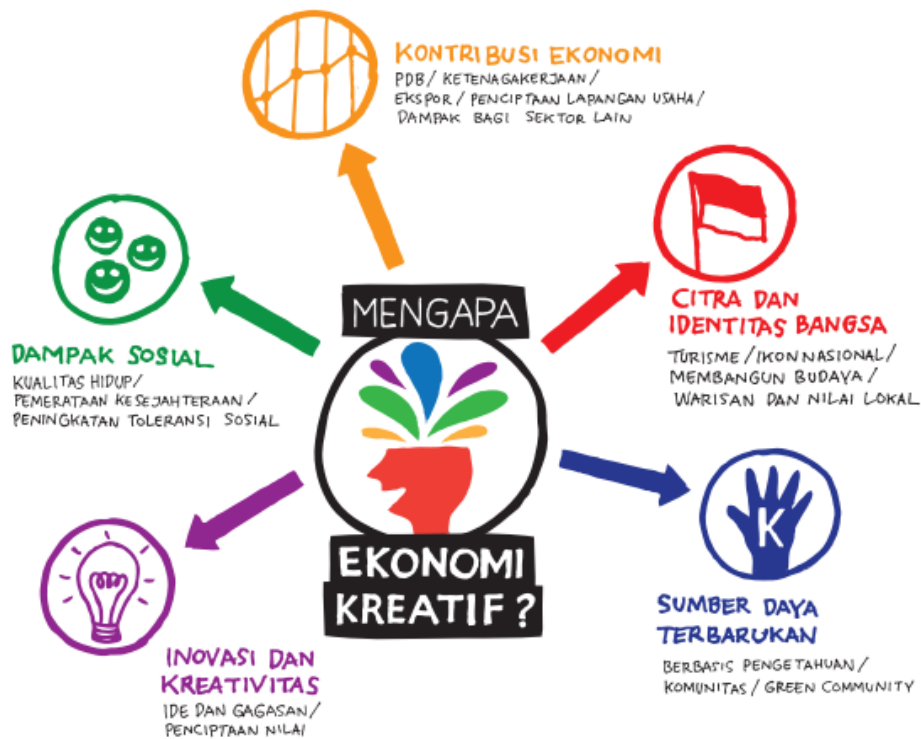


The background features a collection of colorful gears in shades of green, pink, yellow, and orange. Some gears are partially overlapping. There are also abstract shapes like teardrops and circles in various colors (green, pink, yellow, blue) scattered around the gears. The word 'CREATIVE' is written in pink, semi-transparent capital letters across the center. The word 'IDEA' is written in blue, bold capital letters inside a yellow gear in the bottom left corner.

**MENGEMBANGKAN EKONOMI
KREATIF BERDASARKAN POTENSI
WILAYAH UNTUK MENINGKATKAN
KESEJAHTERAAN MASYARAKAT**

IDEA

Mengapa Ekonomi Kreatif Perlu Dikembangkan?



Mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan?

1. Ekonomi kreatif berkontribusi terhadap perekonomian nasional
2. Ekonomi kreatif meningkatkan citra dan identitas bangsa Indonesia
3. Ekonomi kreatif berbasis sumber daya terbarukan
4. Ekonomi kreatif sektor berbasis kreativitas yang mendorong inovasi
5. Ekonomi kreatif melestarikan budaya Indonesia dan meningkatkan toleransi sosial

A. Konsep Ekonomi Kreatif

Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang ada sebelumnya.

Dalam setiap kegiatan ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif yang dapat membantu alternatif tindakan.

Seorang wirausahawan adalah orang-orang yang mempunyai kemampuan melihat dan menangkap peluang bisnis, mengumpulkan sumber daya yang dibutuhkan guna mengambil keuntungan dan mengambil tindakan yang tepat, serta memastikan keberhasilan.

Peranan wirausahawan juga mampu membuka lapangan kerja baru, sehingga dapat mengurangi pengangguran.

Your text here

Your Subtitle

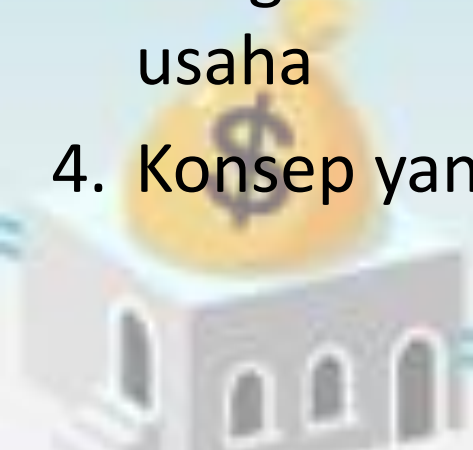
Pemerintah mengidentifikasi ingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor, yang meliputi :

1. Periklanan (Advertising)
2. Arsitektur
3. Pasar barang seni
4. Kerajinan (craft)
5. Desain
6. Fesyen (fashion)
7. Video, film, fotografi
8. Permainan interaktif (game)
9. Musik
10. Seni pertunjukan
11. Penerbitan dan percetakan
12. Layanan komputer dan peranti lunak (software)
13. Televisi dan radio (broadcasting)
14. Riset dan pengembangan

B. Karakteristik Ekonomi Kreatif

Beberapa hal yang menjadi karakteristik dari ekonomi kreatif, antara lain sebagai berikut

1. Diperlukan kolaborasi anantara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif, yaitu cendekiawan (kaum intelektual), dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar
2. Berbasis pada ide atau gagasan
3. Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha
4. Konsep yang dibangun bersifat relatif



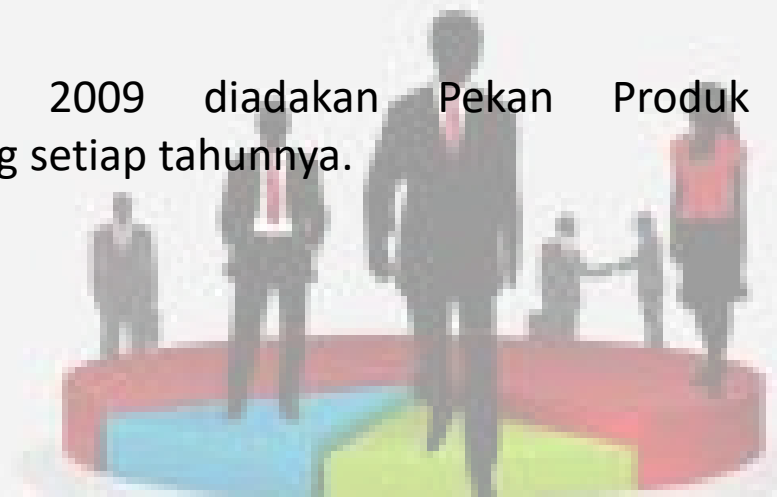
C. Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Dimulai pada tahun 2006 di mana Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesian Design Power oleh Departemen Perdagangan untuk membantu pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Pada tahun 2007 dilakukan peluncuran Studi Pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia 2007 pada Trade Expo Indonesia.

Pada tahun 2008, dilakukan peluncuran Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Cetak Biru Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia. Selain itu, dilakukan penancangan tahun Indonesia Kreatif 2009.

Untuk mewujudkan Indonesia Kreatif, tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahunnya.



Kegiatan kreatif yang secara rutin diselenggarakan daerah antara lain sebagai berikut

1. Bandung, misalnya Helarfest, Braga Festival
2. Jakarta, misalnya Festival Kota Tua, PRJ, Jak Jazz, Jiffest
3. Surakarta, misalnya Solo Batik Carnival, Pasar Windu Jenar
4. Yogyakarta, misalnya Festival Kesenian Yogyakarta, Pasar Malam Sekaten, Biennale
5. Jember, misalnya Jember Fashion Carnival
6. Bali, misalnya Bali Fashion Week, Bali Art Festival, Bali Sanur Festival
7. Lampung, misalnya Way Kambas Festival
8. Palembang, misalnya Festival Musi



D. Faktor Penghambat Ekonomi Kreatif di Indonesia

Beberapa hal yang menjadi permasalahan atau faktor penghambat dalam ekonomi kreatif di Indonesia antara lain sebagai berikut

1. Kurangnya kualitas sumber daya manusia yang kreatif, sehingga harus dikembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan yang dapat melahirkan pelaku industri
2. Lemahnya pengembangan iklim kondusif untuk memulai dan menjalankan usaha industri kreatif baru yang meliputi sistem administrasi, kebijakan peraturan serta infrastruktur yang dibuat kondusif bagi perkembangan industri kreatif
3. Rendahnya penghargaan terhadap para pelaku industri kreatif baik secara finansial maupun nonfinansial
4. Lambatnya upaya mengakselerasi tumbuhnya teknologi informasi dan komunikasi terkait dengan pengembangan akses pasar dan inovasi industri kreatif

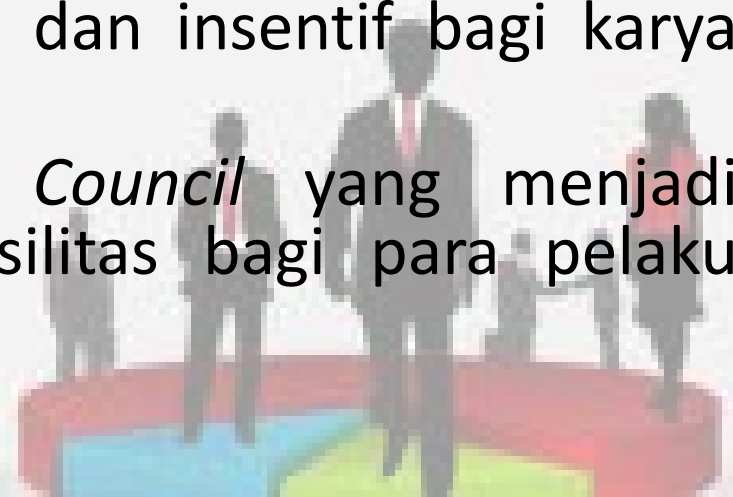
E. Upaya Meningkatkan Ekonomi

Kreatif

Sistem ekonomi Indonesia diatur dalam UUD 1945 pasal 33, bunyi pasal ayat (1) Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan; (2) Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara; dan (3) Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Berdasarkan bunyi dari tiga ayat pasal 33 UUD 1945 pemerintah sangat berperan menunjang sistem ekonomi yang berbasis pada kegiatan ekonomi kerakyatan. Peran negara tersebut antara lain mengembangkan koperasi, mengembangkan BUMN, memanfaatkan segala sumber kekayaan alam sebesar-besarnya demi kemakmuran masyarakat

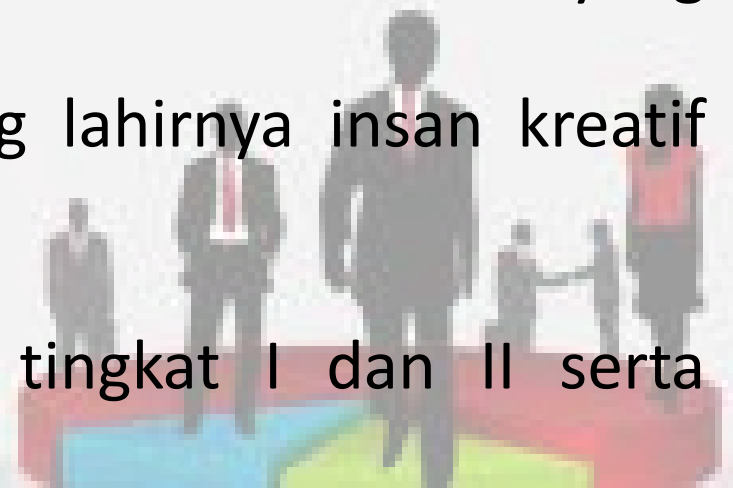
Untuk memecahkan berbagai permasalahan dan pengahmbat dalam mengembangkan ekonomi kreatif, pemerintah memiliki strategi dengan melaksanakan pembangunan secara terintegrasi antara masyarakat, swasta dan pemerintah. Beberapa strategi tersebut antara lain sebagai berikut

1. Menyiapkan insentif untuk memacu pertumbuhan industri kreatif berbasis budaya
2. Membuat *Roadmap Industri* kreatif yang melibatkan berbagai lembaga pemmerintah dan kalangan swasta
3. Membuat program komprehensif untuk menggerakkan industri kreatif melalui pendidikan, pengembangan sumber daya manusia, desain, mutu, dan pengembangan pasar
4. Memberikan perlindungan hukum dan insentif bagi karya industri kreatif
5. Membentuk *Indonesia Creative Council* yang menjadi jembatan untuk menyediakan fasilitas bagi para pelaku industri kreatif



Kementerian Perdagangan melakukan upaya pengembangan ekonomi kreatif untuk mewujudkan strategi pemerintah dengan langkah sebagai berikut

1. Pengembangan *database* ekonomi kreatif Indonesia yang didukung dengan teknologi informasi
2. Peningkatan penggunaan teknologi melalui program kemitraan
3. Pekan Produk Kreatif Indonesia (PPKI)
4. Festival ekonomi kreatif
5. Wahana kreatif
6. Peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran
7. Riset ekonomi kreatif dan fasilitas pemberian insentif yang mendukung inovasi
8. Fasilitasi kegiatan yang mendorong lahirnya insan kreatif dan *entrepreneur* kreatif baru
9. Kegiatan fasilitasi
10. Penciptaan identitas lokal daerah tingkat I dan II serta identitas nasional



PERTANYAAN

I. Pilihan Ganda

1. Kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik itu berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan yang ada sebelumnya disebut.....

- a. Kreativitas
- b. Kerja keras
- c. Potensi
- d. Ulet

Jawaban : a

2. Konsep ekonomi kreatif yang digunakan dalam desain induk mengacu kepada...

- a. UUD 1945
- b. INPRES No. 6 Tahun 2009
- c. INPRES No. 6 Tahun 2008
- d. Kantor ekonomi

Jawaban : b

3. Dibawah ini yang termasuk peran wirausahawan, kecuali...

- a. Menciptakan kesempatan kerja
- b. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan nasional
- c. Mempersempit lapangan pekerjaan
- d. Mengurangi kesenjangan ekonomi di masyarakat

4. Pemerintah mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 14 subsektor, antara lain....

- a. Periklanan, musik, tari
- b. Penerbitan dan percetakan, radio dan TV, desain
- c. Drama, paduan suara, radio
- d. Kerajinan, paduan suara, bernyanyi

Jawaban : b



5. Berikut ini merupakan contoh kegiatan yang berkaitan dengan arsitektur adalah...

- a. Opera
- b. Kayu
- c. Pasar swalayan
- d. Arsitektur taman

Jawaban : d

6. Ekonomi kreatif dimulai sejak tahun....

- a. 2006
- b. 2007
- c. 2008
- d. 2009

Jawaban : a

7. Kegiatan kreatif yang secara rutin diselenggarakan daerah antara lain sebagai berikut, kecuali....

- a. Jakarta, misalnya Festifal Kota Tua, PRJ, Jak Jazz
- b. Bandung, misalnya Helarfest, Braga Festival
- c. Surakarta, misalnya Solo Batik Carnival, pasar Windu Jenar
- d. Surabaya, misalnya pasar makanan tradisioanal, Festival buaya

Jawaban : d

8. Sistem ekonomi Indonesia diatur dalam.....

- a. UUD 1945 pasal 31
- b. UUD 1945 pasal 25
- c. Instruksi Presiden no. 10
- d. UUD 1945 pasal 33

Jawaban : d

9. Membuat Roadmap Industri kreatif merupakan salah satu strategi pemerintah dengan melaksanakan pembangunan secara terintegrasi untuk mengembangkan ekonomi dengan melibatkan berbagai....

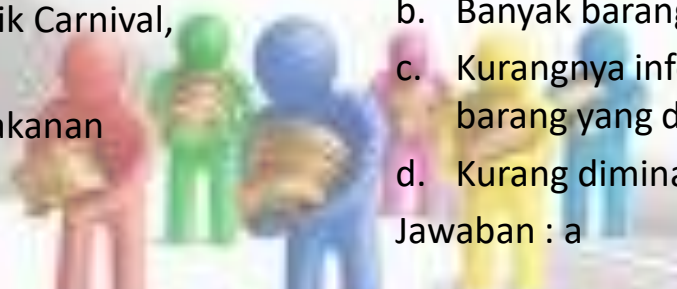
- a. Guru dan anggota DPRD
- b. Lembaga pemerintah dan kepala desa
- c. Lembaga pemerintah dan kalangan swasta
- d. Gubernur dan Bupati

Jawaban : c

10. Peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran perlu dilakukan karena.....

- a. Banyak potensi ekonomi kreatif yang berkualitas baik di dalam negeri maupun luar negeri
- b. Banyak barang yang tidak terjual di suatu tempat
- c. Kurangnya informasi pada masyarakat tentang barang yang dijual tersebut
- d. Kurang diminati banyak orang

Jawaban : a



II. Uraian

1. Mengapa dalam setiap ekonomi diperlukan suatu pemikiran yang kreatif?
2. Apakah yang dimaksud ekonomi kreatif?
3. Sebutkan 14 subsektor ekonomi kreatif!
4. Mengapa Indonesia perlu mengembangkan ekonomi kreatif?
5. Sebutkan 3 kegiatan pokok yang diselenggarakan secara paralel dalam pekan produk kreatif Indonesia (PPKI)!





Terima
Kasih