

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

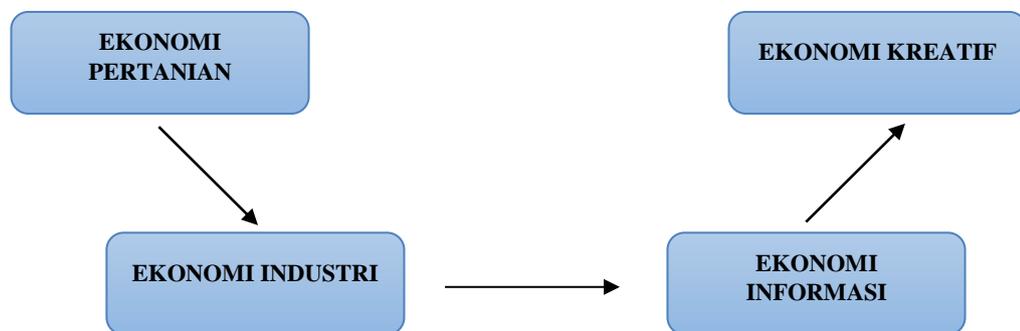
Dunia saat ini telah menunjukkan kemajuan yang menghadirkan teknologi mutakhir dan kemudahan akses, serta mobilitas. Globalisasi telah merambah ke berbagai aspek dalam kehidupan masyarakat, termasuk ekonomi. Ray Fani Arning Putri dkk., (2016) mengatakan bahwa terbukanya kerja sama satu negara dengan negara lain adalah akibat dari adanya globalisasi. Globalisasi membawa ekonomi ke dalam skala internasional, karena membentuk sebuah proses integrasi global yang mewujudkan adanya globalisasi produksi dan globalisasi pasar. Perusahaan multinasional adalah bentuk konkret adanya globalisasi produksi. Globalisasi ini telah ada dan membuka pasar dunia yang secara tidak langsung menuntut Indonesia untuk melakukan gebrakan agar tidak kalah dalam persaingan pasar global. Transformasi ekonomi perlu dilakukan untuk tetap bertahan dan meningkatkan perekonomian masyarakat.

Perubahan iklim ekonomi dari sektor pertanian ke sektor manufaktur menjadi tanda adanya industrialisasi di negara tersebut yang juga dibutuhkan untuk memajukan perekonomian masyarakat. Menempatkan sektor industri sebagai *leading sector* akan memberikan perubahan bagi struktur ekonomi negara yang memacu untuk peningkatan pembangunan ekonomi dalam berbagai aspek, seperti pembukaan lapangan pekerjaan yang lebih luas dan akhirnya akan mengurangi ketimpangan pendapatan di masyarakat.

Industrialisasi dan revolusi industri telah membuat Indonesia menjadi lebih kompetitif dan merangsang daya saing pasar global. Sebagai negara berkembang Indonesia pula ikut terlibat dalam sebuah industrialisasi sejak 1969 melalui pembangunan ekonomi Indonesia yang menggunakan pendekatan strategi industrialisasi. Negara lain yang berhasil menerapkan industrialisasi sebagai upaya peningkatan pembangunan ekonomi negaranya, telah menjadi salah satu alasan bagi negara Indonesia untuk melancarkan industrialisasi di dalam negeri. Namun kondisi wilayah menjadi pertimbangan yang kuat untuk tidak melakukan transformasi sepenuhnya. Meninjau Indonesia tergolong ke dalam negara agraris yang sumber daya ekonomi lebih melimpah pada sektor pertanian. Untuk tidak mematkan sektor pertanian, industrialisasi harus berdampingan dengan sektor tersebut.

Ekonomi pertanian merupakan gelombang ekonomi pertama dalam perkembangan ekonomi dunia, dimana perekonomian bertumpu pada sektor pertanian dan menjadikannya *leading sector* untuk sektor lainnya. Kemudian dalam perkembangannya, gelombang ekonomi kedua didominasi oleh kegiatan berbasis industri. Gelombang ekonomi ketiga didominasi oleh ekonomi informasi yang menjadikan akhir dari teori Alvin Toffler. Namun, dunia terus berkembang begitu pula dengan teori yang mengikuti karakteristik perkembangannya. Kemudian lahir gelombang ekonomi keempat yaitu ekonomi yang berorientasi pada ide dan gagasan yang menjadikan sumber daya manusia menjadi hal utama dalam gelombang ekonomi ini, yaitu ekonomi kreatif. Keberhasilan negara maju dalam gencatan ekonomi melalui pendirian pabrik di luar negeri dengan tenaga kerja yang

lebih murah, serta pendapat Dr. Richard Florida yang merupakan tokoh ekonomi kreatif dari Amerika yang mengatakan mengenai efisiensi manufaktur dan biaya operasional negara China dan Jepang yang telah sukses. Akhirnya, hal ini menjadi realita luar biasa yang didukung dengan penelitian-penelitian yang melahirkan modal baru dalam perekonomian negara maju melalui konsep dan gagasan kreatif, Kusinwati (2019).



Gambar 1.1 Pergeseran Orientasi dan Gelombang Ekonomi

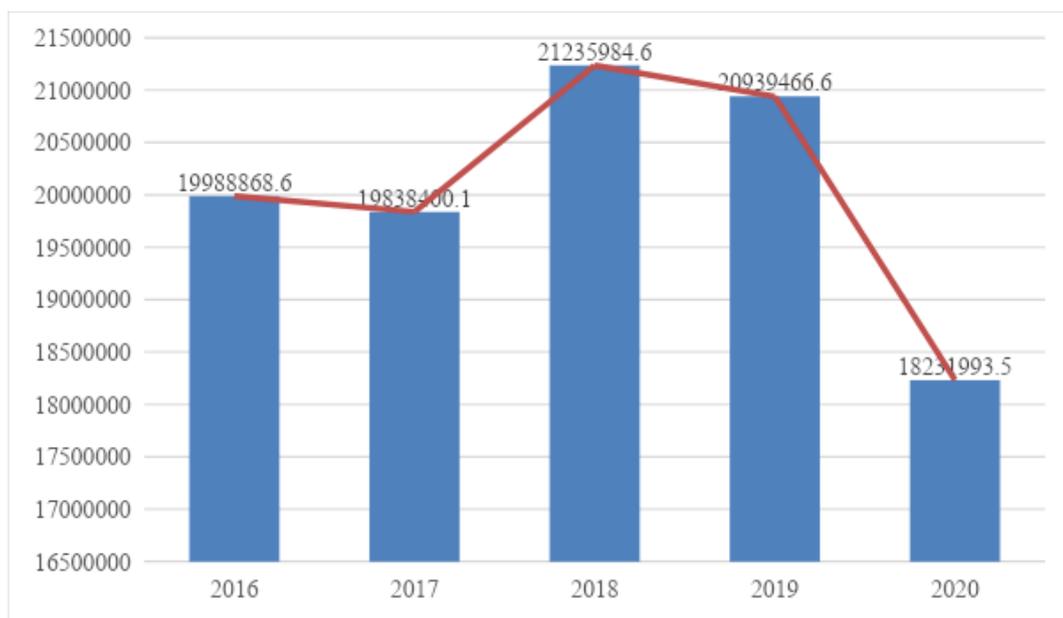
Sumber: Kusinwati, 2019

Gelombang ekonomi kreatif merupakan era peradaban dunia dimana kegiatan ekonomi memberikan nilai berdasarkan kekayaan intelektual. Para tokoh ekonomi kreatif dunia di antaranya, John Howkins dengan bukunya *Creative Economy, How People Make Money from Ideas*. Dr Richard Florida yang merupakan tokoh ekonomi kreatif dari Amerika yang merupakan seorang penulis buku *The Rise of Creative Class* dan *Cities and the Creative Class*. Tokoh berikutnya adalah Robert Lucas yang merupakan seorang pemenang Nobel dalam bidang ekonomi. Sejarah pembangunan ekonomi kreatif di Indonesia yang dicatat sebagai tahun ekonomi kreatif adalah tahun 2009 ketika masa kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Kemudian dilanjutkan oleh Presiden Joko

Widodo yang menciptakan pengelolaan ekonomi kreatif yang mandiri dengan pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). BEKRAF merupakan badan yang dibentuk oleh Presiden Joko Widodo sebagai lembaga pemerintah non-kementerian yang di bawah tanggung jawab Presiden dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dengan tugas utama membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan mensinkronisasi kebijakan ekonomi kreatif yang berkaitan kepada subsektor-subsektor yang dirancang jangka panjang hingga tahun 2025.

(Higgs & Cunningham, 2008) dalam Suparmin dkk., (2017) mengatakan bahwa era global saat ini seperti perdagangan internasional, lapangan pekerjaan, dan pertumbuhan ekonomi yang merupakan spektrum luas dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif yang mengandalkan kekayaan intelektual dalam proyeknya perlu disusun sebuah model pengembangan ekonomi yang mampu meningkatkan daya saing. Eksistensi ekonomi kreatif Indonesia tidak hanya berkibar di kalangan masyarakat lokal, melainkan juga di masyarakat ekonomi internasional. Hal tersebut karena tahun ini Indonesia menjadi inisiator untuk mendorong kebangkitan sektor ekonomi kreatif dunia. Bukti dari upaya membangkitkan sektor ekonomi kreatif tersebut adalah dengan ditetapkannya bahwa tahun 2021 merupakan Tahun Internasional Ekonomi Kreatif oleh PBB melalui Resolusi Umum PBB NO. 74/198 (Kemenparekraf, 2021). Ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas daripada industri kreatif. Industri kreatif merupakan subsektor dari ekonomi kreatif. Menurut Kemenparekraf Republik Indonesia industri kreatif mencakup tujuh belas subsektor yaitu, pengembang permainan; kriya; desain interior; musik; seni rupa;

desain produk; fesyen; kuliner; film, animasi, dan video; fotografi; desain komunikasi visual; televisi dan radio; arsitektur; periklanan; seni pertunjukan; penerbitan; dan aplikasi. Produk industri kreatif ini diharapkan mampu berkontribusi besar dalam penambahan PDB nasional. Salah satu pendorong naiknya PDB ekonomi kreatif adalah dengan melakukan kegiatan ekspor.



Gambar 1.2 Grafik Nilai Ekspor Industri Kreatif Indonesia (Ribu USD) Tahun 2016-2020

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif data diolah

Ekspor dilaksanakan karena beberapa kemungkinan yang terjadi di antaranya adalah produksi dalam negeri sudah terpenuhi. Kemudian tidak ada permintaan di dalam negeri dan kemungkinan besar pula adanya permintaan dari luar negeri atas produk domestik. Hal tersebut berlaku untuk produk industri kreatif Indonesia yang telah melakukan ekspor yang berdaya saing di pasar internasional. Namun tidak semua komoditas sektor industri kreatif ada dalam seri data ekspor Indonesia. Terdapat tujuh subsektor yang masuk ke dalam seri ekspor industri

kreatif Indonesia periode 2016-2020 yaitu film, animasi, dan video; kriya; kuliner; musik; fesyen; penerbitan; dan seni rupa. Tahun 2016 nilai ekspor industri kreatif Indonesia sebesar 19,98 miliar USD. Kemudian mengalami penurunan pada tahun 2017, sehingga nilai ekspor industri kreatif adalah 19,84 miliar USD. Pada tahun 2018 ekspor industri kreatif Indonesia mengalami kenaikan yang cukup tinggi hingga mencapai 21,24 miliar USD, sebelum akhirnya terus mengalami penurunan hingga tahun 2020 dimana nilai ekspor industri turun menjadi 18,23 miliar USD. Penurunan nilai ekspor industri kreatif tersebut disebabkan oleh adanya wabah *Coronavirus Disease 19 (Covid-19)* yang tengah melanda dunia sejak pertengahan tahun 2019 hingga saat ini. Beberapa negara memberlakukan *lockdown* sebagai upaya membatasi penyebaran Covid-19 di negaranya. Kebijakan tersebut sangat berpengaruh terhadap perdagangan internasional, dimana terjadi pembatasan terhadap barang yang masuk ke dalam negeri. Dengan demikian permintaan di pasar internasional menurun dan ekspor pun menurun. Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia sebanyak 70% pembelian ekspor subsektor kriya ditangguhkan selama pandemi Covid-19 (Kemenparekraf, 2021).

Komoditas kriya, fesyen, dan kuliner menjadi komoditas yang kontribusinya paling besar diantara komoditas lain dalam seri ekspor tersebut. Pada tahun 2018 ekspor subsektor kriya mencapai delapan miliar USD dan nilai ekspor subsektor kuliner mencapai 1,4 miliar USD pada tahun yang sama. Pada tahun 2016 nilai ekspor subsektor fesyen mencapai 10,9 miliar USD dan pada tahun 2018 mencapai 11,8 miliar USD. Walaupun demikian, subsektor fesyen terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2020 nilai ekspor turun menjadi 9,9 miliar USD.

Penurunan ekspor yang terjadi di tahun 2020 merupakan akibat dari adanya kebijakan yang berpengaruh kepada perdagangan internasional industri kreatif Indonesia, baik kebijakan yang dilakukan oleh negara mitra dagang maupun oleh pemerintah domestik. Sehingga hal ini sangat berpengaruh terhadap total nilai ekspor industri kreatif Indonesia pada tahun 2020 dimana pertumbuhan ekspor mencapai -15% yang sebelumnya telah diproyeksikan pertumbuhan ekspor industri kreatif Indonesia tahun 2020 adalah sebesar -12% oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia bersama lembaga Demografi UI pada akhir bulan Desember 2020.

Tabel 1.1 Nilai Ekspor Industri Kreatif Indonesia (USD) Tahun 2016–2020

No	Subsektor	2016	2017	2018	2019	2020
1	Film, Animasi, dan Video	1,2	0,0	1,4	1,3	1,1
2	Kriya/Kerajinan	7.797.661,1	7.811.257,8	8.045.804,0	8.150.267,5	7.096.437,9
3	Kuliner	1.260.503,6	1.255.822,4	1.406.751,9	1.363.986,7	1.187.623,2
4	Musik	14,5	14,9	16,8	16,3	14,2
5	Fesyen	10.901.481,5	10.741.916,7	11.752.760,2	11.395.476,3	9.922.041,2
6	Penerbitan	26.166,8	26.308,5	27.256,1	26.427,5	23.010,4
7	Seni Rupa	3.039,9	3.079,7	3.394,1	3.290,9	2.865,4
	TOTAL	19.988.868,6	19.838.400,1	21.235.984,6	20.939.466,6	18.231.993,5

Sumber: Data Diolah dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Grafik ekspor industri kreatif yang fluktuatif tersebut pasti disebabkan oleh banyak faktor-faktor determinasi. Produk domestik bruto, tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi menjadi beberapa faktor yang mampu mempengaruhi fluktuasi ekspor industri kreatif Indonesia. Untuk mengetahui seberapa jauh faktor-faktor tersebut mempengaruhi ekspor industri kreatif Indonesia tahun 2006-2020, maka diperlukan penelitian yang komprehensif dan detail. Kemudian hasil penelitian ini

diharapkan dapat menjadi informasi mengenai kontribusi ekspor industri kreatif untuk pembangunan ekonomi Indonesia yang lebih baik dan progresif.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh produk domestik bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi secara parsial terhadap ekspor industri kreatif di Indonesia tahun 2006-2020?
2. Bagaimana pengaruh produk domestik bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi secara bersama-sama terhadap ekspor industri kreatif di Indonesia tahun 2006-2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh produk domestik bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi secara parsial terhadap ekspor industri kreatif Indonesia tahun 2006-2020;
2. Untuk mengetahui pengaruh produk domestik bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi secara bersama-sama terhadap ekspor industri kreatif Indonesia tahun 2006-2020;

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan diharapkan dapat bermanfaat untuk berbagai pihak, di antaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai pengaruh Produk Domestik Bruto (PDB), tingkat suku bunga, nilai tukar, dan inflasi baik secara parsial maupun bersama-sama terhadap ekspor industri kreatif Indonesia tahun 2006-2020.

2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan masukan dalam melaksanakan penelitian lebih lanjut mengenai ekspor industri kreatif Indonesia dengan latar belakang pengaruh produk domestik bruto, nilai tukar, tingkat suku bunga, dan inflasi terhadap ekspor industri kreatif.

3. Bagi pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan masukan bagi lembaga-lembaga terkait sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan yang berhubungan dengan perkembangan industri kreatif yang memiliki prospek ekspor yang tinggi, serta pengembangan sektor yang perlu stimulus dan perhatian yang jauh lebih intens.

1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan skala nasional, dengan data diperoleh dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (Kemendagri), dan Bank Indonesia (BI).

