

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Perkembangan Ekspor Ekonomi Kreatif di Indonesia

Di Indonesia pengembangan sektor ekonomi kreatif dimulai pada tahun 2006 yang diresmikan pemerintah Indonesia yaitu presiden republik Indonesia Susilo Bambang Yudiyono yang sejak saat itu sektor ekonomi kreatif mulai memiliki peran penting dalam fenomena transformasi ekonomi nasional. Walaupun ekonomi kreatif sudah banyak dikembangkan di negara-negara maju seperti Inggris dan Amerika. Namun di Indonesia sendiri baru meluncurkan studi pemetaan kontribusi ekonomi kreatif pada trade expo Indonesia di tahun 2007 lalu pada tahun 2008 diluncurkan cetak biru ekonomi kreatif Indonesia 2025. Pada masa pemerintahan Joko Widodo Indonesia kemudian juga membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Barekraf) yang bertugas untuk mengelolah bidang ekonomi kreatif dan membantu pemerintah terkait dengan kebijakan untuk ekonomi kreatif.

Perkembangan ekonomi kreatif merupakan salah satu bukti gelombang revolusi industri 4.0. dengan adanya ekonomi kreatif dapat mendorong daya saing global dengan berbagai macam strategi baru. Ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan sumber daya alam saja tetapi juga mengandalkan sumber daya manusia yang didukung dengan inovasi dan teknologi informasi.

Pada tahun 2020 Indonesia mengalami krisis ekonomi yang disebabkan oleh masuknya wabah virus Covid-19 yang memberikan dampak negatif bagi perekonomian hampir diseluruh sektor ekonomi di Indonesia. Disaat perekonomian mulai menurun secara drastis pemerintah negara Indonesia membuat suatu kebijakan untuk mendorong sektor ekonomi kreatif dalam upaya menopang perekonomian.

Dari awal perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia yang pada awalnya hanya terdapat 16 subsektor dalam ekspor ekonomi kreatif, namun seiring berjalannya waktu ekspor ekonomi kreatif mengalami perkembangan sehingga pada tahun 2020 ditetapkan terdapat 17 subsektor ekspor ekonomi kreatif di Indonesia. Hingga saat ini terdapat tiga subsektor unggulan yang terus menempati tiga subsektor tertinggi dalam ekspor ekonomi kreatif yang pertama

adalah subsektor fesyen, kedua kriya, dan yang ketiga adalah kuliner. Ketiga subsektor unggulan tersebut masih bertahan menjadi subsektor unggulan hingga saat ini jika dilihat dari nilainya. Namun dalam hal persentase pertumbuhannya ada beberapa subsektor lain yang memiliki pertumbuhan yang cukup besar setiap tahunnya.

Selain tiga subsektor unggulan yang dianalisis dalam penelitian ini, terdapat subsektor baru yang dapat mengejar dengan laju pertumbuhan yang sangat baik, walaupun belum lama terbentuk, yaitu subsektor pengembang permainan atau *gim*. Industri gim (*game*) merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi untuk berkembang menjadi besar. Lembaga riset IBISWorld pada tahun 2020 mencatat, ketika wabah virus corona merebak, pengeluaran masyarakat global terhadap gim telah mencapai angka US\$205 miliar (Rp3.198 triliun). Pada 2022, mengutip data Fortune Business Insight, nilai pasar gim global pada 2022 sudah sebesar US\$249,55 miliar (Rp3.892,98 triliun). Indonesia merupakan kekuatan tersendiri dalam industri gim khususnya di kawasan Asia Tenggara. Data Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada 2021 lalu mengungkapkan, jumlah *gamer* di tanah air sudah menyentuh angka 174,1 juta orang.. Indonesia secara intensif rutin memproduksi konten-konten gim. Menurut *Virtual SEA*, hingga Januari 2024 lalu Indonesia menyumbang 256 gim di *platform* Steam, terbanyak di Asia Tenggara. Kreativitas pengembang gim lokal juga terlihat pada gelaran gim internasional, *Global Game Jam* yang diadakan Kemenparekraf di 10 kota pada 22--28 Januari 2024. Menurut outlook pariwisata dan ekonomi kreatif tahun 2021/2022, subsektor aplikasi dan gim berhasil menyumbang PDB sebesar Rp 31,25 Triliun pada 2021. Dengan laju pertumbuhan tertinggi kedua (9,17%), setelah subsektor televisi dan radio (9,48%). Berikut adalah perkembangan ekspor ekonomi kreatif di Indonesia. Melihat potensi besar di industri gim tersebut, pada 12 Februari 2024 lalu, Presiden Joko Widodo telah menandatangani Peraturan Presiden nomor 19 tahun 2024 tentang Mempercepat pengembangan industri game dalam negeri. Presiden menunjuk Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Luhut Binsar Panjaitan sebagai ketua tim Percepatan Pengembangan Nasional Industri Permainan.

5.1.1 Analisis Deskriptif Kualitatif

Ekonomi kreatif sudah bukan hal asing lagi di dunia perekonomian, namun hingga saat ini ekonomi kreatif masih terus mengikuti perkembangan ekonomi di berbagai negara, diantaranya negara Indonesia, ekonomi kreatif cukup berperan dalam menopang perekonomian. Hingga dilakukan ekspor ekonomi kreatif ke berbagai negara luar yang dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pada masa wabah Covid-19 yang masuk ke Indonesia sektor ekonomi kreatif sangat berperan penting dalam menopang dan memulihkan perekonomian. Dari wal perkembangan ekspor ekonomi kreatif di Indonesia terdapat tiga subsektor yang menjadi unggulan yaitu fesyen, kriya, dan kuliner. Berikut adalah perkembangan ekspor ekonomi kreatif dari tiga subsektor unggulannya:

Tabel 5.1 Perkembangan Ekspor Ekonomi Kreatif di Indonesia Tahun 2005-2023 Satuan Ribu Rupiah

Tahun	Fesyen	(%)	Kriya	(%)	Kuliner	(%)
2005	6097371,9	-	2674733,5	-	335995,0	-
2006	6625598,5	0,086	3034130,2	0,134	415916,4	0,237
2007	7224985,2	0,090	3393526,9	0,118	495837,9	0,192
2008	7682051,8	0,063	3752923,7	0,105	575759,3	0,161
2009	8210278,5	0,068	4112320,4	0,095	655680,7	0,138
2010	8584325,1	0,045	4294196,8	0,044	594239,5	-0,093
2011	1035688,4	0,206	4390189,6	0,022	863166,3	0,452
2012	1008440,5	-0,026	4358484,7	-0,007	960895,4	0,113
2013	10593408,8	0,050	4282512,5	-0,017	956934,0	-0,004
2014	10698835,3	0,009	6363369,8	0,485	1081180,1	0,129
2015	10895217,7	0,018	7264504,8	0,141	1178955,6	0,090
2016	10901481,5	0,001	7797661,1	0,073	1260503,6	0,069
2017	11969410,0	0,097	7811257,8	0,002	1255822,4	-0,003
2018	12873400,0	0,075	8045803,9	0,030	1406751,9	0,120
2019	13555690,2	0,053	8472231,5	0,053	1481309,8	0,053
2020	13212731,2	-0,025	8257884,1	-0,025	1443832,6	-0,025
2021	14722400,0	0,114	7480700,0	-0,094	1649100,0	0,142
2022	15486240,0	0,051	7780830,0	0,040	1699464,0	0,030
2023	16473267,6	0,063	8709513,7	0,119	17739122,6	0,023
Rata-Rata		0,058		0,073		0,101

Sumber : Data di Badan Pusat Statistik / 2020 (diolah di evIEWS12 dan Excel)

Dari tabel 5.1 diatas menunjukkan bahwa perkembangan ekspor ekonomi kreatif dari tiga subsektor unggulannya yaitu fesyen, kriya, dan kuliner masih mengalami fluktuasi. Hal ini dapat terjadi karena ekonomi kreatif di Indonesia belum lama dikembangkan dibandingkan dengan negara-negara maju yang sudah lebih dulu mengembangkan sektor ini. Sehingga negara Indonesia masih terus belajar untuk meningkatkan sektor ekonomi kreatif tersebut. Namun jika dilihat dari perkembangan setelah tahun 2021 ketiga subsektor unggulan ini mengalami peningkatan perkembangan yang baik, hal ini memperlihatkan bahwa negara dan para pelaku usaha di bidang ini mulai mampu bersaing dan beradaptasi dengan keadaan yang saat ini. Seperti yang kita ketahui pada tahun 2020 merupakan tahun dimana negara Indonesia mengalami krisis perekonomian akibat masuknya wabah Covid-19 yang memberikan dampak besar bagi setiap sektor perekonomian termasuk ekonomi kreatif. Dilihat dari data ketiga subsektor unggul ekonomi kreatif ini mengalami penurunan secara serentak di tahun 2020 dapat menjelaskan bahwa perekonomian negara Indonesia sedang tidak baik-baik saja.

Ekspor ekonomi kreatif dengan subsektor fesyen merupakan subsektor penyumbang nilai ekspor tertinggi pertama dari subsektor lainnya. Namun jika dilihat dari perkembangan ekspornya, subsektor fesyen justru Pada subsektor fesyen memiliki perkembangan yang paling besar di tahun 2011 yaitu sebesar 0,206 persen, namun di tahun 2012 mengalami penurunan yang paling besar pula yaitu sebesar -0,026 persen. Penurunan ekspor di tahun 2012 ini terjadi merupakan dampak dari penurunan upah tenaga kerja di tahun 2011 yang mengakibatkan menurunnya produktifitas sektor ekonomi kreatif, kemudian berdampak pada tingkat ekspor ekonomi kreatif. secara keseluruhan perkembangan ekspor fesyen memiliki perkembangan yang fluktuasi walaupun setiap mengalami penurunan pada tahun berikutnya ekspor fesyen kembali menunjukkan peningkatan secara signifikan.

Ekspor ekonomi kreatif subsektor kriya merupakan penyumbang nilai kedua terbesar setelah subsektor fesyen. selama periode 2005 - 2023 nilai ekspor ekonomi kreatif subsektor kriya sedikit mengalami fluktuasi. Perkembangan terbesar pada subsektor kriya terjadi di tahun 2014 yaitu sebesar 0,485%,

merupakan perkembangan terbesar dari ketiga subsektor unggulan tersebut. Namun subsektor kriya juga memiliki penurunann perkembangan yang paling besar pula dibandingkan dengan fesyen dan kriya yaitu sebesar -0,094%. Namun secara keseluruhan ekspor kriya memiliki pola perkembangan yang menurun hampir disetiap tahunnya. Hal ini disebabkan oleh generasi penerus semakin bertambah tahun semakin kurang berminat dalam menciptakan karya seni kriya yang merupakan kerajinan tangan. Generasi pemuda saat ini beralih ke era digital dengan terus mengembangkan permainan. Yang lebih menunjukkan angka perkembangan yang lebih cepat dan menjanjikan.

Ekspor ekonomi kreatif subsektor kuliner merupakan penyumbang nilai ketiga terbesar setelah subsektor fesyen. selama periode 2005 - 2023 nilai ekspor ekonomi kreatif subsektor kuliner memiliki pola yang terbalik justru pada tahun-tahun awal perkembangan subsektor kuliner memiliki perkembangan ekspor yang terbilang besar dibandingkan dengan perkembangan ekspor beberapa tahun akhir. Namun di era digital saat ini ekonomi kreatif terus mengalami perkembangan yang pada tahun 2005 hanya terdapat 16 subsektor ekspor ekonomi kreatif, namun tahun 2020 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan publikasi statistik ekonomi kreatif dengan menambahkan subsektor ekspor ekonomi kreatif menjadi 17 subsektor. Hal ini perlu diperhatikan karena angka perkembangan sangat berpengaruh bagi keberlanjutan pada setiap subsektor. Pada subsektor kuliner memiliki perkembangan yang paling besar di tahun 2011 yaitu sebesar 0,452 persen, namun di tahun 2010 mengalami penurunan yang paling besar yaitu sebesar -0,093 persen.

Jika dilihat dari rata-rata perkembangan dari tahun 2005 sampai 2023 ketiga subsektor unggulan tersebut yang memiliki rata-rata perkembangan yang paling besar adalah pada subsektor Kuliner yaitu sebesar 0,112 %, sedangkan rata-rata perkembangan yang paling kecil adalah pada subsektor fesyen yaitu sebesar -0,059%. Hal ini sangat berbanding terbalik dengan besarnya volume ekspor yang justru fesyen memiliki volume ekspor yang terbesar dibandingkan dengan kriya dan kuliner, sedangkan kuliner merupakan subsektor unggul terkecil dalam volume eksportnya.

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang paling memiliki potensial dalam meningkatkan suatu perekonomian. Pernyataan yang diungkapkan oleh Brinkley tahun 2010 dalam Firdausy (2017) dengan studi kasus di Inggris, bahwa ekonomi kreatif akan menjadi sumber pertumbuhan perekonomian. Dengan kontribusi sektor ekonomi kreatif akan tumbuh pesat terhadap pertumbuhan PDB negara Inggris. Pada tahun 2020 ekonomi kreatif menjadi kontributor utama produk ekspor. *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* tahun 2010 membuat suatu kajian yang membuktikan bahwa ekonomi kreatif hampir di seluruh dunia memberikan dampak terhadap perdagangan internasional dan perekonomian negara.

Dalam Firdausy (2017) menurut Daubaraite dan Startiene (2015) menyatakan bahwa ekonomi kreatif memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perekonomian suatu negara. Ada delapan kemungkinan dampak ekonomi kreatif. Jadi, pertama, ekonomi kreatif dapat menurunkan angka pengangguran suatu negara. Meningkatkan peran ekonomi kreatif dalam suatu perekonomian dapat mengurangi tingkat pengangguran suatu negara. Kedua, pertumbuhan ekonomi kreatif memberikan nilai tambah terhadap kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Ekonomi kreatif yang semakin berkembang kemungkinan akan mendorong pertumbuhan kontribusi terhadap PDB. Ketiga, ekonomi kreatif dapat mendorong pertumbuhan ekspor. Ekspor produk ekonomi kreatif dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas dan kuantitas produk ekonomi kreatif yang dihasilkan. Keempat, salah satu dampak ekonomi kreatif yang paling penting terhadap perekonomian masyarakat adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk berpartisipasi dalam proses pengembangan ekonomi kreatif. Kelima, ekonomi kreatif dapat mempengaruhi kemajuan pembangunan sosial dan budaya di masyarakat. Keenam, konsekuensi peningkatan produksi yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif dapat berdampak pada peningkatan kualitas hidup masyarakat. Ketujuh, hakikat ekonomi kreatif didasarkan pada kemampuan masyarakat dalam memberikan nilai tambah pada produk. Hal ini memberikan kesempatan lebih terhadap produk. Hal ini memberikan lebih banyak peluang bagi generasi muda untuk mempunyai ide-ide kreatif. Dengan demikian, kesempatan

kerja bagi generasi muda dapat ditingkatkan. Kedelapan, dampak akhir ekonomi kreatif terletak pada dampak sosial ekonominya terhadap masyarakat itu sendiri.

Perekonomian terus mengalami perkembangan seiring berjalannya waktu, hampir diseluruh negara mengalami perubahan struktur perekonomiannya. Dengan adanya potensi-potensi ekonomi baru yang diharapkan dapat menopang perekonomian disetiap negara. Yang dulu negara masih mengandalkan perekonomian dengan berbasis Sumber Daya Alam (SDA) , yaitu dengan sektor pertanian, kini perekonomian disetiap negara sudah beralih ke sistem perekonomian berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), yaitu dengan mengandalkan industri dan teknologi informasi. Perubahan dari era pertanian kemudian ke era industrialisasi, sampai pada saat ini di era informasi yang disertai dengan ekonomi didasarkan oleh kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam upaya menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh terhadap perkembangan perekonomian.

Pada tahun 2021 Indonesia meprakarsai resolusi PBB mengenai kemajuan ekonomi kreatif, yang telah ditetapkan sebagai tahun internasional ekonomi kreatif nomor 74/198. Perkembangan ekonomi kreatif Indonesia terus tumbuh signifikan setiap tahunnya, sehingga mengukuhkan diri sebagai pelopor industri kreatif global. Menurut berita resmi yang disampaikan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada maret 2021 menyatakan ada beberapa sektor prioritas diantaranya film, animasi, dan vidio; musik, aplikasi dan pengembangan permainan.

Di dalam (Johan, 2023), menyatakan bahwa peningkatan ekspor dapat disebabkan oleh peningkatan pasokan tenaga kerja akibat meningkatnya upah di Indonesia dan meningkatnya permintaan dari luar negeri. Pertumbuhan pasokan jasa juga meningkat karena jumlah pekerja jasa meningkat akibat meningkatnya upah, dan biaya tenaga kerja juga meningkatkan harga barang ekspor. Harga barang ekspor juga meningkat. Peningkatan permintaan dari luar negeri disebabkan oleh peningkatan pasokan produk Indonesia dan harga produk Indonesia yang relatif murah untuk pasar luar negeri. Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, ekspor merupakan salah satu sektor yang penting dan

berpengaruh. Jika ekspor ekonomi kreatif mampu meningkatkan ekspor nasional maka secara tidak langsung ekspor ekonomi kreatif mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Bersadarkan informasi dari Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, fesyen merupakan subsektor yang memiliki Tren cepat mengalami perubahan. Tren mode baru selalu muncul dalam beberapa bulan. Hal ini tidak terlepas dari produktivitas desainer lokal yang secara inovatif mendesain pakaian untuk model baru dan munculnya generasi muda kreatif yang memiliki gairah terhadap industri mode. Masyarakat sebagai pasar juga menjadi lebih cerdas dan canggih dalam memilih mode. Kerajinan tangan merupakan salah satu subsektor khas Indonesia yang sangat erat kaitannya dengan industri pariwisata dan sangat padat karya. Kerajinan tangan meliputi semua jenis kerajinan yang terbuat dari kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil. Subsektor ini terus berkembang pesat karena melimpahnya bahan baku yang tersedia dan tingginya tingkat kreativitas para pelaku di sektor ini. Peluangnya masih sangat besar dan pemasarannya pun sangat terbuka. Bukan hanya di Indonesia, namun sampai ke luar negeri. Sedangkan kuliner merupakan subsektor yang memiliki kontribusi yang cukup tinggi, yakni 30% terhadap total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner memiliki potensi pengembangan yang besar.. Hal ini dikarenakan kuliner merupakan produk ekonomi kreatif yang tidak akan pernah ditinggalkan walaupun banyak produk-produk ekonomi kreatif yang baru keluar seiring berjalannya waktu. Dan produk kuliner selalu memiliki inovasi baru di setiap daerah yang membuat para pelaku industri kuliner terus mengembangkan inovasi-inovasinya.

Dari awal perkembangan ekspor ekonomi kreatif hingga saat ini di Indonesia subsektor yang unggul dalam ekspor ekonomi kreatif adalah fesyen, kriya dan kuliner. Ketiga subsektor ini memiliki kekuatan yang cukup besar terhadap distribusi PDB ekonomi kreatif di Indonesia. Namun akhir-akhir ini ketiga subsektor unggulan ini menunjukkan pertumbuhan yang tidak lebih besar dibandingkan dengan subsektor baru yang mulai berkembang pesat.

Berdasarkan dari penelitian (Zevaya et al., 2022), yang menyatakan bahwa subsektor penerbitan dan periklanan, subsektor film, animasi, dan video, subsektor fotografi, subsektor musik, subsektor aplikasi dan pengembang permainan, subsektor seni rupa, dan seni pertunjukan merupakan alternatif subsektor yang dapat menjadi peluang dimasa yang akan datang. Menurut (Hartono & Prihawantoro, 2018) subsektor ekonomi kreatif film, animasi dan video, musik, dan seni rupa dapat menjadi potensi subsektor unggulan yang sangat bergantung pada kreativitas dan tidak bergantung pada bahan baku atau barang berwujud. Sementara itu menurut informasi terkini yang diupdate oleh kemenkraf ditemukan bahwa subsektor pengembang permainan memiliki laju pertumbuhan yang signifikan meningkat dan hampir menyaingi perkembangan ekspor subsektor televisi dan radio yang merupakan subsektor dengan laju perkembangan yang paling tinggi. Mengingat bahwa subsektor pengembang permainan merupakan subsektor yang baru dikembangkan pada tahun 2020. Kemenparekraf secara khusus, terus mengembangkan sub sektor pengembang permainan dengan lebih serius dalam berbagai upaya, yaitu menginisiasi munculnya lebih banyak inkubator pengembang permainan, memasukkan unsur-unsur permainan ke dalam dunia pendidikan, melindungi pengembang lokal, dan membantu mereka dalam mempromosikan karya disubsektor tersebut. Sehingga subsektor pengembang permainan dapat berpotensi menjadi subsektor unggulan yang dapat membawa pengaruh dalam jangka panjang di perekonomian Indonesia. Subsektor ini juga dapat sambutan baik dikalangan kaum muda jaman sekarang yang hampir seluruhnya memiliki gadget, dan tidak sedikit pula yang memiliki *game* sebagai hiburan bahkan ada yang menjadikan *game* sebagai sumber penghasilan mereka. Di era digitalisasi ini, telah banyak *game-game* baru yang tercipta demi untuk terus meng-*upgrade game* agar dapat menarik para gamers untuk memainkan *game* tersebut. Untuk itu maka penciptaan *game* baru dengan inovasi-invasi yang kreatif sangat diperlukan untuk memenuhi keinginan para gamers yang semakin meningkat.

Pada teori yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka didapat diketahui bahwa ekspor ekonomi kreatif fesyen, kriya dan kuliner memiliki pengaruh positif

yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi yaitu Produk Domestik Bruto (PDB) dalam harga berlaku di Indonesia. Namun pada kenyataannya bahwa setelah dilakukan analisis didapatkan bahwa ekspor ekonomi kreatif dibidang kuliner tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi atau PDB di Indonesia. Jika dilihat dari segi tenaga kerja dan Produk Domestik Bruto di sektor ekonomi kreatif subsektor kuliner adalah yang paling unggul dibandingkan dengan subsektor fesyen dan kriya. Hal ini tentu perlu ada kebijakan yang mampu membawa pengaruh dalam peningkatan ekspor pada subsektor kuliner.

Analisis data kualitatif mengindikasikan tantangan umum yang dihadapi dalam upaya perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia terdapat dua jenis yaitu tantangan eksternal dan internal. Tantangan internal yang pertama adalah infrastruktur digital yang masih belum memadai, dimana setiap pelaku usaha sektor ekonomi kreatif harus memiliki akses internet dalam melakukan pemasaran, terutama di wilayah terpencil masih ada yang belum memiliki akses internet yang baik. Sehingga dapat menghambat proses pemasaran produk.

Tantangan yang kedua adalah literasi digital, berhubungan dengan internet literasi digital juga sama-sama menjadi sebuah tantangan yang masih perlu dihadapi di era teknologi yang terus maju ini. Untuk melakukan transaksi terutama pada ekspor yang memiliki jarak antara pembeli dan penjual sangat jauh, perlunya alat untuk mempermudah dalam proses transaksi dengan bantuan internet melalui media digital maka dapat mempermudah proses tanpa bertemu tatap muka. Namun tidak semua pelaku ekonomi kreatif memiliki wawasan yang cukup tentang teknologi digital.

Tantangan yang ketiga adalah perlindungan hak kekayaan intelektual. HKI didefinisikan sebagai hak untuk memperoleh perlindungan secara hukum atas kekayaan intelektual. Beberapa bentuk HKI antara lain: hak paten, merek, desain industri, hak cipta, indikasi geografis, rahasia dagang, dan Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST). Masih banyak para pelaku ekonomi kreatif yang masih menghadapi kesulitan dalam memperoleh hak cipta dan hak kekayaan intelektual dalam produk mereka masing-masing. Hal ini tentu dapat mengurangi

kepercayaan calon konsumen untuk membeli produk, tidak sedikit konsumen bijak yang tidak memilih produk tanpa ada hak cipta atau *brend* yang resmi. Walau Hak Kekayaan Intelektual telah diatur dalam Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, serta Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 56 Tahun 2021 Tentang Pengelolaan Royalti Hak Cipta Lagu dan/atau Musik, namun masih ada saja para pelaku usaha ekonomi kreatif yang belum melakukan pendaftaran HKI terhadap produknya. Sehingga rentan terhadap duplikasi.

Tantangan yang keempat adalah kurangnya akses pendanaan. Masih banyak pelaku usaha ekonomi kreatif yang menghadapi permasalahan akses pendanaan. Hal ini bisa terjadi akibat dari akses pendanaan dari lembaga konvensional masih sulit untuk didapatkan, mulai dari persyaratan untuk mendapatkan dana masih cukup rumit dan juga bunga pinjaman yang tergolong besar.

Selain faktor internal ada juga faktor eksternal yang ikut menjadi tantangan dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia, yaitu persaingan luar negeri, yang dimana banyak negara-negara luar yang memiliki ide-ide kreatif yang menjadi pesaing bagi produk-produk ekonomi kreatif Indonesia. Dengan kemajuan teknologi yang baik maka negara luar dapat menjadi tantangan besar dalam mengembangkan pemasaran ekspor produk ekonomi kreatif dari Indonesia.

Setelah membicarakan tentang tantangan dalam pengembangan ekonomi kreatif, berikut merupakan peluang yang dimiliki oleh negara Indonesia dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif termasuk sektor yang sangat berpotensi dalam mendorong perekonomian, sehingga tidak sedikit para investor yang melirik usaha di bidang ekonomi kreatif ini. Peluang untuk mendapatkan bantuan dana dari para investor merupakan peluang yang baik dalam mengembangkan usaha ekonomi kreatif.

Indonesia adalah negara yang kaya akan budaya dan kekayaan alamnya, hal ini dapat menjadi peluang bagi masyarakat yang ingin terjun dalam dunia ekonomi kreatif. Banyaknya budaya dan kekayaan alam di Indonesia dapat melahirkan suatu produk kreatif yang beragam pula. Produk-produk yang dibuat semenarik mungkin dan dimasukan unsur-unsur budaya yang ada di Indonesia.

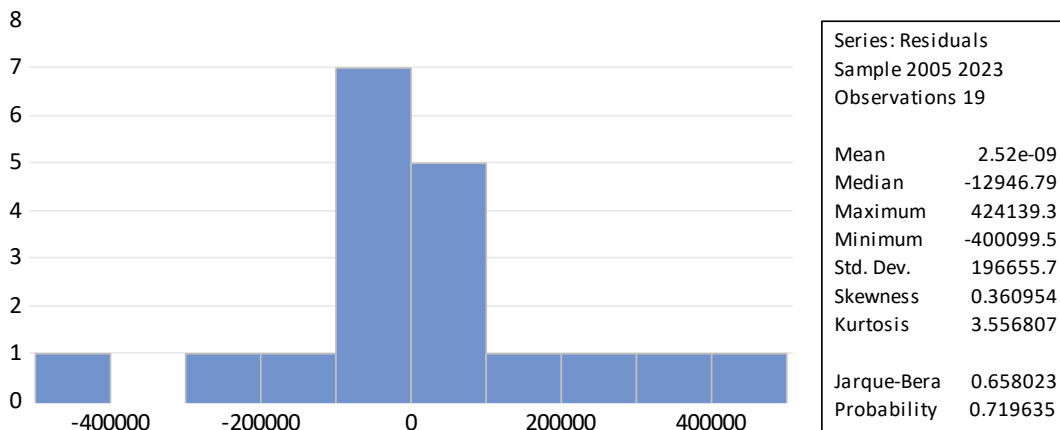
Jika dibandingkan dengan subsektor lainnya ketiga subsektor unggulan ini memang merupakan penyumbang PDB terbesar di ekonomi kreatif Indonesia. Namun dalam tingkat perkembangannya pada informasi yang dipublikasi oleh *White paper LPEM* (2023), ditemukan fakta bahwa ketiga subsektor unggulan ini masih kurang unggul dengan subsektor baru yaitu salah satunya adalah aplikasi dan *game developer* dengan pertumbuhan global 13,3%, perkembangan yang baik ini dipicu oleh penggunaan VR dan AR pada game seiring dengan tuntutan *user experience*. Hal ini tentu menjadi sebuah tantangan bagi subsektor fesyen, kriya, dan kuliner yang masih menjadi subsektor unggulan dalam menyumbangkan PDB ekonomi kreatif di Indonesia yang memungkinkan dapat tergantikan apabila memiliki perkembangan yang lemah setiap tahunnya.

5.2 Pengaruh Ekspor Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

5.2.1 Uji Asumsi Klasik

a. Normalitas

Tabel 5.2 Hasil Uji Normalitas (Pertama)



Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Hipotesa H_0 = data berdistribusi normal, dan H_1 = data tidak berdistribusi normal. Dengan persyaratan apabila probabilitas $> 0,05$ maka data berdistribusi normal. Dari hasil uji normalitas yang ditemukan bahwa nilai probabilitasnya sebesar $0,719635 < 0,05$, yang berarti H_0 diterima H_1 ditolak dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Autokorelasi

Tabel 5.3 Hasil Uji Autokorelasi

Breusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

Null Hypothesis: No serial correlation at up to 2 lags

F-statistic	1.846537	Prob. F(2,13)	0.1969
Obs*R-squared	4.203445	Prob. Chi-square(2)	0.1222

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Hipotesa H_0 = tidak terkena masalah autokorelasi, dan H_1 = terkena masalah autokorelasi, dengan persyaratan apabila probabilitas $> 0,05$. Dari hasil uji di atas ditemukan bahwa nilai probabilitas obs*R-squared sebesar $0,1222 > 0,05$ yang artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa data terbebas dari masalah autokorelasi.

c. Multikolinearitas

Tabel 5.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors
Included Observations : 19

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	4.93E+10	20.17024	NA
X1	0.001753	90.73693	6.157619
X2	0.002926	47.04564	5.208137
X3	0.000257	1.863327	1.484557

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Hipotesa H_0 = tidak terjadi masalah multikolinearitas, dan H_1 = terjadi masalah multikolinearitas. Dengan persyaratan apabila $VIF < 10$ maka terbebas dari masalah multikolinearitas. Dari hasil uji di atas ditemukan bahwa bahwa ketiga variabel bebas memiliki nilai $VIF < 10$, maka H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas.

d. Heterokedastisitas

Tabel 5.5 Hasil Uji Heterokedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey
Null hypothesis : Homoskedasticity

F-statistic	1.837777	Prob. F(3,15)	0.1836
Obs*R-squared	5.106595	Prob. Chi-Square(3)	0.1642
Scaled explained SS	4.068879	Prob. Chi-Square(3)	0.2541

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Hipotesa H_0 = tidak terkena masalah heterokedastisitas, dan H_1 = terkena masalah heterokedastisitas. Dengan persyaratan apabila probabilitas $>$ dari 0,05, maka terbebas dari masalah heterokedastisitas. Ditemukan dari hasil uji diatas dengan uji *Breusch Pagan Godfrey* bahwa probabilitasnya sebesar $0.1836 > 0,05$, maka H_1 ditolak dan H_0 diterima dan dapat disimpulkan bahwa tidak terbebas dari maslaah heterokedastisitas.

5.2.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5.6 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y

Method: Least Squares

Date: 12/11/24 Time: 02:09

Sample: 2005-2023

Included observations: 19

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	425770.1	221960.6	1.918224	0.0743
X1	0.540232	0.041871	12.90220	0.0000
X2	0.383732	0.054096	7.093526	0.0000
X3	-0.020632	0.016031	-1.287055	0.2176
R-squared	0.993042	Mean dependent var		8518513
Adjusted R-squared	0.991651	S.D dependent var		2357627
S.E. of regression	215425.5	Akaike info criterion		27.58328
Sum squared resid	6.96E+11	Schwarz Criterion		27.78211
Log Likelihood	-258.0412	Hannan-Quinn criter.		27.61693
F-statistic	713.6329	Durbin-Waston stat		2.764683
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Berdasarkan tabel 5.7, dapat diuraikan persamaan regresi berganda yaitu sebagai berikut : $Y = 425770.1 + 0.540232X_1 + 0.383732X_2 - 0.020632X_3 + e$

1. Dari uraian persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 425770.1 yang artinya jika semua variabel independen yaitu fesyen, kriya, dan kuliner bernilai nol atau tidak mengalami perubahan, maka nilai agresivitas pertumbuhan ekonomi adalah 425770.1 milyar Rupiah.
2. Nilai *coefficient* regresi variabel fesyen (X1) yaitu sebesar 0.540232. Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel fesyen mengalami kenaikan sebesar satu milyar Rupiah, maka akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.54 milyar Rupiah.
3. Nilai *coefficient* regresi variabel kriya (X2) yaitu sebesar 0.383732. Nilai tersebut menunjukkan bahwa apabila variabel kriya mengalami kenaikan sebesar satu milyar Rupiah, maka akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 0.38 milyar Rupiah.

4. Nilai *coefficient* regresi variable kuliner (X3) yaitu sebesar -0.020632. Namun nilai *coefficient* pada variabel kuliner ini tidak dapat menjelaskan hubungan antar variabel dikarenakan nilai probabilitasnya besar dari tingkat signifikansi yaitu 95%.

Dari hasil analisis regresi linear berganda dihasilkan dengan menggunakan tingkat signifikansinya 95% atau $\alpha = 0,05$, dengan asumsi H_0 = tidak berpengaruh signifikan dan H_a = berpengaruh signifikan. Ditemukan bahwa dua dari variabel independen yaitu fesyen dan kriya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menggunakan data PDB harga konstan dengan nilai probabilitas yang sama yaitu $0,0000 < 0,05$. Sementara itu variabel kuliner memiliki nilai probabilitas sebesar $0.2176 > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kuliner tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Perubahan yang diakibatkan oleh pertumbuhan ekspor ekonomi kreatif sangat membawa pengaruh terhadap PDB di Indonesia, walaupun pertumbuhan hanya satu milyar Rupiah, hal ini dikarenakan bahwa setiap pertumbuhan ekspor ekonomi kreatif yang pada dasar sektor ini merupakan sektor yang padat karya, sehingga semakin memiliki pertumbuhan dalam produksi maka akan semakin luas dalam menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Penciptaan lapangan pekerjaan tersebut tentu sangat berpengaruh untuk pertumbuhan ekonomi.

5.2.3 Penguji Hipotesis

a. Uji F

Uji F dilakukan untuk melihat pengaruh seluruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dimana jika nilai probabilitas $< 0,05$, maka variabel independen dapat mempengaruhi variabel dependen secara bersama-sama.

Tabel 5.7 Hasil Uji F (bersama-sama)

R-squared	0.993042	Mean dependent var	8518513
Adjusted R-squared	0.991651	S.D dependent var	2357627
S.E. of regression	215425.5	Akaike info criterion	27.58328
Sum squared resid	6.96E+11	Schwarz Criterion	27.78211
Log Likelihood	-258.0412	Hannan-Quinn criter.	27.61693
F-statistic	713.6329	Durbin-Waston stat	2.764683
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Dari hasil analisis regresi linear berganda dengan memastikan data tidak BLUE dan terbebas dari masalah normality, autokorelasi, multikolinearitas, dan heterokedastisits yaitu uji asumsi klasik. Dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 95% atau $\alpha = 0,05$. Dengan asumsi bahwa jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen pertumbuhan ekonomi, dengan nilai probabilitas sebesar 0,000000.

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk mencari pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan persamaan regresi yang menggunakan asumsi variabel lain dianggap konstan.

Tabel 5.8 Hasil Uji t (secara individu)

Dependent Variable: PE

Method: Least Squares

Date: 12/10/24 Time: 16:42

Sample: 2005-2023

Included observations: 19

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	425770.1	221960.6	1.918224	0.0743
X1	0.540232	0.041871	12.90220	0.0000
X2	0.383732	0.054096	7.093526	0.0000
X3	-0.020632	0.016031	-1.287055	0.2176

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Hasil uji t yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel fesyen memiliki koefisien 0.540232 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000 yaitu $< 0,05$ yang berarti variabel fesyen mempengaruhi signifikan positif terhadap variabel terikat yaitu pertumbuhan ekonomi.
2. Pada variabel kriya memiliki nilai koefisien 0.383732 dengan nilai probabilitas sebesar 0,0000 $< 0,05$ yang berarti mempengaruhi signifikan positif terhadap pertumbuhan ekonomi.
3. Pada variabel kuliner memiliki nilai probabilitas sebesar 0.2176 $> 0,05$ yang berarti tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

5.2.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

R-squared	0.990525	Mean dependent var	10708584
Adjusted R-squared	0.988630	S.D. dependent var	5574354
S.E. of regression	594395.5	Akaike info criterion	29.61314
Sum squared resid	5.30E+12	Schwarz criterion	29.81197
Log likelihood	-277.3248	Hannan-Quinn criter.	29.64679
F-statistic	522.7028	Durbin-Waston stat	1.570216
Prob(F-statistic)	0.000000		

Sumber : Hasil Olah Data Eviews 12

Koefisien determinasi atau R-square adalah angka yang menunjukkan seberapa baik data dependen dapat dijelaskan oleh data independent. Dengan rentang 0-1, dianggap baik jika di atas 0,5, sedangkan dibawah 0,5 dianggap tidak baik. Dengan memiliki tiga variabel independen maka *Adjusted R-squared* dapat lebih memberikan gambaran yang lebih akurat tentang korelasi variabel dan dapat menghindari *overfitting*. Dalam analisis ini ditemukan bahwa *Adjusted R-square* sebesar 0,988630, yang berarti data independen yaitu fesyen, kriya, dan kuliner di dalam model dapat menjelaskan variabel dependen pertumbuhan ekonomi sebesar 0,988630%. Sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel diluar penelitian ini.

5.2.5 Interpretasi Ekonomi

Analisis ekonomi dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen, yaitu ekspor ekonomi kreatif fesyen, kriya, dan kuliner, terhadap variabel dependen Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia.

a. Pengaruh Ekspor Ekonomi Kreatif Fesyen Terhadap Produk Domestik Bruto

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ekspor fesyen secara individual memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada periode 2005 - 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa ekspor fesyen memiliki pengaruh terhadap PDB di Indonesia. Dengan nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$ dan

nilai *coefficient* sebesar 0.540232 yang berarti bahwa setiap perubahan satu milyar Rupiah variabel fesyen dapat mempengaruhi variabel dependen pertumbuhan ekonomi sebesar 0,54 milyar Rupiah apabila variabel kriya dan kuliner dianggap nol.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Hendrawan & Suselo, 2021), (Adelaide, 2019), (Vernia, 2015), yang menyatakan bahwa ekspor ekonomi kreatif subsektor fesyen, memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap PDB, yang artinya bahwa ekspor ekonomi kreatif berkontribusi dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

b. Pengaruh Ekspor Ekonomi Kreatif Kriya Terhadap Produk Domestik Bruto

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ekspor kriya secara individual memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap produk domestik bruto pada periode 2005 - 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang menunjukkan bahwa ekspor kriya memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan nilai probabilitas sebesar $0,0000 < 0,05$ dan nilai *coefficient* sebesar 0.383732 yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel kriya sebesar satu milyar Rupiah akan mempengaruhi variabel dependen pertumbuhan ekonomi sebesar 0,38 milyar Rupiah apabila variabel fesyen dan kuliner dianggap nol.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilaksanakan oleh (Rahman, 2021), (Hendrawan & Suselo, 2021), (Syafitri & Nisa, 2024), yang menyatakan bahwa ekspor ekonomi kreatif subsektor kriya memiliki pengaruh signifikan yang kuat terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia melalui kontribusinya terhadap PDB nasional.

c. Pengaruh Ekspor Ekonomi Kreatif Kuliner Terhadap Produk Domestik Bruto

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa ekspor kuliner secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi pada periode 2005 - 2023. Hal ini mengindikasikan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan nilai probabilitas sebesar $0.2176 > 0,05$.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Margaretha, 2019), yang menyatakan bahwa ekspor ekonomi kreatif dari tujuh subsektor ekonomi kreatif yaitu film, animasi dan video, kriya, kuliner, musik, fesyen, penerbitan dan seni rupa tidak berpengaruh signifikan terhadap PDB. yang berarti subsektor kuliner tidak memiliki pengaruh terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Namun hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hendrawan & Suselo, 2021), hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa ekspor ekonomi kreatif subsektor fesyen, kriya, dan kuliner memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap PDB, yang artinya bahwa ekspor ekonomi kreatif berkontribusi dalam meningkatkan PDB. Namun study memiliki perbedaan Perbedaan ini timbul akibat perubahan volume ekspor kuliner mengalami fluktuasi pada beberapa tahun terakhir dibandingkan dengan dua subsektor unggulan lainnya, subsektor kuliner termasuk yang paling mengalami kecil mengalami perkembangan dan terus mengalami fluktuasi dalam nilai ekspor.

Demi untuk mengikuti tren terutama adalah tren yang sudah menyadari akan kesehatan banyak pelaku usaha ekonomi kreatif dibidang kuliner yang mengubah bahan baku pembuatan produk makanannya menjadi bahan impor yang lebih terjamin kualitas dan rasanya. Tapi yang menjadi masalah dalam hal ini adalah biaya bahan baku akan lebih mahal jika diimpor dibandingkan dengan dibeli dari dalam negeri. Kenaikan biaya bahan baku ini tentu akan mempengaruhi produktifitas usaha dan jika produktifitas ini menurun tentu dapat mengurangi volume ekspor pada subsektor kuliner. Namun tidak sedikit pelaku usaha yang masih terus menggunakan bahan baku impor agar dapat bersaing di pasar internasional. Tidak sedikit pula yang mengalami kegagalan dalam mengelola bahan baku tersebut, sehingga pelaku usaha mengalami kerugian yang cukup besar. Salah satu kegagalan dalam mengelola bahan baku menjadi produk makanan atau minuman adalah cepatnya produk teroksidasi atau kadaluarsa, sehingga banyak calon konsumen yang kecewa terhadap produk kuliner tersebut. Jika kegagalan ini terjadi di beberapa usaha kuliner yang akan mengekspor produk kulinernya keluar akan membuat kurangnya minat dan kepercayaan calon

konsumen di pasar internasional sehingga produk kuliner yang berasal dari Indonesia semakin kecil pasarnya di luar negeri.

5.3 Implikasi Hasil Penelitian

Ekonomi kreatif yang terus menjadi sorotan di kalangan masyarakat Indonesia, melalui subsektor unggulannya mampu memberikan kontribusi dan pengaruh terhadap PDB nasional di Indonesia. Dalam Pengembangan ekonomi kreatif yang memiliki potensi serta kekuatan berupa kekayaan kearifan lokal Indonesia. Sumber daya budaya merupakan kekayaan yang dimiliki oleh negara Indonesia berasal dari interaksi sosial masyarakat, yang menjadi bagian dari keberbadian dan identitas suatu masyarakat, yang dapat dijadikan sebagai bahan baku dalam menciptakan sebuah produk ekonomi kreatif.

Berdasarkan teori inovasi yang menyatakan bahwa pentingnya unsur inovasi sebagai dasar dalam menggerakkan sektor ekonomi kreatif. Sementara inovasi juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan nilai tambah dalam aktivitas ekonomi (Sapra et al., 2021). Sehingga teori inovasi ini memiliki keterkaitan dengan pelaku ekonomi kreatif yang memiliki kemampuan dalam menciptakan inovasi baru dan menemukan teknologi baru serta mengembangkan teknologi baru yang memiliki dampak terhadap peningkatan daya saing sehingga mampu mendorong perkembangan dari ekonomi kreatif. Selain peran pelaku ekonomi kreatif pemerintah juga memiliki peran penting dalam mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif. Sehingga terbentuklah beberapa implikasi kebijakan sebagai berikut :

1. Pengembangan sektor ekonomi kreatif Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melaksanakan transfer yang disebut dengan Dana Alokasi Daerah (DAK), dalam rangka pengembangan infrastruktur ekonomi kreatif dengan mekanisme bantuan pemerintah kepada pelaku ekonomi kreatif. Dalam proses menghasilkan produk ekonomi kreatif yang menjadi sumber utamanya adalah modal, sehingga dengan ada bantuan modal yang diberikan oleh pemerintah yang dapat meringankan modal produksi para pelaku ekonomi kreatif. Semakin besar modal yang digunakan dalam produksi barang maka akan

semakin banyak pula *income* yang akan didapat dari suatu usaha. Secara otomatis juga dapat meningkatkan ekspor ekonomi kreatif.

2. Mengembangkan produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual pada kawasan ekonomi kreatif dan kluster penguatan ekonomi kreatif. Strategi ini merupakan usaha pemerintah untuk meningkatkan kualitas produk-produk ekonomi kreatif dengan pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual. Setiap pelaku ekonomi kreatif memiliki perlindungan terhadap hasil karyanya dan dapat menjadi sumber kepercayaan bagi para calon konsumen untuk memilih produknya. Hal ini dapat dijadikan sebagai kekuatan para pelaku ekonomi dalam mengembangkan produk ekonomi kreatif dengan wadah yang dapat dijamin keamanannya.
3. Pemanfaatan teknologi dalam mendukung pemasaran ekonomi kreatif. Kehadiran teknologi yang dapat mempermudah promosi produk ekonomi kreatif melalui *digital marketing* yang kemudian berkolaborasi dengan *content creator* dan *influencer*. Dalam usaha untuk peningkatan popularitas.
4. Optimasi kelembagaan maupun kurikulum pendidikan dan pelatihan vokasi ekonomi kreatif. Pendidikan dan pelatihan yang dilakukan akan mampu menghasilkan SDM yang siap bekerja sesuai bidang keahliannya. Produk ekonomi kreatif yang dihasilkan dengan SDM yang terjamin keahliannya, memiliki kualitas produk yang baik dan dapat berdaya saing di kanca internasional.
5. Penerapan Peraturan Menteri dalam negeri No. 52 Tahun 2011 tentang Standar Operasional Prosedur (SOP). Penerapan peraturan ini dapat membuat dampak baik pada bahan makanan dan makanan yang diolah dan makanan tersebut aman untuk dikonsumsi sehingga mengurangi kerusakan bahan dapat menjaga cost, serta mempermudah dalam melakukan kontrol atau pengawasan terhadap tingkat ketahanan bahan makanan dari kebusukan, kerusakan ataupun kadaluarsa. Tidak hanya mencakup dalam kualitas produk, standar operasional *food storing* juga untuk menciptakan keefektifan kerja dalam operasional sehari-hari. Dari hasil analisis regresi didapat bahwa kuliner tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Selain itu nilai

ekspor kuliner masih jauh dibawah fesyen dan kriya. Dengan penerapan SOP yang baik tentu dapat meningkatkan daya saing pada subsektor kuliner.

6. Program hibah desain, merupakan menyediakan desai secara gratis melalui kerja sama dnegan Pusat Kajian Kuliner Gastronomi Indonesia (PKKGI) khususnya untuk membuat desain kemasan produk kuliner. Program ini dapat membantu para pelaku usaha di bidang kuliner agar dapat dengan mudah memiliki *brend* sendiri dalam menciptakan sebuah produk, sehingga produk yang diciptakan dapat diterima oleh konsumen dengan baik.

Dari strategi-strategi yang telah dilakukan oleh pemerintah ini mampu mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif, khususnya pada subsektor fesyen, kriya, dan kuliner yang masih terus menjadi penyumbang PDB dan ekspor ekonomi kreatif terbesar dari ke-17 subsektor ekonomi kreatif yang ada saat ini, agar mampu bertahan sebagai subsektor unggulan yang memiliki kontribusi besar pada pertumbuhan ekonomi Indonesia.