

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir perekonomian dunia telah masuk ke dalam era baru yaitu era ekonomi kreatif yang mengintensifkan informasi, kreativitas dan mengandalkan ide sebagai faktor produksi yang utama. Banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi, telah menjadikan manusia semakin produktif dan pasar pun semakin luas dan semakin global.

Tofler (1980) mengklasifikasi peradaban perekonomian manusia terdiri dari 3 gelombang; gelombang pertama adalah abad pertanian, gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi (Nenny, 2008). Struktur peradaban manusia tersebut kemudian mengalami transformasi yang sangat cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi. Berawal dari ekonomi yang berbasis Sumber Daya Alam (SDA) diikuti menjadi berbasis Sumber Daya Manusia (SDM), kemudian dari era genetik dan ekstraktif ke era manufaktur dan jasa informasi dimana proses perkembangan tersebut merupakan bentuk dari ekonomi kreatif.

Howkins (2001) mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah ide atau gagasan. Kemudian di dalam Ekonomi Kreatif terdapat istilah Industri Kreatif, menurut *DCMS Creative Industries Task*

*Force (1998)* di dalam Industri Kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Howkins, 2001).

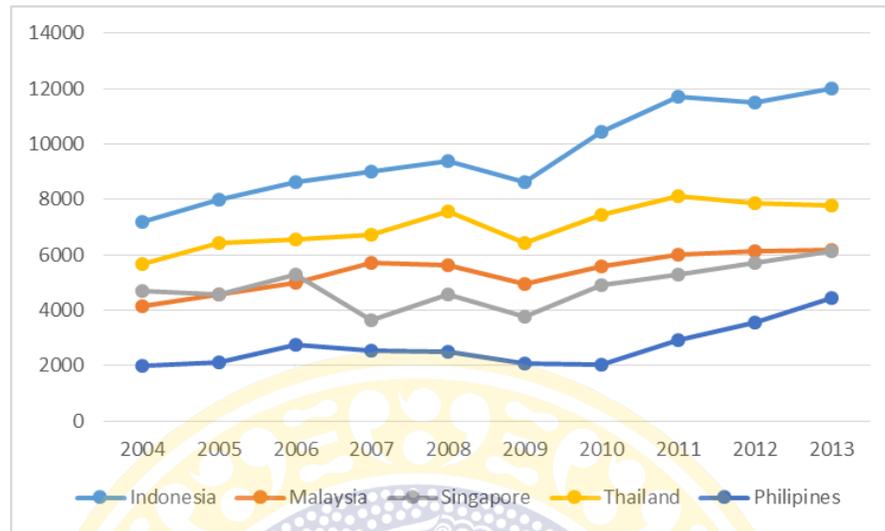
Lembaga untuk Konferensi Perdagangan dan Pengembangan bagi Persatuan Bangsa-Bangsa (UNCTAD) dalam *Creative Economy Report 2013 Special Edition: Widening Local Development Pathways* melaporkan bahwa kekuatan terbesar dalam pertumbuhan ekonomi dunia terdapat pada beberapa sektor, yaitu industri berteknologi tinggi, industri manufaktur yang berkualitas seni tinggi, industri jasa bisnis dan finansial, dan industri yang menghasilkan produk-produk budaya yang didalamnya termasuk produk-produk media. Dari sektor-sektor perekonomian tersebut, terlihat bahwa industri yang berorientasi pada kreativitas, seni, dan budaya mendominasi kekuatan perekonomian dunia. (UNESCO, 2013)

Adanya globalisasi nilai-nilai budaya tidak dapat dihindarkan sebagai akibat perkembangan teknologi informasi. Masuknya berbagai budaya ke suatu negara, pada umumnya diikuti pula dengan masuknya produk dari negara asal budaya tersebut atau sebaliknya, akibatnya seringkali mempengaruhi kebiasaan dan perilaku masyarakat. Industri kreatif merupakan salah satu alat yang sangat efektif untuk menciptakan *soft power*, baik terkait dengan kekuatan ekonomi, sosial, budaya, bahkan kekuatan politik (Kemenparekraf, 2013).

Kegiatan ekonomi kreatif mulai menjadi sektor yang diperhatikan dalam perdagangan internasional semenjak diketahui bahwa didalam PDB negara-negara

maju sebagian besar didominasi oleh sektor kreatif. Tumbuhnya kekuatan ide yang fenomenal di dalam era ekonomi kreatif membuat sebagian besar tenaga kerja kini berada pada sektor jasa atau produksi yang menghasilkan produk seperti data, software, berita, hiburan, periklanan, dan lain-lain. Howkins (2001) dalam bukunya “*The Creative Economy*” mensinyalir bahwa pada tahun 1996, Amerika Serikat mempunyai nilai ekspor karya hak cipta sebesar US\$ 60,18 miliar yang jauh melampaui ekspor sektor lain seperti sektor di bidang industri otomotif, alat pertanian dan pesawat terbang (Togar, 2009).

Dalam perkembangannya kini tidak hanya negara maju saja yang memberikan perhatiannya terhadap ekonomi kreatif tetapi negara-negara berkembang seperti negara-negara di ASEAN juga perlu untuk memberikan perhatian khusus terhadap ekonomi kreatif. Berbagai negara di dunia saat ini, termasuk Indonesia, ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan.



Sumber : Comtrade.Un, diolah

**Gambar 1**  
**Nilai Ekspor Produk Kreatif Negara ASEAN-5 ke Dunia**  
**Tahun 2004 – 2013 (dalam juta US dollar)**

Di kawasan ASEAN sendiri Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat tinggi dibandingkan ke empat negara besar ASEAN yang lain. Seperti terlihat pada gambar 1 nilai ekspor produk kreatif Indonesia ke dunia memiliki nilai yang paling besar jika dibandingkan dengan Malaysia, Singapore, Thailand dan Phillipines. Meskipun pada tahun 2008 sempat menurun karena terjadinya krisis tetapi ekspor ekonomi kreatif Indonesia tetap yang paling tinggi.

Negara-negara ASEAN memiliki banyak potensi di dalam perdagangan internasional. Kemiripan berbagai aspek kebudayaan seperti bahasa, agama, kesenian, pertunjukan seni, nilai hidup dan makanan menjadi salah satu modal yang potensial di dalam mengembangkan ekonomi kreatif, yang selanjutnya bisa di gunakan sebagai

produk andalan dalam perdagangan internasional. Kemiripan tersebut juga merupakan salah satu faktor terbentuknya ASEAN, faktor yang lainnya adalah kondisi perekonomian dari masing-masing negara.

Faktor-faktor ekonomi masing-masing negara sangat penting untuk diteliti mengingat akan di berlakukannya AEC (*Asean Economic Community*) 2015 dimana negara-negara di kawasan Asia Tenggara ini akan dijadikan sebuah wilayah kesatuan pasar dan basis produksi. Dengan terciptanya kesatuan pasar dan basis produksi maka akan membuat arus barang, jasa, investasi, modal dalam jumlah yang besar, dan *skilled labour* menjadi tidak ada hambatan dari satu negara ke negara lainnya di kawasan Asia Tenggara.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana ekonomi kreatif mempunyai pengaruh terhadap perdagangan internasional yang dilakukan lima negara besar Asia Tenggara. Dengan mempertimbangkan juga faktor-faktor ekonomi terhadap perdagangan internasional, penelitian ini menggunakan data panel dengan sample 5 negara besar di Asia Tenggara yaitu Indonesia, Malaysia, Singapore, Filipina dan Thailand selama periode 2004 sampai dengan tahun 2013.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hubungan antara ekspor produk industri kreatif dan nilai tukar terhadap perdagangan internasional di negara ASEAN-5 ?

2. Bagaimanakah hubungan antara faktor-faktor ekonomi terhadap perdagangan internasional di negara ASEAN-5 ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui hubungan antara ekspor produk ekonomi kreatif dengan perdagangan internasional negara-negara ASEAN.
2. Untuk mengetahui hubungan antara faktor-faktor ekonomi mempengaruhi perdagangan internasional negara-negara ASEAN.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan dan mampu memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai ekonomi kreatif di dalam perdagangan internasional.
2. Dapat lebih menumbuhkan pengetahuan dan sebagai media pembelajaran sehingga menciptakan daya tarik bagi penulis untuk membahasnya lebih dalam lagi.

3. Dapat lebih memberi pandangan terhadap masyarakat akan kondisi perdagangan internasional yang dilakukan Indonesia dan negara-negara ASEAN lainnya di tengah era globalisasi.
4. Diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan pemerintah dalam menentukan kebijakannya yang berkaitan dengan perdagangan internasional dan peningkatan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia.
5. Diharapkan dapat berguna sebagai input untuk semua pihak yang berkepentingan dengan isi penulisan ini serta menjadi bahan masukan dan analisa pada penelitian maupun laporan yang lebih lengkap dan akurat bagi pihak maupun peneliti lain.

### **1.5 Sistematika Skripsi**

Untuk mencapai tujuan penelitian ini dilakukan beberapa tahapan yang dianggap perlu. Metode dan prosedur pelaksanaannya adalah sebagai berikut :

#### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang uraian latar belakang, rumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi tentang uraian dari teori yang digunakan dan memberikan pemahaman singkat melalui penjelasan umum yang berkaitan dengan penelitian ini.

**BAB III. METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini akan menjelaskan tentang langkah – langkah yang dilakukan untuk memperoleh data yang relevan dengan penelitian ini

**BAB IV. PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang pembahasan dan analisis dari data yang sudah diolah sesuai dengan metodologi penelitian.

**BAB V. SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan kesimpulan logis berdasarkan analisis data, temuan, dan bukti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Dan menjadi dasar untuk menyusun saran yang ditujukan untuk pihak – pihak yang terkait dengan penelitian ini.