

EKONOMI KREATIF : Konsep, Peluang, dan Cara Memulai

Oleh: Annisa Ratna Sari, M.S.Ed

KONSEP

Kemunculan Ekonomi kreatif didasarkan pada simbol kompleks konsumerisme yang dikonstruksi melalui elaborasi konsumsi kebutuhan sosial yang tinggi, dan bukan didasarkan semata pada murni konsumerisme yang terjadi dari adanya konsumsi kebutuhan praktis dan efisien (Levickaite, 2011). Hal ini didasarkan pada kenyataan bahwa dewasa ini perkembangan ekonomi telah sampai level dimana kegiatan ekonomi harus mampu untuk menemukan inovasi dan kreativitas yang selalu baru.

Kesuksesan dalam bidang ekonomi dewasa ini, menurut Ginevičius, Krivka (2009: 192) hanya bisa didapatkan jika pelaku bisnis mampu beradaptasi dengan kondisi pasar yang terus berubah secara konstan sebagaimana perkembangan ekonomi yang selalu terikat dengan proses teknologi, ketidakpastian masa depan, dan lain sebagainya.

Mari kita simpulkan definisi Ekonomi Kreatif dari berbagai sumber. Ekonomi Kreatif adalah:

1. Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.
2. Kementerian Perdagangan Indonesia menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.
3. Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Di Indonesia, Ekonomi Kreatif muncul melalui kebijakan negara. Tetapi bukan berarti kegiatan ekonomi kreatif baru muncul seiring dengan kebijakan pemerintah tersebut. Ekonomi Kreatif telah lama tumbuh dan berkembang di masyarakat, namun secara khusus

mendapat perhatian dan pembinaan yang kuat dari pemerintah baru dimulai pada era pemerintahan SBY.

Pemerintahan SBY telah meninggalkan *legacy* yang baik terkait pengembangan dan pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Secara kronologis kebijakan ekonomi kreatif dimulai oleh pernyataan Presiden untuk meningkatkan industri kerajinan dan kreativitas bangsa, terselenggaranya Pekan Produk Budaya Indonesia 2007, yang berubah nama menjadi Pekan Produk Kreatif Indonesia 2009, terbitnya Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, hingga Perpres Nomor 92 Tahun 2011 yang menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Menteriannya, Mari Elka Pangestu. Kemudian lebih lanjut terbitlah pada 2012

Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tentang Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2012-2014. Di dalam rencana strategis itu telah tersusun dengan detail pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Mari Elka Pangestu (Tempo, 2014) menyebutkan bahwa ada tujuh isu strategis yang menjadi potensi maupun tantangan yang perlu mendapat perhatian para pemangku kepentingan dalam pengembangan ekonomi kreatif. Antara lain, ketersediaan sumber daya kreatif (orang kreatif) profesional dan kompetitif; ketersediaan sumber daya alam berkualitas, beragam, dan kompetitif; sumber daya budaya yang dapat diakses secara mudah; serta industri yang berdaya saing, tumbuh, dan beragam.

PELUANG

Menurut Koran Republika (2014), Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, perkembangan sektor ekonomi kreatif tumbuh 5,76 persen atau di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional 5,74 persen. Nilai tambahnya mencapai Rp 641,8 triliun atau tujuh persen dari produk domestik bruto (PDB) nasional. Penyerapan tenaga kerja industri kreatif mencapai 11,8 juta orang atau 10,7 persen dari angkatan kerja nasional. Jumlah unit usahanya mencapai 5,4 juta unit atau 9,7 persen dari total nasional, sedangkan aktivitas ekspornya mencapai Rp 118 triliun atau 5,7 persen dari total ekspor nasional.

Mengingat peluang ini, Indonesia sebagai negara berkembang harus mendorong industri kreatif sebagai penggerak ekonomi. Itu perlu dilakukan guna mengejar ketertinggalan

Indonesia di bidang ekonomi melalui pengelolaan sumber daya yang bernilai ekonomi tinggi.

Di Indonesia, ada 15 subsektor ekonomi kreatif yang dikembangkan, dari sebelumnya 12 subsektor. Adapun subsektor ekonomi kreatif yang dimaksud yakni arsitektur, desain, film, video dan fotografi, kuliner, kerajinan, mode, musik, serta penertiban dan percetakan. Selain itu termasuk permainan interaktif, periklanan, riset dan pengembangan, seni rupa, seni pertunjukan, teknologi informasi, serta televisi dan radio (Tempo, 2014). Lebih rinci bidang-bidang apa saja yang termasuk dalam ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia adalah sebagai berikut (Deperindag, 2014):

1) Periklanan (*advertising*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;

4) Kerajinan (*craft*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai 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 dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);

5) Desain: 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*): kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;

7) Video, Film dan Fotografi: kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film;

8) Permainan Interaktif (*game*): 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;

9) Musik: kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;

10) Seni Pertunjukan (*showbiz*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan. Misalnya, pertunjukan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan;

11) Penerbitan dan Percetakan: kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir

(*engraving*) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;

12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*): kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;

13) Televisi & Radio (*broadcasting*): kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;

14) Riset dan Pengembangan (*R&D*): kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen.

CARA MEMULAI

Kewirausahaan pada hakekatnya adalah sifat, ciri dan watak seseorang yang memiliki kemauan dalam mewujudkan gagasan inovatif ke dalam dunia nyata secara kreatif. Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Kreativitas yang tinggi tetap membutuhkan sentuhan inovasi agar laku dipasar. Inovasi yang dibutuhkan adalah kemampuan wirausahawan dalam menambahkan guna atau manfaat terhadap suatu produk (nilai) dan menjaga mutu produk dengan memperhatikan “market oriented” atau apa yang sedang laku dipasaran.

Guna menjadi wirausahawan yang berhasil, maka persyaratan utama yang harus dipenuhi adalah memiliki jiwa dan watak kewirausahaan (Affiff, 2012). Jiwa dan watak kewirausahaan tersebut dipengaruhi oleh keterampilan, kemampuan, atau kompetensi. Kompetensi itu sendiri ditentukan oleh pengetahuan dan pengalaman berbisnis. Seorang wirausahawan adalah seseorang yang memiliki jiwa dan kemampuan tertentu dalam berkreasi

dan berinovasi. Ia adalah seseorang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda (ability to create the new and different) atau kemampuan kreatif dan inovatif. Kemampuan kreatif dan inovatif tersebut secara riil tercermin dalam kemampuan dan kemauan untuk memulai berbisnis (start-up), kemampuan untuk mengerjakan sesuatu yang baru (creative), kemauan dan kemampuan untuk mencari peluang (opportunities), kemampuan dan keberanian untuk menanggung risiko (risk bearing) dan kemampuan untuk mengembangkan ide dan meramu sumber daya yang tersedia.

ada beberapa strategi yang bisa diterapkan untuk mendapatkan ide bisnis, yaitu:

Minat. Apa yang benar-benar Anda ingin lakukan bisa mengajarkan baik-buruk yang mungkin akan muncul saat memulai bisnis.

Motivasi. Selain uang untuk menambah penghasilan, sebaiknya cari motivasi lain Anda untuk mulai berbisnis. Mengetahui motivasi lain selain uang juga akan membuat Anda lebih mudah bertahan untuk melewati segala tantangan yang ada.

Side job. Memiliki pekerjaan sampingan tak hanya membuat Anda menjalankan sebuah bisnis baru dengan resiko kecil, tapi juga sekaligus sebagai rencana cadangan jika suatu saat Anda bermasalah dengan pekerjaan Anda.

Jangan menjual barang yang sama. Anda sebaiknya tidak menjual produk yang sejenis dengan yang diproduksi oleh perusahaan Anda.

Manfaatkan teknologi. Twitter, blog, Facebook, dan berbagai jejaring sosial lainnya merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk membangun sebuah bisnis kecil-kecilan.

Tambah teman. Sekarang ini, pemasaran melalui blog dan internet seringkali berfokus pada pentingnya membangun satu merek untuk menggalang hubungan yang erat antara Anda dan pelanggan. Namun, yang paling penting adalah berapa jumlah uang yang bisa Anda dapatkan dari pengunjung blog tersebut.

Berhenti berencana dan bergeraklah. Jangan terlalu lama berpikir dan menyusun rencana. Terkadang, banyak orang takut untuk memulai usaha karena mereka khawatir akan gagal dan ditolak pasar.

Optimis. Keyakinan untuk berhasil dalam bisnis adalah hal yang sangat penting, karena berguna untuk memacu semangat Anda menghadapi setiap tantangan.

Menikmati hasil kerja keras Anda. Tak ada salahnya ketika bisnis Anda sudah membuahkan hasil, Anda sedikit menikmati liburan. Anda juga lebih bisa menikmati pekerjaan Anda dengan cara mengatur sendiri semua bisnis Anda dibandingkan saat Anda menjadi pekerja.

DAFTAR PUSTAKA

Komsan Suriya. 2012. The creative economy: How people makes money from ideas. The Empirical Econometrics and Quantitative Economics Letters Volume 1, Number 4 (September 2012), pp.180–182. Diakses dari: [http://www.jyoungeconomist.com/images/stories/EEQEL_V1_N4_December_2012_pp_180_182_Book_Review\(1\).pdf](http://www.jyoungeconomist.com/images/stories/EEQEL_V1_N4_December_2012_pp_180_182_Book_Review(1).pdf) tanggal: 6 November 2014

Zakiul.J. 2014. Indonesia dalam Menghadapi Era Baru Ekonomi Kreatif. Diakses melalui: <http://news.indonesiakreatif.net/era-ekonomi-kreatif/> tanggal: 6 November 2014

Haekal. 2014. Ada Cerita di Rapat Pleno Studi dan Perencanaan Ekonomi Kreatif 2015-2019. Diakses melalui: <http://news.indonesiakreatif.net/plenary-kreatif/> tanggal: 6 November 2014

Ardista. 2014. Generasi Millennial dalam Era Ekonomi Kreatif. Diakses melalui: <http://news.indonesiakreatif.net/gen-millennial/> tanggal: 6 November 2014

Indonesia Kreatif. 2014. Apa itu Ekonomi Kreatif. Diakses melalui: <http://gov.indonesiakreatif.net/ekonomi-kreatif/> tanggal: 6 November 2014

Kompas. (2011). 9 Langkah Memulai Wirausaha. Diakses melalui:
<http://female.kompas.com/read/2011/09/19/1752104/9.langkah.memulai.wirausaha>

Tempo. 2014. Pengembangan 15 Subsektor Ekonomi Kreatif. Diakses melalui:
<http://www.tempo.co/read/news/2014/06/14/198584959/Pengembangan-15-Subsektor-Ekonomi-Kreatif>

The Official Website of the Executive Office of Housing and Economic Development (EOHED) of Massachusetts State US.2014. Creative Economy FAQ. Diakses melalui:
<http://www.mass.gov/hed/economic/industries/creative/faq.html> tanggal: 6 November 2014

The Official Website of the Executive Office of Housing and Economic Development (EOHED) of Massachusetts State US.2014. Massachusetts Creative Economy. Diakses melalui: <http://www.mass.gov/hed/docs/eohed/industries/creative/massachusetts-creative-economy-resourcesheet.pdf> tanggal: 6 November 2014

Republika. 2014. BCIC Promosikan 15 Sektor Kreatif. Diakses melalui:
<http://www.republika.co.id/berita/koran/industri/14/11/14/nf0os918-bcic-promosikan-15-sektor-kreatif>