangan nilai budaya * Program pengembangan kerjasama pengelolaan dan kekayaan budaya * Program Revitalisasi Kota Tua * Program peningkatan sarana dan prasarana kebudayaan * Program pengembangan pemasaran pariwisata * Program pengembangan kemitraan kepariwisataan * Program peningkatan iklim usaha

kepariwisataan	kepariwisataan
3. Urusan Komunikasi dan Informatika * Program pengembangan komunikasi, informasi dan media masa * Program penyediaan informasi pelayanan publik melalui internet	3. Urusan Komunikasi dan Informatika * Program pengembangan komunikasi, informasi dan media masa * Program penyediaan informasi pelayanan publik melalui internet
4. Urusan Panataan Ruang * Program penyusunan rencana tata ruang wilayah (RTRW)	4. Urusan Pantaan Ruang * Program penyusunan rencana tata ruang wilayah (RTRW)
5. Pekerjaan Umum * Program penelitian tentang geologi, geofisik dan geokimia	5. Pekerjaan Umum * Program penelitian tentang geologi, geofisik dan geokimia

Sumber : RKPD DKI Jakarta Tahun 2009
RPJM DKI Jakarta Tahun 2007 – 2012.

Di dalam proses perencanaan seringkali terjadi gap. Menurut Seputro (2008), gap dapat diartikan kesenjangan yang terjadi antara rencana actual pemerintah dengan potensi yang sebenarnya terkandung di dalam suatu sektor, dalam hal ini industri kreatif. Dalam indicator RKPD DKI Jakarta Tahun 2009 dan RPJM DKI Jakarta Tahun 2007 – 2012, rumusan perencanaan pengembangan industri kreatif secara eksplisit terkonsentrasi pada kawasan kota tua, yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.3 Tabel indicator perencanaan pengembangan industri kreatif oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta secara eksplisit pada RPJM DKI Jakarta Tahun 2007 - 2012

Urusan	Ruang Lingkup Urusan	Indikator Kinerja	Kondisi 2007	Target				
				2008	2009	2010	2011	2012
Kebudayaan	Kawasan Kota Tua	-	Belum terbentuknya industri kreatif kota	Ditetapkannya regulasi dan terbentuknya forum kota	Daerah Jl. Kali Besar selesai dipugar	Daerah Jl. Cengkeh selesai dipugar	Kawasan Kota Tua menjadi salah satu destinasi wisata di Jakarta	-

Tabel 2.4 Matriks dan Sasaran Program Prioritas RKPD DKI Jakarta Tahun 2009 yang secara eksplisit menyatakan pe

NO	URUSAN	ARAH KEBIJAKAN 2007 - 2012	PROGRAM	KINERJA PROGRAM	RENCANA HASIL 2009
	Kebudayaan		Program revitalisasi Kota Tua	Terwujudnya kawasan Kota Tua sebagai kawasan industri kreatif	-

Di sisi lain, menurut Pujilistiyani (2007), proses perencanaan sering tidak berjalan dengan lancar, karena kebijakan perencanaan tidak dibuat secara detil, sehingga terjadi gap antara corporate policies dan personnel policies serta aplikasinya dalam praktik. Perencanaan SDM banyak ditujukan pada manajemen suksesi dan pengembangan dibandingkan dengan aktivitas personalia yang lain. Hal tersebut juga terlihat dalam perencanaan Industri Kreatif oleh Pemerintah Provinsi DKI Jakarta. Belum seluruh perencana dan pelaksana program mengerti tentang Industri Kreatif. Sehingga perencanaan Industri Kreatif terlihat kurang detail.

2.2 Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang industri kreatif di Indonesia dengan menggunakan tabel Input Output Indonesia Tahun 2007 pernah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia di tahun 2008 dengan judul Studi Industri Kreatif Indonesia 2007. Studi tersebut meneliti tentang 14 sektor industri kreatif melalui penghitungan indeks backward dan forward linkagenya.