

PELUANG DAN TANTANGAN EKONOMI KREATIF DALAM PEMBANGUNAN NASIONAL

Susanti Kurniawati

Universitas Pendidikan Indonesia

susanti.kurniawati@gmail.com

Abstract: *The aim of this study is describe opportunities and threats of creative industry in Indonesia, .Kajian ini bertujuan untuk memaparkan peluang dan tantangan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.. This study conducted by sekunder data analysis which published by commerce Departement of Indonesia by SWOT-EFAS analysis.The result of study revealed the opportunities of creative industries were cultur diversity, creativity, infrastructure, financial intermediaries and market demand for creative product. Those opotunities both in local area or overseas. Thus, .threats of creative industries were competitiveness and the quality of human resources. Each competitor have to compete by creative produch which full of cultur value. The quality of creative human resources have to own creative competences could create innovative product, usefull and create the competitive advantage.*

Keywords: *opportunities, threats, creative industry*

Abstrak: *Kajian ini bertujuan untuk memaparkan peluang dan tantangan perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia yang selanjutnya di harapkan mampu tersusun strategi pengembangan industry kreatif yang tepat sasaran. Ekonomi kreatif memiliki peluang yang besar untuk tumbuh kembang dan berkontribusi yang signifikan terhadap pembangunan. Ekonomi kreatif berpeluang berkembang di wilayah dengan potensi SDA yang tinggi dan sumber daya manusia yang mampu mengkonversi ide kreatif menjadi sesuatu yang produktif . Peluang tersebut meliputi peluang pasar di dalam negeri dan luar negeri, peluang sebagai akibat adanya perubahan perilaku konsumen, dan kekayaan sosio cultural Indonesia. Produk kreatif yang dihasilkan industri kreatif yang merupakan jantung ekonomi kreatif.Selain itu, tantangan pokok yang dihadapi bagi pergembangan ekonomi kreatif adalah persaingan dan kualitas SDM kreatif. Persaingan dalam ekonomi kreatif berupa persaingan produk kreatif yang mengandung nilai budaya bangsa dengan produk kreatif yang dihasilkan oleh luar negeri. Kualitas SDM kreatif meliputi kompetensi SDM kreatif dalam menghasilkan produk yang kreatif. inovatif, berdaya guna dan berdaya saing. Kajian ini dilakukan dengan melakukan studi data sekunder perkembangan pasar dan produk kreatif baik di dalam negeri maupun di luar negeri dengan menggunakan analisis SWOT- EFAS (External Factor Analysis Strategy).*

Kata kunci: peluang, tantangan, ekonomi kreatif.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan ekonomi yang bersumber pada kekayaan intelektual dengan unsur pendukung utama kreativitas, kealihan dan talenta. Penggerak utama ekonomi kreatif adalah aktivitas industri kreatif yang meliputi 14 sektor yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video film dan fotografi, permainan interaktif, music, seni pertunjukkan, penerbitan dan percetakan, layanan computer dan piranti lunak, TV dan radio, riset dan pengembangan. Selama kurang lebih sepuluh tahun terakhir kegiatan usaha industri kreatif semakin meningkat, terutama ketika terjadi krisis ekonomi, sector industri kreatif yang sebagian besar merupakan UMKM (Usaha Mikro, Keci dan Menengah) mampu bertahan terhadap krisis. Hal ini disebabkan karena sebagian besar usaha kreatif adalah *non bankable financing* dan produk merupakan produk *end user*. Pada usaha kreatif, untuk mempertahankan kelangsungan usaha, pelaku usaha kreatif sangat dituntut untuk terus berkreasi dan berinovasi sesuai dengan tuntutan pasar. Hal ini berkaitan dengan karakteristik usaha kreatif yaitu 1) siklus hidup yang singkat 2) resiko tinggi 3) margin tinggi 4) keanekaragaman tinggi 4) persaingan tinggi 5) mudah ditiru (Togar Simatupang : 2007).

Dilihat dari kontribusi terhadap perekonomian nasional, kontribusi industri kreatif terhadap PDB rata-rata 2002-2008 adalah 7,80% dengan pertumbuhan 2,32% pertahun. Penyerapan tenaga kerja rata-rata 7.391.642 per tahun, yang tersebar di 3.001.635 perusahaan dengan produktivitas rata Rp 59.371.000 per tahun . Kontribusi dalam perdagangan internasional adalah kontribusi terhadap ekspor nasional rata-rata 9,23% pertahun, dengan pertumbuhan 12,20%. Disamping perkembangan yang pesat industry kreatif, dalam perkembangan industry kreatif selama periode tersebut mengalami banyak

kendala terutama berkaitan dengan karakteristik usaha. Kelemahan usaha kreatif ini diantaranya adalah rendahnya penyerapan tenaga kerja di beberapa sub sector, aktivitas perusahaan yang menurun pada tahun 2006. Subsector industry kreatif yang mengalami penurunan jumlah tenaga kerja adalah subsector permainan interaktif, seni pertunjukkan, RnD, dan arsitektur. Hal ini disebabkan rendahnya ketersediaan SDM yang memiliki kompetensi dalam bidang tersebut. Selain itu masih terdapat subsector dengan tingkat produktivitas tenaga kerja yang relative masih rendah, yaitu subsector kerajinan, hal ini dapat disebabkan nilai jual di dalam negeri untuk produk kerajinan yang rendah, waktu pengerjaan lama dan biaya produksi yang tinggi karena memprioritaskan pengerjaan padat karya. Kelemahan lain yang terdapat di industri kreatif adalah secara umum, aktivitas perusahaan yang mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena usaha kreatif yang sebagian besar adalah usaha kecil mudah untuk keluar masuk industry, dengan mengubah usaha apabila produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan selera pasar.

Berdasarkan latar belakang di atas, mengenai posisi strategis yang dilihat dari kontribusinya terhadap PDB dan kelemahan pengembangan ekonomi kreatif, maka pertanyaan penelitian yang dirumuskan adalah 1) Apa saja faktor eksternal usaha kreatif di Indonesia yang mempengaruhi kinerja usaha kreatif 2) Apa saja peluang dan tantangan industri kreatif di Indonesia. Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui faktor-faktor eksternal industri kreatif yang mempengaruhi kinerja usaha kreatif. 2) mengetahui tantangan dan peluang industry kreatif di Indonesia. Luaran dari penelitian ini adalah tersusunnya rumusan strategi eksternal pengembangan industry kreatif yang berdasarkan analisis faktor-faktor eksternal. Manfaat dari penelitian

ini diharapkan menjadi masukan bagi perumus kebijakan pengembangan industry kreatif di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan terhadap 14 subsektor industry kreatif diseluruh Indonesia dengan melakukan studi literatur berupa data dan informasi yang disampaikan oleh kementrian perindustri dan perdagangan dan literature lainnya (data sekunder). Instrumen pengumpulan data adalah panduan item objek penelitian. Dari data yang diperoleh selanjutnya dianalisis peluang dan tantangan secara kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT (EFAS/External Factor Analysis Strategy matriks). Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis SWOT ini adalah sebagai berikut :

Tahap pengumpulan data, pada tahap ini, tidak hanya dilakukan kegiatan pengumpulan data, tetapi juga merupakan kegiatan pengklasifikasian dan pra analisis. Pada tahap ini, data yang dikumpulkan adalah data eksternal. Data eksternal yang dapat diperoleh dalam perusahaan adalah 1) analisis pasar 2) analisis competitor 3) analisis pemasok 4) analisis pemerintah 5) analisis kelompok kepentingan tertentu.

Penentuan faktor strategi eksternal (EFAS) dengan cara :

1. Susun dalam kolom 1 (5 sampai 10 peluang dan ancaman).
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor strategis.
3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating untuk faktor peluang positif (peluang yang semakin besar diberi rating +4, tetapi jika peluangnya kecil,

diberi rating +1). Bobot Pemberian rating ancaman adalah kebalikannya, jika nilai rating ancaman sangat besar, ratingnya adalah 1 dan jika ancaman sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4. Hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4,0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor)
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.
6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4) untuk memperoleh total pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya.
7. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industry yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Faktor Eksternal Industri Kreatif.

Pilar yang mendukung perkembangan industry kreatif terdiri dari 1) Sumber Daya Manusia 2) Industri 3) Teknologi 4) Institusi 5) Financial Intermediary.

Faktor-faktor eksternal yang berkaitan dengan pilar perkembangan industry kreatif dalam kaitan dengan pilar ekonomi kreatif tampak pada tabel berikut :

Tabel 1 : Aspek Eksternal Pilar Ekonomi Kreatif

Pilar	Faktor Eksternal
-------	------------------

Sumber Daya manusia	Keberadaan tenaga kerja asing, standar gaji, persepsi masyarakat terhadap profesi, apresiasi pasar, peningkatan kebutuhan, penghargaan masyarakat, kreativitas SDM usia muda. Apresiasi terhadap budaya
Industri	Pemintaan, pangsa pasar, infrastruktur, pesaing,
Teknologi	Ketersediaan teknologi pendukung Kemudahan akses dan penggunaan teknologi.
Sumber Daya	Ketersediaan material, kelangkaan sumber daya, peran komunitas,
Institusi	Peraturan Pemerintah, lembaga promosi
Lembaga Keuangan	Adanya lembaga pembiayaan pemerintah dan swasta, insentif khusus pemerintah

Infrastruktur	0,05	4	0,20	S
Lmbg Pembiayaan	0,05	3	0,15	S
Perundangan	0,1	4	0,40	T
ANCAMAN				
Pesaing LN	0,10	4	0,40	ST
Masuknya Budaya Brt	0,10	4	0,40	ST
Apresiasi Prof rendah	0,05	4	0,40	T
Tdk ad stndr profesi	0,05	3	0,15	R
langka bhn Baku	0,10	4	0,40	S
Perub. Teknologi	0,10	4	0,40	T
Total	1,001		4,1	

Ket :

ST : Sangat Tinggi

T : Tinggi

S : Sedang

R : Rendah

SR : Sangat Rendah

Keseluruhan pilar dan faktor eksternal di atas dapat menjadi peluang dan ancaman bagi perkembangan industry kreatif dan pemberlakuan ekonomi yang berbasis pada industry kreatif yang disebut dengan ekonomi kreatif. Peluang dan ancaman industry kreatif secara lengkap dapat dianalisis dengan pendekatan analisis SWOT yang menghasilkan suatu matrik strategi yang disebut dengan matriks EFAS (External Factors Analysis Strategy). Langkah-langkah mengenai analisis SWOT ini telah di sampaikan pada bagian metode penelitian. Matrik EFAS-SWOT ini tampak pada tabel berikut ini :

Tabel 2 : EFAS

FAKTOR-FAKTOR STRATEGI EKSTERNAL	BBT	RATE	BBT* RATE	KOMENTAR
PELUANG				
Keragaman Budaya	0,10	4	0,40	ST
Peningk. Permintaan	0,10	4	0,40	T
Kreativitas	0,10	4	0,40	T

Berdasarkan tabel di atas, faktor-faktor yang dinilai sebagai peluang pada 14 sektor Industri kreatif adalah 1)keragaman budaya 2) tingkat permintaan 3) kreativitas 4)infrastruktur 5) lembaga pembiayaan 6)Perundangan dan faktor yang merupakan ancaman adalah 1) pesaing luar negeri 2)masuknya budaya asing 3)apresiasi masyarakat terhadap profesi rendah 4) tidak adanya standar profesi 5)kelangkaan bahan baku 6) perubahan teknologi.Penjelasan mengenai faktor tersebut, bobot dan ratenya adalah sebagai berikut :

Peluang Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif mulai bergaung sejak terjadinya krisis di Indonesia. Krisis ekonomi yang berimbas pada tingginya biaya produksi barang berkonten impor tinggi, tingginya tingkat PHK, dan melejitnya harga barang ekspor yang berorientasi input dalam negeri, maka ideology menggali potensi dan mengkreasi barang yang unik sehingga dapat membidik pasar dalam negeri yang besar, maka berkembanglah sector industry kreatif yang merupakan jantung dari ekonomi kreatif.dalam

perkembangannya, ekonomi yang bersumber dari kreasi intelektual yang memiliki nilai ekonomis dan benefit ini memiliki kontribusi ekonomis terhadap nilai PDB Indonesia. Selain itu, manfaat ekonomis kreatif adalah mampu menggali potensi local bangsa Indonesia dan menggali SDM dalam negeri terutama generasi muda, karena sebagian besar industry kreatif di Indonesia digeluti oleh generasi muda. Upaya pengembangan industry kreatif di Indonesia masih terbuka lebar, masih banyak peluang-peluang yang dimiliki industry kreatif sehingga kebermanfaatannya baik secara ekonomis maupun non ekonomis dapat lebih tergalai. Diantara peluang industry kreatif yang diangkat dalam kajian ini adalah sebagai berikut :

Keragaman Budaya

Indonesia merupakan Negara yang kaya akan budaya, hal ini disebabkan Indonesia merupakan Negara kepulauan yang luas yang memiliki lebih dari 17 ribu pulau dengan lima pulau besar dan 36 provinsi yang masing-masing provinsi memiliki budaya yang berbeda. Diawali dari perbedaan kondisi alam, maka melahirkan perbedaan adat istiadat, perbedaan kepercayaan, perbedaan pandangan hidup, maka menimbulkan perbedaan corak perikehidupan yang memiliki kekhasan. Corak yang khas tersebut memiliki keunikan produk yang merupakan syarat bagi keunggulan bersaing suatu produk. Apalagi keunikan tersebut memiliki kearifan yang bersumber dari falsafah hidup suatu suku bangsa. Maka dibalik corak suatu produk akan memiliki makna tentang suatu pandangan hidup. Keragaman budaya inilah yang merupakan peluang besar yang dapat meningkatkan pembangunan nasional melalui peningkatan kualitas hidup suatu bangsa.

Permintaan Pasar

Permintaan pasar merupakan produk kreatif berasal dari pasar dalam negeri dan pasar luar negeri. Peluang pasar luar negeri terbuka di wilayah Eropa, Asia, Afrika dan Amerika. Pemasaran produk di wilayah tersebut dilakukan dengan bantuan pihak Kedutaan Besar Republik Indonesia, misalnya saja di Ceko, dalam bidang perfilman, bekerja sama

dalam festival film, pameran batik, penampilan kesenian tradisional, penampilan music klasik, paduan suara mahasiswa, pentas seni budaya dan pameran produk seni budaya seperti pameran kerajinan tangan, tenun, batik dan foto. Di China, produk kreatif Indonesia mampu menembus pasar China yang kuat dengan industri manufakturnya. Minat orang Cina akan produk kerajinan Indonesia cukup tinggi, terutama kerajinan mebel. Hal ini tampak pada animo masyarakat China pada The 3rd China Expo dan Indonesia Solo Exhibition, sehingga nilai Ekspor kerajinan mebel Indonesia ke Cina mencapai US\$9,6 Juta pada tahun 2006 dan naik menjadi US\$15,7 juta pada periode Januari-Oktober 2007. Di wilayah Eropa lain, Spanyol misalnya merupakan pasar yang luas bagi pengembangan pasar produk kreatif. Di Spanyol, industri kreatif berkontribusi sebesar 2,3% terhadap PDB Nasional yang banyak didominasi oleh subsector fesyen. Hal ini menunjukkan, masyarakat Spanyol memiliki minat yang baik terhadap produk kreatif. Selain itu, peluang lain adalah peluang kerjasama dalam bidang film, video, dan fotografi. Kerjasama yang telah dilaksanakan adalah partner kerja, produk desain, dan pameran software. Di Argentina, peluang besar bagi produk kreatif Indonesia adalah ekspor jewelry dan tekstil.

Kreativitas

Bangsa Indonesia sejak dulu, dikenal sebagai bangsa yang kreatif, hal ini dapat dilihat dari ragam budaya bangsa hasil cipta, karya dan karsa yang diturunkan secara turun temurun diwariskan nenek moyang. Kreativitas bangsa Indonesia tampak pada berbagai metoda pengolahan barang mentah menjadi barang jadi, kemampuan menggali sumber daya yang awalnya tidak bermanfaat menjadi sesuatu yang bernilai, dan kreativitas dalam menciptakan produk seni budaya.

Infrastruktur

Pengembangan infrastruktur ke wilayah Indonesia Timur dan pengembangan wilayah terpencil, merupakan peluang bermunculannya usaha kreatif yang bersumber dari masyarakat. Peluang membuka usaha yang berdasarkan

teknologi maju di wilayah pengembangan merupakan usaha perluasan pasar bagi pelaku usaha kreatif sekaligus merupakan upaya pendidikan berbasis teknologi. Selain itu, pengembangan infrastruktur ke wilayah terpencil atau ke wilayah Indonesia Timur, sekaligus dapat mempermudah menggali potensi daerah dan memajukan usaha kreatif yang berbasis kearifan lokal dan kekhasan wilayah.

Lembaga Pembiayaan

Maraknya lembaga pembiayaan yang membuka diri untuk membiayai investasi di usaha kreatif merupakan peluang bagi perkembangan industri kreatif. Hal ini tidak lepas dari adanya pergeseran paradigma berpikiran pihak lembaga pembiayaan dari yang beranggapan bahwa industri kreatif memiliki return dan kontinuitas usaha yang rendah mulai bergeser kepada usaha kreatif memiliki potensi yang sangat besar untuk berkembang.

Perundangan

Perundangan yang mendukung perkembangan usaha kreatif terutama industri kreatif yang memiliki daya saing tinggi, misalnya adalah PP No. 20/2005 mengenai transfer teknologi dan PP No. 35/2007 mengenai insentif pengurangan pajak pajak dan kepabeanan bagi BUMN yang melakukan kegiatan R&D dapat digunakan untuk menggiatkan pembuatan produk-produk dalam negeri yang berdaya saing tinggi.

Tantangan

Dalam pengembangan industri kreatif Indonesia tentu saja akan berhadapan dengan banyak tantangan terutama tantangan berupa masuknya pelaku bisnis kreatif ke Indonesia. Kendala tersebut seyogyanya menjadi tantangan usaha kreatif agar lebih mampu menggali kreativitas yang memiliki keunggulan bersaing. Tantangan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

Pesaing Luar Negeri

Tantangan yang dihadapi mengenai pelaku industri kreatif luar negeri adalah bermunculannya SDM yang asing yang memiliki kreativitas tinggi dan penguasaan teknologi maju. Hal ini terjadi pada subsector perikanan. Di subsector pasar barang seni, pesaing luar negeri sering membawa barang antik impor. Selain itu, pesaing di pasar barang antik pesaing melakukan perburuan barang antik asli Indonesia secara illegal. Kemunculan pesaing luar negeri dengan membawa brand luar negeri menciptakan mace bahwa menggunakan barang luar negeri jauh lebih bergengsi.

Masuknya Budaya Asing

Masuknya budaya barat yang baik yang bersifat mengakulturasi budaya lokal maupun men-substitusi merupakan tantangan bagi pengembangan usaha kreatif yang berdasarkan pada budaya lokal. Masuknya pengaruh asing akan mengikis budaya aslinya, sehingga produk kreatif pun menjadi kehilangan jati dirinya. Namun tidak berarti semua budaya asing itu buruk, banyak yang di dapatkan dari budaya asing, seperti teknologi tepat guna. Hal yang perlu ditekankan adalah mengupayakan budaya asing yang masuk dapat memperkokoh budaya lokal.

Rendahnya Apresiasi Masyarakat terhadap Profesi Kreatif.

Paradigma berpikiran masyarakat sejak dulu adalah pekerjaan yang berkaitan dengan seni merupakan pekerjaan yang tidak menjamin kemakmuran. Usaha kreatif merupakan satu sector yang mengandung unsur seni di dalamnya. Paradigma yang telah mengakar tersebut perlahan akan terkikis dengan produktivitas para pelaku usaha kreatif untuk terus berkarya sehingga terbukti bahwa sektor kreatif ini mampu memberikan kontribusi yang besar seperti sector industri lainnya, seperti manufaktur misalnya.

Standar Profesi

Standar profesi mencerminkan kompetensi dan profesionalitas suatu profesi. Standar profesi

merupakan pengakuan ahli terhadap kompetensi suatu profesi. Untuk pekerjaan yang berkaitan dengan ide kreatif ini, ada kecenderungan sulit dalam menentukan indikator yang pasti mengenai tingkat kreativitas dan menentukan ukuran kompetensi yang digunakan. Dengan demikian, menjadi sebuah tantangan bagi para pelaku industri kreatif untuk mampu secara jelas menentukan ukuran standar kompetensi.

Bahan Baku

Bahan baku yang paling penting namun tidak berwujud dalam industri kreatif adalah kreativitas. Bahan baku lain yang sangat penting dalam keberlangsungan usaha adalah bahan baku material produk. Sifat bahan baku material industri kreatif dapat diperbarui namun jumlahnya terbatas, misalnya kayu dan rotan, tidak dapat diperbarui misalnya logam mulia, atau bahan baku dengan harga yang mahal misalnya ketersediaan listrik.

Perubahan teknologi

Subsektor permainan interaktif, periklanan, percetakan, film, video dan radio sangat rentan terhadap perubahan teknologi. Investasi teknologi dalam subsektor tersebut relatif tinggi, dan ketika muncul perubahan teknologi dengan teknologi yang lebih canggih dan pengusaha dituntut untuk mengganti teknologinya agar tidak kalah bersaing. Tantangan yang dihadapi adalah pengusaha diupayakan untuk lebih berpengetahuan teknologi lebih maju, agar dapat terus menjadi yang terdepan.

SIMPULAN

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang menjadikan kreativitas sebagai dasar dari kegiatannya. Industri kreatif adalah jantung bagi ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif ini memiliki banyak manfaat, baik manfaat secara ekonomi maupun manfaat secara non ekonomis. Dalam perkembangannya, ekonomi kreatif memiliki banyak peluang dan tantangannya. Peluang dan tantangan erat kaitannya dengan analisis eksternal industri. Peluang yang dapat ditemui di industri kreatif adalah keragaman budaya, permintaan

pasar yang tinggi, kreativitas pelaku usaha, lembaga pembiayaan, infrastruktur dan perundangan. Sedangkan tantangan bagi perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia adalah pesaing luar negeri, masuknya budaya asing, rendahnya apresiasi terhadap profesi, belum tersedianya standar profesi. Kelangkaan bahan baku dan perubahan teknologi. Apabila pelaksanaan ekonomi kreatif tersebut mampu menangkap peluang yang dimaksud di atas, dan mampu menghadapi tantangan tersebut, maka industri kreatif akan mampu menjadi penopang bagi pembangunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, Freddy. 2000. *Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis-Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21*. Jakarta : Gramedia.
- Tim Dept. Perdagangan RI. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025. Rencana Pengembangan 14 sektor Industri Kreatif Indonesia (2009-2015)*. Jakarta: Dept. Perdagangan Republik Indonesia.
- Tim Dept. Perdagangan RI. 2009. *Studi Industri Kreatif Indonesia. Update*. Jakarta. Dept. Perdagangan Republik Indonesia