



# Cakrawala

*Ekonomi Dan Keuangan*

Published by LPPM-STIES in Collaboration  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya



## Kajian Literatur mengenai Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia Menuju Tahun 2030

Rahmat Prayoga<sup>1\*)</sup>, Julius Christian Sitohang<sup>2\*)</sup>

<sup>1,2)\*)</sup>Faculty Of Economic , Master Management Program Study,  
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Swadaya (STIES)

<sup>1,2)\*)</sup> Email : [info@stieswadaya.ac.id](mailto:info@stieswadaya.ac.id)

### Article history :

Received 1 Juni 2023  
Received in revised From  
20 Juni 2023  
Accepted 1 Juli 2023  
Vol. 30 No.2 (2023)

### Keywords :

Ekonomi kreatif,  
teknologi informasi,  
kecerdasan buatan,  
kreativitas

### Focus And Scope :

Manajemen

### Abstract

An in-depth look at the potential and challenges of the creative economy in 2030 and the strategies that need to be adopted to achieve a strong, creative, inclusive, and sustainable economic recovery, is presented by researchers compiled in the work of the book "Creative Economy 2030: Imagining and Delivering a Robust, Creative, Inclusive, and Sustainable Recovery" and added with other relevant sources. This paper examines the latest developments and innovations in the creative economy space, including the role of technology and digitalization in expanding the sector's reach and impact. This involves an in-depth analysis of how information and communication technologies, including artificial intelligence and blockchain, affect the way production and interaction with consumers in the creative sector. This book outlines the importance of the creative economy sector as one of the main pillars in spurring growth and innovation in the future. Through an interdisciplinary approach, the authors explore important aspects such as technology, art, culture, entrepreneurship, and innovation in shaping an economy driven by creativity.

## 1. Introduction

Ekonomi kreatif, sebagaimana diperkenalkan oleh John Howkins (2013), mensyaratkan adanya pertumbuhan ekonomi yang tergantung kepada lahirnya gagasan-gagasan baru. Konsep ini menandai adanya pergeseran dari kegiatan ekonomi yang semula lebih banyak bertumpu kepada ekonomi industri manufaktur menjadi industri yang berbasis kepada kreativitas dan intelektualitas. Pemerintah Indonesia menempatkan tumpuan pertumbuhan ekonomi kepada sektor industri kreatif melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif serta pembentukan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Dinamika perubahan global menjadi dasar bagi ekonomi negara untuk berubah dan menjadi fenomena baru seiring perjalanan waktu. Indonesia terpilih menjadi presidensi G20 pada tahun 2022 dengan mengusung tema ekonomi kreatif dan peningkatan GDP dunia. Secara global, pertumbuhan ekspor ekonomi kreatif rata-rata 7% antara tahun 2002 dan 2015, seringkali melebihi tingkat pertumbuhan industri lain dan mendapatkan daya tarik di semua pasar negara berkembang utama. Di negara berkembang, pasar ekonomi pengrajin dan pekerja seni adalah pendorong utama pekerjaan informal bagi sekitar 300 juta orang, dengan perkiraan potensi valuasi global sebesar \$985 miliar pada tahun 2023.

Ekonomi kreatif menjadi suatu strategi penting untuk penyelesaian permasalahan ekonomi global dan di regional setelah berakhirnya pandemi Covid-19. Di bulan November 2021, Direktur Eksekutif dari UNESCO menghasilkan keputusan mengenai penetapan tahun 2021 sebagai Tahun Ekonomi Kreatif (Building on the 2021 International Year of Creative Economy for Sustainable Development Through Consolidated Action), yang diprakarsai oleh UAE dan bekerja sama dengan Indonesia, Colombia dan Bangladesh (<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379182>). G20 menemu-kenali 8 butir isu untuk dibahas supaya mensukseskan ekonomi kreatif, yaitu:

1. Pertama, perlu adanya konsensus global yang luas tentang definisi ekonomi kreatif, standar dan norma yang sesuai untuk mengukur dampak pandemi terhadap budaya dan industri kreatif, terutama di negara berkembang dan berpenghasilan rendah.
2. Kedua, dalam menjangkau konsumen global, pendekatan yang berpusat pada budaya dapat mendorong dari bawah ke atas perubahan sosial dan perilaku di seluruh pengembangan aset berwujud dan tidak berwujud.
3. Ketiga, ekonomi kreatif dapat menghasilkan pertumbuhan yang berkelanjutan berkat keterkaitan antar sub-sektor kreatif dan sektor ekonomi lainnya. Sistem pasar yang berkualitas dan inklusif mendukung produksi, distribusi, dan pertukaran pengetahuan dan sistem kelembagaan yang mendukung sosial dan fisik infrastruktur sangat penting.
4. Keempat, hambatan tradisional seperti akses pasar dan model bisnis, kekayaan intelektual, dan perlindungan hak cipta berlipat ganda dengan percepatan otomatisasi berbagai proses produksi sebagai tanggapan terhadap pandemi, berdampak pada nilai global dan rantai pasokan serta menyerukan pengembangan besar-besaran keterampilan. Ekonomi kreatif dapat membantu memastikan bahwa tema “pekerjaan masa depan” menjadi identik dengan masa depan digital yang inklusif, berfokus pada distribusi produk dan akses universal penelitian dan pengembangan (R&D) lanjutan.
5. Kelima, keragaman segmen industri kreatif menggaris-bawahi kebutuhan pendanaan industri yang berbeda, yang membutuhkan pengembangan kategori pasar yang sesuai, instrumen pembiayaan, insentif langsung dan tidak langsung.
6. Keenam, penghubung kreatif (creative hub), distrik dan cluster merupakan entitas penting dalam pengembangan kreatif ekonomi. Solusi konkrit untuk menjawab kondisi usaha mikro, kecil, dan industri budaya dan kreatif menengah (MSMCEs) diperlukan, asalkan merupakan bagian dari holistik dan aglomerasi terpadu serta perencanaan metropolitan.
7. Ketujuh, pada ruang-ruang demokratisasi, kami memberikan lebih banyak perhatian dan dukungan kepada segmen populasi rentan seperti kelompok wanita dan pemuda.
8. Kedelapan, pembuat perubahan menggunakan budaya, seni dan solusi kreatif melalui konser, film, pameran, antara lain untuk menyebarkan kesadaran lingkungan, sementara ada dorongan ke arah penghijauan pada banyak sub-sektor ekonomi kreatif seperti fashion. Oleh karena itu, ekonomi kreatif dapat secara signifikan mendukung pengembangan ekonomi hijau.

Menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), ekonomi kreatif merupakan konsep yang terus berkembang yang dibangun berdasarkan keterkaitan antara kreativitas manusia dengan gagasan-gagasan dan kekayaan intelektual, pengetahuan dan teknologi. Pada dasarnya merupakan kegiatan ekonomi berbasis pengetahuan sebagai landasan dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan penjumlahan dari semua bagian dari industri kreatif, termasuk perdagangan, tenaga kerja dan produksi keluaran semua sektor ekonomi kreatif. Industri kreatif bergerak secara dinamis dan memberikan peluang bagi negara-negara berkembang untuk melakukan

lompatan menjadi perekonomian yang maju. <https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>

Para pemimpin dan pejabat tinggi Negara dan Pemerintahan dunia dalam pertemuan mereka di Kantor Pusat Perserikatan Bangsa-Bangsa di New York pada tanggal 25-27 September 2015 telah menetapkan Sasaran Pembangunan Berkelanjutan (Sustainable Development Goals disingkat menjadi SDG) beserta dengan Agenda pencapaiannya pada tahun 2030. Dengan demikian, agenda ekonomi kreatif dapat dipandang sebagai bagian dari agenda SDG 2030. <https://sdgs.un.org/goals>

#### Rumusan Masalah

Penulisan jurnal ini dilatar-belakangi oleh publikasi Asian Development Bank (ADB) berjudul "Creative Economy 2030: Imagining and Delivering a Robust, Creative, Inclusive, and Sustainable Recovery" pada Juni 2022. Publikasi tersebut merangkum 22 hasil penelitian dari berbagai peneliti dari berbagai negara dengan berbagai topik penelitian dan rekomendasi. Rumusan masalah bagaimana perkembangan pemikiran mengenai ekonomi kreatif di Indonesia paska terbitnya publikasi ADB Institute di atas hingga Juni 2023 serta arahnya menuju 2030.

#### Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mencari dan mengumpulkan karya tulis ilmiah (jurnal) untuk kemudian mempelajari isi, kerangka pemikiran, arah penelitian, hasil penelitian dan rekomendasi untuk penelitian lebih lanjut. Hasil kajian literatur ini diharapkan dapat menjadi gagasan dan landasan untuk melakukan penelitian lebih lanjut secara empiris.

## 2. Research Methods

Penelitian yang dilakukan untuk penulisan paper ini menggunakan metodologi kajian literatur. Baumeister dan Leary (1997), Snyder (2019) menyatakan bahwa pada hakekatnya, metode ini senantiasa relevan sebagai salah satu cara untuk mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan, hasil-hasil riset terdahulu dan rekomendasi serta memberi inspirasi dan peluang untuk melakukan penelitian lanjutan.

Tabel 1. Pendekatan terhadap Kajian Literatur

Pendekatan	Sistematik	Semi-sistematik	Integratif
Tujuan Penelitian	Sintesa dan membandingkan bukti	Meninjau wilayah riset dan melacak perkembangan sepanjang waktu	Kritik dan sintesa
Pertanyaan Penelitian	Spesifik	Luas	Sempit atau luas
Strategi Pencarian	Sistematik	Sistematik atau non-sistematik	Biasanya non- sistematik
Karakteristik Sampel	Artikel-artikel kuantitatif	Artikel-artikel riset	Artikel riset, buku-buku dan tulisan publikasi lainnya
Analisis dan Evaluasi	Kuantitatif	Kualitatif/kuantitatif	Kualitatif
Contoh-contoh Kontribusi	Bukti dari pengaruh Memberitahukan kebijakan dan praktik	Tingkat pengetahuan Tema dalam literatur Tinjauan historis Agenda riset Model teoritis	Taksonomi atau klasifikasi Model atau kerangka teoritis

Metode pencarian dengan menggunakan kata kunci (keywords) creative economy, creative industry dalam Bahasa Inggris dan ekonomi kreatif, industri kreatif dalam Bahasa Indonesia.

### 3. Research Results

Hasil kajian literatur menunjukkan bahwa terdapat beberapa perbedaan dalam pengelompokan sub-sektor industri kreatif.

Tabel 2. Hasil Kajian Literatur: Pengelompokan Industri Kreatif

	John Howkins (2021)	Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2021)	UNCTAD
1	Arsitektur	Aplikasi	Advertising
2	Barang Seni	Arsitektur	Architecture
3	Desain Produk	Desain Komunikasi Visual	Arts and crafts
4	Fesyen	Desain Produk	Design
5	Film, Fotografi, dan Video	Desain Interior	Fashion
6	Kerajinan Kriya	Fotografi	Film
7	Layanan Komputer, IT, dan Sejenisnya	Musik	Video
8	Musik	Kriya	Photography
9	Percetakan dan Penerbitan	Kuliner	Music
10	Periklanan	Fesyen	Performing arts
		Penerbitan	Publishing
		Film, Animasi & Video	Research & development
		Periklanan	Software
		Permainan Interaktif	Computer games
		Seni Pertunjukan	Electronic publishing
		Seni Rupa	TV/radio
		TV & Radio	

Berkaca kepada pengelompokan di atas, terdapat irisan-irisan wilayah abu-abu antar definisi.

### 4. Discussion Results

#### 1. Perspektif Global dan Regional dalam Bidang Ekonomi Kreatif untuk Strategi Cepat Pulih paska Pandemi Covid-19

Ekonomi kreatif telah mendapatkan perhatian dunia untuk membuat masa depan pekerjaan yang lebih adil, inklusif dan berkelanjutan, mencakup beragam industri berbasis pengetahuan seperti desain, arsitektur, seni dan kerajinan, periklanan, penelitian dan pengembangan, penerbitan, mode, film, video, fotografi, musik, seni pertunjukan, perangkat lunak dan permainan komputer. Kemajuan teknologi kecerdasan buatan (artificial intelligence/AI) semakin menggantikan tenaga kerja manual dan tradisional yang menuntut pekerja untuk melakukan pekerjaan yang berulang. Oleh karena hal tersebut menuntut lapangan kerja dan sektor-sektor terkait berorientasi pada pertumbuhan sektor kreatif dalam perekonomian dunia.

Sejalan dengan itu, nilai pasar global untuk barang-barang kreatif meningkat dua kali lipat dari \$208 Milyar pada tahun 2002, menjadi \$509 Milyar pada tahun 2015. Kontribusi kenaikan ini dilakukan secara ekspor oleh negara-negara anggota Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN) dan Masyarakat. Seiring itu G20 berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan sektor kreatif secara global dan memainkan peran kunci dalam pertumbuhan ekonomi berbagai negara G20. Ekonomi kreatif semakin dilihat sebagai sumber daya yang belum dimanfaatkan bukan hanya untuk

mengatasi masalah pertumbuhan ekonomi atau pengangguran di kalangan pemuda tetapi juga untuk bertindak sebagai pendorong penting Pembangunan berkelanjutan (UNINDO 2013).

## 2. Evolusi Agenda Ekonomi Kreatif pada Level Global

UNCTAD mengklasifikasikan industri kreatif ke dalam tujuh kategori yaitu: seni dan kerajinan, audiovisual, desain, media yang baru, pentas seni, penerbitan dan seni visual. Pada tahun 2019 United Nations (UN) mendeklarasikan pada tahun 2021 sebagai Tahun Internasional Ekonomi Kreatif untuk Pembangunan Berkelanjutan. Indonesia menjadi sponsor utama dalam proposal yang dipresentasikan oleh sekelompok negara global, termasuk Australia, India, Indonesia, Mongolia, Filipina, Tiongkok, dan Thailand. Sehingga ekonomi kreatif pun menjadi agenda penting berbagai kelompok negara internasional, termasuk G20. Pada tahun 2020 Arab Saudi menjadi yang pertama mengakui budaya industri kreatif sebagai penggerak utama pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Pemerintah dari Indonesia menyarankan agar ekonomi utama fokus pada sektor ekonomi kreatif sebagai katalis untuk pemulihan ekonomi global setelah pandemi, dan rekomendasi ini diadopsi oleh para pemimpin G20 (Mawangi 2020).

Selanjutnya pada tahun 2021, giliran kepresidenan Italia menempatkan isu tersebut menjadi agenda yang tidak terpisahkan. Pertemuan Menteri Kebudayaan juga dengan suara bulat mengadopsi Deklarasi Menteri Roma Kebudayaan G20 yang memasukkan sektor kebudayaan ke dalam proses G20. Deklarasi tersebut berfokus kepada (Asia – Europe foundation tahun 2021), yaitu:

- a. Perlindungan dan promosi budaya dan sektor kreatif sebagai “penggerak regenerasi dan pertumbuhan yang berkelanjutan dan seimbang”.
- b. “Perlindungan warisan budaya” terhadap risiko, termasuk bencana alam, degradasi lingkungan dan perubahan iklim, perusakan dan penjarahan yang disengaja, dan perdagangan gelap kekayaan budaya.
- c. Promosi “transformasi digital dan teknologi di sektor budaya dan kreatif”.
- d. “Membangun kapasitas melalui pelatihan dan pendidikan” untuk mengatasi kompleksitas kontemporer tantangan dunia dan sektor budaya.
- e. Menangani “perubahan iklim melalui budaya.

Indonesia adalah negara pertama yang memprakarsai resolusi PBB tentang ekonomi kreatif di Majelis Umum, yang diadopsi melalui konsensus dan dihargai oleh Uni Eropa dan banyak delegasi lainnya. Resolusi Indonesia, yang disponsori oleh 81 negara, mempromosikan investasi dalam produksi dan perdagangan di bidang kreatif dan mendukung peran usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), perempuan, pemuda, dan komunitas lokal dalam pengembangan kreatif ekonomi (Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia 2019). Pada tahun 2018, Indonesia juga menjadi tuan rumah World Conference on Creative Economy di Bali, (<https://unctad.org/news/creative-industries-take-centre-stage-bali-conference>).

Konferensi tersebut menghasilkan sebuah dokumen berjudul “Agenda Bali untuk Ekonomi Kreatif” yang mengakui potensi yang sangat besar dan kontribusi yang signifikan dari sektor tersebut untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, serta sosial dan budaya pembangunan dalam rangka Revolusi Industri Keempat (Buchoud et al. 2021).

### 3. Revolusi Industri Keempat dan Ekonomi Kreatif

Kemajuan teknologi merupakan hasil dari revolusi industri yang mempengaruhi semua aspek kehidupan sosial dan ekonomi. Kemajuan teknologi yang menyebabkan perubahan tingkat pertumbuhan di industri. Perubahan ini pada dasarnya telah menjadi sumber pertumbuhan ekonomi dan pembangunan di sebagian besar negara. Ekonomi global sekarang diyakini berada di ambang apa yang secara luas disebut sebagai Revolusi Industri Keempat atau disebut juga sebagai Industri 4.0. Industri 4.0 terutama didorong oleh empat perkembangan teknologi spesifik: internet seluler berkecepatan tinggi, AI dan otomatisasi, penggunaan analitik data besar, dan teknologi komputasi awan (cloud computing). Dari jumlah tersebut, AI dan otomatisasi adalah diharapkan memiliki dampak paling signifikan pada angka ketenaga-kerjaan dalam angkatan kerja global.

Industri 4.0 secara signifikan mengubah permintaan untuk keterampilan, dengan permintaan untuk tugas-tugas kognitif rutin dan non-rutin meningkat, sedangkan permintaan untuk pekerjaan manual rutin menyusut secara signifikan.

Table 1.1: Industry 4.0 and Changing Demand for Skills

Kind of Skills	Occupations	Change in Demand due to Industry 4.0
Routine manual	Mechanic, plumber, printer, electrician, gardener, train driver, etc.	Sharp decrease
Routine cognitive	Secretary, bookkeeper, filing clerk, bank teller, etc.	Increase
Non-routine manual	Janitor, waiter/waitress, driver, etc.	Steady
Non-routine cognitive	Manager, professional, technician, associate professional, etc.	Sharp increase

Source: Buchoud, N.J.A., et al. 2021.

Menurut Laporan Forum Ekonomi Dunia 2020, kreativitas, orisinalitas, dan inisiatif termasuk di antara lima keterampilan teratas diminta oleh 2025, seperti yang dirasakan oleh perusahaan secara global. Industri kreatif mampu menghasilkan tahapan baru dalam rantai permintaan dan pasokan global, menggerakkan mesin pertumbuhan ekonomi dan mendorong inovasi. Platform tenaga kerja online menjamur berkat Industri 4.0 yang telah menyediakan tenaga kerja dengan fleksibilitas yang lebih besar, memungkinkan siapa pun memasok tenaga kerja dan keterampilan mereka ke pasar, baik di tambahan atau sebagai pengganti pekerjaan standar (OECD 2019).

Pekerjaan kreatif dan multimedia telah menjadi salah satu yang paling dicari di dunia, ketika mesin mengambil semakin banyak tugas dan pekerjaan diskrit, menggantikan manusia, pekerjaan tertentu yang membutuhkan kreativitas dan kemampuan kognitif manusia akan tetap berada di luar lingkup teknologi saat ini dan masa depan selanjutnya. Oleh karena itu, kita selanjutnya melihat distribusi tenaga kerja di seluruh pekerjaan utama di pasar tenaga kerja online di negara-negara G20. Indonesia memiliki pangsa pekerja tertinggi dalam pekerjaan kreatif dan multimedia di antara negara-negara G20 sekitar 75%, diikuti oleh Brasil (53,41%) dan Argentina (52,18%), sedangkan Republik Korea memiliki bagian terendah yang dilaporkan (4,3%).

### 4. Covid-19 dan “Culture Shock“

Dampak pandemi Covid-19 terhadap ekonomi global jauh lebih buruk dari yang diperkirakan dan pemulihannya diperkirakan akan lambat karena adanya permasalahan lain paska pandemi. Pertumbuhan ekonomi global diproyeksikan turun dari prakiraan 3.5% pada tahun 2022 menjadi

3.0% pada tahun 2023 dan 2024. Meskipun prakiraan untuk tahun 2023 sedikit lebih tinggi daripada yang diprediksi oleh World Economic Outlook (WEO) pada bulan April 2023, namun secara historis tetap tergolong rendah. Kebijakan kenaikan tingkat suku bunga acuan bank sentral untuk mengatasi inflasi telah turut menghambat pertumbuhan ekonomi. Sementara pertumbuhan diperkirakan akan pulih, akibat pandemi perlambatan memiliki implikasi jangka panjang pada pekerjaan di berbagai sektor, terutama kreatif industri. Industri ini sebagian besar terdiri dari perusahaan mikro, organisasi nirlaba, dan profesional kreatif lepas, sering beroperasi di pinggiran keberlanjutan finansial (OECD 2020).

Guncangan permintaan dan investasi yang dipicu oleh pandemi, ditambah dengan kemungkinan pembatasan akses publik dan pendanaan swasta, dapat mengancam kelangsungan hidup para profesional dan perusahaan ini untuk terus beroperasi. Karena sebagian besar industri kreatif bergantung dan berkembang pada operasi secara fisik, industri ini mengalami pukulan besar karena pembatasan Covid-19. Perkiraan dari UNESCO industri kreatif secara global mengalami kontraksi sebesar \$750 Milyar pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2019. Konsumen cenderung mengurangi konsumsinya barang dan jasa sektor budaya dan kreatif karena norma jarak fisik dan juga karena penurunan daya beli.

Tidak diragukan lagi, pandemi saat ini akan mengubah cara kerja ekonomi kreatif. Ketika beberapa sektor atau subsektor gesit mungkin beradaptasi, yang lain menghadapi risiko kehancuran. Meskipun begitu, diharapkan ekonomi kreatif “baru” di dunia pasca pandemi akan diuntungkan peluang yang ditawarkan oleh pandemi.

Tantangan yang diciptakan oleh pandemi juga membawa peluang baru digitalisasi pertunjukan panggung dengan memanfaatkan platform over-the-top atau OTT dan rantai nilai terkaitnya. Inovasi dalam pariwisata digital dan virtual tampaknya memiliki potensi besar untuk dipromosikan wisata “hibrid” dan menawarkan model wisata baru dan berkelanjutan. Dengan peningkatan daya tarik digital tujuan, permintaan untuk pariwisata dapat dipulihkan dan bahkan tersebar luas di berbagai tempat tujuan. Selanjutnya, industri kreatif dapat terus memainkan peran kunci sebagai pengembang dan penguji solusi teknologi baru untuk diikuti dan direplikasi oleh sektor lain.

Krisis yang diakibatkan oleh pandemi di pasar tenaga kerja membuat fokus perhatian penelitian di masa depan pekerjaan, perdebatan tentang permintaan keterampilan yang berkembang sebagai respons terhadap teknologi kemajuan telah menjadi arus utama untuk waktu yang sangat lama. Sektor kreatif adalah teknologi tangguh dan berorientasi pada pertumbuhan, mulai dilihat sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Ketika Industri 4.0 mengarah pada proliferasi ekonomi platform, kreatif ekonomi mengambil pusat perhatian. Pekerjaan kreatif dan multimedia adalah salah satu yang paling dicari dalam ekonomi platform secara global, baik oleh perusahaan perekrutan maupun oleh pekerja. Di belakang pandemi saat ini, bagaimanapun, tenaga kerja sektor ini tampaknya paling terpukul, terutama sub-bidang seni pertunjukan.

## 5. Conclusion

### Kesimpulan

Ekonomi kreatif merujuk pada segmen ekonomi yang terkait dengan kreasi, produksi, dan distribusi barang dan jasa yang memiliki nilai tambah intelektual dan artistik. Ini mencakup sektor seperti seni, media, periklanan, desain, arsitektur, teknologi kreatif, mode, musik dan banyak lagi.

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak signifikan pada berbagai sektor, termasuk ekonomi kreatif. Oleh karena itu, pemulihan ekonomi yang kuat dan berkelanjutan menjadi semakin penting.

Buku ini kemungkinan akan membahas tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam pemulihan dan menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan di masa depan.

Isu-isu seperti inklusivitas dan keberlanjutan kemungkinan juga akan menjadi fokus utama, yaitu memastikan bahwa pemulihan ekonomi tidak meninggalkan siapa pun di belakang dan mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dalam setiap langkahnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Memastikan adanya infrastruktur teknologi yang memadai untuk mendukung ekonomi kreatif. Ini termasuk ketersediaan internet cepat, akses ke perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan, serta literasi digital pada masyarakat.
2. Mengembangkan program pendidikan dan pelatihan yang memfasilitasi perkembangan bakat dan keterampilan kreatif. Ini dapat mencakup pendidikan seni dan desain di sekolah-sekolah, pelatihan keterampilan khusus, dan dukungan untuk lembaga pendidikan kreatif.
3. Pemerintah harus menerapkan kebijakan pro-kreativitas yang memberikan insentif dan dukungan bagi pelaku ekonomi kreatif. Ini dapat mencakup pembebasan pajak, subsidi, hibah dan fasilitas pendanaan khusus untuk inisiatif kreatif. Membangun ekosistem kreatif yang mendorong pertumbuhan dan kolaborasi. Ini melibatkan pembentukan kawasan atau distrik kreatif, inkubator kreatif dan ruang kreatif bersama yang menghubungkan para pelaku ekonomi kreatif.
4. Meningkatkan ekonomi kreatif memerlukan kerjasama dan upaya bersama dari pemerintah, pelaku industri, lembaga pendidikan, dan masyarakat secara keseluruhan. Dengan memberikan dukungan dan insentif yang tepat, ekonomi kreatif dapat menjadi motor pertumbuhan yang kuat dan kreatif dalam masyarakat.

## 6. Reference List

Baumeister, Roy F., and Mark R. Leary. "Writing narrative literature reviews." *Review of general psychology* 1.3 (1997): 311-320.

Buchoud, N.J.A., et al. 2021. *Creative Economy 2030: Inclusive and Resilient Creative Economy for Sustainable Development and Recovery*. G20 Insights. [https://www.g20-insights.org/policy\\_briefs/creative-economy-2030-inclusive-and-resilient-creative-economy-for-sustainable-development-and-recovery/](https://www.g20-insights.org/policy_briefs/creative-economy-2030-inclusive-and-resilient-creative-economy-for-sustainable-development-and-recovery/)

Caves, Richard E., *Contracts Between Art and Commerce*, *Journal of Economic Perspectives*—Volume 17, Number 2—Spring 2003—Pages 73–83

Drummond, Fiona J., (2022), *Culture, creativity, and economy: collaborative practices, value creation and spaces of creativity*, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2105542

Duarte, Ana Maria Bustamante, Karin Pfeffer, Naufal Rofi Indriansyah, Aliyah Alfianda Dwicahyani Chandra Bhuana, Adiwana F. Aritenang, Ari Nurman, Fikri Zul Fahmi, Dadan Ramdan, Zahara S. Iskandar & Mafalda Madureira (2022) *Creative industries in Indonesia: a socio-spatial exploration of three kampongs in Bandung*, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2077557

Hidayat, AR R T, Asmara, A Y, *Creative industry in supporting economy growth in Indonesia: Perspective of regional innovation system*, IOP Conference Series: Earth and

Environmental Science, Volume 70, 3rd International Conference of Planning in the Era of Uncertainty 6–7 March 2017, Malang, Indonesia, DOI 10.1088/1755-1315/70/1/012031

Howkins, John, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, 2nd ed., Penguin Publisher, November 7, 2013

Papadimitriou, A., Mylonas, N., Frangakis C., (2022), Investigating women entrepreneurs in creative industries: critical determinants for venture performance, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2077575

Snyder, Hannah, Literature review as a research methodology: An overview and guidelines, *Journal of Business Research*, Volume 104, 2019, Pages 333-339, ISSN 0148-2963, <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>.

Ulisses Pereira dos Santos, Leonardo Costa Ribeiro, Sibelle Cornélio Diniz & Ana Flávia Machado (2022) Notes on the use of trademark registrations as an innovation metric for the creative and cultural industries: an analysis based on USPTO data, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2089444

Brandon Jaouim, Robert Loureiro, Myra Lovett (2022), The effect of networking on the career decision self-efficacy of young film and television professionals, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2077591

Pereira, L.S., Maurício M. S. Bernardes (2022), Reporting on the project development practices of total conversion game mod teams, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2077590

Ying-Yi Hsieh, Chun-Ching Chen, Wen-Yin Chen & Tung-Yi Cheng (2022) The future development trends of Taiwan cultural and creative products from the perspective of industrial design, *Creative Industries Journal*, DOI: 10.1080/17510694.2022.2062930

Mark David Ryan, Phoebe Macrossan, Sue Wright & Michael Adams (2023) Blockchain and publishing: towards a publisher-centered distributed ledger for the book publishing industry, *Creative Industries Journal*, 16:1, 2-21, DOI: 10.1080/17510694.2021.1939541

Stuart Cunningham, Marion McCutcheon (2023) Rearticulating the creative industries-STEM relationship: the case of innovation precincts in South Australia, *Creative Industries Journal*, 16:1, 22-41, DOI: 10.1080/17510694.2021.1959087

Olena Khlystova, Yelena Kalyuzhnova, Maksim Belitskia, The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda, *J Bus Res.* 2022 Feb; 139: 1192–1210. Published online 2021 Oct 1. doi: 10.1016/j.jbusres.2021.09.062

Mawangi, G.T. 2020. G20 Riyadh Summit Agrees on Indonesia's Notes on Creative Economy. *Antara News*. <https://en.antaranews.com/news/162152/g20-riyadh-summit-agrees-on-indonesias-notes-on-creative-economy>

<https://unctad.org/topic/trade-analysis/creative-economy-programme>

The following is an example of writing references in scientific journals using APA format:

## 7. Appendix

### Attachment A:

“21 poin Agenda Bali untuk Ekonomi Kreatif”:

1. Mempromosikan komitmen politik internasional yang lebih kuat untuk mengatasi tantangan dan merebut peluang ekonomi kreatif.
2. Mempromosikan keterlibatan organisasi internasional yang relevan, termasuk organisasi PBB, WIPO, WTO, IDB, ASEAN serta organisasi internasional dan regional lainnya untuk mengatasi tantangan ekonomi kreatif.
3. Mendukung dan mengembangkan lingkungan yang mendukung dan memudahkan untuk mengakomodasi pertumbuhan pasar lokal dan internasional dan merek lokal di sektor kreatif.
4. Berkomitmen untuk memperkuat peran pemerintah, sektor swasta, media, masyarakat sipil, business council dan akademisi dalam ekonomi kreatif.
5. Memperhatikan hasil preparatoy meeting pertama dan kedua WCCE.
6. Menyambut inisiatif Indonesia untuk menetapkan, pada saat yang tepat, pusat virtual dan/atau fisik yang mempromosikan pertukaran, kolaborasi, dan kerja sama internasional dalam bidang Ekonomi Kreatif di Indonesia yang akan membantu kemajuan tujuan ekonomi kreatif di tingkat global dan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs).
7. Melakukan berbagai kegiatan untuk memfasilitasi usaha dan proyek baru, seperti studi kelayakan, untuk mendorong kolaborasi start-up di tingkat nasional dan internasional.
8. Mempromosikan partisipasi penuh dari sektor swasta dalam semua aspek perencanaan dan implementasi ekonomi kreatif, dengan kesadaran bahwa bahwa kemitraan publik-swasta adalah unsur penting dalam mencapai nilai sosial dan manfaat penuh dari ekonomi kreatif.
9. Meningkatkan kolaborasi di antara berbagai pemangku kepentingan termasuk sektor swasta, pencipta, lembaga pemerintahan dan pendidikan, tidak hanya untuk manfaat ekonomi tetapi juga untuk meningkatkan ketahanan budaya dan membangun identitas nasional.
10. Melanjutkan promosi diskusi dan pertukaran di antara berbagai pemangku kepentingan di berbagai forum dan level, seperti dalam forum Friends of the Creative Economy (FCE).

#### Mendukung Pengembangan Ekosistem

11. Membina perkembangan e-commerce dan kekayaan intelektual sebagai alat untuk mendorong pertumbuhan untuk mengurangi kesenjangan digital dan menghasilkan solusi digital untuk Negara Berkembang dan Kurang Berkembang (LDCs).
12. Mempromosikan peran perempuan dan pemuda dalam Ekonomi Kreatif dan partisipasi mereka dalam pengembangan, antara lain, UKM, start-up, dan industri hiburan, yang membantu meningkatkan kohesi sosial dan dampak sosial.
13. Mendukung peraturan yang diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang memungkinkan, aman, dan terlindungi untuk ekonomi kreatif, terutama untuk menjamin inklusivitas ekonomi kreatif dan untuk mendukung UKM.

14. Mendukung lingkungan yang memudahkan yang mempromosikan inovasi, komersialisasi, dan perlindungan kekayaan intelektual, serta program untuk meningkatkan kesadaran publik dalam konteks ekonomi kreatif.
15. Mendorong regulasi di sektor kreatif untuk menyediakan data yang tanpa batas sekaligus menangani masalah privasi data. Regulasi tersebut juga harus mempertimbangkan kepentingan nasional tanpa mengabaikan kebutuhan untuk menstimulasi Ekonomi Kreatif.
16. Mendukung dan mengembangkan kebijakan untuk meningkatkan pendidikan dan pelatihan kejuruan, akses terhadap informasi, teknologi, pembiayaan, dan lingkungan yang memudahkan jalannya usaha dalam sektor UKM bidang ekonomi kreatif untuk menciptakan nilai tambah dalam produk dan layanan.

Perayaan, Promosi, dan Pemberdayaan SDGs, Warisan Budaya, dan Keberagaman

17. Mendukung Ekonomi Kreatif sebagai sarana penting untuk mencapai Sustainable Development Goals (SDGs) dan Agenda 2030.
18. Melakukan kegiatan untuk memperkuat akar budaya warga melalui keterlibatan dan kerja sama pemerintah dan organisasi internasional untuk menyediakan bantuan teknis dan pembangunan kapasitas.
19. Mempromosikan kreativitas sebagai 'mata uang baru', sekaligus mengakui pentingnya peran budaya bagi kreativitas seniman dalam mengembangkan ekonomi lokal dan pedesaan dan memanfaatkan warisan dan keragamannya yang kaya.
20. Memanfaatkan keberadaan ruang pasar global, termasuk munculnya pasar jejaring sosial, untuk mempromosikan pemasaran produk dan layanan kreatif.

Pertemuan WCCE Berikutnya

21. Didorong oleh hasil WCCE Pertama, setuju untuk merencanakan dan mendukung pelaksanaan WCCE berikutnya pada tahun 2020 di Uni Emirat Arab.

Copyright © 2017 - 2023 Medcom.id, All Rights Reserved. rendering in 1.9161 second [51]

**Attachment B:**

Peneliti	Judul	Rangkuman Isi
Prateek Kukreja	Creative Economy and the Future of Work: A Case of G20 Nations	Peran ekonomi kreatif membentuk lapangan kerja masa depan pada negara-negara G20 dan berkembangnya pasar tenaga kerja online pada sector kreatif dan multimedia.
Daniela Allerbon and Carla Gebetsberger	Orange Growth: Latin America's Experience Facing Creative Economies in Asia and the Pacific	Pemerintahan di seluruh dunia telah mengidentifikasi kebutuhan untuk membangun kerangka pengukuran dalam menyusun kebijakan bagi industri kreatif dan budaya sebagai kunci pendorong Pembangunan Berkelanjutan 2030.

Dio Herdiawan Tobing and Vicky Nauli Barreto Simanjuntak	Indonesian Foreign Policy and the Creative Economy: The Journey, Diplomacy, and the Pandemic	Ekonomi kreatif telah menjadi agenda nasional dan internasional di Indonesia. Para peneliti membandingkan kebijakan ekonomi kreatif pada 2 era kepresidenan yang berbeda di Indonesia.
Avril Joffe, Dwinita Larasati, and John Newbiggin	How Governments Could Better Engage with the Working Practices of the 21st Century Creative Economy	Para peneliti memberikan 3 rekomendasi, yaitu: adanya kelembagaan perantara yang dapat dipercaya, definisi yang baru mengenai pekerjaan dan bisnis serta membuat pendaftaran bisnis, regulasi lebih sederhana dan transparan bagi para pekerja dan pengusaha ekonomi kreatif.
Lisa Wijayani and Handriyanti Diah Puspitarini	Fostering the Role of the Creative Economy toward the ASEAN Green Transition and Sustainable Economic Recovery	Para peneliti menyimpulkan perlunya dukungan terhadap gagasan-gagasan lingkungan, sosial, dan tata kelola (environmental, social, and governance/ESG), penerimaan inovasi dan teknologi serta membuka akses layanan keuangan bagi industri kreatif.
Muhammad Zubair Mumtaz and Zachary A. Smith	The Performance and Determinants of Creative Industries in Asia	Para peneliti menemukan bahwa beberapa wilayah mendapat manfaat lebih banyak dari pertumbuhan industri kreatif, beberapa wilayah menikmati pertumbuhan tersebut tanpa mengalami gejolak.
Riski Anugrah Murti Dewi	Promoting the Creative Economy for a Robust Post-Pandemic Recovery in Indonesia	Ikatan yang kuat antara pemerintah daerah dengan komunitas diperlukan untuk mencapai perkembangan ekonomi kreatif. Diperlukan adanya program-program koordinasi, sinkronisasi, implementasi, pemantauan dan evaluasi. Demikian pula dukungan anggaran, institusionalisasi, dan kerja-sama dengan komunitas lokal pada tingkat regional.
Helene George and Aushaf Widisto	Culture, Front and Center: Creative Economy Framework for a Robust, Inclusive, and Sustainable Post-COVID-19 Recovery	Inter-American Development Bank (2013) menggunakan istilah “orange economy” menggantikan istilah ekonomi kreatif. Warna orange diasosiasikan dengan budaya, kreativitas dan identitas serta filosofi. Kerangka pemikiran yang dibangun dapat mendukung Agenda SDG 2030, secara khusus SDG 8, “Decent work and economic growth,” dan SDG 10, “Reduced inequalities.”
Paramita Datta Dey and Ajay Suri	The Transformative Path Post-Pandemic: Promoting a More Inclusive and Circular Creative Economy	Tantangan historis terhadap sektor informal telah membentuk keterkaitan ke depan dan ke

		belakang terhadap sektor formal serta integrasi yang lebih intens dengan rantai nilai. Pendekatan secara sirkular menawarkan prospek baik terhadap ekonomi kreatif yang bermanfaat bagi ekonomi perkotaan.
Brankica Todorovic	The Creative Economy and Information Technology	Kreativitas dan inovasi dianggap sebagai di antara elemen yang paling penting berkaitan dengan pembangunan dan kesejahteraan warga kota modern. Sejalan dengan sejumlah tantangan akibat pertumbuhan penduduk dan tekanan pariwisata, perkotaan modern juga menyediakan banyak peluang bagi kreativitas, inovasi dan penggunaan teknologi informasi (IT).
Ricky Pesik and Benno Ramadian	Creative District: Re-modelling the Post-pandemic Indonesian Creative Economy	Definisi “ekonomi kreatif” dinyatakan dalam Undang-undang No. 24 tahun 2019 sebagai “Ekonomi Kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi”. Kontribusi nilai tambah ekonomi kreatif berasal dari para individu yang kreatif pada sektor-sektor dengan rintangan masuk yang rendah baik dari sisi modal maupun biaya, fleksibilitas, kolaborasi dan nilai ekonomi yang tinggi.
Riyanto, Muhammad Sowwam, Mohamad Dian Revindo, Teuku Riefky, Andre Notohamidjoyo, Dini Oktaviyanti, Yessy Febrina Usman, Lyon Lasarusl	Creative Economy District Development Study: Case Study on Maja, Rangkasbitung, and Karawang in Indonesia	