



CAPABILITIES IN THE CREATIVE ECONOMY IN INDONESIA: A LITERATURE STUDY

Elvrida N. Sinaga

Dinas Pendidikan Pemerintah Provinsi Sumatra Utara. E-mail: sinagaelvridan@gmail.com

Abstrak

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia perlu dijaga mengingat terdapatnya potensi tantangan yang sangat besar. Berdasarkan studi dengan pendekatan dan data kualitatif, disimpulkan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif sangat membutuhkan kapabilitas mengingat unsur utama berupa kreativitas dan nilai tambah hanya akan dapat meningkat bila kapabilitas pelaku ekonomi kreatif tersebut harus ditingkatkan.

Keywords: Ekonomi Kreatif, Kapabilitas, Usaha Kecil dan Menengah

A. Latar Belakang

Pertumbuhan Kontribusi Ekonomi Kreatif di Indonesia untuk periode 2015-2018 selalu meningkat, masing-masing telah menyumbang Rp. 852 triliun pada tahun 2015, Rp. 922,59 triliun pada tahun 2016, Rp. 1.009 triliun pada tahun 2017, dan Rp. 1.105 triliun pada tahun 2018 (Badan Ekonomi Kreatif, 2019). Selain itu, telah terdapat total 8,2 juta usaha yang bergerak di sector ekonomi kreatif pada tahun 2016, jumlah pengguna internet pada tahun 2017 telah mencapai 143,26 juta orang, dan sejumlah upaya keras pemerintah lainnya, seperti membangun palapa ring sebagai tulang punggung ekosistem ekonomi digital, membangun jaringan 4G di seluruh nusantara, dan menerbitkan e-commerce road map.

Adanya fenomena ekonomi kreatif di Indonesia menimbulkan rumusan permasalahan yang penting untuk dijawab, yaitu mengapa kapabilitas sangat dibutuhkan dalam ekonomi kreatif di Indonesia.

B. Metode

Studi ini memadai mempergunakan pendekatan dan data kualitatif. Studi kualitatif merupakan hal-hal yang tidak mempergunakan angka-angka, melainkan berdasarkan keputusan maupun pendapat, sedangkan penelitian kuantitatif merupakan hal-hal yang menalar penggunaan angka-angka, untuk dicarikan jalan keluar permasalahan yang timbul dalam suatu penelitian (Waters, 2011). Selanjutnya Wignyosoebroto (2002) menegaskan bahwa studi kualitatif dipergunakan untuk meneliti dan memecahkan masalah-masalah yang dikonsepskan pada tingkat analisis mikro sebagai realitas symbol.

C. Analisis dan Pembahasan

a. Gambaran Umum Ekonomi Kreatif

Terdapat beberapa istilah terkait ekonomi kreatif, antara lain “industri budaya”, “industri konten” atau “industri hak cipta”, dan “industri kreatif” (Organization for Economic Co-operation and Development, 2014).

Terdapat beberapa pemikiran atau studi tentang ekonomi kreatif. Howkins (2007), yang dikenal sebagai Bapak Ekonomi Kreatif, mendefinisikan penggabungan kata kreativitas dan ekonomi sebagai upaya untuk menciptakan nilai dan kekayaan yang luar biasa, sebagaimana kreativitas adalah kemampuan satu orang atau lebih untuk menghasilkan sesuatu yang baru yang bersifat pribadi, asli dan bermakna, sedangkan ekonomi mengacu pada sistem produksi, pertukaran, dan konsumsi barang dan jasa yang umumnya berurusan dengan masalah bagaimana individu dan masyarakat memuaskan keinginan mereka yang tidak terbatas dengan sumber daya yang terbatas. Kemudian, Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2014) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan kreatif berbasis pengetahuan yang menghubungkan produsen, konsumen, dan tempat melalui penggunaan teknologi, bakat, atau keterampilan untuk menghasilkan produk budaya tak berwujud yang bermakna, konten dan pengalaman kreatif, seperti iklan, animasi, film, permainan, musik, seni pertunjukan, perangkat lunak interaktif, dan permainan, serta televisi dan radio. Selanjutnya, Veselá dan Klimová (2014) mengemukakan bahwa inti dari ekonomi kreatif sebagai fenomena perkembangan ekonomi di dunia pasca industri, adalah tawaran akan jenis pertumbuhan alternatif, bahkan dalam krisis ekonomi, yang terdiri dari industri yang berasal dari kreativitas, keterampilan, dan bakat individu serta yang memiliki potensi untuk menciptakan kekayaan dan kesempatan kerja.

b. Tentang Kapabilitas dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dalam Ekonomi Kreatif

Adanya beberapa pemikiran tentang ekonomi kreatif menunjukkan bahwa ekonomi kreatif merupakan paradigma ekonomi baru yang sangat mengandalkan gagasan, ide, atau kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Badan Ekonomi Kreatif, 2019). Sehingga, sumber daya ekonomi kreatif mencakup kreativitas (yang merupakan kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem) dan nilai tambah (yang dapat dilihat dari adanya peningkatan kualitas suatu produk atau jasa dari segi nilai dan ekonomi. Telah terdapat beberapa studi tentang ekonomi kreatif dalam upayanya meningkatkan taraf kesejahteraan usaha kecil dan menengah (UKM). Rodrigues and Raposo (2010) menunjukkan bahwa Human resources information management merupakan komponen penting dari orientasi pasar. Kemudian, Hayton (2003) mengemukakan dua hal utama dalam ekonomi kreatif dengan kewirausahaan. Pertama, praktik Human Resources Management (HRM) dapat dipahami dalam dua kategori besar, praktik SDM tradisional dan HRM diskresioner, yang masing-masing memiliki dampak berbeda terhadap kewirausahaan dalam UKM. Model tradisional HRM cenderung berfokus pada pekerjaan yang jelas dalam hal tugas, kewajiban, dan tanggung jawab -nya; dengan hati-hati menyusun imbalan ekuitas untuk pekerjaan tersebut; dan memantau kinerja individu. Namun, kreativitas, inovasi, dan

pengambilan risiko adalah jantung dari kinerja wirausaha. Selain itu, keterampilan dan perilaku karyawan yang diperlukan untuk inovasi berkelanjutan sulit untuk ditentukan sebelumnya. Oleh karena itu, praktik HRM tradisional mungkin tidak cukup untuk mempromosikan kinerja kewirausahaan. Kategori kedua dari praktik HRM dirancang untuk mempromosikan kinerja diskresioner karyawan dengan menawarkan insentif dan mekanisme untuk saling bertukar pengetahuan dan mendorong pembelajaran organisasi. Studi tersebut memberikan bukti bahwa praktik-praktik HRM diskresioner ini secara positif terkait dengan kinerja kewirausahaan di UKM. Oleh karena itu, hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa investasi dalam program partisipasi karyawan dan penciptaan insentif untuk perilaku peran ekstra merupakan faktor keberhasilan penting bagi UKM yang ingin mempromosikan inovasi dan kewirausahaan. Kedua, bahwa Human Capital Management (HCM) juga dapat dipahami dalam hal dua dimensi - HCM berorientasi masa depan, strategis dan HCM historis, berfokus pada biaya, HCM finansial. HCM Strategis memungkinkan perusahaan untuk menilai efektivitas investasi SDM dan ini berkontribusi pada efektivitas sistem SDM. Namun, hasilnya tidak mendukung proposisi bahwa HCM saja sudah cukup untuk meningkatkan kinerja kewirausahaan. Saya telah berhipotesis bahwa HCM akan mempromosikan kinerja kewirausahaan dengan meningkatkan lingkungan di mana perusahaan ini beroperasi. Selanjutnya, oleh Ismail (2016) menyimpulkan beberapa hal, yakni: a) kontrol budaya akan mempengaruhi kreativitas dan inovasi, kemudian kreativitas dan inovasi akan memberikan dampak positif pada kemampuan organisasi (dalam hal ini kinerja UKM), dan b) kreativitas akan memfasilitasi proses pembentukan inovasi, dimana selanjutnya, kreativitas dan inovasi organisasi akan mempengaruhi kinerja UKM.

Berdasarkan beberapa studi tersebut dapat disimpulkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif dalam berbagai bidang dan/atau dalam berbagai istilah menunjukkan bahwa ekonomi kreatif yang pada dasarnya memanfaatkan teknologi, bakat, atau keterampilan untuk menghasilkan suatu produk dan jasa (Hermawan and Sinaga, 2020) dapat menjadi sarana untuk memperbaiki kinerja UKM dengan memperkuat dan meningkatkan kapabilitas pelaku ekonomi di bidang ekonomi kreatif di Indonesia.

D. Kesimpulan

Berdasarkan latar belakang, metode, serta analisis dan pembahasan, disimpulkan bahwa ekonomi kreatif sangat membutuhkan kapabilitas mengingat definisi ekonomi kreatif sebagai paradigma ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Artinya, unsur utama berupa kreativitas dan nilai tambah hanya akan dapat meningkat bila kapabilitas pelaku ekonomi kreatif tersebut harus ditingkatkan, sehingga sumber daya ekonomi kreatif mencakup kreativitas (yang merupakan kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem) dan nilai tambah (yang dapat dilihat dari adanya peningkatan kualitas suatu produk atau jasa dari segi nilai dan ekonomi).

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif, "Opus 2019 Ekonomi Kreatif," 2019. [Online]. Available: <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/89-opus-creative-economy-outlook-2019-indonesia-version>.
- Hayton, James C. (2003). 'Strategic Human Capital Management in SMEs: An Empirical Study of Entrepreneurial Performance', *Human Resource Management*, Vol. 42, No. 4, pp. 375–391.
- Hermawan, Anis Wahyu, and Sinaga, Henry Dianto Pardamean, Creative Economic Reposition For Technopreneurs Innovation In Indonesia: An Initiation Of Tax Incentives In Corruption Prevention, *Ayer Journal*, Vol. 27, No. 1, 2020, pp. 94-115.
- Howkins, J. (2007). *The Creative Economy: How People Make Money From ideas*. London: Penguin Books.
- Ismail, Tubagus, Culture control, capability and performance: evidence from creative industries in Indonesia, *Asian Review of Accounting* Vol. 24 No. 2, 2016 pp. 171-184.
- Organisation for Economic Co-operation and Development (2014). *Tourism and the Creative Economy, OECD Studies on Tourism*. Paris: OECD Publishing.
- Rodrigues, Ricardo Gouveia, and Raposo, Mário, Entrepreneurial Orientation, Human Resources Information Management, and Firm Performance in SMEs, *Canadian Journal of Administrative Sciences (Revue canadienne des sciences de l'administration)*, Vol. 28, Issue 2, 2011, pp. 143–153.
- Veselá, D. & K. Klimová, Knowledge-based Economy vs. Creative Economy. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 141, 2014, pp. 413–417.
- Waters, Donald, *Quantitative Methods for Business*, Essex, Pearson Education Limited, 2011, pp. 4-5.
- Wignjosoebroto, Soetandyo, *Hukum: Paradigma, Metode dan Dinamika Masalahnya*, Jakarta: Elsam dan Huma, 2002.