

Analisis Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2014-2020

Lydia Rosintan S^{1*}, Koramen Haulian Sirait², Maria Ariesta Utha³, & Nur Ilmalani⁴

^{1,2,3,4}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti, Jakarta, Indonesia

JL. Kyai Tapa No.1, Grogol Telp (0215644270) Jakarta, Indonesia -11440

*e-mail : lydia.rosintan@trisakti.ac.id

ABSTRAK

Artikel Info

Received :

21 August 2024

Revised :

95 January 2025

Accepted :

23 March 2025

Kata Kunci :

Ekonomi Kreatif, Sektor Basis, struktur pertumbuhan, analisis SWOT.

Keywords :

Creative Economy, Basic Sector, growth structure, SWOT analysis.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kontribusi sektor ekonomi kreatif, sektor yang menjadi sektor basis dan non basis, pola dan struktur pertumbuhan ekonomi daerah secara sektoral, kemajuan dan perkembangan sektor ekonomi kreatif, serta strategi yang dilakukan terhadap sektor ekonomi kreatif. Metode penelitian ini terdiri dari beberapa metode analisis yang terdiri dari location quotient, shift share, model rasio pertumbuhan, tipologi Klassen, analisis overlay, dan analisis SWOT, dengan data yang digunakan adalah 16 sub sektor ekonomi kreatif dari tahun 2014-2018 di Provinsi DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Sumatera Utara, dan Bali. Hasil temuan dari analisis LQ untuk 16 sektor ekonomi kreatif menunjukkan dari 16 sektor ekonomi kreatif yang merupakan sektor basis karena secara konsisten memiliki nilai $LQ > 1$ sebanyak 4 sektor yaitu masing-masing sektor ekonomi kuliner, sektor ekonomi fashion, sektor ekonomi kreatif penerbitan dan sektor ekonomi kreatif televisi dan radio. Sebanyak 12 sektor lainnya yaitu (arsitektur, disain interior, disain komunikasi visual, disain produk firm, animasi dan video, fotografi, griya, musik, aplikasi game dan developer, periklanan, seni pertunjukkan dan seni rupa merupakan sektor non basis.

Analysis of Creative Industries in Indonesia 2014-2020

ABSTRACT

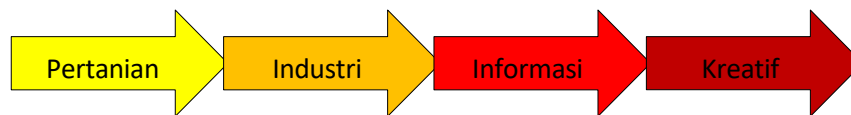
The purpose of this study is to determine the contribution of the creative economy sector, sectors that are basic and non-basic sectors, patterns and structures of regional economic growth by sector, progress and development of the creative economy sector, and strategies carried out for the creative economy sector. This research method consists of several analysis methods consisting of location quotient, shift share, growth ratio model, Klassen typology, overlay analysis, and SWOT analysis, with the data used being 16 creative economy sub-sectors from 2014-2018 in the provinces of DKI Jakarta, West Java, East Java, DI Yogyakarta, North Sumatra, and Bali. The findings of the LQ analysis for 16 creative economy sectors show that out of 16 creative economy sectors that are basic sectors because they consistently have an LQ value > 1 , there are 4 sectors, namely each culinary economy sector, fashion economy sector, publishing creative economy sector and television and radio creative economy sector. As many as 12 other sectors, namely

(architecture, interior design, visual communication design, firm product design, animation and video, photography, home, music, game applications and developers, advertising, performing arts and fine arts are non-basic sectors.

PENDAHULUAN

Seiring Perekonomian dunia telah mengalami beberapa transformasi seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan basis sumber daya yang digunakan pada setiap era memiliki karakteristik yang berbeda, baik dari era pertanian hingga era industri dan informasi. Terdapat 3 gelombang era ekonomi yang dikemukakan oleh (UNTACD, 2008) antara lain gelombang ekonomi argikultur atau pertanian, ekonomi industrialisasi, dan ekonomi informasi atau teknologi.

Pergeseran struktur ekonomi pada era pertanian ke era industrialisasi di tandai dengan harga yang lebih murah dan efisiensi pada pola kerja, produksi, serta distribusinya. Selanjutnya kini dengan adanya penemuan teknologi seperti internet, *Google*, *Smartphone*, *Playstore* semakin mempermudah dan meningkatkan efisiensi dalam proses produksi dan distribusi (Dewandaru & Purnamaningsih, 2017).

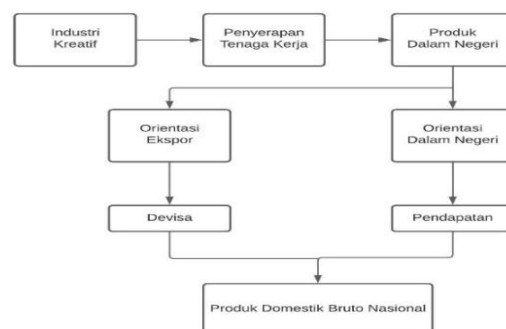


Sumber : Hasan, (Hasan, 2018).

Gambar 1. Pergeseran Gelombang Ekonomi

Fenomena yang muncul pada tranformasi perekonomian dunia adalah semakin tingginya kompetisi atau daya saing untuk mencari proses produksi atau distribusi se-efien mungkin sehingga dapat menekan biaya, hal tersebut membawa negara-negara maju untuk menitik beratkan sumber daya ekonomi yang mengandalkan sumber daya manusia kreatif (Pangestu, 2008).

Sumber daya manusia kreatif adalah manusia yang inovatif dan melek akan teknologi. Seperti pada definisi sumber daya manusia kreatif yang berhubungan dengan teori Richard Florida pada bukunya yang berjudul *“The Creative Class Theory”* menyebutkan terdapat tiga faktor suatu daerah dapat dikategorikan sebagai daerah kreatif, dengan menilai 3T yaitu, *Talent*, *Teknologi*, dan *Toleransi*. Maka dari itu masuk kepada gelombang ekonomi keempat yang diprediksikan adalah era ekonomi kreatif, dimana pada era ini perekonomian berorientasi pada ide dan gagasan kreatif (Tarigan, 2009).



Sumber: Peranan Ekonomi Kreatif Menumpuk Nasionalisme Dalam Perekonomian Indonesia (2011).

Gambar 2. Mekanisme Transmisi Industri Kreatif dalam Membangun Bangsa

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. Dilihat dari perekonomian Indonesia telah terjadi pergeseran (*shifting*) salah satunya seperti di industri kreatif, dimana seni dan budaya memiliki keterkaitan dengan perekonomian.

Ekonomi kreatif mendorong jumlah lapangan kerja, pendapatan sekaligus meningkatkan inklusi sosial. Keanekaragaman budaya Indonesia dapat tersalur melalui ekonomi kreatif dimana, inti dari pengembangan ekonomi kreatif adalah inovasi, ide, dan gagasan. Seperti pendapat (Galloway & Dunlop, 2007) kebijakan publik harus memasukkan unsur inovasi budaya.

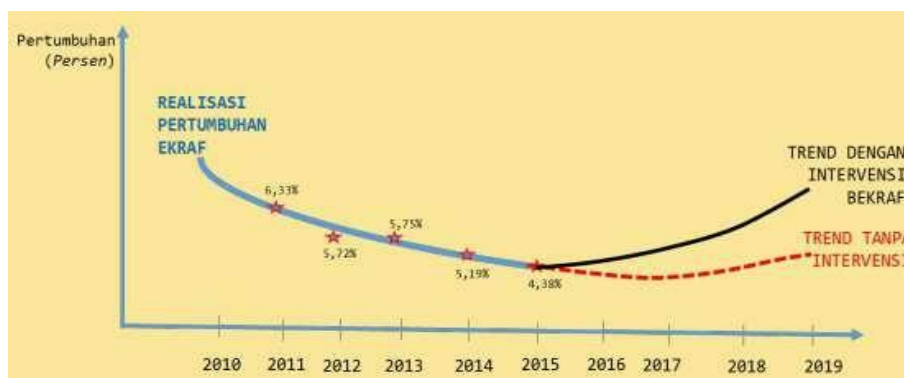
Berdasarkan arah trend jumlah penduduk di Indonesia, jumlah penduduk miskin, tingkat pengangguran terbuka, pertumbuhan ekonomi, serta produk domestik bruto (PDB) atas dasar harga konstan (ADHK) tahun 2014, dapat dilakukan reduksi pada tingkat pengangguran terbuka dan tingkat kemiskinan.

Tabel 1. Peluang Ekonomi Kreatif Terhadap Realita Sosial Ekonomi Dalam Negri

Kondisi Saat Ini	Tahun		
	2018	2019	2020
Jumlah Penduduk (Juta Jiwa)	255,1	258,4	261,6
Jumlah Pengangguran Terbuka (Juta Jiwa)	7,24	7,56	7,07
Penduduk Miskin (Juta Jiwa)	25.67	24.78	27.54
Presentase Penduduk Miskin (%)	10,96	11,22	10,70
Pertumbuhan Ekonomi (%)	5.17	5.01	-2.07

Sumber: Berbagai Sumber Badan Pusat Statistik (BPS). Data Diolah (2023).

Indonesia memiliki sumber daya manusia yang besar, jika sumber daya manusia tersebut dapat dioptimalkan melalui pengembangan ekonomi kreatif hal tersebut akan menjadi langkah strategis dimana Indonesia memiliki beragam kearifan lokal, dan pasar domestik yang luas. Bekraf mengeluarkan sejumlah data kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian, dimana pada tahun 2019 sektor ekonomi kreatif dapat memberikan sumbangan terhadap PDB sebesar Rp 922,59 triliun. Dimana di bandingkan pada tahun sebelumnya terdapat kenaikan sebesar Rp 70,03 triliun (Bekraf, 2017).



Sumber : Badan Ekonomi Kreatif (2021).

Gambar 3. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Indonesia

Penyerapan tenaga kerja di industri kreatif secara global dapat menyerap sebanyak 29,5 juta tenaga kerja. Dilihat dari distribusi tenaga kerja dikategorikan berdasarkan

Kawasan, dengan Kawasan Asia Pasifik sebanyak 43 persen, lalu Kawasan Eropa sebanyak 26 persen, 16 persen di Kawasan Amerika Utara, 8 persen di Afrika dan Timur tengah, serta sebanyak 6 persen berada di Kawasan Amerika latin dan Timur Tengah.

Enam belas subsektor industri kreatif di Indonesia berdasarkan survey (Bekraf, 2017). Ke-enambelas subsektor tersebut telah menyerap sebanyak 16,9 juta tenaga kerja sebesar 14,28 persen. Pada Tabel 2 di bawah menggambarkan tren dari pertumbuhan tenaga kerja di industri kreatif tahun 2016-2019.

Tabel 2. Tren Pertumbuhan Tenaga Kerja Industri Kreatif

Tahun	Jumlah (dalam juta orang)	Pertumbuhan
2016	16.2	5.21
2017	16.4	5.7
2018	16.7	5.6
2019	17.2	5.3

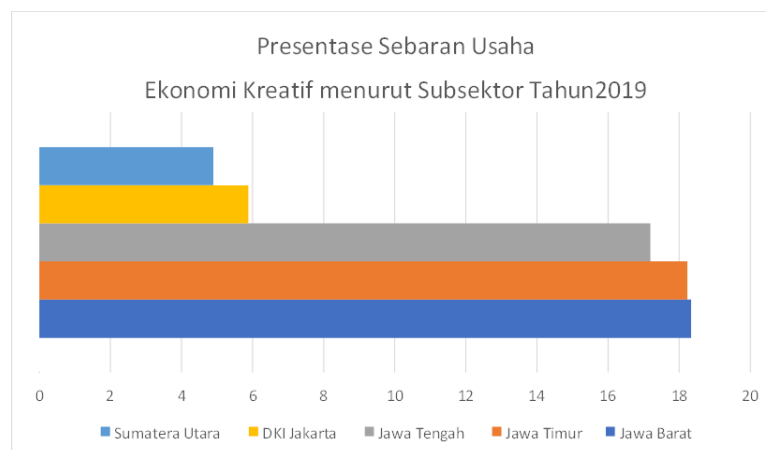
Sumber : Badan Ekonomi Kreatif (2021).

Beberapa kelemahan pada pengembangan ekonomi kreatif yang dicantumkan oleh Bekraf, diantaranya adalah sumber daya manusia yang kurang memiliki skill, regulasi pemerintah yang tidak mendukung pengusaha, dukungan infrastruktur, bantuan pemasaran, serta penegakan hukum dan distribusi.

Peluang besar bagi perekonomian untuk mengembangkan industri kreatif, dilihat dari beberapa aspek yang sudah disebutkan dapat mendukung dan implementasi pengembangan ekonomi kreatif yang akan sesuai dengan keadaan ekonomi sosial di Indonesia. Keanekaragaman budaya, sumber daya alam maupun sumber daya manusia yang melimpah dalam rancangan. Bekraf diperlukan intervensi pemerintah agar ekonomi kreatif dapat menjadi penopang perekonomian nasional. Salah satu cara bekraf demi meningkatkan pertumbuhan PDB di sektor industri kreatif adalah meningkatkan ekspor di ke-enambelas sektor tersebut, yang saat ini ekspor masih dikuasai oleh sektor perbankan, minyak dan gas, serta industri (Gunawan et al., 2017).

Dalam laporan penyusunan PDRB ekonomi kreatif Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, DIY Yogyakarta, Sumatera Utara, dan Bali tahun 2010-2016 (Bekraf, 2017) menyebutkan bahwa lima provinsi yang di survey memiliki potensi dalam pengembangan industri kreatifnya. Sehingga mendorong kegiatan industri terutama di kelima provinsi tersebut dapat meningkatkan kontribusi PDB ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional.

Berdasarkan presentase sebaran usaha industri kreatif menurut subsektor di tahun 2016, Jawa Barat menduduki peringkat pertama dengan presentase sebesar 18,33 persen, selanjutnya sebesar 18,23 persen oleh provinsi Jawa Timur, 17,19 persen provinsi Jawa Tengah, 5,88 persen dari provinsi DKI Jakarta, serta peringkat kelima sebesar 4,89 persen oleh provinsi Sumatera Utara. Dilihat besaran presentase tersebut dapat diketahui bahwa Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Sumatera Utara memberikan tertinggi di bandingkan provinsi lainya di Indonesia.



Sumber: Data Diolah, (2021).

Gambar 4. Persentase Sebaran Usaha Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor Tahun 2019

Hasil survey (Bekraf, 2017) menunjukkan kelima provinsi yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Sumatera Utara, dan Bali memiliki potensi dalam pengembangan industri kreatif dan secara grafik di atas oleh (Manuhuttu & Agung, 2023) menunjukkan sebaran subsektor industri kreatif terpusat pada Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, DKI Jakarta, Sumatera Utara sehingga berdasarkan data dan hasil survey tersebut maka peneliti menentukan keenam provinsi tersebut, yaitu Provinsi Jawa Barat, Jawa Timur, DIY Yogyakarta, Sumatera Utara, Bali, dan DKI Jakarta sebagai objek penelitian. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang Industri Kreatif di Indonesia dengan judul “Analisis Industri Kreatif di Indonesia Tahun 2014-2020”

METODE

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komoditi unggulan sector ekonomi kreatif di 6 Provinsi di Indonesia tahun 2014-2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data 16 sub sektor ekonomi kreatif di 6 provinsi dan di Indonesia. Sumber data berasal dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta dari Pemerintah Provinsi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui komoditi unggulan sector ekonomi kreatif di 6 Provinsi di Indonesia. Metode yang digunakan terdiri dari:

1) *Location Quotient (LQ) Analysis*

Analisa Metode location quotient membandingkan suatu regional seperti Kabupaten, Kota atau Provinsi dengan regional yang lebih besar dari daerah yang diteliti bisa Provinsi atau Nasional. Nilai pembanding dapat berupa Nilai tambah, jumlah produksi maupun jumlah pekerja di suatu sektor industri.

$$LQ = \frac{Ri/RRi}{R/RR} \text{ atau } \frac{Ri/R}{RRi/RR} \dots (1)$$

Keterangan:

LQ = Nilai *Location Quotient*

Ri = Nilai tambah di sektor i di wilayah r

RRi = Nilai tambah di sektor i di wilayah rr (lebih luas dari wilayah r)

R = Nilai tambah seluruh sektor di wilayah r

RR = Nilai tambah seluruh sektor di wilayah rr (lebih luas dari wilayah r)

Apabila dari hasil perhitungan persamaan (1) di atas menghasilkan:

1. $LQ > 1$ artinya, sektor tersebut memiliki keunggulan komparatif atau biasa disebut dengan sektor basis, hasil komoditas dari sektor tersebut tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan di wilayahnya tetapi dapat menjual hasil komoditinya ke wilayah lain.
2. $LQ = 1$ artinya, sektor termasuk tidak memiliki keunggulan komparatif atau non basis. Sektor hanya dapat memenuhi kebutuhan di wilayahnya dan tidak dapat menjual hasil komoditas nya ke wilayah lain.
3. $LQ < 1$ artinya, sektor tidak memiliki keunggulan komparatif dan termasuk non basis. Sektor membutuhkan suplai dari wilayah lain dikarenakan masih belum dapat memenuhi kebutuhan di wilayahnya.

2) SWOT Analysis

SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *Strengths* dan *Weakness* serta lingkungan eksternal *Oppurtunities* dan *Threat*. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan suatu strategi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Oppurtunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threaths*) (Awalia et al., 2018).

Identifikasi dan analisis kekuatan dan kelemahan ini penting dalam rangka introspeksi untuk menuju arah strategi yang akan dilakukan. Analisis faktor internal semacam proses menilai kemampuan diri yang dimilikinya. Kemampuan diri sesungguhnya menjadi sangat penting karena akan menjadi titik tolak atau starting point hal-hal lain yang perlu dilakukan. Analisis faktor eksternal meliputi informasi yang lengkap dan akurat terhadap kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi. Dalam beberapa keadaan, analisis SWOT juga memungkinkan pemberian skor terhadap bobot kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk kemudian ditentukan prioritas tindakan organisasi apa yang perlu dilakukan. Dengan adanya skoring maka seorang pembuat keputusan atau analisis kebijakan bisa menjelaskan rasionalitas kenapa alternatif tertentu yang diambil sebagai alternatif kebijakan (Kamil, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif arsitektur untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor arsitektur di Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Arsitektur

Sektor	Arsitektur	PDB Ekonomi Kreatif	Real Estate	PDB	LQ
2010	10284.30	525960	1982135	68641331	0.6771
2011	11675.20	581536	2187966	7831726	0.0719
2012	13215.00	638386	2379139	86157045	0.7496
2013	14862.70	708268	264275	9546134	0.7580
2014	17083.80	784869	2945734	105697053	0.7810
2015	19560.60	852544	3276014	115263328	0.8073
2016	21567.00	923053	3504882	124017285	0.8267
2017	23802.60	989153	3822592	135898257	0.8555

2018	26837.32	1082640	4060137	14838756	0.0906
2019	30258.96	1184962	4394559	158326572	0.9200
2020	34116.84	1296955	4537809	154433532	0.8952

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif di subsektor desain interior pada periode 2010-2020 menunjukkan nilai LQ kurang dari 1. Hal ini mengindikasikan bahwa industri kreatif di subsektor desain interior di Indonesia belum dapat dianggap sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan di masa depan. Informasi lebih rinci mengenai hal ini dapat dilihat pada tabel 4 di bawah ini.

Tabel 4. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Disain Interior

Sektor	Desain Interior	PDB Ekonomi Kreatif	Jasa Perusahaan	PDB	LQ
2010	804.6	525960	990854	68641331	0.11
2011	888.0	581536	1139753	7831726	0.01
2012	965.5	638386	1277242	86157045	0.10
2013	1072.3	708268	1446041	9546134	0.01
2014	1195.1	784869	1659906	105697053	0.10
2015	1354.2	852544	1902679	115263328	0.10
2016	1483.7	923053	2116236	124017285	0.09
2017	1648.2	989153	238217	135898257	0.95
2018	1858.3	1082640	267094	14838756	0.10
2019	2095.3	1184962	3042855	158326572	0.09
2020	2362.4	1296955	2942555	154433532	0.10

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif di subsektor desain komunikasi visual pada periode 2010-2020 menunjukkan nilai LQ di bawah 1. Ini menunjukkan bahwa subsektor desain komunikasi visual dalam industri kreatif di Indonesia belum bisa dianggap sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan di masa mendatang. Detail lebih lanjut mengenai hal ini dapat ditemukan pada tabel 5 di bawah ini.

Tabel 5. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Desain Komunikasi Visual

Sektor	Desain Komunikasi Visual	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	292.60	5259602	2560481	6864133	0.00015
2011	325.40	5815359	2817776	7831726	0.00016
2012	356.00	6383855	3113624	8615705	0.00015
2013	383.20	7082684	3410094	9546134	0.00015
2014	437.00	7848688	3694573	10569705	0.00016
2015	512.70	8525437	4060165	11526333	0.00017
2016	579.30	9230529	4491887	12401729	0.00017
2017	651.10	9891531	5137159	13589826	0.00017
2018	734.11	10826397	5589380	14838756	0.00018
2019	827.71	11849618	6265326	15832657	0.00018
2020	933.24	12969546	6959633	15443353	0.00016

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif di subsektor desain produk pada periode 2010–2020 menunjukkan nilai LQ di bawah 1. Hasil ini menunjukkan bahwa subsektor desain produk di industri kreatif Indonesia belum dapat dianggap sebagai dasar untuk pengembangan sektor unggulan di masa mendatang. Tabel 6 di bawah ini berisi informasi lebih lanjut tentang hal ini.

Tabel 6. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Desain Produk

Sektor	Desain Produk	PDB Ekonomi Kreatif	Jasan Perusahaan	PDB	LQ
2010	1521	5259602	990854	68641331	0.0200
2011	1574	5815359	1139753	7831726	0.0019
2012	1654	6383855	1277242	86157045	0.0175
2013	1755	7082684	1446041	9546134	0.0016
2014	1897	7848688	1659906	105697053	0.0154
2015	2011	8525437	1902679	115263328	0.0143
2016	2281	9230529	2116236	124017285	0.0145
2017	2507	9891531	238217	135898257	0.1446
2018	2827	10826397	267094	14838756	0.0145
2019	3187	11849618	3042855	158326572	0.0140
2020	3594	12969546	2942555	154433532	0.0145

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif film, animasi dan vidio untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai LQ < 1 yang artinya industri kreatif untuk subsektor film, animasi dan vidio di Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 7 dibawah ini.

Tabel 7. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Film, Animasi dan Video

Sektor	Film, Animasi dan Video	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	766	525960	2560481	6864133	0.0039
2011	873	581536	2817776	7831726	0.0042
2012	962	638386	3113624	8615705	0.0042
2013	1052	708268	3410094	9546134	0.0042
2014	1192	784869	3694573	10569705	0.0043
2015	1357	852544	4060165	11526333	0.0045
2016	1582	923053	4491887	12401729	0.0047
2017	1809	989153	5137159	13589826	0.0048
2018	2039	1082640	5589380	14838756	0.0050
2019	2299	1184962	6265326	15832657	0.0049
2020	2592	1296955	2942555	15443353	0.0105

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif di subsektor fotografi pada periode 2010-2020 menunjukkan nilai LQ kurang dari 1. Ini berarti bahwa subsektor fotografi dalam industri kreatif di Indonesia belum dapat dianggap sebagai sektor basis untuk pengembangan

sektor unggulan di masa depan. Informasi lebih rinci terkait hal ini dapat dilihat pada tabel 8 di bawah ini.

Tabel 8. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Fotografi

Sektor	Fotografi	PDB Ekonomi Kreatif	Jasa Lainnya	PDB	LQ
2010	2441	525960	101061	6864133	0.3152
2011	2704	581536	113022	7831726	0.3222
2012	2913	638386	122566	8615705	0.3207
2013	3112	708268	140316	9546134	0.2989
2014	3404	784869	163549	10569705	0.2802
2015	3838	852544	190581	11526333	0.2723
2016	4233	923053	211428	12401729	0.2690
2017	4758	989153	239259	13589826	0.2732
2018	5589	1082640	268575	14838756	0.2852
2019	6265	1184962	309002	15832657	0.2709
2020	6960	1296955	585960	15443353	0.1414

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif kriya untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor kriya di Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 9 dibawah ini.

Tabel 9. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Kriya

Sektor	Kriya	PDB Ekonomi Kreatif	Industri Pengolahan	PDB	LQ
2010	85899	525960	1512761	6864133	0.7411
2011	93142	581536	1704251	7831726	0.7360
2012	100156	638386	1848151	8615705	0.7314
2013	108734	708268	2007427	9546134	0.7301
2014	120737	784869	2227584	10569705	0.7299
2015	133863	852544	2418892	11526333	0.7482
2016	142037	923053	2545204	12401729	0.7498
2017	148274	989153	2739712	13589826	0.7436
2018	167179	1082640	2947451	14838756	0.7774
2019	188493	1184962	3119594	15832657	0.8073
2020	212525	1296955	3068042	15443353	0.8248

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif kuliner untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor kuliner Indonesia bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya, untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 10.

Tabel 10. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Kuliner

Sektor	Kuliner	PDB Ekonomi Kreatif	Penyediaan Makan Minum	PDB	LQ
2010	230956	525960	164518	6864133	18.3211
2011	252711	581536	183113	7831726	18.5860
2012	276012	638386	201560	8615705	18.4812
2013	304510	708268	226009	9546134	18.1596
2014	334007	784869	246807	10569705	18.2248
2015	355506	852544	260765	11526333	18.4319
2016	382446	923053	276634	12401729	18.5746
2017	410240	989153	295060	13589826	19.1020
2018	558938	1082640	316138	14838756	24.2326
2019	626533	1184962	341004	15832657	24.5490
2020	695963	1296955	319444	15443353	25.9423

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif musik untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor musik Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 11 dibawah ini.

Tabel 11. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Musik

Sektor	Musik	PDB Ekonomi Kreatif	Jasa LAinnya	PDB	LQ
2010	2090	525960	101061	6864133	0.2699
2011	2369	581536	113022	7831726	0.2822
2012	2689	638386	122566	8615705	0.2961
2013	3037	708268	140316	9546134	0.2917
2014	3480	784869	163549	10569705	0.2865
2015	3998	852544	190581	11526333	0.2836
2016	4427	923053	211428	12401729	0.2813
2017	4890	989153	239259	13589826	0.2808
2018	5589	1082640	268575	14838756	0.2852
2019	6265	1184962	309002	15832657	0.2709
2020	6960	1296955	585960	15443353	0.1414

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif fesyen untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor fesyen Indonesia bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 12 dibawah ini.

Tabel 12. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Fesyen

Sektor	Fesyen	PDB Ekonomi Kreatif	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	PDB	LQ
2010	91576	525960	96306.9	6864133	12.4096
2011	103947.6	581536	108192.1	7831726	12.9390
2012	113049.2	638386	116557.8	8615705	13.0898
2013	127708	708268	129912.0	9546134	13.2495
2014	142189.1	784869	139031.6	10569705	13.7727
2015	154658.2	852544	139393.6	11526333	15.0005
2016	166180.8	923053	143545.0	12401729	15.5542
2017	174885.8	989153	150535.3	13589826	15.9612
2018	197182.94	1082640	168545.2	14838756	16.0349
2019	222322.87	1184962	200019.4	15832657	14.8512
2020	250668.01	1296955	186626.8	15443353	15.9934

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif aplikasi dan game developer untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai LQ < 1 yang artinya industri kreatif untuk subsektor aplikasi dan game developer Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 13 dibawah ini.

Tabel 13. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Aplikasi dan Game Developer

Sektor	Aplikasi dan Game Developer	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	9026	525960	256048	6864133	0.4600
2011	9965	581536	281778	7831726	0.4763
2012	11135	638386	311362	8615705	0.4826
2013	12298	708268	341009	9546134	0.4861
2014	13801	784869	369457	10569705	0.5031
2015	15123	852544	406017	11526333	0.5036
2016	17144	923053	449189	12401729	0.5128
2017	19115	989153	513716	13589826	0.5112
2018	21552	1082640	558938	14838756	0.5285
2019	24300	1184962	626533	15832657	0.5182
2020	27398	1296955	695963	15443353	0.4688

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif penerbitan untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai LQ < 1 yang artinya industri kreatif untuk subsektor penerbitan Indonesia bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 14 dibawah ini.

Tabel 14. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Penerbitan

Sektor	Penerbitan	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	31844.7	525960	256048	6864133	1.6231
2011	34804.9	581536	281778	7831726	1.6635
2012	39378.0	638386	311362	8615705	1.7068
2013	44165.4	708268	341009	9546134	1.7456
2014	48783.4	784869	369457	10569705	1.7782
2015	53605.5	852544	406017	11526333	1.7850
2016	58353.4	923053	449189	12401729	1.7454
2017	61162.4	989153	513716	13589826	1.6357
2018	55893.8	1082640	558938	14838756	1.3706
2019	62653.3	1184962	626533	15832657	1.3361
2020	69596.3	1296955	695963	15443353	1.1907

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif periklanan untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor periklanan Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 15 dibawah ini.

Tabel 15. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Periklanan

Sektor	Periklanan	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	3865.80	525960	256048	6864133	0.1970
2011	4413.40	581536	281778	7831726	0.2109
2012	4796.00	638386	311362	8615705	0.2079
2013	5229.40	708268	341009	9546134	0.2067
2014	5999.10	784869	369457	10569705	0.2187
2015	6776.10	852544	406017	11526333	0.2256
2016	7508.80	923053	449189	12401729	0.2246
2017	8324.60	989153	513716	13589826	0.2226
2018	5589.38	1082640	558938	14838756	0.1371
2019	6265.33	1184962	626533	15832657	0.1336
2020	6959.63	1296955	695963	15443353	0.1191

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif televisi dan radio untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai $LQ < 1$ yang artinya industri kreatif untuk subsektor televisi dan radio Indonesia bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 16 dibawah ini.

Tabel 16. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Televisi dan Radio

Sektor	Televisi dan Radio	PDB Ekonomi Kreatif	Informasi dan Komunikasi	PDB	LQ
2010	33539	525960	256048	6864133	1.7095
2011	38846	581536	281778	7831726	1.8566
2012	45510	638386	311362	8615705	1.9726
2013	52033	708268	341009	9546134	2.0566
2014	59351	784869	369457	10569705	2.1633
2015	66283	852544	406017	11526333	2.2071
2016	76303	923053	449189	12401729	2.2823
2017	87465	989153	513716	13589826	2.3392
2018	55894	1082640	558938	14838756	1.3706
2019	62653	1184962	626533	15832657	1.3361
2020	69596	1296955	695963	15443353	1.1907

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif seni pertunjukan untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai LQ < 1 yang artinya industri kreatif untuk subsektor seni pertunjukan Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 17 dibawah ini.

Tabel 17. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Seni Pertunjukan

Sektor	Seni Pertunjukan	PDB Ekonomi Kreatif	Jasa lainnya	PDB	LQ
2010	1229.3	525960	101061	6864133	0.1587
2011	1374.3	581536	113022	7831726	0.1638
2012	1552.8	638386	122566	8615705	0.1710
2013	1730.3	708268	140316	9546134	0.1662
2014	1968.3	784869	163549	10569705	0.1621
2015	2202.9	852544	190581	11526333	0.1563
2016	2488.9	923053	211428	12401729	0.1582
2017	2796.8	989153	239259	13589826	0.1606
2018	3153.4	1082640	268575	14838756	0.1609
2019	3555.4	1184962	309002	15832657	0.1537
2020	4008.7	1296955	585960	15443353	0.0815

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil pengolahan kinerja LQ untuk industri kreatif seni rupa untuk tahun 2010-2020 menghasilkan nilai LQ < 1 yang artinya industri kreatif untuk subsektor seni rupa Indonesia belum bisa dijadikan sebagai sektor basis untuk pengembangan sektor unggulan Indonesia kedepannya. Untuk informasi lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 18 dibawah ini.

Tabel 18. Kinerja LQ Industri Kreatif Sub Sektor Seni Rupa

Sektor	Seni Rupa	PDB Ekonomi Kreatif	Jasa lainnya	PDB	LQ
2010	1173.10	525960	101061	6864133	0.1515
2011	1316.20	581536	113022	7831726	0.1568
2012	1460.60	638386	122566	8615705	0.1608
2013	1603.30	708268	140316	9546134	0.1540
2014	1706.50	784869	163549	10569705	0.1405
2015	1907.90	852544	190581	11526333	0.1353
2016	2030.40	923053	211428	12401729	0.1290
2017	2238.90	989153	239259	13589826	0.1286
2018	2524.35	1082640	268575	14838756	0.1288
2019	2846.19	1184962	309002	15832657	0.1231
2020	3209.07	1296955	585960	15443353	0.0652

Sumber : data Kemenparrek.go.id diolah, 2023.

Hasil temuan dari analisis LQ untuk 16 sektor ekonomi kreatif menunjukkan dari 16 sektor ekonomi kreatif yang merupakan sektor basis karena secara konsisten memiliki nilai $LQ > 1$ sebanyak 4 sektor yaitu masing-masing :

1. Sektor ekonomi kuliner
2. Sektor ekonomi fashion
3. Sektor ekonomi kreatif penerbitan
4. Sektor ekonomi kreatif televisi dan radio

Sebanyak 12 sektor ekonomi kreatif lainnya belum menjadi sektor basis karena memiliki LQ kurang dari 1 selama periode 2010-2020. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Romarina, 2016), (Sadilah, 2010), (Satria & Ayu Prameswari, 2011) yang menunjukkan bahwa untuk pengembangan sektor ekonomi kreatif Indonesia harus didasarkan pada keempat sektor di atas dengan tidak lupa mengkaitkan dengan sektor-sektor lain yang berhubungan misalnya sebagai sektor yang menjadi *backward linkage* (sebagai input) dalam proses produksi bagi keempat sektor basis berdasarkan hasil perhitungan di atas. Keterkaitan antara sektor basis dan non sektor basis di dalam pengembangan sektor unggulan sehingga pada akhirnya akan menciptakan multiplier efek yang tinggi di mana sektor non basis juga ikut terdorong untuk meningkatkan kinerja perkonomian secara keseluruhan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan diatas, terdapat 4 sektor ekonomi kreatif yang secara konsisten selama periode 2010-2020 menjadi sektor basis sehingga harus mendapat prioritas untuk dijadikan sebagai sektor unggulan yaitu masing-masing sektor ekonomi kuliner, sektor ekonomi fashion, sektor ekonomi kreatif penerbitan, dan sektor ekonomi kreatif televisi dan radio. Sebanyak 12 sektor lainnya yaitu (arsitektur, disain interior, disain komunikasi visual, disain produk firm, animasi dan video, fotografi, griya, musik, aplikasi game dan developer, periklanan, seni pertunjukan dan seni rupa merupakan sektor non basis. Perlu adanya kolaborasi dan sinergi antara sektor basis yang harus bersinergi dengan sektor non basis terutama dalam hal memanfaatkan sebagai sektor hulu di dalam proses produksi.

DAFTAR PUSTAKA

- Awalia, N. R., Mulatsih, S., & Priyarsono, D. S. (2018). Analisis Pertumbuhan Teknologi, Produk Domestik Bruto, Dan Ekspor Sektor Industri Kreatif Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 2(2), 135–155. <https://doi.org/10.29244/jekp.2.2.2013.135-155>
- Bekraf. (2017). *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. Jakarta: Bekraf.
- Dewandaru, B., & Purnamaningsih, N. (2017). Strategi Dalam Memajukan Industri Kreatif Dan Pengembangan Ekonomi Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Pada Kesenian Jaranan Di Kota Kediri). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(2), 170–187. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i2.4>
- Galloway, S., & Dunlop, S. (2007). a Critique of Definitions of the Cultural and Creative Industries in Public Policy. *International Journal of Cultural Policy*, 13(1), 17–31. <https://doi.org/10.1080/10286630701201657>
- Gunawan, A., Katili, P. B., & Lestari, M. (2017). Pemetaan Potensi Industri Kreatif Unggulan Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. *Journal Industrial Servicess*, 3(1), 203–209. <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/article/view/2086>
- Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND: Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 1(1), 81. <https://doi.org/10.26858/jekpend.v1i1.5063>
- Kamil, A. (2015). Industri Kreatif Indonesia: Pendekatan Analisis Kinerja Industri. *Media Trend*, 10(2), 207–225.
- Manuhuttu, F. Y., & Agung, A. S. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi. *Musamus Journal of Economics Development*, 6(01), 31–37. <https://doi.org/10.35724/feb.v6i01.6102>
- Pangestu, M. E. (2008). Hasil Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*, 1–27.
- Romarina, A. (2016). Economic Resilience Pada Industri Kreatif Gunamenghadapi Globalisasi Dalam Rangka Ketahanan Nasional. *Jurnal Ilmu Sosial*, 15(1), 35–52. <https://doi.org/10.14710/jis.15.1.2016.35-52>
- Sadilah, E. (2010). Industri Kreatif Limbah Tempurung Kelapa. *Jurnal Sejarah Dan Budaya*, V(9), 720–728.
- Satria, D., & Ayu Prameswari. (2011). *296-709-1-PB.pdf* (pp. 301–308). <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/view/296>
- Tarigan. (2009). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta : PT.Bumi Aksara.
- UNTACD. (2008). *Creative Economy Report, United Nations, AS*.