

BAB I PENDAHULUAN

Bagian ini membahas tentang pendahuluan penelitian yang meliputi latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, kontribusi penelitian, serta sistematika penulisan proposal Tugas Akhir ini. Secara garis besar, latar belakang permasalahan berisi tentang WTO dan ACFTA dan dampaknya pada posisi industri kreatif Indonesia sehingga diperlukan adanya penelitian SWOT industri kreatif Indonesia untuk mengetahui kebijakan pemerintah ke depannya dalam meningkatkan daya saing negara Indonesia dalam persaingan global.

I.1 Latar Belakang

Persaingan global sudah sejak lama menjadi sorotan yang sangat hangat diperbincangkan orang-orang terkemuka di seluruh dunia. Hingga pada tanggal 1 Januari 1995 terbentuk WTO sebagai hasil perundingan dari berbagai negara di dunia. WTO (World Trade Organization) adalah rezim perdagangan internasional yang didirikan dengan tujuan untuk mewujudkan perdagangan dunia yang bebas, adil dan terbuka. Sebagai rezim perdagangan internasional, WTO mempunyai prinsip-prinsip dasar yang harus dipatuhi oleh para anggotanya yaitu most-favoured nation, non-tariff measures, national treatment, transparency, dan quantitative restriction (quota) dengan norma utamanya adalah pengurangan hambatan perdagangan hingga seminim mungkin untuk mewujudkan pasar perdagangan yang bebas, adil dan terbuka (Maria, 2009).

Pada saat ini, perdagangan Cina merupakan fenomena baru dalam persaingan global. Cina adalah satu di antara negara yang turut bergabung dalam WTO. Cina bergabung pada tanggal 10 November 2001. Sebelumnya, Cina bukan menjadi momok yang menakutkan bagi negara-negara yang bergabung di WTO. Bahkan Amerika menganggap Cina merupakan peluang pasar yang berpotensi sangat besar. Namun perkembangan perekonomian Cina yang begitu pesat, sempat menjadi pusat perhatian dunia yang bahkan membuat Amerika khawatir (Wibowo & Hadi, 2009, p.20). Kekhawatiran itu memang beralasan. Pertumbuhan Negeri

Tirai Bambu itu selama lebih dari dua dekade memperlihatkan kegemilangan. Semenjak “Empat Modernisasi” diluncurkan pada 1978 di bawah kepemimpinan Deng Xiaoping, pertumbuhan Cina rata-rata tercatat 9,8 persen per tahunnya. Bahkan pernah mencapai 11,4 persen untuk tahun 2007, dan menjadi pertumbuhan tahunan tercepat sejak 1994. Bahkan sebuah survei yang dilakukan Kamar Dagang Eropa pada tahun 2007 menunjukkan bahwa sebanyak 34% responden merasakan dampak negatif dari bergabungnya Cina dalam keanggotaan WTO, naik drastis dari tahun 2006 yang hanya mencapai 4% (Maria, 2009).

Bagaimana posisi Indonesia dalam situasi yang ada sekarang? Ternyata Indonesia juga mengalami kekhawatiran yang sama dengan Amerika dan negara-negara lain di dunia dalam menghadapi Cina. Hal ini bermula dari kesepakatan Perdagangan Bebas Cina-ASEAN (ACFTA) yang mulai berlaku Januari lalu yang telah membentuk sebuah blok ekonomi 1,9 miliar orang. Perjanjian yang ditandatangani pada 2002 silam ini diyakini memberikan keuntungan yang seimbang bagi negara-negara di dalamnya. Namun kenyataannya, kalangan dunia usaha di negara-negara ASEAN, khususnya Indonesia, mengkhawatirkan dampak merugikan ACFTA bagi dunia industri, terutama karena banjirnya barang murah asal Cina (Fajribudi, 2010).

Pada tabel berikut dijelaskan jumlah ekspor-impor Indonesia ke/ oleh negara-negara ASEAN dan Cina sebelum ACFTA terbentuk:

Tabel I-1 : Jumlah Ekspor-Import Indonesia ke/ dari ASEAN dan Cina

Sumber: BPS, dalam bisnis Indonesia, Selasa 2 Maret 2010

Negara	Ekspor Indonesia			Impor Indonesia		
	Januari (2009)	Desember (2009)	Januari (2010)	Januari (2009)	Desember (2009)	Januari (2010)
Cina	462,9	1206,8	1011,7	1035,7	1482,6	1408,0
Singapura	580,7	713,8	701,5	651,5	784,9	784,2
Malaysia	281,7	730,3	600,4	212,6	298,2	330,8
Thailand	147,9	274,3	288,6	291,1	466,6	482,7

Tabel I-1 : Jumlah Eskpor-Import Indonesia ke/ dari ASEAN dan Cina
(Lanjutan)

Anggota ASEAN lainnya	252,5	436,2	367,2	51,7	136,0	102,6
Total	7280,1	13348,1	11574,7	6600,6	10299,9	9543,3

Dari data di atas jelas bahwa impor Cina ke Indonesia lebih besar dari eksportnya, sehingga terjadi defisit perdagangan. Jadi, kekhawatiran tersebut sangat beralasan. Tanpa pemberlakuan ACFTA pun impor Cina ke Indonesia sudah cukup tinggi, apalagi dengan dihapuskannya tarif bea masuk barang Cina ke Indonesia. Berikut ini adalah tabel yang juga menjelaskan indikator-indikator yang menyebabkan Cina lebih unggul dari Indonesia:

Tabel I-2 : Perbandingan Sejumlah Indikator Indonesia - Cina tahun 2009

Sumber: Litbang Kompas Kementerian Perhubungan dan CIA 2010 dalam Kompas

Rabu, 3 Februari 2010

Indikator	Indonesia	Cina	Satuan
Jumlah Penduduk	204,3	1340,0	Juta Jiwa
Pertumbuhan Penduduk	1,14	0,66	Persen
PDB per Kapita	4000	6500	Dollar AS
Angkatan Kerja	113,3	812,7	Juta Jiwa
Tingkat pengangguran	7,7	4,3	Persen
Inflasi	5,0	-0,8	Persen
Suku Bunga Kredit Bank Komersil	13,60	5,31	Persen
Pertumbuhan Produksi Industri	2,0	8,1	Persen
Panjang Jalan Raya	391009	3600000	Km
Panjang Jalan Tol	772	53913	Km
Produksi Listrik	134,4	3451,0	Miliar kWH
Konsumsi Listrik	119,3	3438,0	Miliar kWH

Dari data di atas, infrastruktur Indonesia juga terlihat jauh tertinggal, padahal infrastruktur yang baik akan menunjang dalam menciptakan biaya berproduksi murah yang selanjutnya akan menekan harga di tingkat konsumen. Infrastruktur yang baik juga sangat membantu dalam perluasan pasar hingga mencapai skala perdagangan ekspor-impor (Sekretariat Negara Republik Indonesia, 2010). Jadi jelaslah sudah alasan kekhawatiran Indonesia dalam menghadapi Cina.

Presiden Susilo Bambang Yudhoyono melihat bahwa usaha sektor industri kreatif merupakan salah satu potensi yang harus dikembangkan untuk meningkatkan daya saing industri Indonesia. Pada 2006, industri kreatif Indonesia menyumbang sekitar 4,75 persen dari Produk Domestik Bruto atau PDB Indonesia pada 2006, berada di atas sektor listrik, gas, dan air bersih. Laju pertumbuhan industri kreatif Indonesia tahun 2006 juga sebesar 7,3 persen per tahun, melebihi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang sebesar 5,6 persen (Oetama, 2009). Ini mengindikasikan bangsa Indonesia terdiri dari manusia-manusia mandiri dan kreatif, baik sebagai pekerja maupun sebagai inventor yang menghasilkan produk. Hal ini terbukti dengan banyak sekali karya anak bangsa yang diakui oleh komunitas Internasional dan saat ini Indonesia tercatat menempati peringkat ke-43 di *Economic Creativity Index Ranking (ECIR)* yang dipublikasikan oleh *World Economic Forum*.

Oleh karena itu, Susilo Bambang Yudhoyono segera mengambil langkah untuk menjadikan Indonesia menjadi negara yang berkembang di bidang industri kreatif guna meningkatkan daya saing Indonesia dalam menghadapi Cina yang semakin merajalela mengembangkan sayap di pasar Indonesia. Pada tahun 2009 keluar Instruksi Presiden yaitu *Pencanangan Tahun Indonesia Kreatif 2009 (TIK 2009)*. Pada instruksi ini, sektor-sektor yang bergerak di bidang industri kreatif akan dipermudah dan didukung oleh pemerintah (JAKARTA, KOMPAS.com). Bahkan ada sekilas pidato SBY yang mengatakan “Menjadi bangsa yang menguasai iptek mengharuskan kita menjadi bangsa inovatif. Indonesia harus menjadi rumah bagi manusia kreatif.” Beliau pun mengutarakan maksudnya untuk membentuk Komite Inovasi Nasional (KIN) agar negeri ini menjadi negeri yang unggul (HU Pikiran Rakyat, 2010). Mari Pengestu selaku Menteri Perdagangan juga pernah mengutarakan pernyataan bahwa “Indonesia ditargetkan masuk 10 besar negara

ekonomi kreatif internasional pada 2012. Walaupun masih terkendala hak paten dan permodalan”.

Berikut ini adalah tabel yang menjabarkan mengenai kontribusi ekonomi industri kreatif pada tahun 2002-2006.

Tabel I-3 : Kontribusi Ekonomi Industri Kreatif 2002-2006

Sumber: Departemen Perdagangan Republik Indonesia

Indikator	2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata
Berbasis Produk Domestik Bruto (PDB)						
Nilai Tambah (miliar Rp)	72.013	75.563	79.892	81.015	86.914	79.079
Pertumbuhan Nilai Tambah	-	4.95%	5.73%	1.41%	7.2%	4.84%
Nilai Terhadap Total PDB (%)	4.7%	4.79%	4.82%	4.63%	4.71%	4.75%
Berbasis Ketenagakerjaan						
Jumlah Tenaga Kerja (orang)	3.331.373	3.186.734	3.697.082	3.813.122	4.483.953	3.702.447
Tingkat Partisipasi Pekerjaan	3.6%	3.51%	3.94%	4.02%	4.70%	3.96%
Pertumbuhan Jumlah Tenaga Kerja	-	-4.34%	16.01%	3.14%	17.59%	8.10%
Produktifitas Tenaga Kerja (ribu/org)	21.617	23.712	21.610	21.246	19.383	21.514

Dari tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa pembangunan industri dengan mengandalkan kreativitas manusia dan budaya dapat menjadi potensi untuk menyejahterakan masyarakatnya serta dapat mengatasi pengangguran. Hal tersebut membuktikan bahwa industri kreatif bukan hanya mampu menjadi

sumber pendapatan bagi negara dan daerah itu sendiri, namun juga dapat menjadi lapangan kerja yang luas yang menjanjikan bagi masyarakat.

Ada begitu banyak alasan lainnya yang menjadi alasan pengembangan industri kreatif seperti adanya pernyataan Depdag yang mengatakan bahwa sektor industri kreatif ini memberikan kontribusi 6,3 persen dari GDP atau sekitar Rp 104,73 triliun dengan nilai ekspor mencapai Rp 81,4 triliun. Kontribusi untuk total nilai ekspor nasional juga besar, yaitu 9,13 persen (Departemen Perdagangan, 2007). Berdasarkan data Depdag juga bahwa selama 2002-2006, serapan tenaga kerja dari sektor industri kreatif juga relatif besar sebesar 5,8% atau sebanyak 5,4 juta pekerja. Industri kreatif di tanah air berhasil membukukan nilai ekspor sekitar 10% dari total ekspor Indonesia. Kontribusi industri kreatif di Indonesia terhadap PDB ini terbilang lebih rendah dibandingkan kontribusi industri kreatif di negara maju, seperti Inggris yang industri kreatifnya mampu berkontribusi sebesar 9% terhadap PDB. Kendati demikian, kontribusi industri kreatif di tanah air masih lebih besar jika dibandingkan dengan sektor industri kreatif Australia yang hanya menyumbang 3,3% terhadap PDB. Negara-negara di dunia juga sudah mulai memberikan perhatian khusus pada industri kreatif. Misalnya United Kingdom (UK), China, dan Singapura. Untuk Singapura, sebagai negara berbasis ekonomi industri, industri kreatif menyumbang 1.9% dari GDP (*Gross Domestic Product*) pada tahun 2000 dengan pertumbuhan 17.2% per tahun. Di UK, 7.9% GDP tahun 2000 dikontribusi oleh industri kreatif dengan pertumbuhan pertahun sebesar 9%. Angka ini lebih besar dibandingkan sektor ekonomi lainnya yang saat itu hanya berkembang 2.8% (UNESCO). China bahkan tercatat sebagai pengeksport produk hasil industri kreatif terbesar di dunia tahun 2008 dengan kontribusi sebesar 19% (UNCTAD). Diperkirakan pertumbuhan industri ini akan meningkat tiap tahunnya rata-rata sebesar 10% serta 7% dari GDP. Industri kreatif di Indonesia telah memberikan kontribusi sebesar 6,28% dari total produk domestik bruto 2002-2006 dan menyerap 5,8% dari total tenaga kerja nasional. Omzet industri kreatif di Indonesia tahun 2006 sebesar Rp 105 triliun dan ditargetkan meningkat 7% tahun 2009. Angka ini cukup menjanjikan industri kreatif sebagai solusi masalah pengangguran di tengah krisis ekonomi dunia saat ini, terutama bagi negara-

negara berkembang dan khususnya Indonesia yang selalu terbentur masalah finansial ketika ingin mengembangkan suatu industri konvensional.

Usaha untuk meningkatkan daya saing perlu dilakukan penelitian dengan variabel-variabel yang berkaitan dengan kehidupan industri kreatif. Adapun variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (1) kekuatan industri kreatif Indonesia dalam persaingan global, (2) kelemahan industri kreatif Indonesia dalam persaingan global, (3) peluang industri kreatif Indonesia dalam persaingan global, dan (4) ancaman industri kreatif Indonesia dalam persaingan global.

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode AHP dan analisis SWOT. Dengan metode AHP, dapat diketahui pembobotan dari setiap variabel-variabel dan dengan metode ini juga dapat diketahui variabel yang dapat menjadi prioritas. Selanjutnya dilakukan analisis SWOT untuk menganalisis variabel-variabel yang akan dikembangkan guna meningkatkan daya saing Indonesia di sektor industri kreatif dalam menghadapi persaingan global.

I.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diangkat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagaimana keadaan daya saing Indonesia yang ditinjau dari sektor industri kreatif Indonesia dengan analisis SWOT?
2. Bagaimana pembobotan dan faktor ranking dari setiap variabel-variabel yang memengaruhi daya saing negara Indonesia pada sektor industri kreatif dalam persaingan global dengan metode AHP dan *rank factor*?
3. Bagaimana posisi industri kreatif Indonesia dalam persaingan global yang diketahui dari matriks SPACE dan dianalisis dengan analisis SWOT?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan utama penelitian adalah menentukan posisi industri kreatif Indonesia dalam persaingan global dengan menggunakan metode AHP dan analisis SWOT dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mengetahui keadaan daya saing Indonesia yang ditinjau dari sektor industri kreatif Indonesia dengan analisis SWOT

2. Mengetahui pembobotan dan faktor ranking dari setiap variabel-variabel yang memengaruhi daya saing negara Indonesia pada sektor industri kreatif dalam persaingan global dengan metode AHP dan *rank factor*.
3. Menganalisis posisi industri kreatif Indonesia dalam persaingan global yang diketahui dari matriks SPACE dan dianalisis dengan analisis SWOT.

I.4 Batasan Penelitian

Pada bagian ini diuraikan batasan dari penelitian yang dilakukan sehingga permasalahan yang diangkat tidak melebar. Batasan tersebut yaitu :

1. Penelitian ini menggunakan narasumber ahli yang berada di sekitar wilayah Jawa Barat saja sebagai sumber yang diwawancarai.
2. Penelitian ini hanya sampai tahap perumusan rekomendasi program, tidak sampai pada tahap implementasi dan evaluasi keberhasilan.
3. Perumusan rekomendasi tidak mempertimbangkan faktor biaya dan waktu pelaksanaan.

I.5 Manfaat Penelitian

Pada bagian ini diuraikan manfaat dari penelitian yang dilakukan, antara lain :

1. Sebagai rekomendasi dan bahan pendukung bagi pemerintah dalam pengambilan keputusan dalam hal peningkatan daya saing negara Indonesia dalam lingkup industri kreatif dengan harapannya mampu bersaing dengan lebih matang lagi di dalam kancah perekonomian Internasional.
2. Sebagai bahan untuk menambah wawasan maupun perbandingan untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

I.6.1 Kontribusi pada Keilmuan

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi perkembangan penelitian di bidang pemasaran dan strategi bersaing.

Kajian penelitian ini menambah kontribusi terhadap penelitian-penelitian terdahulu yang telah mengkaji tentang aspek industri kreatif dalam daya saing Indonesia menghadapi persaingan global.

I.6.2 Kontribusi pada Praktik

Berkaitan dengan kebutuhan praktis bagi perusahaan-perusahaan, temuan dari penelitian ini diharapkan dapat:

1. Memberikan masukan-masukan bagi perusahaan, terutama perusahaan di sektor industri kreatif
2. Memberikan masukan bagi manajemen yang bergerak di sektor industri kreatif untuk mengetahui variabel yang menjadi kekuatan industri kreatif Indonesia dalam menghadapi persaingan global khususnya Cina yang menjadi pesaing terbesar Indonesia saat ini.
3. Memberikan rekomendasi mengenai variabel-variabel yang memiliki kekuatan terbesar yang dapat mendorong peningkatan industri kreatif Indonesia dalam menghadapi persaingan global.

I.7 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu serta membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap pendahuluan, tahap pengumpulan data yang terdiri dari identifikasi variabel penelitian dan pengumpulan data, tahap pengolahan data dan analisis, tahap perumusan rekomendasi, dan tahap kesimpulan dan saran.

Bab IV Pengolahan Data

Bab ini membahas tentang perancangan sistem pakar yang meliputi keadaan daya saing Indonesia, evolusi industri kreatif, alasan pengembangan industri kreatif, keadaan industri kreatif Indonesia, dan pemilihan variabel-variabel SWOT sebagai faktor-faktor untuk memudahkan penentuan posisi industri kreatif Indonesia.

Bab V Analisis dan Perumusan Rekomendasi

Bab ini membahas tentang analisis hasil *expert choice*, *rank factor*, dan matriks SPACE serta perumusan rekomendasi atas hasil penelitian yang telah diperoleh.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran hasil penelitian. Kesimpulan meliputi hasil penelitian. Saran berisi informasi dan rekomendasi untuk perbaikan penelitian selanjutnya.