

# **ANALISIS PENGARUH *TRIPLE HELIX* TERHADAP PENDAPATAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA**



## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi

Oleh:  
**Enrika Benita Valery**  
**2013110033**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
**PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**  
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 211/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013  
**BANDUNG**  
**2018**

# **THE IMPACT ANALYSIS OF TRIPLE HELIX ON CREATIVE ECONOMY INCOME IN INDONESIA**



## **UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements  
for Bachelor's Degree in Economics

**By**  
**Enrika Benita Valery**  
**2013110033**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**  
**FACULTY OF ECONOMICS**  
**PROGRAM IN DEVELOPMENT ECONOMICS**  
Accredited by BAN – PT No. 211/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/X/2013  
**BANDUNG**  
**2018**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
FAKULTAS EKONOMI  
PROGRAM SARJANA EKONOMI PEMBANGUNAN**



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH *TRIPLE HELIX* TERHADAP  
PENDAPATAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA**

Oleh:  
Enrika Benita Valery  
2013110033

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Sarjana Ekonomi Pembangunan,

Dr. Miryam Lilian Wijaya

Pembimbing Skripsi,

Noknik Karliya H, Dra., M. P.

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Enrika Benita Valery  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 1 Februari 1995  
NPM : 2013110033  
Program studi : Ekonomi Pembangunan  
Jenis Naskah : Skripsi

menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

## **ANALISIS PENGARUH *TRIPLE HELIX* TERHADAP PENDAPATAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA**

yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Noknik Karliya H, Dra.,  
M. P.

adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:  
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.  
Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal :16 Januari 2018

Pembuat pernyataan: Enrika Benita  
Valery



(Enrika Benita Valery)

## ABSTRAK

*Di dalam ekonomi kreatif terdapat istilah yang disebut triple helix, yaitu hubungan antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah. Triple helix digambarkan sebagai sebuah atap dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini ialah menganalisis pengaruh triple helix terhadap pendapatan atau produk domestik bruto ekonomi kreatif di Indonesia pada tahun 2002-2015. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi Ordinary Least Squares (OLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jumlah perguruan tinggi (mewakili pihak cendekiawan) serta jumlah perusahaan ekonomi kreatif (mewakili pihak bisnis) berpengaruh signifikan dan positif terhadap PDB ekonomi kreatif, sedangkan variabel kebijakan pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (mewakili pihak pemerintah) tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB ekonomi kreatif.*

**Kata Kunci:** *triple helix, cendekiawan, bisnis, pemerintah, ekonomi kreatif, PDB ekonomi kreatif*

## ABSTRACT

*In the creative economy there is a term called triple helix, which is the relationship between intellectual, business, and government. Triple helix is described as a roof of creative economy framework in Indonesia. The purpose of this study is to analyze the impact of triple helix on creative economy income or Gross Domestic Product of creative economy in Indonesia in 2002-2015. This research uses Ordinary Least Squares (OLS) regression analysis. The result shows that the variables of the number of colleges (representing the intellectual) as well as the number of creative economy companies (representing the business) have a significant and positive impact on GDP in creative economy, while the variable of formation policy of the Ministry of Tourism and Creative Economy (representing the government) has no significant impacts on GDP in creative economy.*

**Keywords:** *triple helix, intellectual, business, government, creative economy, GDP in creative economy*

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “**Analisis Pengaruh *Triple Helix* Terhadap Pendapatan Ekonomi Kreatif di Indonesia**”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari segala dorongan dan motivasi dari berbagai pihak, serta doa yang selalu mengiringi langkah penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Eddy Utomo dan Ibu Endah Utomo, selaku orang tua yang menjadi sumber kekuatan terbesar penulis. Terima kasih atas semua cinta, kasih sayang, dan doa yang selalu dilimpahkan kepada penulis. Tanpa Papa dan Mama, aku tidak mungkin dapat sampai pada tahap ini dalam hidup.
2. Endytio dan Edrian, selaku kakak dan adik penulis, yang senantiasa hadir dalam keseharian penulis serta memberi dukungan dan semangat.
3. Keluarga besar penulis, atas segala perhatian dan doanya untuk penulis.
4. Ibu Noknik Karliya Herawati, Dra. M. P., selaku dosen pembimbing, atas semua bimbingan, ilmu, waktu, serta kesabaran yang diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Ibu Ivantia Savitri Mokoginta, S.E., MBA., M.A., Ph.D., selaku dosen wali, atas segala nasihat, saran, dan arahan yang diberikan kepada penulis selama ini.
6. Ibu Dr. Miryam Bellina Lilian Sri Kurniawati Wijaya, Dra., M.A., selaku Kepala Program Studi Ekonomi Pembangunan Unpar, atas ilmu-ilmu dan motivasi yang diberikan untuk penulis.
7. Seluruh dosen Ekonomi Pembangunan Unpar, atas besarnya ilmu pengetahuan dan pelajaran yang sangat berharga untuk penulis, serta semua staf Fakultas Ekonomi Unpar, atas seluruh bantuan yang diberikan kepada penulis.
8. Keluarga besar IESP 2013 Unpar, Nadia, Getha, Mariska, Gege, Chyntia, Momo, Aurel, Tari, Fina, Ajeng, Ifara, Rania, Dania, Eno, Kaka, Helena, Aji, Igun, Feisal, Kevin, Deka, Ben, Tris, Fiat, Galih, Rizal, Darryl, Faisal, Nur, Jodi,

Hanan, Faza, Dikcit, Fikri, Handani, Aldwyn, Shafly, Icul, Dikgem, Timmy, Albertini, Yosi, Arga, Arda, Ferdinand, Hafizh, atas semua momen kebersamaan kita sejak hari pertama menjadi seorang mahasiswa hingga detik ini. Sukses dan bahagia selalu untuk kita semua. Terima kasih juga kepada seluruh angkatan keluarga besar IESP Unpar.

9. Mbak Asyifa, Mbak Dian, dan Ellen, teman seperjuangan penulis, atas waktu-waktu yang tidak terlupakan dan sangat berarti selama menjadi mahasiswa.
10. Nastiti, Vicki, dan Delin, selaku sahabat penulis, yang selalu ada untuk penulis baik di saat senang maupun sedih, meskipun kita dipisahkan oleh almamater yang berbeda.
11. Adik-adik penulis tersayang, Priangan'14, Bhya, Hasya, Rafa, Rayhan, Bitto, Anggi, Raka, Bagas, Bima, Elba, Hafiz, Una, Cupi, Mayra, Reghina, Fasya, Andre, Rafi, Chika, Sona, Faza, Amel, Farrel, Naura, Ardhika, Shandrina, Akbar, Dania, Farah, Hanif, Salma, Eki, Radi, Caca, Salsa, Faiz, Fani, Tia, Hana, Ambar, Nabila, Riyan, Alia, Mahogany, Queena, Raihan, Awa, Tiara, Virgi, Mael, Aji, Fahira, Kinan, Nisrina, Adristi, Dilla, Farhan, Ifa, Panji, Lula, Arsyad, Ariq, yang selalu memberikan virus keceriaan dan tawa di awal-awal penulis memasuki jenjang perkuliahan. *Miss you guys so much!*
12. Semua pihak, baik keluarga, teman, maupun kerabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala dukungannya selama ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu saran dan kritik yang membangun sangat diterima. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, 22 Desember 2017

Enrika Benita Valery

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| ABSTRAK .....  | i   |
| ABSTRACT .....   | ii  |
| KATA PENGANTAR.....  | iii |
| DAFTAR GAMBAR .....  | vi  |
| DAFTAR TABEL .....   | vii |
| BAB I PENDAHULUAN .....  | 1   |
| 1.1 Latar Belakang .....   | 1   |
| 1.2 Rumusan Masalah Penelitian .....                                     | 4   |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....                                 | 4   |
| 1.4 Kerangka Pemikiran .....   | 5   |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....  | 8   |
| 2.1 <i>Triple Helix</i> .....  | 8   |
| 2.2 <i>The 3T's of Economic Development</i> .....                        | 12  |
| 2.3 Teori Pertumbuhan Ekonomi Schumpeter .....                           | 13  |
| 2.4 Pendapatan Nasional.....   | 14  |
| 2.5 Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif.....                            | 15  |
| 2.6 Penelitian Terdahulu .....   | 19  |
| BAB III METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....                                | 23  |
| 3.1 Metode Penelitian dan Sumber Data .....                              | 23  |
| 3.2 Teknik Analisis dan Model Penelitian .....                           | 24  |
| 3.3 Uji Asumsi Klasik .....  | 25  |
| 3.4 Objek Penelitian.....  | 26  |
| 3.4.1 Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif.....                         | 26  |
| 3.4.2 Jumlah Perguruan Tinggi .....                                      | 28  |
| 3.4.3 Jumlah Perusahaan Ekonomi Kreatif.....                             | 29  |
| 3.4.4 Kebijakan Pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.. | 30  |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....  | 32  |
| 4.1 Hasil Pengolahan Data .....  | 32  |
| 4.2 Analisis Statistik.....  | 33  |
| 4.3 Pembahasan .....   | 34  |
| BAB V PENUTUP .....  | 44  |
| 5.1 Kesimpulan.....  | 44  |
| 5.2 Saran.....   | 45  |
| DAFTAR PUSTAKA .....   | 47  |
| LAMPIRAN.....  | A-1 |
| RIWAYAT HIDUP PENULIS.....   | A-2 |

## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1. Ekspor dan Impor Barang Kreatif di Dunia, 2012.....                           | 2  |
| Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian.....  | 5  |
| Gambar 3. Konfigurasi <i>Triple Helix</i> .....   | 9  |
| Gambar 4. Pola Interaksi Triple Helix Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia .          | 11 |
| Gambar 5. <i>Multiplier Effect</i> Ekonomi Kreatif .....                                | 16 |
| Gambar 6. Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2002-2015.....                | 26 |
| Gambar 7. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia Menurut Subsektor Tahun 2015..... | 27 |
| Gambar 8. Jumlah Perguruan Tinggi di Indonesia Tahun 2002-2015.....                     | 28 |
| Gambar 9. Jumlah Perusahaan Ekonomi Kreatif di Indonesia.....                           | 29 |
| Tahun 2002-2015.....  | 29 |
| Gambar 10. Media Promosi Usaha Ekonomi Kreatif di Indonesia Tahun 2015.....             | 38 |
| Gambar 11. Perusahaan Ekonomi Kreatif Menurut Jumlah Tenaga Kerja Tahun 2015.....       | 39 |
| Gambar 12. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Nasional .....                   | 40 |

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 1. Definisi Operasional Variabel .....   | 23 |
| Tabel 2. Hasil Regresi Produk Domestik Bruto Ekonomi Kreatif Indonesia sebagai Variabel Dependen ..... | 32 |
| Tabel 3. Uji Multikolinearitas.....  | 33 |
| Tabel 4. Negara dengan Tingkat Pembajakan Hak Cipta Tertinggi Tahun 2010-2015 .....                    | 41 |

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

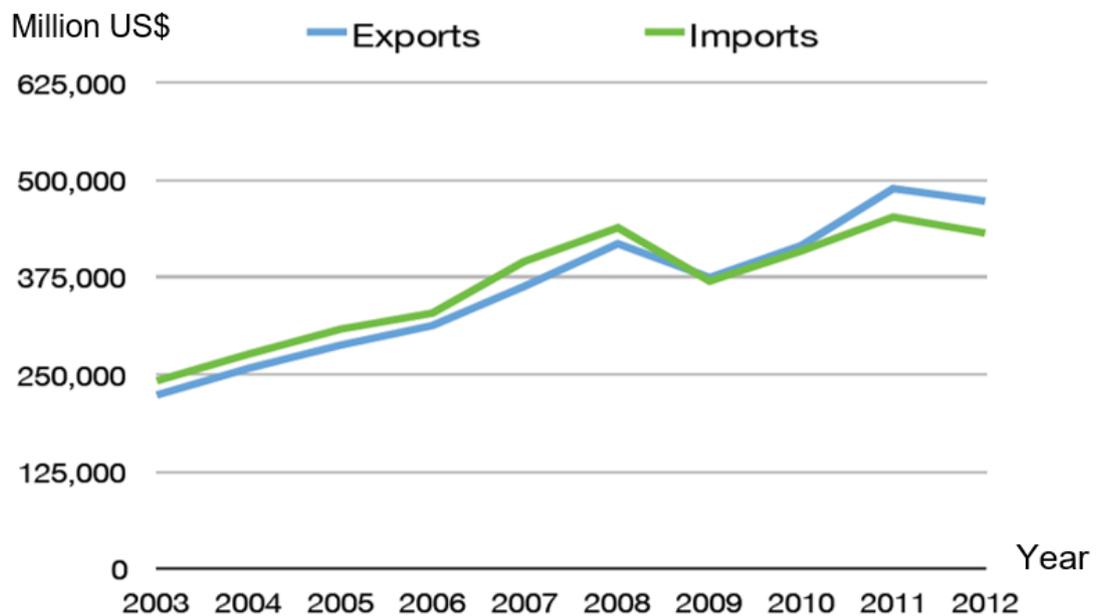
Dunia tengah memasuki gelombang ke-4 ekonomi. Ekonomi kreatif diyakini menjadi era baru gelombang ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Istilah “Ekonomi Kreatif” mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “*The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai US\$ 414 miliar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat, melampaui ekspor sektor lainnya, seperti otomotif, komputer, dan pesawat terbang. Howkins secara sederhana mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan (Indonesia Kreatif, 2013).

Di dalam *Creative Economy Report 2010* yang dipublikasikan oleh *United Nations Conference on Trade and Development* (UNCTAD) ekonomi kreatif diartikan sebagai sebuah konsep yang berkembang berdasarkan aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan. Ekonomi kreatif memanfaatkan kreativitas, teknologi, budaya dan inovasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan. Sektor ini menghasilkan pendapatan melalui perdagangan (ekspor) dan hak kekayaan intelektual, serta menciptakan lapangan kerja baru dengan keterampilan kerja yang lebih tinggi, terutama untuk usaha kecil dan menengah. Dengan kemajuan teknologi terutama revolusi digital, pendidikan dan inovasi, industri berbasis pengetahuan dan kreatif telah muncul sebagai salah satu sektor dinamika ekonomi global. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap pembangunan inklusif semakin meningkat dan mendukung baik di tingkat nasional maupun global (UNCTAD, 2015).

Pasar global untuk barang dan jasa kreatif yang diperdagangkan mencapai rekor US\$ 547 miliar pada tahun 2012, dibandingkan dengan US\$ 302 miliar pada tahun 2003. Perdagangan barang-barang kreatif internasional telah mengalami

pertumbuhan yang berkelanjutan dan berkembang pesat dalam dekade terakhir. Total ekspor barang-barang kreatif naik sebesar 47% menjadi US\$ 473.791 juta pada tahun 2012. Dari segi impor, nilainya meningkat sebesar 56% untuk periode yang sama (gambar 1).

**Gambar 1. Ekspor dan Impor Barang Kreatif di Dunia Tahun 2003-2012**



Sumber: UNCTAD (2015)

Tingkat pertumbuhan mencapai 8,6% per tahun dari tahun 2003 sampai 2012, menunjukkan kekuatan dan ketahanan sektor ini meskipun terjadi perlambatan ekonomi dunia. Ekspor dari negara-negara berkembang, yang dipimpin oleh negara-negara Asia, tumbuh lebih cepat daripada ekspor dari negara maju. Ekspor barang kreatif dari negara maju tumbuh selama periode 2003 hingga 2012, dengan pendapatan ekspor meningkat dari US\$ 134 miliar menjadi US\$ 197 miliar, sedangkan ekspor barang kreatif negara berkembang meningkat dari US\$ 87 miliar menjadi US\$ 272 miliar (UNCTAD, 2015).

Di beberapa negara, ekonomi kreatif memainkan peran signifikan. Inggris merupakan negara pelopor pengembangan ekonomi kreatif. Menurut *Department for Digital, Culture, Media, and Sport* (DCMS) United Kingdom (2017), pada 2014, industri kreatif Inggris tumbuh sebesar 8,9%. Angka ini hampir dua kali lipat dari rata-rata pertumbuhan ekonomi negara tersebut secara keseluruhan. Antara tahun 2010 dan 2015, nilai tambah bruto industri kreatif meningkat 34% dibandingkan dengan ekonomi secara keseluruhan sebesar 17,4% pada periode yang sama. Industri kreatif menyumbang £ 87,4 miliar untuk ekonomi Inggris pada tahun 2015, setara dengan hampir £ 10 juta untuk setiap jamnya. Di tahun 2016, terdapat sekitar 3,04 juta

pekerjaan ekonomi kreatif di Inggris. Ekspor industri kreatif Inggris mencapai £ 21,2 miliar. Industri ini menyumbang 9,4% dari ekspor secara keseluruhan, dan tumbuh sebesar 44,3% antara tahun 2010 dan 2015.

Di Korea Selatan, industri kreatif telah menjadi motor penggerak perekonomian sejak tahun 2007. Industri *video game* dan *Korean Wave* telah menjadi dua sektor budaya terpenting di industri kreatif Korea Selatan. Korea Selatan mengekspor *game* seharga US\$ 102 juta pada tahun 2000. Sepuluh tahun kemudian, negara tersebut mengekspor *game* seharga US\$ 1,6 miliar. Selama periode 2000-2010, ekspor meningkat 15,7 kali dan pada tahun 2014, ekspor industri ini mencapai US\$ 2,9 miliar. Industri *video game* Korea Selatan telah memperoleh status sebagai kekaisaran di sektor budaya dan merupakan salah satu produk budaya ekspor Negeri Ginseng yang paling signifikan (Jin, 2012). Sementara itu *Hallyu/Korean Wave* atau Gelombang Korea merupakan istilah yang berarti tersebarnya budaya pop Korea secara global di berbagai negara di dunia. Gelombang Korea mengacu pada fenomena hiburan Korea dan budaya populer yang bergulir di seluruh dunia dengan musik pop (*K-Pop*), drama TV, dan film. Ekspor industri ini mencapai US\$ 1.373 juta di tahun 2006, dan meningkat lebih dari tiga kali lipat menjadi US\$ 4.302 juta di tahun 2011. Ekspor industri konten melebihi US\$ 5.000 juta pada tahun 2014 karena pertumbuhannya yang terus berlanjut didorong oleh ledakan produk budaya pop Korea secara global. Statistik lain menunjukkan efek *Korean Wave* terhadap perdagangan jasa. Neraca perdagangan jasa *personal, cultural, and recreational services* Korea membukukan surplus untuk pertama kalinya di tahun 2012, yaitu US\$ 86 juta (UNCTAD, 2017).

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang cukup berhasil dan menjanjikan sejak tahun 2002 di Indonesia. Sektor ini terbukti memberikan kontribusi positif bagi perekonomian nasional. Hasil Survei Khusus Ekonomi Kreatif 2016 yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) bersama Badan Pusat Statistik (2017), menunjukkan bahwa dalam kurun waktu 2010-2015, besaran PDB ekonomi kreatif naik dari Rp525,96 triliun menjadi Rp852,24 triliun (meningkat rata-rata 10,14% per tahun). Nilai ini memberikan kontribusi terhadap perekonomian nasional berkisar 7,38% sampai 7,66%. Laju pertumbuhan PDB ekonomi kreatif 2010-2015 berkisar 4,38% sampai 6,33%. Sedangkan tiga negara tujuan ekspor komoditi ekonomi kreatif terbesar pada tahun 2015 adalah Amerika Serikat 31,72% kemudian Jepang 6,74%, dan Taiwan 4,99%. Untuk sektor tenaga kerja ekonomi kreatif 2010-2015 mengalami pertumbuhan sebesar 2,15%, dimana jumlah tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebanyak 15,9 juta orang.

Kesuksesan berbagai negara dalam mengembangkan ekonomi kreatif tidak terlepas dari peran penting pihak-pihak yang ada di baliknya. Di dalam ekonomi kreatif, dikenal istilah yang disebut *triple helix*, yaitu sebuah atap yang menghubungkan antara cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif. Di Indonesia, *triple helix* digambarkan sebagai sebuah atap bangunan ekonomi kreatif. Menurut Departemen Perdagangan (2008), *triple helix* merupakan penggerak utama lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang, dan bersimbiosis mutualisme antara ke-3 pihak tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model ekonomi kreatif akan menentukan pengembangan ekonomi kreatif yang kokoh dan berkesinambungan.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor riil yang layak diprioritaskan di Indonesia. Sektor ini diyakini dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional kelak. Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia. Di sisi lain, ekonomi kreatif tanah air masih menghadapi kendala terutama dalam hal pengembangannya yang belum optimal. Saat ini terdapat 16 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia, namun baru tiga subsektor yang benar-benar berkembang dan berkontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif di tanah air. Ketiga subsektor tersebut yakni subsektor kuliner, *fashion*, dan kriya. Jika digabungkan, maka ketiga subsektor tersebut berkontribusi lebih dari 75% terhadap PDB ekonomi kreatif. Sinergi tiga pihak antara cendekiawan, bisnis, dan pemerintah diharapkan dapat menjadi salah satu faktor pendorong dalam mencapai pengembangan ekonomi kreatif yang optimal. Apabila *triple helix* mampu bekerja sama dalam menggerakkan seluruh potensi dari berbagai subsektor ekonomi kreatif lainnya, maka hal ini kelak akan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat lagi di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan:

Bagaimana pengaruh *triple helix* terhadap pendapatan ekonomi kreatif di Indonesia?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

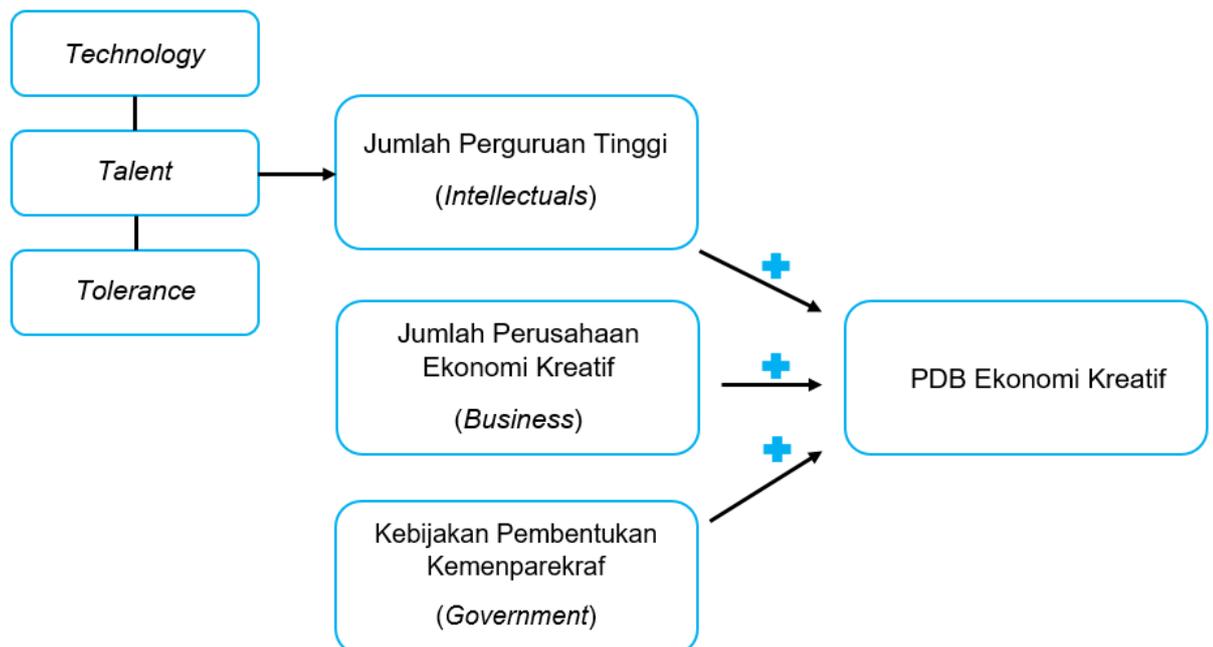
Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *triple helix* terhadap pendapatan atau produk domestik bruto ekonomi kreatif di Indonesia. Analisis tersebut diperlukan guna memberi manfaat bagi pemerintah dan masyarakat. Bagi pemerintah, penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan tentang

kebijakan apa yang sebaiknya diterapkan sebagai upaya meningkatkan PDB ekonomi kreatif guna memberikan kontribusi optimal terhadap PDB nasional. Bagi masyarakat, khususnya para pelaku ekonomi kreatif tanah air, dapat memberikan informasi mengenai hal apa saja yang perlu ditingkatkan agar ekonomi kreatif nasional dapat lebih berkembang.

#### 1.4 Kerangka Pemikiran

Gambar 2 di bawah menunjukkan alur kerangka pemikiran dari penelitian ini. Secara singkat, tanda panah pada gambar di bawah menunjukkan bahwa seluruh variabel independen, yaitu jumlah perguruan tinggi, jumlah perusahaan ekonomi kreatif, dan kebijakan pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) berpengaruh positif terhadap variabel dependen yang digunakan, yakni PDB ekonomi kreatif yang merupakan bagian dari nilai PDB nasional yang diperoleh dari nilai tambah yang dihasilkan 16 subsektor industri kreatif. Variabel independen yang dipilih mewakili masing-masing *triple helix*.

**Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian**



Pihak cendekiawan (*intellectuals*) diwakili oleh jumlah perguruan tinggi. Di dalam penelitian ini diasumsikan bahwa semakin banyak jumlah perguruan tinggi, semakin besar pula peluang individu untuk mengenyam pendidikan hingga bangku kuliah. Hal tersebut menciptakan asumsi lain yakni, semakin tinggi tingkat pendidikan, maka semakin tinggi pula peluang individu tersebut untuk lebih kreatif dan inovatif.

Asumsi ini juga dibangun berdasarkan teori “*The 3T’s of Economic Development*” oleh Richard Florida. Model 3T’s merupakan singkatan dari *technology*, *talent*, dan *tolerance*. Di dalam model 3T’s, bakat atau *talent* adalah salah satu indikator terpenting untuk pengembangan ekonomi kreatif. Adanya perguruan tinggi dapat memengaruhi bakat seseorang. Penelitian dalam skala besar pada perguruan tinggi membantu untuk membuka lingkungan regional terhadap gagasan dan keragaman baru. Perguruan tinggi dapat menarik minat mahasiswa dan fakultas dari berbagai latar belakang ras dan etnis, serta status ekonomi dan merupakan tempat yang terbuka terhadap perbedaan. Perguruan tinggi adalah tempat di mana orang-orang berbakat dari semua garis berinteraksi dalam lingkungan yang merangsang pemikiran terbuka, ekspresi diri, gagasan baru, dan eksperimen. Dengan demikian, perguruan tinggi merupakan pusat kreatif yang kuat dalam pembangunan daerah (Florida, Gates, Knudsen, & Stolarick, 2006). Berdasarkan hal tersebut didapatkan hipotesis, meningkatnya jumlah perguruan tinggi memiliki pengaruh positif terhadap PDB ekonomi kreatif.

Bisnis (*business*) diwakili oleh variabel jumlah perusahaan ekonomi kreatif. Di dalam penelitian ini diasumsikan bahwa semakin banyak jumlah perusahaan ekonomi kreatif, maka semakin tinggi pula jumlah pebisnis atau pemilik suatu usaha ekonomi kreatif. Pihak pebisnis sendiri merupakan para pelaku usaha, investor, dan pencipta teknologi baru, serta juga merupakan konsumen industri kreatif. Para pebisnis merupakan pencipta, sebagai *centre of excellence* dari kreator produk dan jasa kreatif, pasar baru yang dapat menyerap produk dan jasa yang dihasilkan, serta pencipta lapangan pekerjaan bagi individu-individu kreatif ataupun individu pendukung lainnya. Pebisnis juga pembentuk komunitas dan *entrepreneur* kreatif, yaitu sebagai motor yang membentuk ruang publik tempat terjadinya *sharing* pemikiran, mentoring yang dapat mengasah kreatifitas dalam melakukan bisnis dalam industri kreatif, *business coaching* atau pelatihan manajemen pengelolaan usaha di industri kreatif (Departemen Perdagangan, 2008). Hasil produksi dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan akan berpengaruh terhadap PDB. Berdasarkan hal tersebut didapatkan hipotesis, meningkatnya jumlah perusahaan ekonomi kreatif memiliki pengaruh positif terhadap PDB ekonomi kreatif.

Pemerintah (*government*) diwakili oleh campur tangan pemerintah dalam kebijakan pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Variabel kebijakan pembentukan Kemenparekraf merupakan variabel dummy. Keterlibatan pemerintah dalam pembangunan industri kreatif sangatlah dibutuhkan. Di dalam hal ini peran utama pemerintah yakni menjadi katalisator yang memberi dorongan agar ide-ide bisnis bergerak ke tingkat

kompetensi yang lebih tinggi. Selain itu, pemerintah sebagai regulator yang membuat kebijakan-kebijakan yang menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi industri kreatif. Pemerintah juga memiliki peran sentral dalam penciptaan kota kreatif (*creative city*), yang mampu mengakumulasi dan mengkonsentrasikan energi dari individu-individu kreatif menjadi magnet yang menarik minat individu/perusahaan untuk membuka usaha di Indonesia (Departemen Perdagangan, 2008). Berdasarkan hal tersebut didapatkan hipotesis, kebijakan pembentukan Kemenparekraf memiliki pengaruh positif terhadap PDB ekonomi kreatif.