

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan ekonomi pada hakekatnya adalah serangkaian usaha kebijaksanaan yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja dan mengarahkan pembagian pendapatan secara merata (Hakim, 2002). Dalam pembangunan ekonomi Indonesia, kesempatan kerja masih menjadi masalah utama. Hal ini timbul karena adanya kesenjangan atau ketimpangan untuk mendapatkannya. Pokok dari permasalahan ini bermula dari kesenjangan antara pertumbuhan jumlah angkatan kerja disatu pihak dan kemajuan berbagai sektor perekonomian dalam menyerap tenaga kerja di pihak lain.

Proses pembangunan sering kali dikaitkan dengan proses industrialisasi. Proses industrialisasi dan pembangunan industri sebenarnya merupakan salah satu jalur untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat dalam arti tingkat hidup yang lebih maju maupun taraf hidup yang lebih bermutu. Dengan kata lain pembangunan industri merupakan satu fungsi dari tujuan pokok kesejahteraan rakyat, bukan merupakan kegiatan yang mandiri untuk hanya sekedar mencapai pembangunan saja (Sukirno, 2000). Untuk mencapai tujuan dan aspirasi yang diamanatkan dalam UUD 1945, strategi dan kebijakan pembangunan sektor industri harus tetap dilakukan bersama dengan sektor-sektor dan bidang-bidang lain dalam ruang lingkup strategi pembangunan manusia Indonesia seutuhnya dan pembangunan seluruh masyarakat Indonesia (Dumairy, 1997).

Industrialisasi di Indonesia sudah semakin berkembang dan memberikan dampak tersendiri dalam perkembangan perekonomian Negara. Namun yang

menarik adalah saat ini Indonesia mulai mengembangkan industri berbasis ekonomi kreatif atau yang lebih disebut dengan Industri Kreatif.

Industri kreatif yaitu industri-industri yang terlibat dalam kreasi, produksi dan manufaktur, kinerja, *broadcast*, komunikasi dan eksibisi, atau distribusi dan penjualan berbagai karya serta hal-hal yang dilindungi lainnya sebagai kekayaan intelektual. Industri kreatif merupakan yang potensial untuk dikembangkan mengingat industri ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas sumber daya manusia yang dimiliki. Karakteristik industri ini sangatlah berbeda dengan karakteristik industri yang sarat akan kebutuhan sumber daya alam sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan/kebijakan yang berbeda dari sektor industri lainnya (Departement Perdagangan, 2007).

Departemen Perdagangan Republik Indonesia telah mencatat 15 cakupan kelompok/sub sektor ekonomi kreatif, yang meliputi jasa periklanan, arsitektur, pasar seni rupa dan barang antik, kerajinan, desain, *fashion (Mode)*, film, permainan interaktif (*Video game*), musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan, kuliner.

Bisnis Kreatif saat ini telah menjadi perhatian utama sebagian besar negara di dunia, karena sangat diyakini, bahwa Bisnis Kreatif ini mampu memberikan kontribusi perekonomian secara signifikan. Banyak studi telah dilakukan untuk melihat perkembangan serta kiprah sektor industri kreatif dalam perekonomian di dunia. Sejak pertama dicetuskan oleh para penggagas ekonomi kreatif seperti Richard Florida, Daniel Pink, John Howkin, sampai kepada John Hartley, ekonomi kreatif telah membangun negara-negara di seluruh benua untuk

menggali dan mengembangkan potensi kreatifitas yang dimilikinya. Bahkan ekonomi kreatif telah didaulat sebagai gelombang ekonomi keempat setelah era ekonomi informasi. Inggris berbenah melalui DCMS (*Departement of Culture, Media, and Sport*), New Zaeland melalui NZTE (*New Zealand Trade and Enterprise*), Singapura melalui MICA (*Ministry of Information, Communications and the Arts*) dengan konsep Renaissance City, Media 21 dan *Design Singapore*, Malaysia melalui MDIC (*Malaysia Defence Industry Council*), Thailand melalui TCDC (*Thailand Creative & Design Center*), secara bertahap melahirkan kota-kota kreatif baru, dan telah menjadi yang terdepan dalam kontribusi ekonomi kreatif. Persentase kontribusi GDP industri kreatif di beberapa negara berkisar antara 2,8% (Singapura) sampai dengan 7,9% (Inggris) dan tingkat pertumbuhan industri kreatif di beberapa negara berkisar antara 5,7% (Australia) dan 16% (Inggris), dengan tingkat penyerapan tenaga kerja berkisar antara 3,4% (Singapura) sampai dengan 5,9% (US) dari seluruh tenaga kerja yang ada di negara yang bersangkutan.

Arus ekonomi kreatif juga melanda Indonesia. Bukan sekedar terikut arus atau terserang demam ekonomi kreatif, tetapi memang keragaman seni, budaya, warisan budaya, dan karya kreasi anak bangsa yang sudah ada, menyebabkan pemerintah merasa perlu melihat potensi ekonomi kreatif Indonesia. 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 bangsa bangsa 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*. (Studi Industri Kreatif Indonesia 2007, Bagian 1).

Tabel 1.1
10 Eksportir Terbaik diantara Pembangunan Ekonomi 2005

PERINGKAT	EKSPORTIR	NILAI (Juta Dollar)	PANGSA PASAR (%)	INDEKS PERTUMBUHAN (%)
		2005	2005	2000 – 2005
1	China	61,360	18,29	17,6
2	China, SARA of Hongkong	27,677	8,25	0,8
3	India	8,155	2,43	21,1
4	Turkey	5,081	1,51	18,3
5	Thailand	4,323	1,29	5,1
6	Mexico	4,271	1,27	0,5
7	Malaysia	3,233	0,96	7,8
8	Singapore	3,067	0,91	17,5
9	Republik of Korea	2,942	0,88	2,8
10	Indonesia	2,833	0,84	0,1

Sumber: UNCTAD, *Creative Economy Report*, 2008

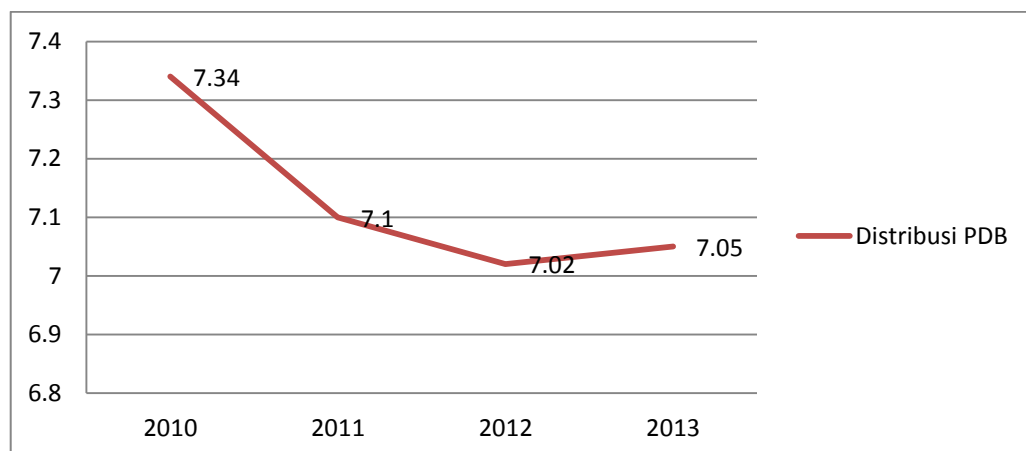
Dalam **Tabel 1.1**, berikut adalah 10 terbaik negara eksportir produk kreatif diantara negara berkembang pada tahun 2005. Dalam data tersebut, Indonesia menempati peringkat ke-10 dengan nilai sebesar 2,833 (juta dollar), sementara nilai pangsa pasar sebesar 0,84%, dan indeks pertumbuhan (*growth rate*) pada tahun 2000 hingga 2005 sebesar 0,1%.

Industri kreatif merupakan industri yang potensial untuk dikembangkan mengingat industri ini memiliki sumber daya yang sifatnya tidak terbatas, yaitu berbasis pada intelektualitas SDM yang dimiliki. Tentunya karakteristik industri ini sangatlah berbeda dengan karakteristik industri yang sarat akan kebutuhan SDA sebagai bahan dasar pokok dalam proses produksinya, sehingga membutuhkan perlakuan/kebijakan yang berbeda dari sektor industri lainnya. Dalam Rencana

Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025 yang dirumuskan oleh Departemen Perdagangan RI dijelaskan adanya evolusi ekonomi kreatif. Berdasarkan dokumen rencana ini dapat diketahui bahwa adanya pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi lalu ke era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Perkembangan industrialisasi menciptakan pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan efisien (Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025).

Industri Kreatif berpeluang mampu mendorong laju pertumbuhan perekonomian nasional. Maka dari itu, industri kreatif saat ini menjadi perhatian pemerintah untuk terus dikembangkan karena seiring berkembangnya era globalisasi, semakin banyak sumber daya manusia yang kreatif yang nantinya akan memiliki peran penting dalam pengembangan industri kreatif. Namun berdasarkan angka statistik 2013 lalu, kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian masih sebesar kurang lebih 7 persen PDB nasional.

Gambar 1.1
Distribusi PDB Indonesia Industri Kreatif Tahun 2010-2013
Atas Dasar Harga Berlaku (%)

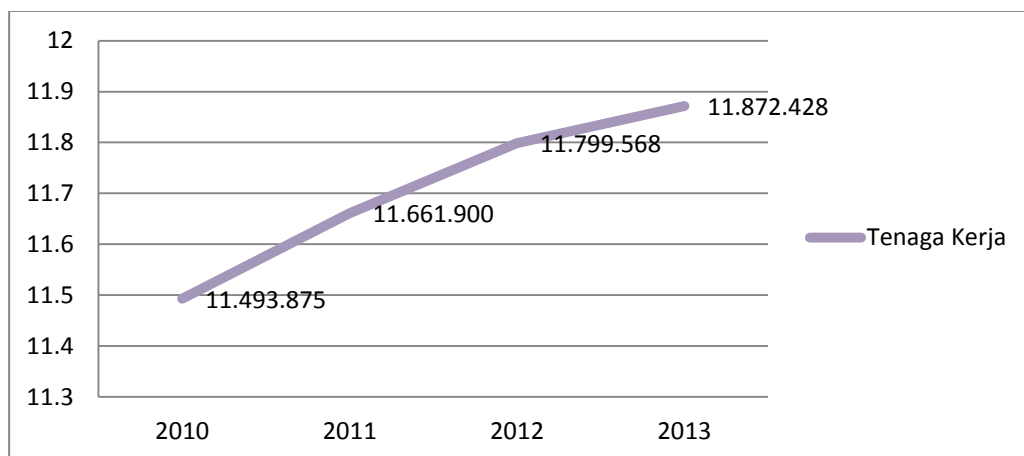


Sumber: Tim Studi Ekonomi Kreatif, Kemenparekraf 2014

Dari data diatas, persentase kontribusi yang diberikan sektor industri kreatif terhadap PDB seperti yang ditunjukkan pada **Gambar 1.1**, pada tahun 2010 persentase industri kreatif terhadap PDB sebesar 7,34 persen, kemudian mengalami penurunan di 2011 menjadi 7,1 persen. Pada tahun 2012, kembali terjadi penurunan distribusi PDB industri kreatif mencapai angka 7,02 persen, dan di tahun 2013 kembali meningkat mencapai angka sebesar 7,05 persen.

Namun jika kita lihat dari jumlah permintaan tenaga kerja, industri kreatif memiliki peluang yang bagus dalam menyerap angka tenaga kerja. Karena semakin banyak sumber daya manusia yang memiliki kreatifitas dalam bidang seni, budaya, komunikasi, dan teknologi.

Gambar 1.2
Jumlah Tenaga Kerja Industri Kreatif Indonesia Tahun 2010-2013 (orang)



Sumber: Tim Studi Ekonomi Kreatif, Kemenparekraf 2014

Dari gambar 1.2, terjadi grafik yang bagus pada jumlah tenaga kerja industri kreatif di Indonesia. Tahun 2010 tercatat jumlah tenaga kerja industri kreatif mencapai angka sebesar 11.493.875 orang pekerja. Kemudian terjadi peningkatan di tahun 2011 sebesar 11.661.900 orang pekerja industri kreatif. Peningkatan jumlah tenaga kerja kembali terjadi di tahun 2012 yang mencapai

angka 11.779.568 orang pekerja, dan pada tahun 2013 mengkat lagi sebesar 11.872.428 orang pekerja. Namun perlu diketahui, dalam kenaikan jumlah tenaga kerja industri kreatif setiap tahunnya dari tahun 2010 hingga 2013, sebenarnya terjadi penurunan dalam hal selisih kenaikan jumlah pekerja. Apabila kita amati, dari tahun 2010 hingga 2013 selisih kenaikan jumlah pekerja semakin menurun.

Dari data yang dipaparkan diatas, terjadi hal yang menarik yaitu terjadinya peningkatan jumlah tenaga kerja saat kontribusi industri kreatif terhadap PDB nasional cenderung tidak stabil. Padahal faktor tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi terpenting dalam kaitannya dengan peningkatan PDB suatu negara. Karena jika semakin banyak tenaga kerja, maka produktivitas juga akan meningkat. Namun hal itu tidak berlaku selamanya, semakin banyak tenaga kerja bukan berarti selalu diikuti oleh kenaikan produktivitas yang akan berpengaruh pada PDB. Sehingga setelah suatu tingkat penggunaan tenaga kerja tertentu, jumlah produk total yang dapat dihasilkan tenaga kerja tersebut bisa saja akan berkurang.

Maka dari itu, peran industri kreatif menjadi penting karena apabila terjadi peningkatan tenaga kerja yang bagus, diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih baik terhadap PDB, mengingat besarnya potensi industri kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional menjadi lebih baik dan mampu bersaing di pasar internasional, dan dipandang mampu menciptakan peluang kerja yang bagus dan dapat mengatasi masalah pengangguran dengan menambah penciptaan lapangan pekerjaan.

Usaha memperluas kegiatan industri untuk meningkatkan permintaan tenaga kerja tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti jumlah unit usaha, melihat kondisi nilai ekspor dan nilai impor suatu industri. Apabila terjadi peningkatan jumlah unit usaha, secara langsung juga akan meningkatkan peluang dan kesempatan kerja sehingga hal ini menjadi sebuah faktor seberapa besar peluang kerja di industri kreatif.

Mengenai nilai ekspor, hal ini berpengaruh pada kesempatan kerja. Apabila nilai ekspor semakin meningkat, maka hal ini menandakan industri tersebut kompetitif dan akan selalu meningkatkan produksinya. Maka tidak menutup kemungkinan suatu industri akan membutuhkan jumlah tenaga kerja yang lebih banyak untuk meningkatkan aktifitas produksi.

Sedangkan nilai impor dianggap masih memiliki pengaruh negatif terhadap permintaan tenaga kerja di industri lokal. Karena apabila suatu negara mengandalkan kegiatan impor, industri-industri lokal akan cenderung tidak kompetitif dalam pasar domestik maupun internasional. Produk-produk lokal tidak akan mampu memenuhi kepuasan konsumen karena kualitas produk impor yang masih jauh lebih bagus dan harganya cenderung tidak berbeda jauh dengan produk dalam negeri. Sehingga hal ini akan menyebabkan industri lokal tidak kompetitif dan tidak akan memberi pengaruh yang positif terhadap permintaan tenaga kerja.

Dengan latar belakang tersebut, maka penelitian ini menekankan pada Pengaruh Jumlah Usaha, Nilai Ekspor Dan Nilai Impor Terhadap Permintaan Tenaga Kerja Industri Kreatif Di Indonesia Tahun 2010-2013.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan keterangan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan menjadi pokok penelitian dengan pertanyaan berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh jumlah usaha industri kreatif, nilai ekspor industri kreatif, dan nilai impor industri kreatif, terhadap permintaan tenaga kerja Industri kreatif di Indonesia tahun 2010-2013 ?
2. Bagaimana pengaruh nilai ekspor industri kreatif terhadap permintaan tenaga kerja Industri kreatif di Indonesia tahun 2010-2013 ?
3. Bagaimana pengaruh nilai impor industri kreatif terhadap permintaan tenaga kerja Industri kreatif di Indonesia tahun 2010-2013 ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui pengaruh jumlah usaha terhadap permintaan tenaga kerja Industri Kreatif di Indonesia.
2. Mengetahui pengaruh nilai ekspor terhadap permintaan tenaga kerja industri kreatif di Indonesia.
3. Mengetahui pengaruh nilai impor terhadap permintaan tenaga kerja industri kreatif Indonesia.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu penelitian dalam bidang pengembangan ekonomi industri khususnya dalam sektor industri kreatif

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan Industri Kreatif

Sebagai sumbangan pemikiran dan bahan pertimbangan perusahaan untuk mengembangkan perusahaan dan menyerap tenaga kerja.

b. Bagi Perguruan tinggi

Memberikan informasi mengenai pengaruh jumlah usaha, nilai ekspor dan nilai impor terhadap permintaan tenaga kerja Industri kreatif di Indonesia.

c. Bagi Pemerintah

Agar pemerintah bisa mengembangkan kebijakan pemerintah tentang Industri Kreatif. Sehingga nantinya industri ini memberikan kontribusi besar pada Perekonomian Nasional

d. Bagi Masyarakat

Bagi masyarakat bermanfaat untuk lebih mengetahui peluang kesempatan kerja di Industri kreatif Indonesia

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini mencakup periode 4 tahun, yaitu dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2013. Penelitian ini menganalisis data sub sektor industri kreatif mulai dari data jumlah usaha industri kreatif di Indonesia, nilai ekspor dan nilai impor, yang nantinya akan mempengaruhi seberapa besar jumlah permintaan tenaga kerja yang dibutuhkan dalam industri kreatif.

1.6. Sistematika Penulisan

Kerangka skripsi secara garis besar adalah sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini secara ringkas memuat hal-hal yang mengantarkan kepada pokok permasalahan yang akan dibahas. Dimana terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas uraian tentang landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas, penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi pendekatan penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, serta teknik analisa yang akan menjelaskan tentang variabel-variabel dalam penelitian ini dan pendekatan penelitian yang digunakan penulis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi analisis hasil penelitian yang terdiri dari gambaran umum, dan obyek penelitian, deskripsi hasil penelitian, hasil analisis, dan pembahasan dari hasil penelitian.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dikemukakan mengenai simpulan-simpulan dari pembahasan serta saran atas hasil penelitian yang telah dilakukan.