

RENCANA PELAKSANAAN PEMBELAJARAN (RPP)

Sekolah : SMP
Mata Pelajaran : Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS)
Kelas/Semester : IX (Sembilan)/Genap
Materi Pokok : Ketergantungan Antarruang dan Pengaruhnya terhadap Kesejahteraan Masyarakat
Sub Materi Pokok : Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berdasarkan Potensi Wilayah untuk Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat
Alokasi Waktu : 1 x 10 Menit (1 x Pertemuan)

A. KOMPETENSI INTI (KI)

1. **KI-1:** Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya.
2. **KI-2:** Menunjukkan perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli (toleransi, gotong royong), santun dan percaya diri dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam dalam jangkauan pergaulan dan keberadaannya.
3. **KI 3:** Memahami dan menerapkan pengetahuan (faktual, konseptual, dan prosedural, dan metakognitif) berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya terkait fenomena dan kejadian tampak mata
4. **KI4:** Mengolah, menyaji, dan menalar dalam ranah konkret (menggunakan, mengurai, merangkai, memodifikasi, dan membuat) dan ranah abstrak (menulis, membaca, menghitung, menggambar dan mengarang) sesuai dengan yang dipelajari di sekolah dan sumber lain yang sama dalam sudut pandang/teori kebangsaan

B. KOMPETENSI DASAR DAN INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI

NO	KOMPETENSI DASAR	INDIKATOR PENCAPAIAN KOMPETENSI
1	3.3 Menganalisis ketergantungan antarruang dilihat dari konsep ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, harga, pasar) dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat.	3.3.1 Mengaitkan hubungan antara ekonomi kreatif dengan kesejahteraan masyarakat 3.3.2 Menganalisis hubungan antara ekonomi kreatif dengan potensi SDA wilayah 3.3.3 Menelaah upaya peningkatan ekonomi kreatif di daerah masing-masing
2	4.3 Menyajikan hasil analisis tentang ketergantungan antarruang dilihat dari konsep ekonomi (produksi, distribusi,	4.3.1 Menyajikan hasil analisis tentang pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan potensi wilayah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

	<p>konsumsi, harga, pasar) dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat.</p>	
--	--	--

C. TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Setelah peserta didik dan guru berdiskusi, peserta didik mampu menganalisis hubungan antara ekonomi kreatif dengan potensi SDA wilayah **secara tepat**.
2. Setelah peserta didik dan guru berdiskusi, peserta didik mampu menelaah upaya peningkatan ekonomi kreatif di daerah masing-masing **secara tepat**
3. Setelah peserta didik dan guru melakukan tanya jawab, peserta didik mampu menyajikan hasil analisis tentang pengembangan ekonomi kreatif berdasarkan potensi wilayah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat **secara bertanggungjawab**

Fokus Penguatan Karakter:

Sikap Spritual : bersyukur.

Sikap Sosial : Jujur, kerjasama, percaya diri, bertanggung jawab

D. MATERI PEMBELAJARAN

1. Materi Pembelajaran Reguler:

- Konsep Ekonomi Kreatif dan pengaruhnya terhadap kesejahteraan masyarakat.

2. Materi Pembelajaran Pengayaan:

- Menganalisis sektor ekonomi kreatif apa yang sudah ada di daerah masing-masing, jika belum ada silakan analisis sektor yang memungkinkan untuk dikembangkan sebagai ekonomi kreatif.

3. Materi Pembelajaran Remedial

- Konsep Ekonomi Kreatif
- Upaya untuk meningkatkan ekonomi kreatif.

E. PENDEKATAN, METODE, DAN MODEL PEMBELAJARAN

1. Pendekatan : Saintifik
2. Metode : Diskusi kelompok dan tanya-jawab
3. Model Pembelajaran : *Project Based Learning* dan *Student Team Achievement*

F. MEDIA DAN SUMBER BELAJAR

Media dan alat :

- Berbagai gambar dan video yang berhubungan dengan materi ekonomi kreatif
- LCD Proyektor dan Laptop serta tayangan slide Power point (ppt) yang telah disiapkan

Sumber belajar :

- Buku Siswa IPS kelas IX Kemendikbud
- Lingkungan sekitar tempat tinggal peserta didik, PPT, gambar dan Internet

G. LANGKAH-LANGKAH PEMBELAJARAN

Pertemuan Ke-1

Kegiatan	Sintaks Model <i>Project Based Learning</i>	Deskripsi Kegiatan	Alokasi Waktu
Pendahuluan		<ol style="list-style-type: none">1. Mengucapkan salam, menanyakan kabar, mengecek kehadiran peserta didik, serta mengajak peserta didik berdoa bersama-sama untuk pelaksanaan pembelajaran yang akan dilaksanakan.2. Peserta didik bersama guru mengkondisikan kelas.3. Guru memberi motivasi dengan menanyakan kembali materi yang telah disampaikan sebelumnya. Selanjutnya Guru bertanya tentang: Apakah alat tulis yang kalian gunakan hasil produksi Indonesia? Apakah bahan baku alat tulis tersebut Asli Indonesia? pertanyaan ini untuk menggiring peserta didik pada materi yang akan dipelajari.4. Peserta didik menerima informasi topik dan tujuan pembelajaran dari guru.	2 menit

Kegiatan	Sintaks Model <i>Project Based Learning</i>	Deskripsi Kegiatan	Alokasi Waktu
Kegiatan Inti	Tahap – 1 Stimulasi atau pemberian rangsangan	<p><u>Mengamati</u></p> <ul style="list-style-type: none"> Guru menayangkan dan menjelaskan beberapa contoh produk kerajinan dan kuliner yang ada di daerah di Lombok Tengah dan Siswa diminta untuk mengamatinya     <p>Guru dan peserta didik mendiskusikan produk kerajinan dan kuliner dalam gambar dan mengaitkan hubungannya dengan sektor ekonomi kreatif.</p>	5 menit

Kegiatan	Sintaks Model <i>Project Based Learning</i>	Deskripsi Kegiatan	Alokasi Waktu
	Tahap – 2 Identifikasi Masalah	<p><u>(Menanya dan Mengamati)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Guru membagi Peserta didik dibagi menjadi 5 (Lima) kelompok dan diberi tugas untuk mengidentifikasi sumber daya alam, produk, kerajinan atau sektor ekonomi lainnya yang ada di daerah masing-masing yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi ekonomi kreatif. • Setiap kelompok diminta untuk mendiskusikan beberapa produk dari daerah masing-masing dan diminta memilih satu produk unggulan untuk dikembangkan menjadi ekonomi kreatif • Setiap kelompok diminta untuk membuat rancangan produk yang memuat tentang : <ul style="list-style-type: none"> (1) Nama produk (2) Alasan memilih dan membuat produk tersebut (3) Pemasaran produk (4) Dampak atau manfaat produk yang dibuat terhadap peningkatan ekonomi masyarakat di wilayah sekitar tempat tinggal 	
	Tahap – 3 Pengumpulan Data	<p><u>Menanya dan Mengumpulkan Data</u></p> <p>Guru mendorong peserta didik untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang produk, cara pembuatan atau produksinya, pemasaran dan manfaatnya bagi peningkatan ekonomi masyarakat sekitar. Sumber informasi bisa melalui internet maupun buku pelajaran dll</p>	

Kegiatan	Sintaks Model <i>Project Based Learning</i>	Deskripsi Kegiatan	Alokasi Waktu
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dengan berdiskusi peserta didik diminta mengumpulkan informasi/data untuk membuat rancangan produk 	
	Tahap – 4 Pengolahan Data	<p><u>Mengasosiasi</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Setiap kelompok membuat rancangan produk sesuai dengan kerangka yang telah diberikan • Guru memfasilitasi setiap peserta didik untuk terlibat aktif dalam mengolah informasi yang didapat untuk merancang produk yang sudah dipilih. <p>(penilaian sikap dan keaktifan anggota kelompok).</p>	
	Tahap -5 Pembuktian	<p><u>Mengasosiasi dan Mengkomunikasikan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Guru meminta setiap kelompok untuk mempresentasikan rancangan produk yang telah dibuat • Setiap anggota kelompok diberikan kesempatan untuk presentasi dan menjawab pertanyaan dari kelompok lain (Penilaian sikap, keaktifan dan kemampuan mengkomunikasi materi dan elaborasi) 	
	Tahap – 6 Menarik Kesimpulan	<p><u>Mengasosiasi dan Mengkomunikasikan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Guru memberikan kesimpulan dari proses pembelajaran yang telah dilakukan pada pertemuan kali ini. • Guru memberikan kesempatan kepada peserta didik untuk bertanya tentang materi yang telah diajarkan. • Guru menjawab setiap pertanyaan yang diajukan oleh peserta didik. 	

Penutup		<ol style="list-style-type: none"> 1. Peserta didik menanyakan hal-hal yang masih ragu dan melaksanakan evaluasi 2. Guru membantu peserta didik untuk menjelaskan hal-hal yang diragukan sehingga informasi menjadi benar dan tidak terjadi kesalahpahaman terhadap materi. 3. Peserta didik menyimpulkan materi di bawah bimbingan guru 4. Guru melaksanakan penilaian pengetahuan melalui tes tertulis dengan waktu maksimal 2 menit, dan seluruh peserta didik mengerjakan tes tertulis. 	3 menit
---------	--	---	---------

H. PENILAIAN

1. Teknik Penilaian
 - a. Sikap : Observasi/Jurnal, selama interaksi di dalam kelas
 - b. Pengetahuan : Tes tulis
 - c. Keterampilan : Non Tes yaitu menggunakan observasi pada kegiatan diskusi dan presentasi tim serta hasil diskusi pada materi mengembangkan ekonomi kreatif berdasarkan potensi wilayah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Instrumen penilaian
 - a. Sikap (pada buku jurnal penilaian sikap), contoh format penilaian sikap terlampir.
 - b. Pengetahuan (terlampir)
 - c. Keterampilan (pada buku jurnal penilaian keterampilan), contoh format penilaian keterampilan terlampir.

3. Pembelajaran Remedial

Pembelajaran remedial dilakukan dalam pemberian tugas bagi peserta didik yang belum mencapai ketuntasan belajar sesuai hasil analisis penilaian.

Metode: Pemanfaatan tutor sebaya, peserta didik yang memiliki nilai di atas KKM membimbing dan berdiskusi dengan temannya yang memiliki nilai di bawah KKM

4. Pembelajaran Pengayaan

Berdasarkan analisis penilaian, peserta didik yang sudah mencapai ketuntasan belajar diberi kegiatan pembelajaran pengayaan untuk perluasan dan/pendalaman materi dengan Menganalisis sektor ekonomi kreatif apa yang sudah ada di daerah masing-masing, jika belum ada silakan analisis sektor yang memungkinkan untuk dikembangkan sebagai ekonomi kreatif.

Praya, Januari 2021

Guru Bidang Studi ,

Kitirman, S.ST.Par

B. PENILAIAN PENGETAHUAN

a) Tes Tulis

Penilaian pengetahuan dilakukan dengan memberikan nilai benar pada jawaban dari pertanyaan yang diberikan secara langsung, tertulis, atau penugasan. Adapun format dari rubrik penilaian pengetahuan telah disampaikan di petunjuk umum buku guru.

KISI-KISI SOAL

No.	KD	Materi	Indikator soal	Bentuk Soal	Jlh. Soal
1.	3.3 Menganalisis ketergantungan antarruang dilihat dari konsep ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, harga, pasar) dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat	<ul style="list-style-type: none">○ Konsep Ekonomi Kreatif○ Upaya untuk meningkatkan ekonomi kreatif.○ Ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat	<ol style="list-style-type: none">1. Menjelaskan faktor-faktor penghambat untuk menjadi kreatif2. Menyebutkan ciri-ciri orang yang kreatif.3. Hubungan antara jiwa kreatif dengan tingkat kesuksesan4. Menjelaskan hubungan kreatifitas dengan kesuksesan dalam berwirausaha5. Menyebutkan 5 contoh usaha ekonomi kreatif!	Uraian	1 1 1 1 1
Jumlah soal					5

BUTIR SOAL:

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat menghambat seseorang untuk menjadi lebih kreatif
2. Tuliskan ciri-ciri seseorang yang memiliki kreativitas
3. Seseorang yang memiliki jiwa yang kreatif pada umumnya menghasilkan manfaat yang lebih (berhasil). Uraikan menurut pendapatmu maksud dari pernyataan jiwa yang kreatif tersebut.
4. Mengapa kreativitas merupakan kunci kesuksesan dalam berwirausaha?
5. Sebutkan 5 contoh usaha ekonomi kreatif!

RUBRIK PENILAIAN DAN PEDOMAN PENSKORAN

No.	Kunci Jawaban	Skor	Bobot
1.	Takut untuk mengambil risiko Takut untuk dikritik Kurangnya usaha berkreasi Kekauan dalam berfikir Tidak percaya diri	1	20
2.	1. suka berimajinasi 2. memiliki banyak energi tapi tetap fokus 3. lebih dari cerdas 4. suka bermain, tapi tetap disiplin 5 memiliki passion yang kuat	1	20
3.	Kreatif berarti berani tampil beda dan tidak mau sama dengan yang lain, berani mencoba hal baru dan tidak takut gagal	1	20
4.	Karena Kreatif berarti berani tampil beda dan tidak mau sama dengan yang lain, berani mencoba hal baru dan tidak takut gagal	1	20
5.	Kuliner, periklanan, aneka kerajinan tangan, desain ruang, game	1	20
	Jumlah	5	100

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor perolehan}}{\text{Skor maksimal}} \times \text{Bobot soal}$$

Lampiran:

Lembar Kerja Peserta Didik (LKPD)

Nama :

Kelas :

KD :

3.3 Menganalisis ketergantungan antarruang dilihat dari konsep ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, harga, pasar) dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat

Kerjakan soal ini dengan jawaban yang benar.

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat menghambat seseorang untuk menjadi lebih kreatif
2. Tuliskan ciri-ciri seseorang yang memiliki kreativitas
3. Seseorang yang memiliki jiwa yang kreatif pada umumnya menghasilkan manfaat yang lebih (berhasil). Uraikan menurut pendapatmu maksud dari pernyataan jiwa yang kreatif tersebut.
4. Mengapa kreativitas merupakan kunci kesuksesan dalam berwirausaha?
5. Sebutkan 5 contoh usaha ekonomi kreatif!

SELAMAT MENGERJAKAN

b) Observasi Terhadap Diskusi, Tanya Jawab dan Percakapan Ketika KBM

Mata pelajaran : IPS
 Kelas/Semester : IX /Genap
 Sub Pokok Bahasan : Ekonomi Kreatif

No.	Nama Peserta Didik	Pernyataan						Skor	Nilai
		Pengungkapan gagasan yang orisinal		Kebenaran konsep		Ketepatan penggunaan istilah			
		Ya	Tidak	Ya	Tidak	Ya	Tidak		
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									
9.									
10.									
11.									
12.									
13.									
14.									
15.									
16.									
17.									
18.									
19.									
20.									
21.									
22.									
23.									
24.									
25.									

Keterangan Skor :

Ya = 1

Tidak = 0

$$\text{Nilai} = \frac{\text{Skor perolehan}}{\text{Skor maksimal}} \times 100$$

Kriteria Nilai

A = 86 – 100 : Baik Sekali

B = 71– 85 : Baik

C = 56 – 70 : Cukup

D = ≤ 55 : Kurang

C. PENILAIAN KETERAMPILAN

Berupa Observasi Kegiatan Diskusi dan Presentasi
KISI-KISI

No.	Kompetensi Dasar	Materi	Indikator	Bentuk Penilaian
1	4.3 Menyajikan hasil analisis tentang ketergantungan antarruang dilihat dari konsep ekonomi (produksi, distribusi, konsumsi, harga, pasar) dan pengaruhnya terhadap migrasi penduduk, transportasi, lembaga sosial dan ekonomi, pekerjaan, pendidikan, dan kesejahteraan masyarakat	<ul style="list-style-type: none">○ Konsep Ekonomi Kreatif○ Upaya untuk meningkatkan ekonomi kreatif.	4.3.2 Menyajikan hasil analisis tentang mengembangkan ekonomi kreatif berdasarkan potensi wilayah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.	Penilaian Kinerja dan Proyek

LEMBAR PENILAIAN KETERAMPILAN - UNJUK KERJA

1. Penilaian Kinerja Diskusi dan Presentasi

Dilaksanakan pada saat proses pembelajaran tatap muka, saat siswa menyampaikan hasil diskusi tentang Mengembangkan ekonomi kreatif berdasarkan potensi wilayah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengertian Ekonomi Kreatif

Latar Belakang Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah gelombang ekonomi baru yang lahir ada awal abad ke-21. Gelombang ekonomi baru ini mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menciptakan uang, kesempatan kerja, pendapatan, dan kesejahteraan. Inti dari ekonomi kreatif terletak pada industri kreatif, yaitu Industri yang digerakkan oleh para kreator dan inovator. Rahasia ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan keinovasian.



Begitu juga di Indonesia. Saat ini, ekonomi kreatif selalu ramai apalagi setelah mengetahui betapa besarnya sumbangan industri ekonomi kreatif seperti seni, musik, fashion, dan periklanan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pasalnya, industri ekonomi

kreatif ini merupakan hasil dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu.

Industri ekonomi kreatif merupakan basis dari karakter dan simbol kehadiran Bangsa Indonesia di tengah pergaulan antar bangsa-bangsa di dunia. Dengan memperkuat struktur industri berbasis tradisi dan budaya, kekayaan intelektual dan warisan budaya bangsa dapat dilestarikan sebagai sumber inspirasi untuk menghasilkan produk-produk inovatif baru bernilai tambah dan berdaya saing tinggi dan umumnya berskala kecil menengah seperti industri rumah tangga.

Namun perkembangan setelah itu, dimana kehidupan ekonomi umat manusia telah berubah seiring dengan berlangsungnya proses globalisasi ekonomi dan banyaknya temuan baru dibidang teknologi komunikasi dan informasi, telah mengiring peradaban manusia kedalam suatu arena interaksi sosial yang baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya, dan hal itu sama sekali belum terdeteksi dalam kajian Toffler dan kawan-kawan.

Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama.

Konsep ini biasanya akan didukung dengan keberadaan industri kreatif yang menjadi pengejawantahannya. Seiring berjalannya waktu perkembangan ekonomi sampai pada taraf ekonomi kreatif.

Setelah beberapa waktu sebelumnya dunia dihadapi dengan konsep ekonomi informasi yang mana informasi menjadi hal yang utama dalam pengembangan ekonomi.

Defenisi Ekonomi Kreatif

Menurut ahli ekonomi Paul Romer (1993), ide adalah barang ekonomi yang sangat penting, lebih penting dari objek yang ditekankan di kebanyakan model-model ekonomi. Di dunia dengan keterbatasan fisik ini, adanya penemuan ide-ide besar bersamaan dengan penemuan jutaan ide-ide kecil-lah yang membuat ekonomi tetap tumbuh. Ide adalah instruksi yang membuat kita mengkombinasikan sumber daya fisik yang penyusunannya terbatas menjadi lebih bernilai. Romer juga berpendapat bahwa suatu negara miskin karena masyarakatnya tidak mempunyai akses pada ide yang digunakan dalam perindustrian nasional untuk menghasilkan nilai ekonomi.

Konsep Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan stock of knowledge dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis Sumber Daya Alam (SDA) sekarang menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri dan informasi.

Alvin Toffler (1980) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi kedalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian. Kedua, gelombang ekonomi industri. Ketiga adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang keempat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif.

Konsep Ekonomi Kreatif ini semakin mendapat perhatian utama di banyak negara karena ternyata dapat memberikan kontribusi nyata terhadap perekonomian. Di Indonesia, gaung Ekonomi Kreatif mulai terdengar saat pemerintah mencari cara untuk meningkatkan daya saing produk nasional dalam menghadapi pasar global. Pemerintah melalui Departemen Perdagangan yang bekerja sama dengan Departemen Perindustrian dan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) serta didukung oleh KADIN kemudian membentuk tim Indonesia Design Power 2006-2010 yang bertujuan untuk menempatkan produk Indonesia menjadi produk yang dapat diterima di pasar internasional namun tetap memiliki karakter nasional. Setelah menyadari akan besarnya kontribusi ekonomi kreatif terhadap negara maka pemerintah selanjutnya melakukan studi yang lebih intensif dan meluncurkan cetak biru pengembangan ekonomi kreatif.

Karakteristik Ekonomi Kreatif

Tercatat beberapa hal yang menjadi karakteristik dari ekonomi kreatif yaitu:

- Diperlukan kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif yakni cendekiawan “kaum intelektual” dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar.
- Berbasis pada ide atau gagasan.
- Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha.
- Konsep yang dibangun bersifat relatif.
-

Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Dimulai pada tahun 2006 dimana Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menginstruksikan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Proses pengembangan ini diwujudkan pertama kali dengan pembentukan Indonesia 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 pencanangan tahun Indonesia Kreatif 2009. Untuk mewujudkan Indonesia Kreatif tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahunnya.

Jenis-Jenis Ekonomi Kreatif

Adapun jenis-jenis ekonomi kreatif yang diantaranya yaitu:

- Periklanan “advertising”
- Arsitektur
- Pasar Barang Seni
- Kerajinan “craft”
- Desain
- Fesyen “fashion”
- Video, Film dan Fotografi
- Permainan Interaktif “game”
- Musik
- Seni pertunjukan “showbiz”
- Penerbitan dan Percetakan
- Layanan komputer dan Piranti Lunak “Software”
- Televisi & Radio “broadcasting”
- Riset dan Pengembangan “R & D”
- Kuliner

Alasan Indonesia Mengembangkan Ekonomi Kreatif

Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut. Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah “dikenal”. Hal ini terkait dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik dibanding kota-kota kecil. Namun demikian, hal itu tidak menutup kemungkinan kota-kota kecil di Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif.

Secara umum, sejarah perkembangan peradaban ekonomi dapat dibedakan menjadi empat jaman: (1) Jaman Pertanian; (2) Jaman Industri; (3) Jaman Informasi; (4) Jaman Konseptual. Kita telah melewati jaman pertanian, jaman industri dan jaman informasi. Peradaban ekonomi sekarang ini masuk pada jaman konseptual dimana pada jaman ini yang dibutuhkan adalah para kreator dan empathizer. Kemampuan untuk mewujudkan kreativitas yang diramu dengan sense atau nilai seni, teknologi, pengetahuan dan budaya menjadi modal dasar untuk menghadapi persaingan ekonomi, sehingga muncullah ekonomi kreatif sebagai alternatif pembangunan ekonomi guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat.



Manfaat Ekonomi Kreatif

Tempat-tempat, dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif dan kreatif tercepat akan menjadi pemenang di era-ekonomi kreatif ini. Ramalan Richard Florida (2004) ini kian hari terlihat semakin nyata, termasuk di Indonesia. Kita dapat melihat bagaimana perkembangan kota Solo dengan Wisata Kuliner, Pasar Seni/Barang Antik dan pertunjukan Seni berbasis Budaya, kota Bandung dengan distro atau factory outletnya, kota Jember dengan Jember Fashion Festivalnya atau bagaimana kota Bangkok mengemas potensi wisata “Chao Praya River” yang sesungguhnya, dari yang “biasa-biasa saja” menjadi sesuatu yang “luar biasa”, dimana pada setiap pemberhentian jalur sungai, diberi sentuhan kreatifitas dan inovasi, menjelma menjadi destinasi wisata yang berperan sentral dalam menggerakkan ekonomi masyarakat lokal Thailand, dengan beragam produk kerajinan, pertunjukan seni, dan event-event lainnya.



Mengingat peran ekonomi kreatif yang semakin meningkat bagi perekonomian suatu wilayah, terutama terhadap pengembangan ekonomi berbasis Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) , maka tidaklah heran jika semakin banyak kota yang menjadikan ekonomi

kreatif sebagai ujung tombak dan katalisator pengembangan ekonomi daerahnya. Untuk menjadi pemenang di tengah persaingan yang semakin ketat ini, menurut Florida (The Rise of Creative Class), kota-kota, daerah, dan provinsi harus lebih menumbuhkan “iklim orang-orang” yang dimotori oleh kaum muda, dengan semangat inovasi dan kreatifitas, mampu berperan layaknya sebuah Midas Touch, yakni memoles sesuatu dari yang “biasa-biasa saja” menjadi “sesuatu yang luar biasa”.

Dalam konteks globalisasi, daya saing merupakan kunci utama untuk bisa sukses dan bertahan. Daya saing ini muncul tidak hanya dalam bentuk produk dalam jumlah banyak namun juga berkualitas. Kualitas produk tersebut dapat diperoleh melalui pencitraan ataupun menciptakan produk-produk inovatif yang berbeda dari wilayah lainnya. Diperlukan kreativitas yang tinggi untuk dapat menciptakan produk-produk inovatif. Berangkat dari poin inilah, ekonomi kreatif menemukan eksistensinya dan berkembang (Salman, 2010). Ekonomi kreatif sangat potensial dan penting untuk dikembangkan di Indonesia. Dr. Mari Elka Pangestu dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia, antara lain :

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.
2. Menciptakan iklimbisnis yang positif.
3. Membangun citra dan identitas bangsa.
4. Berbasis kepada sumber daya yang terbarukan.
5. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa.
6. Memberikan dampak sosial yang positif.

Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif

Ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia berdasarkan Inpres Nomor 6 Tahun 2009 berbeda dengan di negara seperti Inggris, hal mana bidang penelitian dan pengembangan dimasukkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Di Inggris, bidang penelitian dan pengembangan tidak dimasukkan sebagai ruang lingkup Industri Kreatif, tetapi bidang konsultasi sudah dimasukkan sebagai bagian dari industri kreatif. Lebih rinci bidang-bidang apa saja yang termasuk dalam ruang lingkup ekonomi kreatif di Indonesia adalah sebagai berikut:

- Periklanan (advertising)

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya riset pasar, perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan kampanye relasi publik. Selain itu, tampilan periklanan di media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan media reklame sejenis lainnya, distribusi dan delivery advertising materials or samples, serta penyewaan kolom untuk iklan;

- Arsitektur

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan desain bangunan secara menyeluruh, baik dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai level mikro (detail konstruksi). Misalnya arsitektur taman, perencanaan kota, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan sejarah, pengawasan konstruksi, perencanaan kota, konsultasi kegiatan teknik dan rekayasa seperti bangunan sipil dan rekayasa mekanika dan elektrik;

- Pasar Barang Seni

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni dan sejarah yang tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan dan internet, meliputi barang-barang musik, percetakan, kerajinan, automobile, dan film;



- Kerajinan (craft)

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu dan besi), kaca, porselen, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal);

- Desain

kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan;

- Fesyen (fashion)

kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk berikut distribusi produk fesyen;

- Video, Film dan Fotografi

kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skrip, dubbing film, sinematografi, sinetron, dan pameran atau festival film;

- Permainan Interaktif (game)

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi. Sub-sektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat bantu pembelajaran atau edukasi;

- Musik

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi atau komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara;

- Seni Pertunjukkan (showbiz)

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukkan. Misalnya, pertunjukkan wayang, balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukkan, tata panggung, dan tata pencahayaan;

- Penerbitan dan Percetakan

kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, tabloid, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi, saham dan surat berharga lainnya, paspor, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup

penerbitan foto-foto, grafir (engraving) dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film;

- Layanan Komputer dan Piranti Lunak (software)

kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi, termasuk layanan jasa komputer, pengolahan data, pengembangan database, pengembangan piranti lunak, integrasi sistem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya;

- Televisi & Radio (broadcasting)

kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis, reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar) siaran radio dan televisi;

- Riset dan Pengembangan (R&D)

kegiatan kreatif terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi, serta mengambil manfaat terapan dari ilmu dan teknologi tersebut guna perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar. Termasuk yang berkaitan dengan humaniora, seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen. (Lihat, Prof.Dr.Faisal Afiff, Se.Spec.Lic, Pilar-Pilar Ekonomi Kreatif, 2012).

- Peluang Dan Tantangan Yang Dihadapi Dalam Melaksanakan Ekonomi Kreatif

Salah satu permasalahan terkait kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bahwa sektor ini diletakkan pada lingkup kegiatan ekonomi, bukan pada lingkup kegiatan industri. Akibatnya menjadi bermakna lain. Sebagaimana diketahui, industri berbeda dengan ekonomi. Ekonomi bermakna luas, sedangkan industri lebih spesifik. Industri memiliki karakter antara lain, kegiatan produksi yang memiliki nilai tambah, hasil produksi dapat dilakukan secara massal dengan cepat dan akurat, proses produksi melibatkan mesin dan ilmu pengetahuan, memiliki sasaran pelanggan yang terukur, dan dapat dilakukan inovasi produksi secara terus menerus.



Pada intinya, industri terkait dengan efisiensi, fungsi organisasi produksi maupun pemasaran, ketepatan waktu produksi maupun delivery, kecepatan, kapasitas produksi, dan efektivitas. Hal ini berbeda dengan kegiatan ekonomi yang bersifat non industri bersifat tradisional yang berdasarkan keterampilan tangan. Faktor individu sangat menentukan. Kembali kepada persoalan, mana lebih tepat ekonomi kreatif atau industri kreatif, hal itu tergantung pada orientasinya. Jika orientasi kebijakannya hanya untuk membina potensi atau merawat potensi kreatif penduduk Indonesia sehingga bernilai ekonomi, maka ekonomi kreatif sebagai nomenklatur dalam suatu struktur pemerintahan, menjadi relevan.

Akan tetapi, bila orientasinya tidak sekedar menumbuhkan potensi ekonomi dari kegiatan kreatif penduduk, namun lebih jauh untuk menggenjot kegiatan kreatif penduduk menjadi suatu industri tersendiri yang kuat dan besar yang mampu menyumbangkan PDB yang signifikan, maka tentu saja yang tepat adalah dengan menggunakan nomenklatur industri kreatif. Berbicara tentang industri, maka unsur-unsur dan karakteristik industri dalam kegiatan produksi, haruslah dijaga dan dikembangkan sehingga lebih adaptif, inovatif serta efisien dan efektif.