

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang menjadi harapan baru bagi perekonomian Indonesia dikarenakan kontribusi yang positif terhadap perekonomian nasional. Salah satunya melalui kontribusi ekspor yang diberikan oleh subsektor fesyen. Ekspor subsektor fesyen memiliki tren yang positif dan merupakan subsektor dengan nilai ekspor tertinggi dibandingkan subsektor lainnya. Dikarenakan potensi subsektor fesyen yang besar tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ekspor subsektor fesyen terhadap pendapatan industri kreatif. Selain itu, jumlah perusahaan subsektor fesyen, jumlah tenaga kerja subsektor fesyen dan, ekspor subsektor unggulan ekspor ekonomi kreatif lainnya juga diuji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara ekspor subsektor fesyen dengan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Selain itu, variabel lain yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia adalah ekspor subsektor musik. Variabel tenaga kerja subsektor fesyen, jumlah perusahaan subsektor fesyen, dan ekspor subsektor seni rupa tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif.

Variabel ekspor subsektor fesyen memiliki pengaruh yang positif terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa ekspor subsektor fesyen mampu meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif melalui ekspor-ekspor yang dilakukan ke berbagai negara. Salah satu negara tujuan utama ekspor subsektor fesyen Indonesia adalah Amerika Serikat. Produk fesyen yang diunggulkan dalam ekspor subsektor fesyen saat ini adalah produk busana muslim atau hijab akibat munculnya tren hijab di dunia. Dengan mengandalkan tren tersebut dan juga potensi-potensi yang ada pada ekonomi kreatif Indonesia, subsektor fesyen dapat menjadi salah satu faktor penting dalam pertumbuhan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia.

Variabel ekspor subsektor musik berpengaruh positif terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Dengan adanya kemajuan teknologi yang sangat pesat membuat subsektor musik juga memiliki peluang yang bagus dalam penjualannya. Subsektor musik mampu meningkatkan ekspornya dengan mengandalkan penjualan alat-alat musik. Dengan permintaan yang besar dari luar maupun dalam negeri, produk-produk alat musik Indonesia mampu bersaing dengan produk alat musik dari luar negeri.

Meskipun jumlah ekspor subsektor musik Indonesia masih berfluktuatif dari tahun ke tahun tetapi subsektor musik memiliki potensi yang cukup besar untuk terus meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif.

Variabel ekspor subsektor seni rupa tidak signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa variabel ekspor subsektor seni rupa tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Kurangnya peminat produk seni rupa Indonesia pada skala global menjadi salah satu penyebabnya. Selain itu, faktor selera juga menjadi penyebab kurangnya peminat pada produk seni rupa Indonesia pada skala global. Perlu adanya upaya peningkatan nilai tambah dari produk-produk seni rupa Indonesia agar bisa terus bersaing dalam pasar internasional.

Variabel jumlah tenaga kerja subsektor fesyen tidak signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa tenaga kerja subsektor fesyen tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Jumlah tenaga kerja subsektor fesyen yang masih berfluktuatif setiap tahunnya tidak dapat memengaruhi pendapatan ekonomi kreatif. Adanya peran teknologi juga membuat jumlah tenaga kerja subsektor fesyen tidak berpengaruh terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Perlu adanya pengimbangan antara sumber daya manusia dan perkembangan teknologi agar tenaga kerja subsektor fesyen tidak tergantikan oleh mesin.

Variabel jumlah perusahaan subsektor fesyen tidak signifikan terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah perusahaan subsektor fesyen tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Mayoritas pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif khususnya subsektor fesyen masih tidak berbadan usaha. Hal tersebut yang membuat jumlah perusahaan subsektor fesyen tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan ekonomi kreatif. Pelaku-pelaku usaha yang berdiri sendiri lebih banyak mendominasi ekonomi kreatif dan juga menjadi penyumbang terhadap pendapatan ekonomi kreatif.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ekspor subsektor fesyen memiliki pengaruh positif terhadap pendapatan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2002-2016. Subsektor fesyen sebagai penyumbang ekspor terbesar ekonomi kreatif dapat menjadi kekuatan utama dari ekonomi kreatif Indonesia. Di samping itu, tidak menutup kemungkinan subsektor-subsektor lainnya untuk terus meningkatkan ekspornya agar dapat meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia.

5.2 Saran

Ekspor subsektor fesyen dan subsektor musik sebaiknya dipertahankan dan terus dikembangkan oleh para pelaku usaha dan pemerintah karena mampu meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Disamping itu, juga perlu adanya perkembangan melalui pengelolaan oleh Bekraf selaku lembaga pemerintah untuk tenaga kerja subsektor fesyen, perusahaan-perusahaan subsektor fesyen, ekspor subsektor seni rupa serta berbagai aspek dari subsektor-subsektor lainnya agar bisa ikut berkontribusi dalam peningkatan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang ada pada subsektor fesyen serta subsektor-subsektor lainnya agar memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar internasional.

Selain hal-hal yang sudah disebutkan diatas, dalam penelitian ini tentunya masih banyak hal yang dapat dikembangkan oleh penelitian selanjutnya seperti hal-hal berikut:

1. Menambah jangka waktu penelitian

Rentang waktu data dalam penelitian ini sangat terbatas dan sangat disarankan untuk ditambahkan untuk penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil estimasi yang lebih baik.

2. Menggunakan variabel lain

Penelitian ini menggunakan variabel ekspor subsektor fesyen sebagai variabel utama yang dapat memengaruhi pendapatan ekonomi kreatif. Disamping itu, tidak hanya ekspor subsektor fesyen yang memiliki potensi dalam meningkatkan pendapatan ekonomi kreatif Indonesia. Karena itu penulis menyarankan adanya penggunaan variabel lain selain variabel-variabel dalam penelitian ini sebagai variabel penelitian

DAFTAR PUSTAKA

- Albiman, M. (2014). What is the Role of Exports on Economic Growth? *European Journal of Business and Management*, 6(31), 261-266.
- Bakari, S., & Mabrouki, M. (2017). Impact of export and imports on economic growth: New evidence from panama. *Journal of SMart Economic Growth*, 2(1), 67-79.
- Bekraf. (2017). *INFOGRAFIS RINGKASAN DATA STATISTIK EKONOMI KREATIF INDONESIA*. DKI Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Bekraf. (2018). *Retas - Membenahi Musik dan Film Indonesia : Musik Sebagai Cerminan Jiwa Ekonomi Kreatif* (Vol. 9). DKI Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- Bekraf. (2019). Retrieved Februari 2019, from Data Bekraf: <http://data.bekraf.go.id/>
- Bekraf. (2019). *Opus*. (D. Permanasari, & R. D. Praha, Eds.) DKI Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- British Council Albania. (2007). Mapping of creative industries in Albania. *Resource Document British Council Albania*.
- DCMS Creative Industries Task Force. (1998). *Creative Industries Mapping Document*. Retrieved April 2019, from Creative Culture Education: <https://www.creativitycultureeducation.org/publication/creative-industries-mapping-document-1998/>
- Deny, S. (2018, Desember 14). *Bukan Negara Muslim, AS Justru Jadi Negara Tujuan Ekspor Utama Fesyen Muslim RI*. Retrieved Juni 2019, from Liputan 6: <https://www.liputan6.com/bisnis/read/3813724/bukan-negara-muslim-as-justru-jadi-negara-tujuan-ekspor-utama-fesyen-muslim-ri>
- DPP FSB Garteks. (2018, September 28). *Kehadiran Revolusi Industri 4.0 di Dunia Tekstil Bisa Mengancam Buruh*. Retrieved Juni 2019, from FSB Garteks: <https://www.fsbgarteks.org/berita/kehadiran-revolusi-industri-40-di-dunia-tekstil-bisa-mengancam-buruh>
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Ingram Publisher Services US.
- Jordan, A., & Eita, J. (2007). Export and Economic Growth in Namibia: a Granger Causality Analysis. *South African Journal of Economics*, 75(3), 540-547.
- Kamil, A. (2015). Industri Kreatif Indonesia: Pendekatan Analisis Kinerja Industri. *Media Trend Vol. 10 No.2 Oktober 2015*.

- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2019, Februari 11). *Berita Industri*. Retrieved Juni 2019, from Kemenperin: <http://www.kemenperin.go.id/artikel/20246/Ekspor-Alat-Musik-Makin-%E2%80%98Nyaring%E2%80%99>
- Kompas. (2009, Mei 28). *Ekonomi Kreatif Penopang di Saat Kritis*. Retrieved Juni 2019, from Kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2009/05/28/15471350/ekonomi.kreatif.penopang.di.saat.krisis>
- Nugroho, P. S., & Cahyadin, M. (2014). Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia. *Makalah FE UNS*.
- Ruffaidah, A. (2017, September 13). *Desainer Indonesia Didorong Tingkatkan Nilai Tambah Produk Seni*. Retrieved Juni 2019, from Kemahasiswaan ITB: https://kemahasiswaan.itb.ac.id/welcome/tampil_berita/42/desainer-indonesia--didorong-tingkatkan-nilai-tambah-produk-seni
- Samosir, O. (2016). Creative Economy Impacts on Economy Growth in Asia. *Actual Problems of Economics*, 11(185), 61-67.
- Schumpeter, J. A. (1934). In *Theory of Economic Development : an Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*.
- Shihab, R., & Abdul-Khaliq, T. (2014). The Causal Relationship Between Exports and Economic Growth in Jordan. *International Journal of Business and Social Science*, 5(3), 302-308.
- Subdirektorat Statistik Ekspor. (2017). *EKSPOR EKONOMI KREATIF 2010-2016*. DKI Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Supartoyo, Y. H., Tatu, J., & Sendouw, R. (2013). The economic growth and the regional characteristics: The case of Indonesia. *Buletin Ekonomi Moneter dan Perbankan*.
- Vernia, D. M. (2015). PENGEMBANGAN BISNIS INDUSTRI KREATIF BIDANG FESYEN DENGAN PENDEKATAN EKSPOR UNTUK MEMPERKUAT PEREKONOMIAN NASIONAL. *Journal of Applied Business and Economics*, 2(2).