

## PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS HUMAN CAPITAL

**Puteri Andika Sari**

STIE EKUITAS

[puteri.andika31@gmail.com](mailto:puteri.andika31@gmail.com)

**Abstract:** *Nowdays, we entering the fourth wave of an economic era which called creative economy era. Creative economy is manifestation of effort to find sustainable development through creativity. Creative economy is sustained by creative industry. In Indonesia there are 14 classifications of creative industry which can be devided into two general dimensions, such as: (a) dominant substansial in creative industry subsector; (b) intensity of resources required in the creative industry subsector. The model of creative economy development in Indonesia refers to The Triple Helix Model, which people as human capital is the foundation of this model. The ability of human to have knowledge and creativity are the main assets which can be used as a factor of competitive adventage. Research method that used in this paper is literature study. The finding of this paper revealed that the role of human capital is very important in creative economy development so that there are several factors that can influence human capital, such as: knowledge, education and training.*

**Keywords:** *creative economy, human capital*

**Abstrak:** *Pada saat ini, dunia sedang memasuki era ekonomi gelombang ke empat yang dinamakan dengan era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan manifestasi dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas. Ekonomi kreatif ini ditopang oleh industri kreatif. Di Indonesia terdapat 14 klasifikasi industri kreatif yang secara umum dapat dibagi menjadi dua dimensi, yaitu: (a) substansi yang dominan dalam subsektor industri kreatif; (b) intensitas sumber daya yang dibutuhkan dalam subsektor industri kreatif. Model pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mengacu pada pendekatan Triple Helix, di mana yang menjadi pondasi utamanya adalah manusia sebagai human capital. Kemampuan manusia untuk memiliki pengetahuan dan kreativitas merupakan modal utama yang dapat dijadikan sebagai faktor keunggulan bersaing. Metode penelitian yang digunakan dalam makalah ini adalah studi literatur. Hasil dari makalah ini memaparkan bahwa*

*peranan human capital sangat penting dalam pengembangan ekonomi kreatif sehingga terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi human capital, antara lain: pengetahuan, pendidikan dan pelatihan pada sumber daya manusia.*

***Kata kunci:*** *ekonomi kreatif, human capital*

## PENDAHULUAN

Pergeseran era pertanian lalu era industrialisasi kemudian disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi komunikasi serta globalisasi ekonomi, telah menggiring peradaban manusia ke dalam suatu arena interaksi sosial baru. Selain itu, globalisasi di bidang media dan hiburan pun telah mengubah karakter, gaya hidup, dan perilaku masyarakat yang semakin kritis dan lebih peka atas rasa serta pasar pun semakin luas dan global.

Dampak dari semua ini menjurus pada persaingan antarnegara. Negara-negara maju terutama negara barat tidak dapat menyaingi biaya murah di Cina dan efisiensi industri di negara Jepang. Sehingga, pada tahun 1990-an negara-negara maju menyadari bahwa saat ini faktor sumber daya manusia, terutama kreativitas manusia, merupakan hal yang penting dalam persaingan antarnegara yang dikenal dengan sebutan era ekonomi kreatif. Industri kreatif adalah bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual. Berdasarkan hal tersebut, faktor manusia menjadi sangat berperan penting dan menjadi modal utama untuk membuat aktivitas ekonomi yang menghasilkan satu industri baru di mana inilah yang menjadi kekuatan utama dari industri kreatif.

Proses kreativitas berpikir, kreativitas bertindak, dan dilandasi pengetahuan ekonomi yang baik maka akan lahir generasi kreatif yang bisa membuat dan menghasilkan produk kreatif yang memiliki *value* atau *benefit* untuk masyarakat. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif menekankan pada pentingnya keberadaan *human capital*. Berdasarkan hal tersebut maka

kualitas *human capital* haruslah diperhatikan dalam hal pengembangan ekonomi kreatif.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam makalah ini adalah studi literatur. Berbagai literatur yang digunakan berupa jurnal-jurnal, *e-book* dan bahan bacaan lain yang sesuai relevansinya dengan topik yang dibahas dalam makalah ini.

## PEMBAHASAN

### Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi ke empat setelah era pertanian, era industri, dan era informasi. Ekonomi kreatif merupakan manifestasi dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi kreatif merujuk pada buku "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015," yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan RI merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Dengan kata lain, perhatian utama ekonomi kreatif adalah pada faktor *human capital*.

Ilmu pengetahuan (*knowledge*) dalam perekonomian modern memegang peranan yang paling penting. Masyarakat yang

berkembang, maju secara peradaban dan memiliki kesejahteraan yang baik adalah masyarakat yang memiliki dasar pengetahuan ekonomi yang baik. Hal ini mutlak diperlukan, khususnya di Indonesia, yang perekonomiannya masih berkembang.

### Dampak Ekonomi Kreatif di Indonesia

Negara Indonesia memiliki sumber daya alam yang berlimpah, berkembangnya industri manufaktur, pangsa pasar domestik yang potensial, serta kuatnya tradisi demokratis dan artistik akan mampu membawa bangsa ini menjadi salah satu negara dengan kekuatan industri kreatif yang nyata di dunia.

Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif, di mana semakin berkembang pada beberapa negara saat ini, diyakini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap kemajuan perekonomian bangsanya. Di Indonesia, yang dimaksud dengan kontribusi terhadap perekonomian antara lain sebagai berikut: **Pertama**, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) industri ini di Indonesia memberi kontribusi sebesar 7,28 % terhadap PDB pada tahun 2008 dan 7,8 % terhadap PDB secara rata-rata dari tahun 2002 sampai 2008. Kontribusi industri kreatif terhadap PDB sebagian besar berasal dari lapangan usaha *fashion* (3,7 %) dan kerajinan (1,9 %).

**Ke dua**, penciptaan lapangan pekerjaan, data dari BPS menunjukkan bahwa industri kreatif di Indonesia menyerap 7.686.410 tenaga kerja pada tahun 2008 dan rata-rata 7.391.642 tenaga kerja dari tahun 2002 sampai 2008. Secara rata-rata dari tahun 2002 sampai 2008, industri kreatif menyerap 7,7 % total tenaga kerja di industri. Dengan persentase sebesar tersebut, industri kreatif merupakan industri kelima terbesar yang menyerap tenaga kerja setelah industri Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan; Perdagangan, Hotel dan Restoran; Jasa Kemasyarakatan; dan Pengolahan.

**Ketiga** adalah peningkatan kegiatan ekspor. Dalam kurun waktu tahun 2008-2010, industri kreatif mencatatkan kontribusi *net trade* yang dominan dan selalu meningkat, berturut-turut sebesar 41,7%, 54,7%, 57,8% dibandingkan dengan *net trade* nasional. Statistik ini menunjukkan bahwa industri kreatif merupakan salah satu penopang peningkatan pendapatan masyarakat. Dan sebagai salah satu sektor penyumbang devisa utama nasional, industri kreatif memiliki peran penting dalam terciptanya stabilitas moneter nasional.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Jones *et.al* (2004) di Inggris menyatakan bahwa industri kreatif memberikan kontribusi terhadap ekonomi dan sosial pada level nasional, regional, dan lokal; dan adanya tantangan bagi manajemen perusahaan untuk memberikan dukungan dan promosi pada sektor industri ini. Selain itu terdapat berbagai dampak yang ditimbulkan oleh ekonomi kreatif terhadap suatu bangsa, yaitu menciptakan iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, berbasis pada sumber daya yang terbarukan, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, memberikan dampak sosial yang positif. Oleh karena itu, Indonesia pun mulai melihat berbagai subsektor yang terdapat dalam industri kreatif sangat berpotensi untuk dikembangkan mengingat Indonesia memiliki warisan budaya yang kaya dan sumber daya manusia yang kreatif.

### Industri Kreatif di Indonesia

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas. Pada dasarnya setiap orang mempunyai potensi kreatif dalam dirinya masing-masing yang merupakan anugrah yang diberikan oleh Tuhan YME.

Menurut UK Government Task Force yang disitasi oleh Jones *et.al* (2004) mengartikan industri kreatif sebagai berikut "*those industries which have their origins in individual creativity, skill and talent and which have a potential for wealth and job creation*

through the generation and exploitation of intellectual property". Kemudian pengertian industri kreatif hampir sama dengan yang dirujuk oleh buku "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015," yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan RI, industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Pemerintah Indonesia, dalam hal ini Kementerian Perdagangan RI, mengelompokkan 14 jenis industri ekonomi, yaitu: 1) Periklanan, 2) Arsitektur, 3) Pasar Barang Seni, 4) Kerajinan, 5) Desain, 6) Fesyen, 7) Video, Film, dan Fotografi, 8) Permainan Interaktif, 9) Musik, 10) Seni Pertunjukan, 11) Penerbitan dan Percetakan, 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak, 13) Televisi dan Radio, serta 14) Riset dan Pengembangan.

Klasifikasi 14 subsektor industri kreatif yang ada di Indonesia dibagi berdasarkan dua dimensi, yaitu: (a) substansi yang dominan dalam subsektor industri kreatif; (b) intensitas sumber daya yang dibutuhkan dalam subsektor industri kreatif. Kedua aspek dominan tersebut menentukan perkembangan industri kreatif.

### 1. Substansi yang dominan

Substansi dominan pada suatu subsektor ekonomi dapat dibedakan menjadi empat aspek yang menjadi ciri-cirinya, yaitu:

- a) **Media.** Pada subsektor ini, barang/jasa yang dihasilkan mengandalkan media untuk menampilkan kontennya sehingga dapat memberikan nilai tambah (*value added*).
- b) **Seni dan budaya.** Pada subsektor ini, barang/jasa yang dihasilkan

mengandalkan kandungan seni dan budaya yang terkandung di dalamnya sehingga dapat memberikan nilai tambah.

- c) **Desain.** Pada subsektor ini, barang/jasa yang dihasilkan mengandalkan aspek perancangan/desain sehingga dapat memberikan nilai tambah.
- d) **Ilmu pengetahuan dan teknologi.** Pada subsektor ini, barang/jasa yang dihasilkan mengandalkan penggunaan teknologi berbasis pengetahuan (*knowledge*) sebagai sarana penciptaannya sehingga dapat memberikan nilai tambah.

### 2. Intensitas sumber daya

Secara umum, industri kreatif menekankan pada kreativitas sebagai sumber daya utama. Tetapi, terdapat banyak industri yang membutuhkan sumber daya yang bersifat fisik, seperti penggunaan sumber daya alam. Misalnya saja pada industri fesyen, meskipun tren globalnya adalah pada peningkatan nilai tambah dari aspek desain, tetap saja industri ini memerlukan sumber daya alam berupa benang yang kemudian dijadikan kain sehingga produk yang dihasilkan nampak bentuk fisiknya. Contoh lainnya adalah industri kerajinan yang masih memerlukan bahan baku alam seperti kayu, rotan, batu-batuan, logam, dan lain sebagainya juga industri percetakan yang masih memerlukan kertas yang kesemuanya memerlukan bahan baku dari alam.

Contoh industri-industri di atas merupakan industri yang berbasis pada sumber daya yang kasat mata (*tangible-based*). Sementara beberapa subsektor industri kreatif lainnya sangat minim menggunakan sumber daya fisik. Industri-industri seperti permainan interaktif, film dan musik misalnya yang mengandalkan sumber daya kreativitas sebagai sumber daya utamanya. Industri-industri ini merupakan contoh dari industri yang berbasis pada sumber daya yang tidak kasat mata (*intangible-based*).

## Model Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Layaknya suatu bangunan kokoh yang akan menguatkan pembangunan ekonomi Indonesia, model pengembangan ekonomi kreatif ditopang oleh pilar-pilar penting seperti, lembaga pembiayaan keuangan, sumber daya, institusi, teknologi, dan industri. Kemudian yang menaunginya, yang merupakan aktor penting dalam ekonomi kreatif, adalah pemerintah, bisnis, dan para cendekiawan. Sementara yang menjadi pondasi adalah sumber daya kreatif yang dimiliki oleh manusia itu sendiri. Penjelasan di atas secara ringkas dapat dilihat pada Gambar 1.

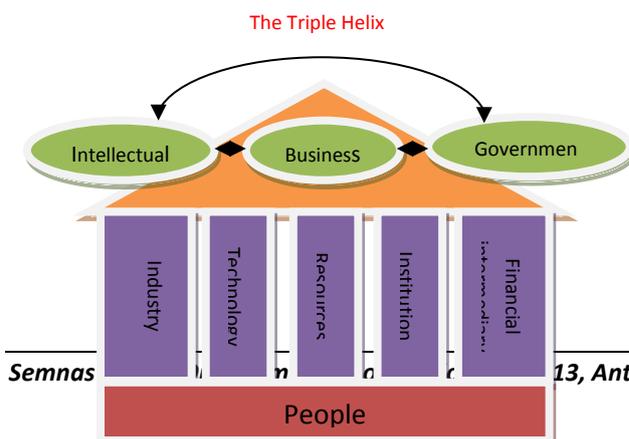
Seperti yang terlihat pada gambar di atas, bahwa yang menjadi pondasi dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah sumber daya manusia (*people*). Keunikan dari industri kreatif adalah peran sumber daya manusia yang menjadi modal utama untuk membuat aktivitas ekonomi untuk menghasilkan satu industri baru. *Human capital* adalah aset yang paling berharga dalam perusahaan khususnya daya intelektualnya. Manusialah yang mengatur suatu perusahaan dan yang menyatakan nilai tambah. Dengan kata lain manusia khususnya kemampuannya, kebijaksanaannya, atau daya intelektualnya memiliki arti penting dan memiliki peranan yang sangat besar dalam mengelola suatu perusahaan.

### Gambar 1. Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

#### Pondasi Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

Seiring dengan berkembangnya zaman sumber daya manusia tidak lagi berperan sebagai sumber daya pendukung melainkan sebagai modal suatu organisasi yang dikenal dengan sebutan *human capital*. Saat ini dalam mempertahankan keberadaan hidupnya yang sarat akan kompetisi, kinerja perusahaan tidak hanya diukur oleh *financial return* saja, tetapi juga harus mampu melipatgandakannya untuk jangka panjang. Berdasarkan hal tersebut, maka pelipatgandaan kinerja perusahaan harus ditujukan pada kinerja *human capital*.

Terdapat beberapa pendapat mengenai definisi tentang *human capital*. Pengertian *human capital* yang dikutip oleh Al Ma'ani dan Jaradat (2010), diantaranya pendapat dari Al-Ali *et.al* (2006) *human capital* merupakan keseluruhan pengalaman dan pengetahuan, kemampuan, antusiasme, kreativitas dan kualitas yang dimiliki para karyawan pada sebuah organisasi; Yaseen (2007): kombinasi dari pengetahuan,



pembelajaran, kompetensi inti para karyawan dalam rangka mencapai tujuan, program-program di organisasi dan tugas-tugas fungsional mereka. McGregor *et.al* (2004) menyatakan bahwa *human capital* mencakup pertimbangan sumber daya manusia secara luas, yaitu sebagai tenaga kerja pada suatu perusahaan dan secara lebih spesifik, yaitu kompetensi individu dalam bentuk pengetahuan, *skill*, dan sifat-sifat dari para manajer serta orang-orang yang diaturnya.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *human capital* merupakan keterpaduan pengetahuan, pembelajaran, pengalaman, kompetensi inti, keterampilan, kemampuan yang harus dimiliki oleh setiap individu yang ada dalam suatu organisasi atau perusahaan yang akhirnya dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan berimbas pada produktivitas perusahaan. Oleh karena itu, pendekatan sumber daya manusia sebagai *human capital* selaras dengan pengembangan ekonomi kreatif yang menitikberatkan pada manusia yang memiliki pengetahuan dan kreativitas.

Di era ekonomi kreatif, di mana kreativitas menjadi industri, pekerja kreatif tidak hanya dari dunia seni saja melainkan dari dunia manajemen, sains, dan teknologi. Misalnya, para pendidik, arsitek, desainer, insinyur, sains, artis, musisi dan *entertainer*. Mereka adalah orang-orang yang menciptakan ide-ide baru, teknologi baru dan konten baru. Dari dunia manajemen sumber daya kreatif memainkan peranan penting dalam hal pengambilan keputusan dan mengandalkan daya pikir mereka dalam memecahkan masalah.

### **Pilar Utama Model Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Dalam pengembangan ekonomi kreatif terdapat lima pilar utama yang harus diperkuat agar industri kreatif dapat terus

tumbuh dan berkembang. Kelima pilar utama tersebut antara lain:

#### 1. Industri

Industri merupakan bagian dari kegiatan masyarakat yang berhubungan langsung dengan kegiatan produksi, distribusi serta konsumsi dari suatu produk baik itu berupa barang ataupun jasa pada suatu area tertentu. Industri menjadi pilar utama dalam pengembangan ekonomi kreatif ini dianalisis dengan menggunakan pendekatan teori Michael Porter yang dikenal dengan sebutan *five forces model*. Porter berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor yang harus dianalisis jika perusahaan ingin berjalan sukses dan bertahan dalam suatu industri tertentu, yaitu persaingan antarperusahaan sejenis, ancaman pendatang baru, ancaman produk pengganti, kekuatan tawar pemasok, dan kekuatan tawar pembeli.

#### 2. Teknologi

Kemajuan teknologi sangat penting peranannya dalam segala bidang misalnya dalam industri kreatif ini yang berbasis pada kreativitas manusia dan terdapat pengetahuan di dalamnya. Teknologi bukan hanya mesin ataupun alat bantu tetapi termasuk di dalamnya adalah kumpulan teknik atau metode-metode, atau atktivitas yang membentuk dan mengubah budaya. Teknologi merupakan *tools* bagi pengembangan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, teknologi dapat digunakan untuk berkreasi, memproduksi, mencari informasi, sarana berkomunikasi dan bersosialisasi yang akan memudahkan proses bisnis.

#### 3. Sumber daya

Sumber daya yang dimaksudkan adalah input bagi suatu proses penciptaan nilai tambah, yaitu sumber daya manusia, sumber daya alam, dan sumber daya lain. Ide dan kreativitas merupakan sumbangan dari sumber daya manusia sebagai *human capital*. Negara Indonesia kaya akan sumber daya alamnya, seperti kayu, rotan, kapas, batu-batuan bahkan sampai ke logam mulia. Sinergi antara sumber daya manusia

dan sumber daya alam yang optimal akan menciptakan daya kreasi berupa produk yang bernilai.

#### 4. Institusi

Merujuk pada buku "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015," yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan RI, institusi didefinisikan sebagai tatanan sosial di mana didalamnya termasuk kebiasaan, norma, adat istiadat, aturan serta hukum yang berlaku. Tatanan sosial dapat bersifat informal dan formal. Adat istiadat, norma dan kebiasaan dapat digolongkan ke dalam tatanan sosial informal. Sedangkan tatanan sosial formal seperti hukum dan peraturan yang berlaku. Industri kreatif yang berbasis pada kreativitas sangat erat dengan HKI (Hak Kekayaan atas Intelektual) sehingga diperlukam dukungan dari pemerintah mengenai perlindungan HKI ini agar karya-karya yang dihasilkan merupakan karya orisinal dari seorang kreator. Dengan demikian kasus-kasus pembajakan dapat ditekan sampai akhirnya dapat dihilangkan khususnya di Indonesia ini.

#### 5. Lembaga intermediasi keuangan

Pilar terakhir yang sangat penting menopang ekonomi kreatif adalah lembaga intermediasi keuangan. Lembaga ini merupakan lembaga yang menyalurkan pendanaan kepada masyarakat terutama para pelaku bisnis di industri kreatif baik berupa pinjaman/kredit maupun dalam bentuk modal/ekuitas. Sudah lazim kita dengar salah satu faktor produksi yang dapat menghambat para pelaku bisnis (*entrepreneur*) pemula adalah dalam hal modal. Sekarang ini banyak ide-ide kreatif yang berasal dari kaum muda namun usaha mereka non formal dan belum *mature*, sehingga dibutuhkan dukungan yang kondusif terhadap akses-akses finansial.

### Aktor Utama Model Pengembangan Ekonomi Kreatif

#### 1. Intelektual

Dalam konteks ekonomi kreatif, para

intelektual mencakup budayawan, seniman, punakawan, begawan, para pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor paguyuban, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya di bidang seni, budaya (nilai dan filsafat) dan ilmu pengetahuan yang terkait dengan pengembangan industry kreatif. Di Indonesia sendiri terdapat beberapa tokoh intelektual baik dari bidang seni maupun bidang lainnya yang mempunyai potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia, misalnya M.H Ainun Nadjib, Sudjiwo Tedjo, Rhenald Khasali, Iwan Fals, (Alm) Rendra, Saung Udjo dan masih banyak lagi. Para intelektual ini memiliki kapasitas yang sangat besar dalam memperkuat basis-basis formal dan informal dari inovasi, dan memiliki kemampuan untuk mematangkan konsep-konsep inovasi dan juga memiliki kapasitas mendesiminasi informasi dengan jejaring di dunia internasional.

#### 2. Bisnis

Bisnis merupakan suatu usaha, kegiatan atau sistem yang bertujuan untuk menciptakan atau memberikan nilai/manfaat bagi suatu lingkungan masyarakat dalam bentuk barang maupun jasa dengan harapan dapat memperoleh keuntungan. Perwujudan bisnis sering diartikan dengan sebuah entitas atau perusahaan di mana terdapat beberapa fungsi operasional di dalamnya, yaitu manajemen pemasaran, operasi dan produksi, keuangan, sumber daya manusia dan lain sebagainya. Para pelaku bisnis harus memperhatikan keunggulan bersaingnya agar dapat bertahan dalam industrinya. Manajemen perusahaan perlu mempelajari lebih mendalam sumber daya yang dapat diandalkan untuk bersaing di lingkungan bisnis yang kompetitif dan meletakkan pengungkit (*leverage*) pada sumber daya yang mampu menempatkan perusahaan pada posisi daya saing dalam jangka panjang. Sumber daya manusia (SDM) adalah

faktor sentral dalam suatu organisasi. Sumber daya manusia memiliki kemampuan untuk menjadi faktor pembeda perusahaan dalam persaingan melalui kemampuan mereka dalam menerapkan pengetahuan di setiap pekerjaan mereka.

### 3. Pemerintah

Pemerintah merupakan satu organisasi yang memiliki kewenangan untuk mengelola suatu negara, sebagai sebuah kesatuan politik serta memiliki kekuasaan untuk membuat dan menerapkan undang-undang di wilayah tertentu. Dalam pelaksanaan kegiatannya pemerintah dibantu oleh para menteri yang terbagi dalam kementerian-kementerian yang membawahi badan-badan negara. Dalam mewujudkan pengembangan ekonomi kreatif suatu bangsa diperlukan dukungan pemerintah, baik pemerintah daerah dan pusat, akan berjalan dengan kondusif. Hal ini disebabkan pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya pada pembangunan industrinya melainkan juga pada pembangunan ideologi, sosial, budaya, dan politik. Sebagai contoh pemerintah Korea Selatan telah berhasil mengembangkan bahkan memajukan ekonomi kreatifnya pada sektor film, musik, fesyen sampai mendunia yang dikenal dengan gelombang *hallyu* (*hallyu wave*). Saat ini juga *hallyu* diikuti dengan banyak perhatian pada produk buatan Korea Selatan, misalnya masakan, barang elektronik serta mempromosikan bahasa dan budaya Korea Selatan. Hal ini terjadi bukan untuk waktu yang instan. Pemerintah Korea Selatan sendiri mempersiapkan budaya korea menjadi kiblat hiburan di dunia telah dirintis selama dua puluh tahun. Hal ini dimulai dengan pemberian beasiswa kepada para seniman untuk belajar bagaimana dapat membuat film dan musik dengan kualitas yang baik sehingga bisa disejajarkan dengan produk-produk *Hollywood*. Dampaknya banyak para

wisatawan yang berbondong-bondong datang ke Korea Selatan untuk berwisata yang akhirnya sektor pariwisata Korea Selatan dapat menyumbangkan devisa. Berdasarkan hal tersebut pemerintah Korea Selatan menyadari dengan penuh bahwa *human capital* yang menjadi basis industri kreatif mempunyai peranan yang sangat penting. Dengan melihat *hallyu wave* berhasil menembus dunia, pemerintah Indonesia dapat melakukan studi banding mengenai hal ini.

## Faktor-faktor yang Mempengaruhi Peningkatan *Human Capital*

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi *human capital*. Konsep Theodore Schulz (1960) yang dikutip Hawlet (2002) dalam penelitiannya mengenai integrasi konsep *human capital* dalam produktivitas dan pertumbuhan, menyebutkan bahwa investasi pada *human capital* dikelompokkan dalam beberapa kategori, yaitu: (1) sekolah dan pendidikan tinggi, (2) *on the job training*, (3) migrasi, (4) kesehatan, (5) informasi ekonomi. Sedangkan Becker (1993) yang disitasi oleh Zula (2006), berpendapat bahwa yang dapat mempengaruhi *human capital*, yaitu sekolah dan pendidikan formal, *on the job training*, dan pengetahuan lainnya. Dalam makalah ini, penulis mengacu pada pendapat dari yang dikemukakan oleh Becker.

### 1. Pengetahuan

Suatu *human capital* organisasi diyakini dapat memenuhi persyaratan sebuah aset strategis karena langka, bernilai, tidak dapat disubstitusikan, dan sulit untuk ditiru. Bohlander *et al.* (2001) yang disitasi oleh Zula (2006) menyatakan bahwa fakta keberhasilan suatu organisasi tergantung pada organisasi mengetahui tentang pembentuk kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya, yang meliputi pengetahuan (*knowledge*), keterampilan, dan kemampuan yang tertanam

pada diri karyawan.

Pengetahuan merupakan akumulasi hasil proses pendidikan baik yang bersifat formal maupun non formal yang memberikan kontribusi terhadap seseorang di dalam pemecahan masalah termasuk dalam melakukan dan menyelesaikan pekerjaan. Rothwell *et al.* (1998) yang disitasi oleh Zula (2006) menyatakan bahwa modal pengetahuan (*knowledge capital*) muncul sebagai sumber daya kompetitif bagi organisasi dan praktisi sumber daya manusia, fungsi sumber daya manusia menjadi peran kepemimpinan tunggal yang berpotensi dalam pengaturan organisasi saat ini dan pada masa yang akan datang.

Tingginya permintaan dalam arena persaingan terhadap modal pengetahuan dan karyawan yang memiliki pengetahuan (*knowledge worker*) membawa konsekuensi baru bagi para praktisi sumber daya manusia, diantaranya kebutuhan akan pelatihan, pengembangan, dan pendidikan bagi karyawan (Zula 2006). Mengacu pada Rothwell *et al.* (1998) yang disitasi oleh Zula (2006), permintaan *knowledge worker* dan modal pengetahuan akan mengarah pada perubahan *landscape* pengembangan profesional sumber daya manusia. Para karyawan akan membutuhkan pendidikan dalam rangka menghadapi arena persaingan, strategi bisnis, dan peran mereka dalam mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan.

## 2. Pendidikan

Pada masa sekarang ini kita dihadapkan dengan informasi yang berbasis ekonomi di mana teknologi dan metode produksi berubah secara cepat. Modal tak berwujud (*intangible*) dan pengetahuan menghasilkan nilai tambah yang paling baik dalam mengatasi perubahan tersebut dan karenanya pembentukan human capital harus ditindaklanjuti seperti halnya pembentukan modal fisik (*tangible*). Pendidikan memainkan peran yang penting dalam pembentukan pendidikan (Nadrag & Mitran, 2011).

Komponen pembentuk *human capital*, yaitu latar belakang pendidikan merupakan kunci kualitas tenaga kerja. Denison (1962) yang disitasi oleh Hawlet (2002) menyatakan

pendidikan memberikan kontribusi pada produktivitas pada dua muka. Pendidikan dapat meningkatkan kualitas dan kemampuan dari karyawan, lebih produktif dalam menggunakan pengetahuan yang dimilikinya. Pendidikan cenderung dapat meningkatkan tingkat pengembangan intelektual yang juga akan menambah pengetahuan yang sudah ada.

Lembaga pendidikan saat ini seharusnya sudah semakin menyadari bahwa dengan kurikulum yang hanya bersifat menghafal tidak akan menambah daya juang anak didik di dunia nyata. Daya juang yang dimaksud adalah olah kreativitas, seperti kreativitas dalam memecahkan suatu permasalahan, di mana mereka dapat mengasah kepekaan dan kesiapan untuk proaktif dalam menghadapi perubahan-perubahan yang terjadi di dunia nyata.

Lembaga pendidikan seharusnya dapat mengarahkan sistem pendidikan yang dapat menciptakan:

- a) Kompetensi yang kompetitif. Sesuai dengan namanya, kompetensi memerlukan latihan, sehingga sektor pendidikan harus mengarah pada kegiatan orientasi lapangan, eksperimen, riset dan pengembangan serta mengadakan proyek kerjasama yang terdiri dari berbagai macam disiplin ilmu mulai dari sains, teknologi dan seni.
- b) Intelejensia multidimensi. Teori-teori intelejensia saat ini telah mengakui bahwa tidak hanya kecerdasan rasional (IQ) saja yang menjadi tingkat acuan pencapaian manusia melainkan terdapat kecedasan emosi (EQ) dan kecerdasan spiritual (SQ). Dengan menempatkan ketiga intelejensia tersebut dengan porsi yang sama banyak maka diharapkan sumber daya manusia yang dihasilkan tidak hanya memiliki kecerdasan rasional yang tinggi tetapi juga memiliki tingkat kreativitas yang tinggi pula.

## 3. Pelatihan

Pada masa sekarang ini banyak perusahaan mengakui bahwa sumber daya manusia merupakan inti dari keunggulan bersaing perusahaan mereka. Para manajer

perusahaan menganggap pada dasarnya suatu perusahaan memiliki peluang yang sama untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, dan kemajuan teknologi, sehingga akhirnya mereka mengakui bahwa karyawan yang dimiliki yang akan membedakannya dengan perusahaan lain. Oleh karena itu, kesuksesan suatu organisasi akhirnya tergantung dari tenaga kerjanya dan *skill* yang dimiliki oleh tenaga kerja tersebut (Buhler 1999).

Pelatihan dapat berupa *on the job training* ataupun *off the job training* yang dilakukan oleh perusahaan kepada karyawannya dalam rangka meningkatkan skill karyawan. Bentuk lainnya dapat berupa seminar-seminar yang dapat memotivasi para *entrepreneur* muda untuk memulai usaha dengan ide kreatifnya.

## SIMPULAN

Pada era ekonomi kreatif ini, industri kreatif yang menopang ekonomi kreatif memainkan peranan penting dalam kemajuan suatu negara, terutama dalam hal sumbangan terhadap sektor ekonomi. Begitu pula yang terjadi di Indonesia. Pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia mengacu pada pendekatan Triple Helix. Pada pendekatan ini yang menjadi pondasi adalah manusia sebagai *human capital*, kemudian ditopang oleh pilar-pilar penting, seperti industri, teknologi, sumber daya, institusi, dan lembaga intermediasi keuangan. Kemudian model ini juga memerlukan dukungan dari beberapa pihak, yaitu kaum intelektual, bisnis dan pemerintah.

Keberadaan manusia dalam ekonomi kreatif sangat penting artinya, terbukti dengan menjadi pondasi pada model Triple Helix. Sumber daya manusia di sini merupakan modal bagi kemajuan industri kreatif, di mana hal ini dinamakan dengan *human capital*. *Human capital* yang merupakan sumber daya terbarukan memerlukan beberapa faktor agar dapat meningkatkan kemampuan *human capital* itu sendiri. Faktor-

faktor tersebut, antara lain: pengetahuan, sekolah atau pendidikan formal dan pelatihan sumber daya manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buhler, P. (1999). Managing in the 90's: Training 90's style: An Organizational Requirement. *National Research Bureau* 60 (14).
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia: Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, Deperdag RI, 2009.
- Hawlett, R. (2002). Integrating Human Capital Concepts in Productivity and Growth Topics. *Journal of Management Research* 2(1): 22-42.
- Jones, P., Comfort, D., Eastwood, I., Hillier D. (2004). Creative industries: economic contributions, management challenges and support initiatives. *Management Research News* 27 (11): 134-145.
- McGregor, J., Tweed, D., Pech, R. (2004). Human capital in the new economy: Devil's bargain? *Journal of Intellectual Capital* 5 (1): 153-164.
- Nadrag L, Mitran CP. (2011). Invest in People: A Way of Developing Human Resources. *Economics, Management, and Financial Markets* 6:522-537.
- Zula, JK. (2006). *The Development and Initial Assessment of an Instrument for Human Capital Planning*. Tesis. Pennsylvania: The Pennsylvania State University.