

STRATEGI PENGEMBANGAN SDM INDUSTRI KREATIF INDONESIA DALAM MENGHADAPI MASYAKARAT EKONOMI ASEAN PADA TAHUN 2016

Agi Syarif Hidayat

Universitas Swadaya Gunung Jati
Email : agi.syarif@yahoo.co.id

Editya Nurdiana

Universitas Swadaya Gunung Jati
Email : editya.edit@yahoo.com

ABSTRAC

The purpose of this study was to determine the development strategy of the Human Resources (HR) Indonesia's creative industries in the ASEAN Economic Community in 2016. The method used is a method of qualitative research, source of research data used documents, books and Internet data. The data used is secondary data. Data collection techniques used were document. Data analysis techniques used through the stages of data collection, data reduction, data display, and decision-making. Human resource development strategy of creative industry in Indonesia can be conducted by: 1) increasing the quality and quantity of creative educational institutions and 2) increasing the capacity of creative labor. Improving the quality and quantity of creative educational institutions marked by the increasing number of creative educational institutions, improving the quality of education of creative educational institutions as well as the increase of graduates from educational institutions were absorbed in the world of creative work. Increasing the capacity of creative labor is characterized by increasing creative labor force that has a globally-recognized certification as well as their system of labor protection for workers in the creative industry sector.

Keywords: Human Resources, Industrial, Creative, AEC

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) industri kreatif Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN pada tahun 2016. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif, sumber data penelitian menggunakan dokumen, buku dan data internet. Jenis data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dokumen. Teknik analisis data yang digunakan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, *display* data dan pengambilan keputusan. Strategi pengembangan SDM Industri kreatif di Indonesia dapat dilaksanakan dengan cara : 1) peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif serta

2) peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif. Peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif ditandai dengan bertambahnya jumlah lembaga pendidikan kreatif, meningkatnya mutu pendidikan lembaga pendidikan kreatif serta meningkatnya lulusan dari lembaga pendidikan kreatif yang terserap di dunia kerja. Peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif ditandai dengan meningkatnya tenaga kerja kreatif yang memiliki sertifikasi yang diakui secara global serta adanya sistem perlindungan tenaga kerja bagi tenaga kerja di sektor Industri kreatif.

Kata Kunci : SDM, Industri, Kreatif, MEA.

PENDAHULUAN

Pada tahun 2015, Indonesia telah memasuki memasuki era ekonomi baru di kawasan Asia Tenggara yaitu dengan diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). MEA adalah bentuk integrasi ekonomi negara-negara anggota Asean menjadi satu pasar tunggal dan basis produksi. Salah satu dampak pelaksanaan MEA adalah adanya kebebasan dalam arus barang, jasa, modal, investasi dan tenaga kerja terampil ke negara-negara anggota ASEAN. Adanya kebebasan tersebut, tentunya dapat menjadi peluang serta ancaman bagi Industri yang berada di Indonesia.

Salah satu Industri yang saat ini sedang berkembang di Negara Indonesia adalah Industri kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan penciptaan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemenparekraf, 2014). Industri kreatif Indonesia mengalami peningkatan dari tahun ke tahunnya serta memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB. Berikut ini merupakan Produk Domestik Bruto Indonesia tahun 2010-2014 :

Tabel 1. Produk Domestic Bruto (PDB) Indonesia Tahun 2010-2014 Atas Dasar Harga Berlaku (Milyar Rupiah)

Sektor	Uraian	2010	2011*	2012**	2013***	2014a)
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	985.470,5	1.091.447,3	1.190.412,4	1.303.177,3	1.436.264,8
2	Pertambangan dan Penggalian	719.710,1	879.505,4	970.599,6	1.001.485,3	1.096.142,3
3	Industri Pengolahan	1.393.274,4	1.575.291,9	1.720.574,0	1.864.897,1	2.079.086,8
4	Listrik, Gas, dan Air Bersih	49.119,0	56.788,9	65.124,9	72.497,1	87.305,2
5	Konstruksi	660.890,5	754.483,5	860.964,8	965.135,9	1.062.800,0
6	Perdagangan, Hotel, dan Restoran	682.286,8	804.473,3	905.151,5	1.024.379,2	1.156.988,9
7	Pengangkutan dan Komunikasi	417.527,8	484.790,3	541.930,4	631.278,6	741.359,4
8	Keuangan, Real Estat, dan Jasa Perusahaan	431.980,6	496.171,7	554.218,7	639.092,2	721.992,9
9	Jasa-jasa	633.593,0	752.829,7	854.127,4	965.371,3	1.057.280,9
10	Ekonomi Kreatif	472.999,2	526.999,2	578.760,6	641.815,5	716.695,0
PDB Indonesia		6.446.851,9	7.422.781,2	8.241.864,3	9.109.129,4	10.155.916,2

Ket.: *) Angka Sementara; **) Angka Sangat Sementara; ***) Angka Sangat-Sangat Sementara
 a) Angka estimasi (Sumber : Pusdatin Kementerian Pariwisata, Desember 2014)

pertumbuhan dari tahun ketahunnya. Pada tahun 2014, PDB Industri kreatif adalah sebesar 10,1 triliun dan berkontribusi 7,06 terhadap PDB Indonesia. Industri kreatif menjadi sektor ekonomi yang menyumbang terhadap PDB ke 6 terbesar pada tahun 2014.

Dibalik perkembangan yang semakin baik, masih terdapat berbagai tantangan yang dihadapi oleh Industri kreatif dan menjadi isu strategis yang menarik. Tujuh isu strategis tersebut adalah (1) Ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang profesional dan kompetitif; (2) Ketersediaan bahan baku yang berkualitas, beragam, dan kompetitif; (3) Pengembangan industri yang berdaya saing, tumbuh dan beragam; (4) Ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif; (5) Perluasan pasar bagi karya, usaha, dan orang kreatif; (6) Ketersediaan infrastruktur dan teknologi yang sesuai dan kompetitif; dan (7) Kelembagaan dan iklim usaha yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif, (Kememparekraf, 2014).

Dari berbagai isu strategis diatas terdapat salah satu yang menarik yaitu isu mengenai ketersediaan SDM kreatif yang profesional. SDM merupakan faktor produksi utama Industri kreatif, tanpa adanya SDM yang berdaya saing, sangat sulit bagi Indonesia untuk mengembangkan Industri kreatifnya. Mari Pangestu menyebutkan bahwa "Sumber daya insani belum memadai dalam kuantitas dan kualitas. Umumnya belajar otodidak, bukan diciptakan institusi-institusi pendidikan formal/informal. Selain itu sumber daya insani terkonsentrasi di kota tertentu saja." (www.neraca.co.id). Selain itu masih terbatasnya kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif membuat lulusan SDM kreatif di Indonesia sangat terbatas.

Terbatasnya SDM dan Lembaga Pendidikan Kreatif merupakan masalah utama dalam Pengembangan SDM Industri Kreatif di Indonesia, sehingga diperlukan Strategi Pengembangan SDM Industri Kreatif dalam rangka menghadapi MEA pada

tahun 2016. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan SDM Industri Kreatif Indonesia dalam menghadapi MEA pada tahun 2016.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan SDM kreatif Indonesia khususnya pemerintah, pelaku bisnis, serta institusi pemerintah dalam merancang strategi dan rencana aksi yang tepat dalam rangka pengembangan SDM kreatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan SDM

Salah satu aktivitas yang penting dalam kegiatan Manajemen Sumber Daya Manusia (SDM) adalah aktivitas Pengembangan SDM. Pengembangan SDM merupakan usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan atau jabatan melalui pendidikan dan pelatihan, (Hasibuan, 2007:69). Hal ini sejalan dengan pendapat notoatmodjo (2009:16) yang menyebutkan bahwa “dalam konteks pengembangan sumber daya manusia, pendidikan dan pelatihan merupakan upaya untuk mengembangkan intelektual dan kepribadian manusia”. Berdasarkan pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengembangan sumber daya manusia merupakan upaya untuk meningkatkan kompetensi karyawan yang dilakukan melalui kegiatan pelatihan dan pendidikan.

Pelatihan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan, mengubah perilaku dan mengembangkan keterampilan, (Kirkpatrick,1994). Pelatihan juga dapat didefinisikan sebagai proses sistematis mengubah tingkah laku pegawai untuk mencapai tujuan organisasi. Pelatihan berkaitan dengan keahlian dan kemampuan pegawai untuk melaksanakan kegiatan saat ini (Rivai, 2011:212). Pada dasarnya tujuan pelatihan adalah meningkatkan kompetensi peserta yang meliputi tiga ranah yaitu : 1) pengetahuan atau kognitif, 2) keterampilan atau psikomotorik dan 3) sikap atau afektif (Gintings, 2011).

Kegiatan pelatihan dapat dilaksanakan dengan menggunakan metode *on the job training* dan *off the job training*. *On the job training* adalah metode pelatihan dengan cara para pekerja atau calon pekerja ditempatkan dalam kondisi pekerjaan yang riil, dibawah bimbingan dan supervisi dari pegawai yang telah berpengalaman atau seorang supervisor. (Rivai, 2011: 227). *Off the job training* adalah program pelatihan yang diselenggarakan dilokasi yang terpisah. Program pelatihan ini memberikan kepada individu-individu keahlian dan pengetahuan yang mereka butuhkan untuk mengerjakan pekerjaan pada waktu yang terpisah dari waktu kerja reguler mereka, (Simamora, 2006:320)

Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan Negara, (UU Sisdiknas, 2003). Pendidikan juga dapat

diartikan sebagai proses yang berlangsung dalam kehidupan sebagai upaya untuk menyeimbangkan kondisi dalam diri dengan kondisi luar diri. Proses penyeimbangan ini merupakan bentuk *survive* yang dilakukan agar diri dapat mengikuti setiap kegiatan yang berlangsung dalam kehidupan, (Saroni, 2011: 10).

Tujuan pokok pendidikan adalah membentuk anggota masyarakat menjadi orang-orang yang berpribadi, berperikemanusiaan maupun menjadi anggota masyarakat yang dapat mendidik dirinya sesuai dengan watak masyarakat itu sendiri, mengurangi beberapa kesulitan atau hambatan perkembangan hidupnya dan berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidup maupun mengatasi problematikanya (Ahmad, 2011:3). Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, dan menjadi warga negara yang demokratis serta bertanggung jawab. (UU Sisdiknas, 2003)

Berdasarkan jenjangnya kegiatan pendidikan dapat dibedakan menjadi :

1. Pendidikan dasar

Pendidikan dasar merupakan jenjang pendidikan yang melandasi jenjang pendidikan menengah. Pendidikan dasar berbentuk Sekolah Dasar (SD) dan Madrasah Ibtidaiyah (MI) atau bentuk lain yang sederajat serta Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Madrasah Tsanawiyah (MTs), atau bentuk lain yang sederajat.

2. Pendidikan menengah

Pendidikan menengah merupakan lanjutan pendidikan dasar. Pendidikan menengah terdiri atas pendidikan menengah umum dan pendidikan menengah kejuruan. Pendidikan menengah berbentuk Sekolah Menengah Atas (SMA), Madrasah Aliyah (MA), Sekolah Menengah Kejuruan (SMK), dan Madrasah Aliyah Kejuruan (MAK), atau bentuk lain yang sederajat.

3. Pendidikan tinggi

Pendidikan tinggi merupakan jenjang pendidikan setelah pendidikan menengah yang mencakup program pendidikan diploma, sarjana, magister, spesialis, dan doktor yang diselenggarakan oleh perguruan tinggi. Perguruan tinggi dapat berbentuk akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, atau Universitas, (UU Sisdiknas).

Pelatihan dan pendidikan merupakan dua aktivitas utama dalam kegiatan pengembangan sumber daya manusia. Meskipun memiliki kesamaan, akan tetapi memiliki karakteristik yang berbeda. Pelatihan merupakan suatu cara yang digunakan untuk memberikan atau meningkatkan keterampilan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan sekarang, sedangkan pendidikan lebih berorientasi kepada masa depan dan lebih menekankan pada peningkatan kemampuan seseorang untuk memahami dan menginterpretasikan pengetahuan, (Panggabean, 2002:41).

Selanjutnya lebih rinci mengenai perbedaan pendidikan dan pelatihan dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel. 2 Perbedaan Pendidikan dan Pelatihan

No.	Penjelasan	Pendidikan	Pelatihan
1	Pengembangan kemampuan	Menyeluruh (<i>overall</i>)	Mengkhusus (<i>specific</i>)
2	Area kemampuan (Penekanan)	Kognitif, afektif	Psikomotor
3	Jangka waktu pelaksanaan	Panjang (<i>long term</i>)	Pendek (<i>Short term</i>)
4	Materi yang diberikan	Lebih umum	Lebih khusus
5	Penekanan penggunaan Metode Belajar Mengajar	Konvensional	Inkonvensional
6	Penghargaan akhir proses	Gelar (<i>degree</i>)	Sertifikat (Non gelar)

Sumber : Notoatmodjo (2009:16)

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa pendidikan merupakan kegiatan pengembangan SDM yang dilaksanakan secara menyeluruh, dalam jangka waktu yang relative panjang dengan tujuan akhir adalah gelar. Sedangkan pelatihan merupakan kegiatan pengembangan SDM yang dilaksanakan secara spesifik dengan jangka waktu yang relative cepat dengan tujuan akhir adalah sertifikat.

Industri Kreatif

Sampai saat ini masih terdapat kebingungan mengenai apa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif dan Industri kreatif. Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi, Sedangkan Industri kreatif adalah industri yang menghasilkan *output* dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan kerja, dan peningkatan kualitas hidup. Industri kreatif memproduksi karya kreatif untuk dikonsumsi secara langsung oleh rumah tangga, perusahaan dan entitas ekonomi lainnya yang tidak hanya menghasilkan karya yang memenuhi fungsi tetapi juga nilai estetika yang dapat meningkatkan kebahagiaan konsumen yang mengonsumsinya (kemenparekraf, 2014).

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif terdiri dari *core creative Industri, forward and backward linkage creative Industri*. Industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari ekonomi kreatif yang disebut *Core creative Industri*. *Core creative Industri* adalah Industri kreatif yang penciptaan nilai tambah utamanya adalah dengan memanfaatkan kreativitas orang kreatif. *backward linkage creative Industri* adalah Industri yang menjadi input bagi *core creative Industri*, sedangkan *forward linkage creative Industri* adalah Industri yang menjadikan output dari *core kreatif Industri* sebagai input bisnisnya, (kemenparekraf, 2014).

Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai ekonomi pada era ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, tetapi setiap kelompok Industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda.

Saat ini Indonesia menggolongkan Industri kreatifnya menjadi 15 subsektor yaitu : (1) arsitektur; (2) desain; (3) film, video, dan fotografi; (4) kuliner; (5)

kerajinan; (6) mode; (7) musik; (8) penerbitan; (9) permainan interaktif; (10) periklanan; (11) penelitian dan pengembangan; (12) seni rupa; (13) seni pertunjukan; (14) teknologi informasi; dan (15) televisi dan radio, (RAJM Ekonomi Kreatif, 2014).

Setiap subsektor ekonomi kreatif memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Meskipun ada keterkaitan sifat dalam konten dan *input*, namun setiap karya yang dihasilkan merupakan sesuatu yang unik. Memahami ruang lingkup pengembangan setiap subsektor dalam ekonomi kreatif merupakan langkah awal dalam mengembangkan ekosistem dan peta industri yang dibutuhkan dalam menentukan kebijakan dan regulasi ataupun untuk mengambil strategi yang tepat untuk mengembangkan ekonomi kreatif Indonesia

2.1. Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)

Masyarakat Ekonomi ASEAN merupakan bentuk integrasi ekonomi negara-negara di kawasan Asia tenggara menjadi pasar tunggal dan basis produksi. Pelaksanaan Masyarakat Ekonomi ASEAN merupakan perwujudan dari Visi ASEAN 2020 yang bertujuan menjadikan ASEAN menjadi kawasan yang stabil, makmur dan memiliki daya saing tinggi dengan pengembangan ekonomi yang adil dan pengurangan kemiskinan serta kesenjangan sosial dan ekonomi.

Sejarah berdirinya MEA diawali dari pertemuan kepala negara ASEAN pada tahun 1997. Pada Tanggal 15 Desember 1997, para Kepala Negara ASEAN menyetujui ASEAN Vision 2020 untuk membentuk suatu *ASEAN Community* untuk dicapai pada tahun 2020. Selanjutnya pada tahun 2003, para Pemimpin ASEAN mendeklarasikan pendirian 3 (tiga) pilar *ASEAN Community* yaitu Pilar Politik-Keamanan, Pilar Ekonomi, dan Pilar Sosial Budaya. Pada Pertemuan KTT ASEAN ke-12 tahun 2007, para Pemimpin Negara ASEAN sepakat untuk mempercepat pembentukan *ASEAN Community*, termasuk Pilar Ekonomi dari tahun 2020 ke tahun 2015.

Pertemuan KTT ASEAN ke-13 di Singapura tanggal 20 November 2007, para Pemimpin Negara ASEAN menandatangani ASEAN Charter yang menjadi dasar hukum ASEAN dan semakin memperkuat eksistensi ASEAN di dunia. Untuk Pilar Ekonomi, para Pemimpin ASEAN juga menandatangani *ASEAN Economic Community (AEC) Blueprint* yang menjadi acuan dalam mencapai ASEAN Economic Community pada tahun 2015.

Pelaksanaan MEA pada tahun 2015 mengacu pada cetak biru MEA atau AEC *blueprint* yang telah ditetapkan pada tahun 2007. Cetak biru MEA memuat empat pilar utama pelaksanaan MEA yaitu :

1. Pilar pertama yaitu adanya pasar tunggal dan basis produksi yang terdiri dari beberapa elemen yaitu : a) adanya kebebasan arus barang, b) adanya kebebasan arus jasa, c) adanya kebebasan arus investasi, d) arus modal yang lebih bebas, e) arus bebas tenaga kerja terampil, *priority integration sektor*, f) pengembangan sektor *food, agriculture dan forestry*.
2. Pilar kedua yaitu adanya kawasan ekonomi berdaya saing tinggi yang ditandai adanya : a) adanya kebijakan persaingan/kompetisi, b) perlindungan konsumen, c) hak kekayaan intelektual, d) pengembangan infrastruktur, e) perpajakan, f) *e-commerce*.

3. Pilar yang ketiga adalah pembangunan ekonomi yang lebih merata ditandai dengan adanya : a) pengembangan UMKM b) mengurangi GAP pembangunan internal ASEAN.
4. Pilar ke empat adalah integrasi dengan perekonomian global yang ditandai dengan adanya : a) pendekatan terhadap hubungan ekonomi eksternal dan b) partisipasi yang semakin meningkat dalam jaringan suplai global. (www.aec center)

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang atau perilaku yang dapat diamati, (Bodgan dan Taylor dalam Moloeng, 2013:4). Dalam penelitian ini penulis menghasilkan data penelitian berupa deskripsi perkembangan SDM Industri kreatif di Indonesia serta deskripsi strategi pengembangan SDM Industri kreatif Indonesia dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) pada tahun 2016

Sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan berupa dokumen dan lain-lain, (Lofland dan Lofland dalam Moleong, 2013:157). Dalam penelitian ini sumber data berasal dari dokumen resmi, buku, jurnal dan referensi lain yang dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data dengan dokumen. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dari seseorang, (Sugiyono, 2013:326).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan model interaktif. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui tahap pengumpulan data, reduksi data, *display* data dan pengambilan kesimpulan, (Miles and Huberman dalam Sugiyono, 2013:334).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan SDM Industri Kreatif di Indonesia

Industri kreatif Indonesia mengalami perkembangan dari tahun ke tahunnya. Perkembangan Industri kreatif Indonesia tidak terlepas dari keberadaan SDM kreatif yang menggerakkan Industri tersebut. Berikut ini adalah perkembangan tenaga kerja Industri kreatif tahun 2010-2013 :

Tabel 3. Perkembangan Tenaga Kerja Industri Kreatif Tahun 2010-2013

No	Sektor	Uraian	2010	2011	2012	2013*
1	Arsitektur	Jumlah tenaga kerja (orang)	38.268	40.574	42.121	42.670
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,33	0,35	0,36	0,36
		Laju pertumbuhan (%)	-	6,03	3,81	1,30
2	Desain	Jumlah tenaga kerja (orang)	160.216	163.265	166.019	167.576
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	1,39	1,40	1,41	1,41
		Laju pertumbuhan (%)	-	1,90	1,69	0,94
3	Film, Video, dan Fotografi	Jumlah tenaga kerja (orang)	56.937	60.006	62.495	63.755
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,50	0,51	0,53	0,54
		Laju pertumbuhan (%)	-	5,39	4,15	2,02
4	Kerajinan	Jumlah tenaga kerja (orang)	2.909.574	2.988.101	3.077.099	3.109.047
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	25,31	25,62	26,08	26,19
		Laju pertumbuhan (%)	-	2,70	2,98	1,04
5	Kuliner	Jumlah tenaga kerja (orang)	3.707.894	3.732.961	3.735.019	3.736.968
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	32,26	32,01	31,65	31,48
		Laju pertumbuhan (%)	-	0,68	0,06	0,05
6	Mode	Jumlah tenaga kerja (orang)	3.750.197	3.787.450	3.809.339	3.838.756
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	32,63	32,48	32,28	32,33
		Laju pertumbuhan (%)	-	0,99	0,58	0,77
7	Musik	Jumlah tenaga kerja (orang)	50.612	53.127	55.030	55.958
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,44	0,46	0,47	0,47
		Laju pertumbuhan (%)	-	4,97	3,58	1,69
8	Penelitian dan Pengembangan	Jumlah tenaga kerja (orang)	13.851	14.537	15.148	15.373
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,12	0,12	0,13	0,13
		Laju pertumbuhan (%)	-	4,95	4,21	1,48
9	Penerbitan	Jumlah tenaga kerja (orang)	490.422	496.067	503.925	505.757
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	4,27	4,25	4,27	4,26
		Laju pertumbuhan (%)	-	1,15	1,58	0,36
10	Periklanan	Jumlah tenaga kerja (orang)	17.816	19.146	20.050	20.600
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,16	0,16	0,17	0,17
		Laju pertumbuhan (%)	-	7,46	4,72	2,74
11	Permainan Interaktif	Jumlah tenaga kerja (orang)	22.443	23.181	23.729	23.928
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,20	0,20	0,20	0,20
		Laju pertumbuhan (%)	-	3,29	2,37	0,84
12	Radio dan Televisi	Jumlah tenaga kerja (orang)	123.051	125.392	127.189	128.061
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	1,07	1,08	1,08	1,08
		Laju pertumbuhan (%)	-	1,90	1,43	0,69
13	Seni Pertunjukan	Jumlah tenaga kerja (orang)	72.010	75.494	78.131	79.258
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,63	0,65	0,66	0,67
		Laju pertumbuhan (%)	-	4,84	3,49	1,44
14	Seni Rupa	Jumlah tenaga kerja (orang)	14.956	15.163	15.237	15.269
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,13	0,13	0,13	0,13
		Laju pertumbuhan (%)	-	1,39	0,49	0,21
15	Teknologi Informasi	Jumlah tenaga kerja (orang)	65.627	67.438	69.037	69.451
		Distribusi TK menurut sektor EK (%)	0,57	0,58	0,59	0,58
		Laju pertumbuhan (%)	-	2,76	2,37	0,60
Ekonomi Kreatif		Jumlah tenaga kerja (orang)	11.493.875	11.661.900	11.799.568	11.872.428
		Laju pertumbuhan (%)	-	1,46	1,18	0,62

Sumber : RAJM Kememparekraf, 2014

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa pada tahun 2013, total jumlah tenaga kerja di sektor Industri kreatif berjumlah 11.874.428 orang. Sektor mode menyumbang serapan tenaga kerja paling besar yaitu dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 3.838.756 orang atau sebesar 32,33%. Sedangkan seni rupa menjadi sektor yang paling sedikit menyumbang serapan tenaga kerja yaitu sebesar 15.269 orang atau sebesar 0.13%.

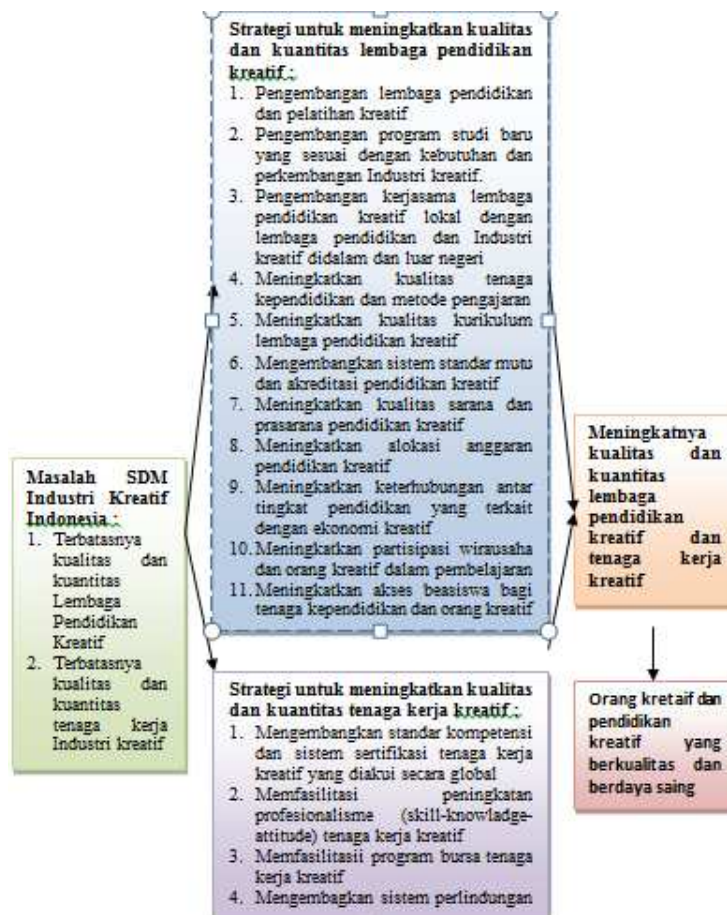
Akan tetapi laju pertumbuhan jumlah tenaga kerja kreatif dari tahun 2010 hingga tahun 2013 mengalami penurunan, pada tahun 2013 perkembangan SDM kreatif hanya tumbuh sebesar 0,62%. Hal ini tentunya menjadi fenomena yang

sangat mengkhawatirkan karena pada tahun 2015 Indonesia telah memasuki MEA, dimana kompetisi di Industri kreatif akan menjad semakin ketat. Tanpa adanya SDM kreatif yang memadai, maka Industri kreatif akan tergerus oleh Industri kreatif dari Negara lain.

Strategi Pengembangan SDM Industri Kreatif di Indonesia

Pelaksanaan MEA pada tahun 2015 memberikan peluang dan ancaman bagi Industri kreatif di Indonesia. Industri Kreatif merupakan Industri yang berbasis pada kreativitas manusia, sehingga manusia atau SDM merupakan faktor produksi utama yang sangat menentukan daya saing Industri kreatif nasional. Terbatasnya kualitas dan kuantitas SDM kreatif serta lembaga pendidikan kreatif merupakan masalah utama SDM Industri kreatif di Indonesia.

Permasalahan SDM Industri kreatif memerlukan solusi yang komprehensif dan sistematis sehingga dapat mencetak SDM Industri kreatif yang berya saing tinggi. Salah satu upaya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM Industri kreatif adalah melalui kegiatan pengembangan SDM. Kegiatan pengembangan SDM dapat dilaksanakan melalui kegiatan pelatihan dan pendidikan. Berikut ini merupakan strategi pengembangan SDM Industri kreatif Indonesia yang terdapat dalam RAJM Ekonomi Kreatif Indonesia :



Sumber : RAJM Kememparekraf, 2014

Gambar 2. Strategi Pengembangan SDM Industri Kreatif Indonesia

Berdasarkan gambar diatas dapat dijelaskan bahwa permasalahan SDM kreatif di Indonesia adalah terbatasnya kualitas dan kuantitas pendidikan kreatif serta SDM kreatif. Strategi pengembangan SDM kreatif dilaksanakan melalui dua sasaran utama program yaitu : meningkatnya kuantitas dan kualitas pendidikan kreatif di dalam negeri dan yang kedua adalah meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM kreatif di Indonesia.

Dalam upaya untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas pendidikan kreatif, terdapat 11 strategi utama yaitu :

1. Memfasilitasi dan mendorong pihak swasta untuk mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan kreatif. Lembaga pendidikan kreatif umumnya masih terbatas dan biayanya relative mahal sehingga akses untuk mendapatkan jasa pendidikan kreatif masih terbatas. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) pengembangan lembaga pendidikan (formal maupun non formal) kreatif, b) meningkatkan kualitas pelayanan dan kepastian prosedur dan tata cara perizinan untuk mengembangkan lembaga pendidikan kreatif baru, c) memberikan insentif bagi pengembangan lembaga pendidikan kreatif baru. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya jumlah lembaga pendidikan kreatif di daerah yang berpotensi untuk dikembangkan Industri kreatif dan meningkatnya daya saing lembaga pendidikan kreatif didalam negeri.
2. Memfasilitasi pengembangan program studi baru yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan Industri kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya ketersediaan program studi baru yang sesuai dengan kebutuhan Industri kreatif
3. Memfasilitasi kerjasama lembaga pendidikan kreatif lokal dengan lembaga pendidikan dan Industri kreatif didalam dan luar negeri. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) Memfasilitasi kerjasama lembaga pendidikan dalam negeri dengan Industri kreatif di dalam dan luar negeri dan b) mengembangkan kerjasama antar lembaga pendidikan kreatif didalam negeri dan lembaga pendidikan di luar negeri yang berkualitas. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya kualitas dan kuantitas kerjasama pendidikan kreatif
4. Meningkatkan kualitas tenaga kependidikan dan metode pengajaran. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) mengembangkan sistem sertifikasi tenaga pendidik kreatif, b) meningkatkan kapasitas tenaga kependidikan dan non kependidikan dilembaga pendidikan kreatif, c) mengembangkan metode pengajaran yang dapat menumbuhkan kreativitas, penguasaan iptek dan pola pikir desain. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya kualitas tenaga kependidikan di lembaga pendidikan kreatif lokal dan meningkatnya kualitas lulusan lembaga pendidikan kreatif lokal.
5. Meningkatkan kualitas kurikulum lembaga pendidikan kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) evaluasi dan pengembangan sistem nomenklatur pendidikan kreatif pada rumpun keilmuan yang sesuai, b) mengembangkan kurikulum pendidikan kreatif spesialisasi teknis dan manajemen sesuai dengan kebutuhan Industri. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya keselarasan lulusan lembaga pendidikan kreatif dan kebutuhan Industri kreatif.
6. Mengembangkan sistem standar mutu dan akreditasi pendidikan kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) mengembangkan standar mutu lembaga pendidikan kreatif, b) mengembangkan sistem akreditasi lembaga pendidikan kreatif, c) memfasilitasi pendampingan standar mutu pendidikan kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya standar mutu lembaga pendidikan kreatif lokal dan meningkatnya jumlah lembaga pendidikan kreatif lokal yang terakreditasi.

7. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana pendidikan kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) pengembangan sistem standarisasi sarana dan prasarana dalam pembelajaran dibidang keilmuan kreatif, b) memfasilitasi pengadaan sarana dan prasarana pembelajaran dibidang keilmuan kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan Industri kreatif global.
8. Meningkatkan alokasi anggaran pendidikan kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui kegiatan evaluasi dan peningkatan alokasi anggaran pendidikan kreatif untuk pengembangan lembaga pendidikan (formal, nonformal dan *community collage*) kreatif yang tidak terbatas pada pengembangan bangunan fisik tetapi juga pengembangan kurikulum, tenaga kependidikan, serta sarana dan prasaran pendidikan. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya proporsi anggaran bagi pengembangan pendidikan kreatif didalam negeri.
9. Meningkatkan keterhubungan antar tingkat pendidikan yang terkait dengan ekonomi kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) memetakan dan melakukan penilaian keterhubungan antar tingkatan pendidikan kreatif dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi, b) mengembangkan panduan keterhubungan dan keterpaduan antara lulusan pendidikan tinggi dan sekolah menengah kejuruan kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya persentase lulusan SMK, diploma, SI yang dapat diterima di jenjang pendidikan lanjutan yang berkesesuaian
10. Meningkatkan partisipasi wirausaha dan orang kreatif dalam pembelajaran. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui a) mengidentifikasi kebutuhan dan ketersediaan wirausaha dan orang kreatif yang dapat dilibatkan dalam pembelajaran, b) mengembangkan program yang melibatkan wirausaha dan orang kreatif dalam pembelajaran, c) memberikan insentif bagi wirausaha dan orang kreatif yang bersedia teribat dalam pembelajaran dan program magang, d) memfasilitasi dan menjalin kerjasama dengan Industri kreatif didalam dan luar negeri untuk program magang bagi peserta didik dilembaga pendidikan kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya keterlibatan wirausaha dan orang kreatif dalam pembelajaran dilembaga pendidikan kreatif.
11. Meningkatkan akses beasiswa bagi tenaga kependidikan dan orang kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) meningkatkan alokasi anggaran untuk pemberian beasiswa bagi tenaga kependidikan dan orang kreatif ke jenjang pendidikan setara dengan S2 dan S3, b) memfasilitasi beasiswa pendidikan kreatif. Indikator keberhasilan program ini adalah meningkatnya tenaga kependidikan dan orang kreatif yang berpendidikan S2 dan S3.

Dalam rangka meningkatkan kuantitas dan kualitas tenaga kerja kreatif, terdapat 4 strategi yang terdiri dari :

1. Mengembangkan standar kompetensi dan sistem sertifikasi tenaga kerja kreatif yang diakui secara global. Terciptanya standar kompetensi pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) memetakan profesi dan mengembangkan standar kompetensi di Industri kreatif, b) mengembangkan sistem sertifikasi profesi kreatif yang sesuai dengan kebutuhan dunia usaha dan memenuhi standar internasional, c) mengkomunikasikan standar kompetensi dan sertifikasi kepada pelaku Industri dan tenaga kreatif, d) memfasilitasi tenaga kerja kreatif untuk mendapatkan sertifikasi ditingkat nasional dan global. Indikator keberhasilan strategi ini adalah terciptanya standar kompetensi dan sistem sertifikasi kompetensi profesi kreatif dan meningkatnya

- tenaga kerja kreatif lokal yang mendapatkan sertifikasi ditingkat nasional maupun global.
2. Memfasilitasi peningkatan profesionalisme (*skill-knowledge-attitude*) tenaga kerja kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) memfasilitasi pemberdayaan masyarakat dan partisipasi orang kreatif dan komunitas kreatif dalam kompetisi internasional, b) memfasilitasi aktivitas komunitas kreatif untuk pengembangan kemampuan orang kreatif, c) memfasilitasi dan memberikan insentif bagi orang kreatif yang berpengalaman di Industri kreatif tingkat global untuk bekerja atau bekerja sama dengan pelaku Industri kreatif lokal, d) memfasilitasi pengembangan sistem informasi ketenagakerjaan di Industri kreatif, e) memfasilitasi pengembangan kode etik profesi kreatif, f) memfasilitasi penyelenggaraan kompetisi bagi orang kreatif yang berstandar internasional. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya kapasitas tenaga kerja kreatif lokal dalam : penguasaan iptek, berpola pikir serta kemampuan teknis, bisnis dan manajerial. Selain itu keberhasilan strategi ini dapat dilihat melalui terciptanya akses terhadap tenaga kerja kreatif lokal, meningkatnya kepuasan konsumen produk, karya dan jasa kreatif, serta meningkatnya kreativitas orang kreatif lokal.
 3. Memfasilitasi program bursa tenaga kerja kreatif. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan dengan memfasilitasi penyelenggaraan bursa tenaga kerja di Industri kreatif tingkat nasional dan internasional. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya penyerapan tenaga kerja kreatif.
 4. Mengembangkan sistem perlindungan tenaga kerja bagi tenaga kerja kreatif didalam dan diluar negeri. Pelaksanaan strategi ini dapat dilaksanakan melalui : a) pemetaan sistem perlindungan kerja bagi tenaga kerja kreatif didalam dan luar negeri, b) merevitalisasi sistem hukum yang dapat melindungi tenaga kerja kreatif didalam dan luar negeri, c) mengembangkan standar upah bagi tenaga kerja kreatif. Indikator keberhasilan strategi ini adalah meningkatnya kepastian hukum bagi tenaga kerja kreatif dan terciptanya sistem standar upah minimal bagi tenaga kerja kreatif.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa laju pertumbuhan jumlah tenaga kerja SDM Industri kreatif di Indonesia mengalami penurunan dari tahun 2010-2013. Pada tahun 2013, total jumlah tenaga kerja industri kreatif berjumlah 11.874.428 orang. Sektor mode menyumbang serapan tenaga kerja paling besar yaitu dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 3.838.756 orang atau sebesar 32,33%, sedangkan seni rupa menjadi sektor yang paling sedikit menyumbang serapan tenaga kerja yaitu sebesar 15.269 orang atau sebesar 0.13%.

Strategi pengembangan SDM Industri kreatif di Indonesia dapat dilaksanakan dengan cara 1) peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif serta 2) peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif. Peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif ditandai dengan bertambahnya jumlah lembaga pendidikan kreatif, meningkatnya mutu pendidikan lembaga pendidikan kreatif serta meningkatnya lulusan dari lembaga pendidikan kreatif yang terserap di dunia kerja. Peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif ditandai dengan meningkatnya tenaga

kerja kreatif yang memiliki sertifikasi yang diakui secara global serta adanya adanya sistem perlindungan tenaga kerja bagi tenaga kerja di sektor Industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Nazili Saleh. (2011). Pendidikan dan Masyarakat. Yogyakarta : Sabda Media
- Saroni, Muhammad. (2011). *Orang miskin bukan orang bodoh*. Yogyakarta: Bahtera Buku.
- Hasibuan, Malayu S.P. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Moleong. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung : Rosda.
- Notoatmodjo, Soekidjo. (2009). Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Panggabean, Mutiara, S. (2002). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Ghalia
- Rivai, Veithzal. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Raja Grafindo
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Methods*). Bandung : Alfabeta.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2015). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2014*. Jakarta : Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2014). *Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019*. Jakarta : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Republik Indonesia. (2003). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sistem Pendidikan*. Jakarta.
- Simamora, Henry. (2006). *Manajemen Sumber Daya Manusia* Ed.3. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- _____.(2011). *Tiga Masalah Ganjal Perkembangan Ekonomi Kreatif*. [Online]. Tersedia: <http://www.neraca.co.id/article/7784/tiga-masalah-ganjal-perkembangan-ekonomi-kreatif>. [22 September 2015]
- _____.(2015). *4 Pilar ASEAN*. [Online]. Tersedia <http://aeccenter.kemendag.go.id/tentang-aec-2015/4-pilar-asean/>. [12 Maret 2016]