

Daftar Isi

Akronim	03
Ringkasan	04
Pendahuluan	06
Kontribusi industri kreatif untuk perekonomian	08
Tenaga kerja industri kreatif	08
Pembagian geografis: pekerjaan terkonsentrasi di daerah perkotaan	10
GESI: Perempuan terwakili secara berlebihan pada pekerjaan berupah rendah	11
Sektor sorotan dan peluang	12
Industri kreatif digital	12
Aplikasi dan gim	14
Kerajinan tangan tradisional	16
Fesyen	18
Apa maknanya bagi pemerintah dan bisnis?	20
Lampiran A: Apa itu industri kreatif?	21
Kotak	
Kotak 1. Pertaruhan yang sukses: mendukung pertumbuhan industri kreatif yang pesat	13
Kotak 2. Pemisahan digital menurut gender	16
Kotak 3. Silangan kreativitas: bagaimana inovasi mendukung kerajinan tradisional	17
Kotak 4. Mencapai kesinambungan: meningkatkan keunggulan fesyen Indonesia	19

Pernyataan Resmi

Laporan ini disusun oleh Katalis bekerja sama dengan:



IA-CEPA ECP Katalis (Katalis) adalah program pengembangan perdagangan dan investasi unik selama lima tahun (2020- 2025) yang didukung pemerintah untuk membuka potensi besar kemitraan ekonomi antara Indonesia dan Australia.

Akronim

ABS	<i>Australian Bureau of Statistics</i>
BCARR	<i>Bureau of Communications, Arts and Regional Research</i>
IBK	Industri Budaya dan Kreatif
CECT	<i>Center for Entrepreneurship, Change, and Third Sector (CECT)</i> – pusat penelitian di Universitas Trisakti
DCMS	<i>Department for Digital, Culture Media and Sport</i> Inggris Raya
DGTO	<i>Digital Games Tax Offset</i>
TI	Teknologi Informasi
QUT	<i>Queensland University of Technology</i>
TVET	Pendidikan dan Pelatihan Vokasi dan Teknik
UNCTAD	<i>United Nations Conference on Trade and Development</i>

Ringkasan

- **Masih masih banyak peluang dari industri budaya dan kreatif (IBK) Indonesia yang belum dimanfaatkan secara menyeluruh dalam rangka meningkatkan hubungan kemitraan antara Indonesia dan Australia.** Ketika sektor peternakan hewan, pertanian serta pertambangan secara khusus mendominasi perdagangan antara Indonesia dan Australia, industri budaya dan kreatif menawarkan banyak peluang untuk diversifikasi perdagangan dan meningkatkan keunggulan komparatif masing-masing negara guna memajukan pertumbuhan bisnis yang inklusif dan berkesinambungan. Ini mencakup pertumbuhan tenaga kerja perempuan, budaya, sosial dan pertukaran ekonomi.
- **Wawasan pasar ini secara khusus ditujukan kepada lembaga-lembaga pemerintah di Australia dan Indonesia.** Dokumen ini menjabarkan berbagai peluang utama untuk mendukung dan mempromosikan industri di sektor kreatif dan budaya. Wawasan pasar ini juga berguna bagi bisnis Australia dan Indonesia serta para investor yang sedang memulai dan/atau ingin meningkatkan pertumbuhan kegiatan komersial serta ingin berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif.
- **Industri kreatif memberikan nilai ekonomis miliaran dolar.**¹ Di Australia, nilainya setara dengan AUD 116 miliar² (tidak termasuk sektor kuliner). Industri ini juga mempekerjakan lebih dari 700.000 orang yang setara dengan 5,9% dari jumlah tenaga kerja di Australia.³ Sementara di Indonesia, nilai industri kreatif setara dengan AUD 66 miliar, namun tidak termasuk sektor kuliner, di mana sektor kuliner memberikan nilai ekonomis tambahan sebesar AUD 47 miliar AUD.⁴ Industri ini mempekerjakan 5,3 juta orang atau 3,8% dari total tenaga kerja Indonesia (7,7 jutanya bekerja di sektor kuliner).^{5,6}
- **Sektor kreatif digital dan fesyen adalah sektor yang memimpin industri ini dalam perdagangan internasional.** Australia mengekspor sekitar AUD 14,3 miliar untuk perdagangan barang dan jasa di industri kreatif ini yang sebagian besar dipimpin oleh industri kreatif digital. Ekspor industri kreatif dari Indonesia bernilai AUD 30 miliar dan sebagian besar dirajai oleh sektor fesyen.
- **Industri kreatif dan budaya bergerak sangat cepat.** Industri kreatif mencakup sektor-sektor yang menyusut yang disebabkan oleh tantangan dari perubahan teknologi serta preferensi konsumen seperti, sektor media cetak. Sementara sektor-sektor yang mengalami pertumbuhan menengah adalah fesyen dan industri-industri digital yang pertumbuhannya tinggi seperti, pengembangan perangkat lunak serta penerbitan.
- **Sektor industri digital merupakan sektor industri budaya dan kreatif yang pertumbuhannya tercepat dalam hal upah dan pekerjaan, baik di Indonesia dan Australia.** Sementara industri-industri tradisional seperti, musik dan penerbitan merupakan contoh industri yang menyusut dalam hal ketenagakerjaan. Terdapat juga kesenjangan gender di industri budaya dan kreatif di mana perempuan Indonesia lebih banyak berada di sektor-sektor berupah rendah seperti, fesyen dan kuliner. Bahkan di sektor-sektor kreatif yang berupah tinggi seperti kreatif digital, pekerja perempuan masih menghadapi isu kesenjangan upah.

1 Tidak ada definisi tunggal untuk industri kreatif. Australia dan Indonesia memiliki definisi berbeda untuk IBK, namun terdapat konsensus umum yang menyatakan bahwa IBK merupakan sektor atau pekerjaan yang secara umum terkait dengan persyaratan level kreativitas. Contohnya adalah, seni tradisional, musik, dan tekstil, serta pada bidang-bidang modern seperti, desain perangkat lunak, animasi, dan gim.

2 https://www.infrastructure.gov.au/sites/default/files/documents/visual-summary-cultural-and-creative-activity-in-australia-2009-10-to-2018-19-sep2021_0.pdf

3 <https://www.canberra.edu.au/research/faculty-research-centres/nmrc/major-projects/tabs/current-funded-projects/Briefing-paper-1-20221122.pdf>

4 https://bankdata.kememparekraf.go.id/upload/document_satker/5baa176056e524cfaa5086f5d69b2747.pdf

5 <https://kememparekraf.go.id/>. Catatan: terkait perbandingan dalam hal kontribusi ekonomi perlu diperhatikan dengan seksama karena definisi setiap negara untuk industri kreatif dapat berbeda-beda.

6 Perlu diakui bahwa IBK bernilai lebih dari sekedar nilai perdagangan uangnya saja. Industri kreatif memiliki kebermaknaan nasional yang penting karena inti dari industri ini adalah pekerjaan-pekerjaan yang membutuhkan ekspresi dari kreativitas manusia. Pekerjaan-pekerjaan tersebut berkontribusi terhadap inklusi sosial serta berperan dalam menyampaikan kisah Indonesia dan Australia, melalui identitas, sejarah, nilai, dan manfaat. Oleh karenanya, industri kreatif memiliki peran unik dalam mewujudkan komitmen kedua negara ke dalam kemitraan ekonomi yang lebih besar dan komprehensif.

- **Sektor kreatif digital terutama startup yang didirikan oleh laki-laki memperoleh manfaat dari pertumbuhan investasi modal ventura pada startup teknologi.** Pada tahun 2022, nilai dari investasi modal ventura Australia pada bidang startup mencapai AUD 8,6 miliar,⁷ naik dari AUD 111 juta pada tahun 2013. Sementara di Indonesia, investasi modal swasta di sektor teknologi mencapai AUD 13 miliar di tahun 2021.⁸
- **Keunggulan komparatif Indonesia dan Australia yang saling melengkapi di industri budaya dan kreatif menciptakan banyak peluang besar bagi kerjasama kedua negara terutama di industri kreatif digital.** Keunggulan Australia meliputi kemampuan penelitian dan pengembangan yang baik serta tenaga kerja berketerampilan tinggi. Sementara keunggulan Indonesia adalah tenaga kerja yang besar dan terus bertumbuh serta biaya tenaga kerja yang terjangkau dan pasar konsumen yang terus berkembang pesat untuk produk-produk digital. Kecakapan digital yang kuat serta saling melengkapi antara Indonesia dan Australia dapat mengarah pada peluang-peluang substansial yang berguna untuk menciptakan nilai tambah melalui peningkatan hubungan kedua negara, serta dapat mengatasi kesenjangan gender dalam keterampilan digital melalui penyediaan keterampilan serta pelatihan digital lintas negara.
- **Terdapat berbagai peluang bagi sektor IBK tradisional untuk mengambil manfaat dari negara-negara yang sektor digitalnya maju.** Aktivitas-aktivitas produksi budaya seperti, seni dan sastra telah membawa dampak penting pada sektor sosial serta budaya, namun sektor-sektor digital seperti, sektor perangkat lunak, gim dan pembuatan konten memberikan kontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi. Oleh karena itu, terdapat peluang untuk inovasi teknologi dalam pertumbuhan industri ini dalam rangka merevitalisasi industri kreatif tradisional, dan ini memungkinkan industri ini memperoleh lebih banyak lagi generasi-generasi konsumen baru. Sebagai contoh, Du Anyam, yang merupakan perusahaan sosial Indonesia yang berhasil menggunakan dan memanfaatkan e-commerce guna menjangkau pasar internasional yang lebih luas untuk produk kerajinan tangan tradisional produksi mereka.
- **Ruang lingkup kolaborasi antara Australia dan Indonesia di dalam IBK sangat luas,** mulai dari hal yang sederhana seperti, pemanfaatan e-commerce untuk menemukan cara-cara memproduksi dan menjual kerajinan tangan tradisional hingga ke hal-hal yang canggih seperti, menggunakan inovasi teknologi untuk bekerja sama di bidang pengembangan dan desain produk-produk baru. Katalis ingin bekerja sama dengan para mitra di industri budaya dan kreatif untuk mewujudkan potensi tersebut.

7 Lihat contohnya di: <https://www.forbes.com.au/news/investing/us6bn-year-for-australian-vc-investment-in-2022/>
<https://www.forbes.com/sites/jlim/2014/06/10/is-australias-venture-capital-industry-doomed/?sh=ba012b720a3e>

8 https://services.google.com/fh/files/misc/e_economy_sea_2022_report.pdf?utm_Sumber=bain&utm_medium=website&utm_campaign=2022



Pendahuluan

Industri budaya dan kreatif merupakan sektor beragam yang tidak hanya berperan penting dalam pertumbuhan ekonomi baik bagi Indonesia dan Australia namun juga memegang kepentingan nasional yang besar dalam hal identitas, sejarah, nilai dan keyakinan. IBK menawarkan berbagai peluang untuk mendiversifikasi perdagangan dan investasi serta membangun dan meningkatkan keunggulan kompetitif masing-masing negara demi mewujudkan pertumbuhan bisnis yang inklusif dan berkesinambungan.

Wawasan pasar ini memberikan gambaran umum terkait sektor budaya dan kreatif, dalam hal ini industri kreatif, di Australia dan Indonesia. Dokumen ini menjelaskan kontribusi ekonomi dari masing-masing nilai barang dan jasa yang dihasilkan, jumlah penciptaan lapangan kerja, serta tingkat upah. Selain itu, wawasan pasar ini juga mencakup analisis terkait kesetaraan gender dan inklusi sosial (GESI) dari IBK di Indonesia serta mengidentifikasi peluang-peluang kerjasama antara bisnis Indonesia dan Australia.

Wawasan pasar ini secara khusus ditujukan kepada lembaga-lembaga pemerintah di Australia dan Indonesia yang ingin meningkatkan pertumbuhan di sektor perdagangan antara kedua negara, serta mengidentifikasi peluang-peluang atas dukungan serta promosi terhadap industri kedua negara. Wawasan pasar ini juga berguna bagi bisnis Australia dan Indonesia serta para investor yang sedang memulai dan/atau ingin meningkatkan pertumbuhan kegiatan komersial, perdagangan dan investasi serta ingin berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi inklusif

Apa itu industri kreatif?

Tidak ada definisi universal untuk industri kreatif (lihat lampiran A untuk penjelasan lebih lanjut) dan definisi IBK berbeda di Australia dan Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia mempunyai definisi resmi untuk IBK yang dikelompokkan ke dalam 14 (sebelumnya 17) industri kreatif seperti yang dijelaskan dalam tabel di bawah. Ini meliputi jasa-jasa kreatif dan produksi terkait budaya. Sementara di Australia, tidak ada definisi resmi khusus untuk industri kreatif. *Australian Bureau of Statistics* (ABS) memiliki daftar pekerjaan-pekerjaan di industri kreatif⁹ yang digunakan oleh *Bureau of Communications, Arts and Regional Research* (BCARR). Sementara *Queensland University of Technology* (QUT)¹⁰ membuat daftar yang sedikit berbeda yang digunakan oleh berbagai sumber.¹¹

Perbedaan-perbedaan utama antara definisi yang ada di Australia dan Indonesia meliputi jasa pengembangan perangkat lunak misalnya, Australia sering menggunakan definisi yang lebih luas untuk pengembangan perangkat lunak dan penerbitan, sementara di Indonesia fokus definisinya lebih kepada pengembangan aplikasi serta gim serta antara tercakupnya (di Indonesia) dan tidak tercakupnya (di Australia) jasa kuliner ke dalam industri ini. Untuk tujuan penulisan wawasan ini, digunakan definisi industri kreatif yang lebih luas serta berwawasan ke depan¹² yang akan memilah segmen-segmen berbeda serta menyelaraskan definisi dari kedua negara selama itu memungkinkan.

9 <https://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/5271.0.55.001Main%20Features52013?opendocument&tabname=Summary&prodno=5271.0.55.001&issue=2013&num=&view=>

10 Definisi menurut QUT mencakup pengembangan perangkat lunak dan desain fesyen, namun tidak mencakup manufaktur pakaian dan ritel, sedangkan menurut ABS, ini mencakup aktivitas manufaktur dan ritel garmen serta desain fesyen.

11 Lihat contohnya di: https://sgsep.com.au/assets/main/Valuing-Australias-Creative-Industries-Final-Report-December-2013_Email.pdf; and <https://www.canberra.edu.au/research/faculty-research-centres/nmrc/major-projects/tabs/current-funded-projects/Briefing-paper-1-20221122.pdf>

12 Sumbernya mencakup:

- Kemenparekraf/Baparekraf dan BPS <https://kemenparekraf.go.id/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/statistik-upah-tenaga-kerja-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-2018-2021>
- ABS <https://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Latestproducts/5271.0.55.001Main%20Features122013?opendocument&tabname=Summary&prodno=5271.0.55.001&issue=2013&num=&view=>
- QUT <https://eprints.qut.edu.au/92726/>
- University of Canberra <https://www.canberra.edu.au/research/faculty-research-centres/nmrc/major-projects/tabs/current-funded-projects/Briefing-paper-1-20221122.pdf>



Industri Kreatif Australia

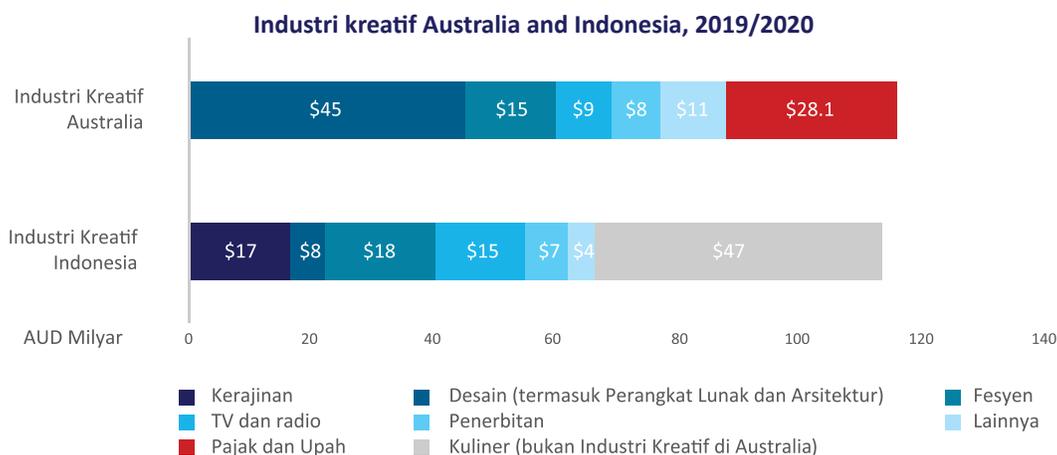
Jasa Kreatif		Produksi Budaya	
 Periklanan dan Pemasaran	Periklanan dan Pemasaran	 Film TV and Radio	Penyiaran radio
 Arsitektur dan Desain	Arsitektur		Produksi film
	Fotografi	Pascaproduksi	
	Desain spesialisasi (termasuk fesyen)	Penyiaran TV	
 Perangkat Lunak dan Konten Digital	Pengembangan perangkat lunak	 Penerbitan	Penerbitan buku
	<i>Software publishing</i>		Perpustakaan
	<i>Multimedia publishing</i>		Penerbitan surat kabar
		 Seni Visual dan Pertunjukan	Penerbitan berkala
			Seniman kreatif
			Perhiasan
			Museum dan galeri
			Musik
			Seni pertunjukan
			<i>Fesyen (manufaktur dan ritel)</i>

Industri Kreatif Indonesia

Jasa Kreatif		Produksi Budaya		
 Periklanan	Periklanan	 Film	 Television dan radio	 Penerbitan
 Arsitektur	Arsitektur			
 Fotografi	Fotografi	 Seni murni	 Seni dan Kerajinan	 Musik
 Desain	Desain			
 Aplikasi dan gim	Aplikasi dan gim	 Seni pertunjukan	 Fesyen	 Kuliner

Kontribusi ekonomi dari industri kreatif

Di Australia, nilai industri kreatif diestimasikan setara dengan AUD 116 miliar di tahun 2019/2020 dan kontributor terbesar untuk industri ini adalah bidang desain yang mencakup perangkat lunak serta arsitektur. Sementara ekspor kreatif dari Australia senilai AUD 14,3 miliar pada tahun 2019 sebagian besar dikuasai oleh aktivitas kreatif digital. Di Indonesia, nilai industri kreatif setara dengan AUD 113 miliar pada 2019/2020 di mana segmen terbesar untuk industri ini adalah fesyen, kerajinan tangan, dan kuliner.¹³ Ekspor kreatif Indonesia setara dengan AUD 30 miliar di tahun 2019,¹⁴ yang dikendalikan utamanya oleh ekspor industri fesyen ke Amerika Serikat, Jepang dan Eropa.

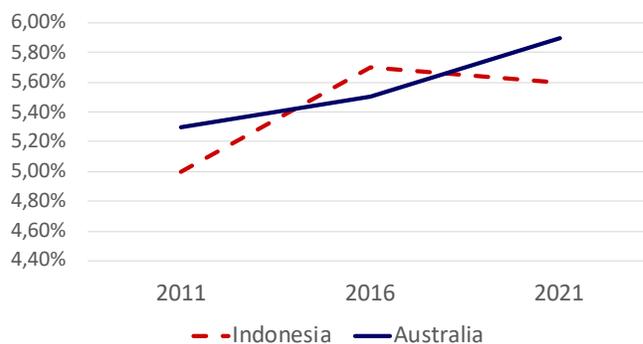


Sumber: Kemenparekraf, BCARR

Tenaga kerja industri kreatif

Jumlah tenaga kerja IBK Indonesia dan Australia tumbuh di angka absolut dan berimbang dengan jumlah total tenaganya. Dari tahun 2011 – 2021, pekerjaan IBK di Australia meningkat dari 5,5 persen menjadi 5,9 persen dengan industri-industri jasa kreatif digital berbasis pengetahuan (seperti perangkat lunak dan arsitektur) menjadi sektor pemberi kerja terbesar. Indonesia juga mengalami tingkat pertumbuhan yang sama, dari 5 persen naik ke 5,6 persen.

Pekerjaan di industri kreatif berdasarkan % jumlah tenaga kerja, Australia dan Indonesia 2011-2021



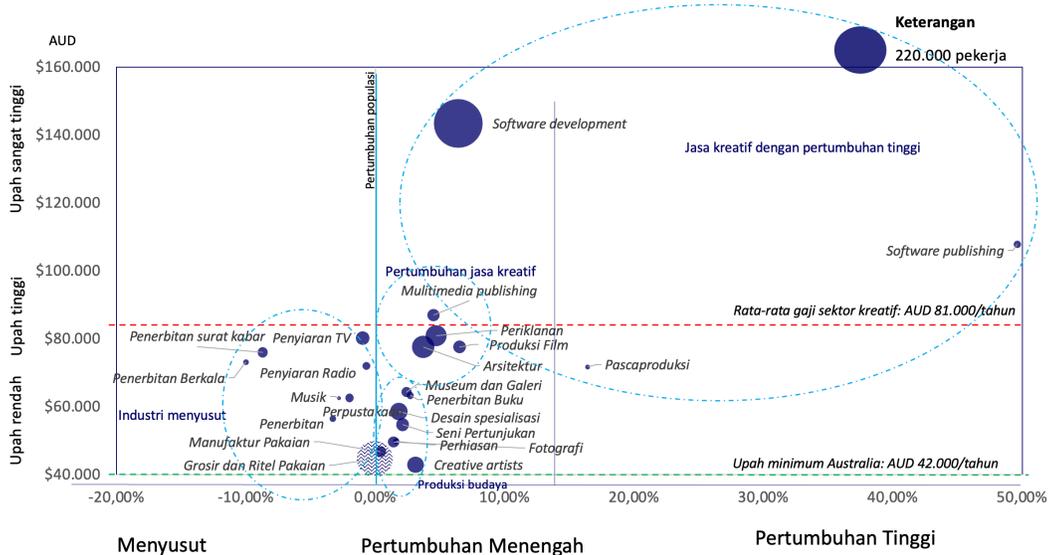
Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS, Canberra University, ABS

¹³ Perlu untuk mempertimbangkan secara seksama terkait pertimbangan langsung untuk ukuran dan kontribusi relatif dari industri kreatif di semua negara karena penetapan untuk sektor mana yang termasuk dan tidak termasuk ke industri ini dapat berbeda-beda.

¹⁴ Kemenparekraf/Baparekraf dan BPS

Namun di balik pertumbuhan menyeluruh tersebut, pekerjaan di media cetak, rekaman musik, televisi, dan radio telah berkurang secara nyata. Sementara arsitektur, periklanan, film dan pasca produksi, multimedia, dan pengembangan perangkat lunak serta penerbitan menciptakan lebih banyak lapangan kerja secara pesat. Gaji tahunan di sektor kreatif secara rata-rata dua kali lebih besar dari upah minimum, yaitu AUD 81.000, yang sebagian besar dikendalikan oleh tingkat upah di sektor pekerjaan perangkat lunak, periklanan, arsitektur, multimedia, TV, film dan pasca produksi. Sebaliknya, gaji untuk kegiatan produksi terkait budaya yang mencakup produksi pakaian dan seniman kreatif hampir setara dengan upah minimum.

Australia – Industri kreatif, pekerja, upah dan pertumbuhan, 2021



Sumber: Canberra University, ABS

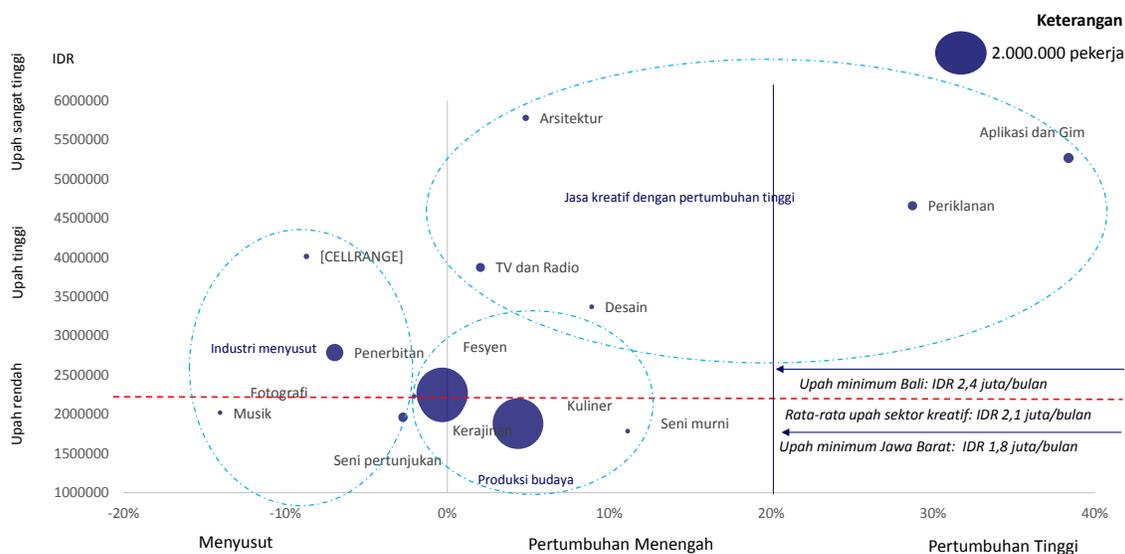
Di Indonesia, sebagian besar orang masih bekerja di dalam IBK yang melibatkan produksi barang-barang fisik seperti, industri fesyen, kerajinan tangan dan kuliner.¹⁵ Pekerjaan di sektor penerbitan, musik dan seni pertunjukan relatif menyusut dalam segi jumlah, sementara pekerjaan-pekerjaan di industri kreatif seperti, pembuatan aplikasi dan gim, periklanan, arsitektur dan seni adiluhung/seni murni bertambah secara pesat.

Gaji tahunan rata-rata di sektor kreatif adalah IDR 2,1 juta atau setara dengan AUD 2.500 per tahun dan ini meliputi tingkat upah minimum di Jawa Barat dan Bali, sehingga ini tetap menjadikan Indonesia sebagai negara yang sangat bersaing dalam hal biaya dibandingkan dengan upah minimum Australia. Jasa pembuatan aplikasi dan gim serta periklanan merupakan sektor-sektor yang tumbuh paling cepat dengan segmen pembayaran upah paling baik.



¹⁵ Baik Australia maupun Indonesia memiliki industri kuliner berkualitas tinggi (restoran, kafe, dan bar) yang melayani populasi domestik. Namun, karena perdagangan makanan dan minuman lebih tepat dianggap sebagai bagian dari industri manufaktur/pengolahan makanan dan minuman, maka pembahasan rinci mengenai sektor kuliner dan/atau makanan dan minuman tidak dimasukkan dalam laporan ini.

Indonesia – Industri kreatif, pekerja, upah dan pertumbuhan, 2021

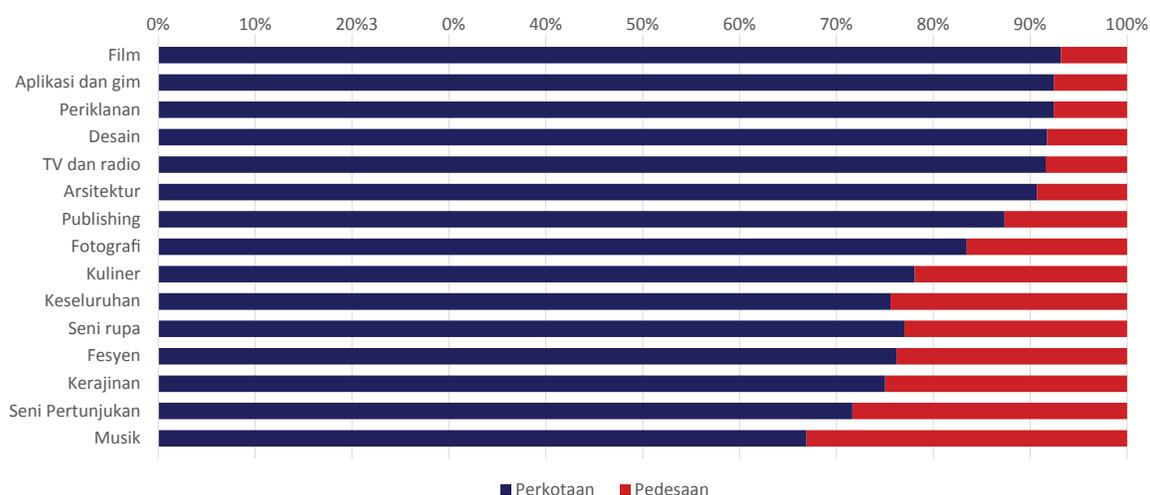


Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

Pembagian geografis: pekerjaan terkonsentrasi di daerah perkotaan

Pekerjaan-pekerjaan di dalam IBK utamanya berada di Pulau Jawa, khususnya di daerah Jawa Barat dan sekitar Jakarta yang, kecuali Jakarta, diuntungkan dengan biaya tenaga kerja yang rendah. Industri-industri dengan proporsi pekerjaan di daerah perkotaan tertinggi adalah film, aplikasi dan gim, periklanan serta desain. Namun sektor-sektor budaya tradisional seperti, musik, kerajinan tangan serta seni pertunjukan masih memiliki proporsi tenaga kerja yang besar yang terdapat di daerah pedesaan serta tingkat regional. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Prospera yang menganalisis lebih dari 131.000 pekerjaan di sektor TI dan menemukan bahwa secara geografis tenaga kerja sektor ini lebih terkonsentrasi jika dibandingkan dengan industri-industri lain seperti manufaktur. Jakarta memegang hampir 2/3 dari jumlah keseluruhan iklan pekerjaan di sektor TI. Meski demikian, hal ini mungkin dapat berubah seiring dengan munculnya teknologi baru yang dapat meningkatkan konektivitas dan memungkinkan terciptanya banyak peluang di luar Jawa.

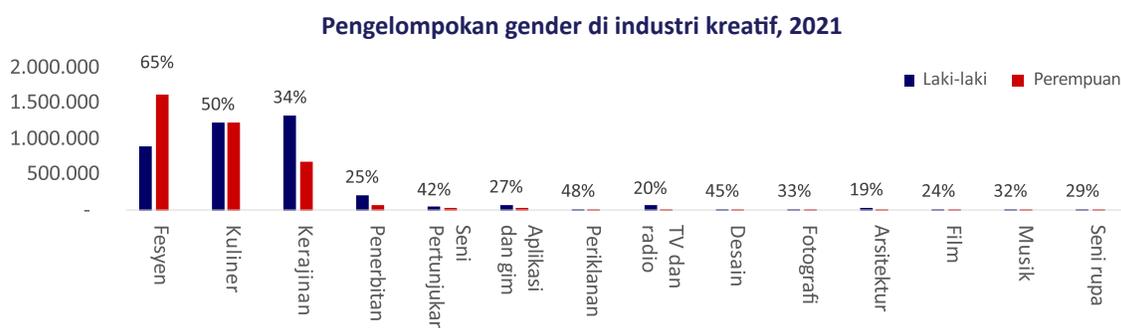
Proporsi pekerjaan perkotaan dan pedesaan di IBK



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

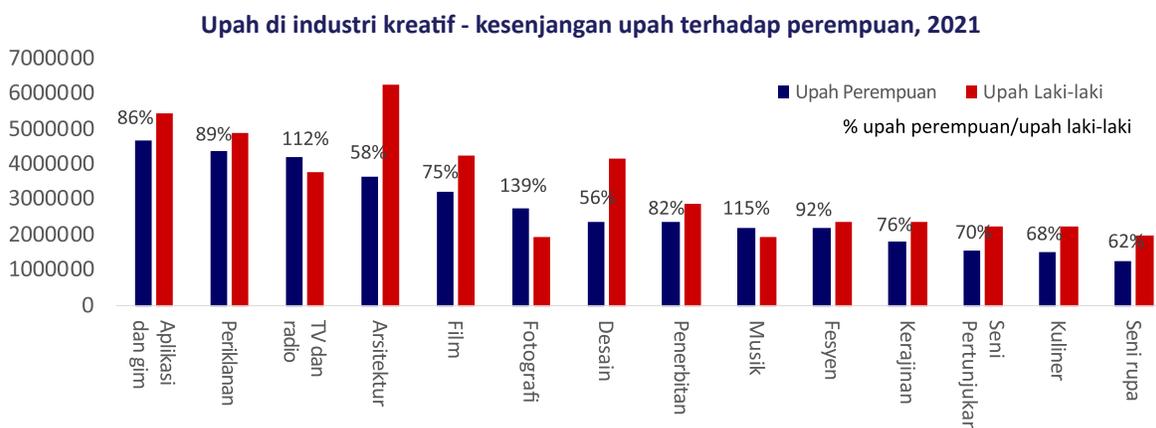
GESI (Kesetaraan Gender dan Inklusi Sosial): tenaga kerja perempuan lebih sering ditemukan dalam pekerjaan berupah lebih rendah

48% dari keseluruhan tenaga kerja di dalam IBK di Indonesia merupakan perempuan, namun tenaga kerja perempuan ini sangat terwakili di dalam industri-industri berupah lebih rendah seperti, fesyen dan kuliner. Mereka menghasilkan kurang dari sepertiga pendapatan tenaga kerja di industri lebih tinggi seperti, arsitektur, aplikasi dan gim, film, televisi dan radio serta penerbitan. Ini kontras dengan tren kesenjangan gender di sebagian besar industri berupah lebih tinggi dimana perempuan menghasilkan hampir setengah dari penghasilan tenaga kerja di sektor periklanan yang mencakup pemasaran digital dan desain.



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

Perempuan masih mengalami kesenjangan upah meski berada dalam segmen sektor kreatif yang memberi upah tinggi. Kesenjangan tertinggi terdapat di bidang arsitektur, desain, dan seni adiluhung. Aplikasi dan gim serta periklanan yang mencakup pemasaran digital, memberikan upah tertinggi bagi perempuan namun kesenjangan upah masih tetap ada.



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

Industri budaya dan kreatif juga merupakan sumber pekerjaan penting bagi para penyandang disabilitas.¹⁶ Meskipun tidak ada data nasional terkait pekerjaan untuk penyandang disabilitas di dalam industri kreatif, terdapat penelitian-penelitian yang menegaskan hal tersebut. Penelitian mengenai pekerjaan di industri kreatif di Yogyakarta¹⁷ menemukan variasi yang sangat besar dalam hal tingkat ketenagakerjaan penyandang disabilitas berdasarkan daerah. Contohnya, sektor kerajinan, pakaian dan industri kreatif produksi kulit di daerah Bantul dan Gunung Kidul kemungkinan lebih banyak mempekerjakan penyandang disabilitas. Ini memperlihatkan kemungkinan kurva pengalaman di mana beberapa bisnis lebih mampu mempekerjakan penyandang disabilitas daripada bisnis lainnya, dan contoh kesuksesan para pemberi kerja yang mempekerjakan para penyandang disabilitas menjadikan industri kreatif lebih bernilai.

¹⁶ <https://www.kemenparekraf.go.id/rumah-difabel/Pemberdayaan-Difabel-di-Industri-Parekraf>

¹⁷ https://www.researchgate.net/publication/335945312_Analysis_of_Potential_Creative_Industry_for_People_with_Disabilities_in_Special_Region_of_D_I_Yogyakarta

Sektor Sorotan dan Peluang

Industri kreatif digital

Industri kreatif digital tumbuh secara signifikan terutama disebabkan karena popularitas *smartphone* yang semakin meningkat dan juga gawai-gawai lain, serta semakin tingginya permintaan terhadap konten digital seperti, musik, film, gim, aplikasi dan *fintech*. Pertumbuhan potensial di sektor-sektor ini disadari oleh para pemodal ekuitas pribadi. Di Indonesia, investasi modal swasta dalam teknologi mencapai AUD 13 miliar pada tahun 2021.¹⁸ Pada tahun 2022, nilai investasi modal ventura Australia untuk startup adalah AUD 8,6 miliar,¹⁹ naik dari hanya AUD 111 juta di tahun 2013 (tingkat pertumbuhan tahunan sekitar 60%). Meskipun investasi modal ventura meningkat, investasi secara global masih didominasi laki-laki dengan keragaman gender pada modal ventura masih stagnan. Contohnya di Eropa dan Amerika Serikat, kurang dari 2 persen modal ventura yang diinvestasikan untuk startup yang didirikan oleh perempuan.²⁰

Seiring pertumbuhan pesat industri kreatif baik di Indonesia dan Australia, sektor kreatif digital juga memberikan peluang bisnis yang substansial. Keuntungan kompetitif Indonesia dan Australia dalam industri digital saling melengkapi satu sama lain yang berarti kedua negara dapat mewujudkan kolaborasi yang sukses.

Keunggulan kompetitif Indonesia mencakup:

- **Tenaga kerja yang terus tumbuh dan besar.** Indonesia memiliki tenaga kerja yang terus tumbuh dengan jumlah lebih dari 137 juta orang²¹ yang mencakup hampir 900.000 tenaga kerja TIK²². Namun jumlah lulusan di bidang iptek, teknologi, teknik, dan matematika (STEM) di Indonesia masih cukup rendah jika dibandingkan dengan negara-negara lain yaitu sebesar 0,8 per 100 kelulusan, dan jumlah lulusan yang diterima oleh industri juga cukup rendah.²³ Ini dapat membuka peluang yang cukup besar bagi Australia untuk meningkatkan keterampilan tenaga kerja Indonesia yang terus berkembang dalam rangka memenuhi persyaratan yang diberikan oleh industri.
- **Biaya tenaga kerja yang terjangkau.** Upah bulanan rata-rata pekerja pengembang/pembuat aplikasi dan gim di Indonesia adalah IDR 5,4 juta, setara dengan AUD 520. Angka ini jauh lebih rendah dari upah bulanan rata-rata pekerja industri kreatif Australia yang sebesar AUD 6.750
- **Pasar konsumen produk digital yang terus meluas dengan pesat.** Sebagai contoh, nilai e-commerce diperkirakan setara lebih dari USD 59 miliar dan diperkirakan akan terus tumbuh sebesar 17% setiap tahunnya hingga tahun 2025. Sebanyak 32% orang juga diharapkan semakin banyak memanfaatkan jasa e-commerce. Pemanfaatan media daring juga diperkirakan bernilai sebesar AUD 6,4 miliar dan diperkirakan tumbuh sebesar 19% setiap tahunnya.²⁴
- **Lingkungan bisnis yang kondusif dan didukung dengan insentif dari Pemerintah.** Pemerintah Indonesia telah mengakui ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi, termasuk industri video gim, sebagai sektor prioritas untuk investasi yang memperbolehkan investasi asing sebesar 100%, pembebasan pajak dan fasilitas masa bebas pajak.²⁵

18 https://services.google.com/fh/files/misc/e_economy_sea_2022_report.pdf?utm_source=bain&utm_medium=website&utm_campaign=2022

19 Lihat contohnya di: <https://www.forbes.com.au/news/investing/us6bn-year-for-australian-vc-investment-in-2022/>
<https://www.forbes.com/sites/jlim/2014/06/10/is-australias-venture-capital-industry-doomed/?sh=ba012b720a3e>

20 <https://www.forbes.com/sites/geristengel/2022/01/31/the-state-of-venture-capital-investments-in-female-founders-change-is-in-the-wind/?sh=3f0514c41f45>

21 <https://data.worldbank.org/indicator/SL.TLF.TOTL.IN?locations=ID>

22 <https://www.adb.org/sites/default/files/publication/700891/adb-wp1258.pdf>

23 Gayatri, G. Jaya, I.G.N.M. Rumata, V.M. (2023) The Indonesian Digital Workforce Gaps in 2021–2025. *Sustainability*, 15, 754. See <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/754>

24 Google, Temasek and Bain and Company (2022), 'e-Economy SEA 2022', accessible at: https://services.google.com/fh/files/misc/e_economy_sea_2022_report.pdf

25 <http://www.cekindo.com/blog/indonesia-positive-investment-list> <https://www.cekindo.com/blog/indonesia-gaming-market>

Keunggulan kompetitif Australia di industri kreatif digital mencakup:

- **Kemampuan penelitian dan pengembangan yang baik.** Rekam jejak Australia untuk inovasi industri kreatif digital sangat baik, dan negara ini juga rumah bagi pusat penelitian digital terdepan seperti, ARC Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation.
- **Pengalaman memproduksi gim yang memenangi penghargaan.** Lebih dari 74% studio produksi gim Australia menghasilkan IP original, termasuk produksi beberapa gim yang paling populer dan memenangi penghargaan. Salah satu contoh adalah, *Untitled Goose Game*, yang berhasil menjual lebih dari 1 juta copy selama tiga bulan pertama peluncuran.²⁶
- **Tenaga kerja berketerampilan tinggi.** Australia memiliki tenaga kerja berketerampilan tinggi di industri kreatif digital dan universitas-universitas yang diakui secara global yang menawarkan pelatihan di bidang ilmu komputer, pembuatan gim dan animasi. Studio-studio digitalnya juga bekerja sama secara langsung dengan para penyedia pendidikan formal dalam memperbarui modul pendidikan dan mengembangkan pelatihan-pelatihan baru.
- **Lingkungan bisnis yang kondusif dan didukung dengan insentif dari Pemerintah.** Sebagai contoh, Digital Games Tax Offset (DGTO)/pengimbang pajak Gim Digital mencakup 30% pengimbangan pajak yang dapat ditarik kembali untuk bisnis yang memenuhi syarat.



Kotak 1. Pertaruhan yang sukses: mendukung industri kreatif digital dengan pertumbuhan tinggi

Ada kisah sukses terkemuka dari sebuah perusahaan teknologi Australia yang berhasil meningkatkan konsumennya di Indonesia serta kebutuhan bisnisnya terhadap teknologi kreatif yaitu Canva. Diluncurkan sebagai sebuah startup desain di Sidney tahun 2013, Canva merupakan platform desain dan komunikasi visual daring yang memungkinkan penggunaannya membuat desain yang dapat digunakan di media sosial, presentasi serta produk-produk komunikasi fisik. Pada tahun 2016, Canva meluncurkan versi baru berbahasa Indonesia dan mendirikan kantor di Indonesia. Indonesia kini menjadi pasar terbesar Canva dengan lebih dari 10 juta pengguna.

Kesuksesan Canva di Indonesia sebagian besar disebabkan karena kehadiran lokal, dan juga platformnya yang berbahasa Indonesia serta permintaan konsumen yang besar terhadap produk sejenis ini. Canva juga memiliki model bisnis yang membuat aplikasinya dapat diakses oleh begitu banyak orang. Kisah sukses Canva memperlihatkan bagaimana teknologi inovatif berhasil dikembangkan di Australia yang dapat memberikan kesuksesan bisnis signifikan melalui akses ke pasar Indonesia yang terus tumbuh. Belajar dari pengalaman kisah sukses Canva dan juga keunggulan komparatif antara Australia dan Indonesia di industri kreatif digital, berikut adalah inisiatif yang dapat diambil guna mendukung peningkatan perdagangan industri kreatif digital:

- **Peluang-peluang bagi sektor TVET Australia untuk membangun basis keterampilan di Indonesia perlu memenuhi permintaan sektor yang terus tumbuh.** Tenaga kerja digital Australia merupakan

²⁶ https://www.globalaustralia.gov.au/sites/default/files/2022-08/level_up_agttagi_a4_booklet_lowres.pdf

salah satu dari tenaga kerja paling terdidik dan terampil di dunia. Australia juga merupakan rumah bagi institusi dan sekolah pelatihan terbaik yang memiliki spesialisasi di industri digital seperti, seni digital dan pemrograman gim atau video. Sementara industri jasa digital Indonesia merupakan salah satu industri yang pertumbuhannya tercepat di dunia. Keterampilan digital adalah salah satu keterampilan paling banyak dicari di tingkat nasional dengan 50.000 lowongan pekerjaan mensyaratkan keterampilan digital diiklankan selama 6 bulan hingga Juni 2022.²⁷ Kesenjangan keterampilan digital ini memberikan peluang bagi penyedia TVET Australia untuk menghadirkan bisnisnya di Indonesia dan membangun keterampilan tenaga kerja Indonesia yang terus tumbuh.

- **Pengalaman kerja digital dan pertukaran keterampilan digital jarak jauh.** Industri kreatif pada dasarnya terkait dengan bakat dan keterampilan pekerjanya yang bekerja di industri tersebut. Berangkat dari inisiatif-inisiatif seperti, *Australia-Indonesia Skills Development Exchange Pilot*, dunia usaha dapat mewujudkan lebih banyak peluang-peluang kerja jarak jauh yang dapat meningkatkan pengembangan keterampilan, jejaring antar negara serta mengembangkan keterampilan lintas budaya yang dibutuhkan dalam rangka mencapai kesuksesan dalam hubungan perdagangan.
- **Mendorong kerjasama antara bisnis Indonesia dan Australia dan pemanfaatan tenaga kerja digital Indonesia yang terus tumbuh.** Keunggulan dan manfaat kompetitif yang saling melengkapi antara Australia dan Indonesia menghasilkan potensi manfaat yang besar yang didapat dari usaha bersama atau kerjasama kedua negara. Contohnya, Australia dapat memanfaatkan tenaga kerja Indonesia dan mengambil manfaat dari biaya tenaga kerja yang relatif rendah di Indonesia atau startup Indonesia dapat mengakses modal ventura serta transfer keahlian dari Australia.
- **Terus mewujudkan lingkungan bisnis yang kondusif dalam berinovasi.** Australia dan Indonesia telah mengakui kontribusi substansial secara ekonomi dan budaya yang diberikan oleh industri kreatif digital. Namun, biaya awal terkait startup dapat memberatkan, terutama di negara-negara atau industri berkembang. Ini dapat diatasi dengan memberikan insentif insentif seperti pengimbang pajak (misalnya DGTO). Pemerintah juga dapat mendorong investasi di bidang penelitian dan pengembangan yang dapat menguntungkan perekonomian secara lebih luas.

Aplikasi dan gim

Industri gim digital mengalami pertumbuhan yang sangat pesat di Australia dan Indonesia. Kedua negara juga memiliki sejarah kesuksesan global dalam industri ini di mana nilai industri gim Australia setara dengan AUD 3,1 miliar per tahun. Pada tahun 2021, produser video gim Australia menghasilkan AUD 226,5 juta (83% dari ekspor)²⁸ dan mempekerjakan 3.228 orang yang bekerja secara penuh waktu (23% di antaranya adalah pekerja perempuan).²⁹ Industri ini didukung oleh inisiatif pemerintah, termasuk Digital Games Tax Offset (pengimbang pajak gim digital) yang berlaku di tahun 2022 yang mengizinkan studio produksi gim untuk mengajukan klaim sebesar 30% dari pengeluaran yang memenuhi syarat. Pengimbangan pajak tambahan juga tersedia melalui program khusus negara bagian, dimana South Australia, Victoria, dan New South Wales memberikan tambahan sebesar 10 persen, dan Queensland menawarkan tambahan 15 persen.

Pada tahun 2021, pasar gim Indonesia berada di posisi 16 besar dunia dengan nilai setara USD 1,92 miliar dan mempekerjakan sekitar 10.000 orang. Pasar ini diharapkan tumbuh menjadi USD 3,29 miliar di tahun 2025.

27 Menurut data dari Prospera, program tata kelola perekonomian yang berbasis di Indonesia dan didanai oleh Pemerintah Australia. Kunjungi <https://prospera.or.id>

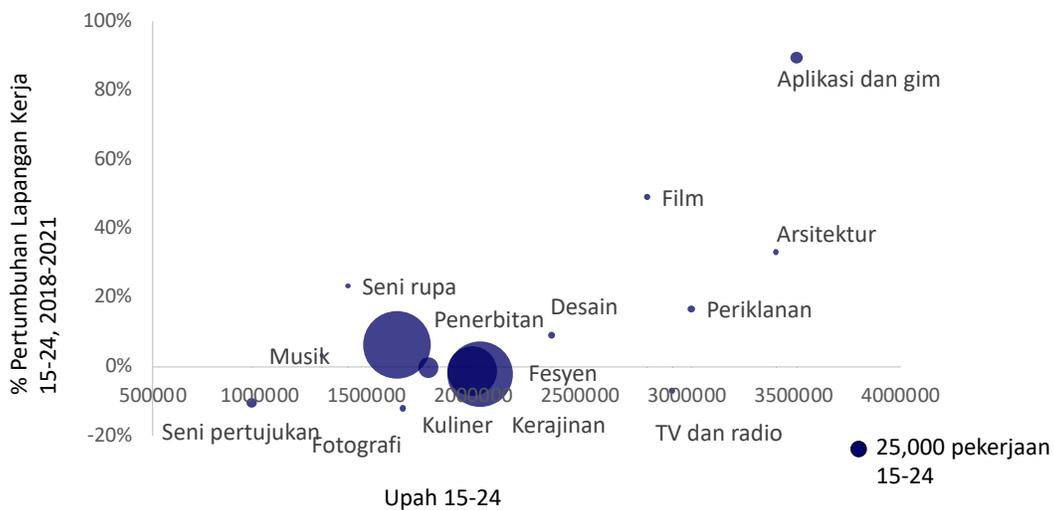
28 <https://www.dfat.gov.au/about-us/publications/trade-investment/business-envoy/business-envoy-february-2022/booming-australian-digital-games-industry>

29 https://www.globalaustralia.gov.au/sites/default/files/2022-08/level_up_agttagi_a4_booklet_lowres.pdf

Pemerintah Indonesia telah mengakui ekonomi kreatif berbasis teknologi informasi, termasuk industri video gim, sebagai sektor prioritas untuk investasi yang memperbolehkan investasi asing sebesar 100%, pembebasan pajak dan fasilitas masa bebas pajak.³⁰

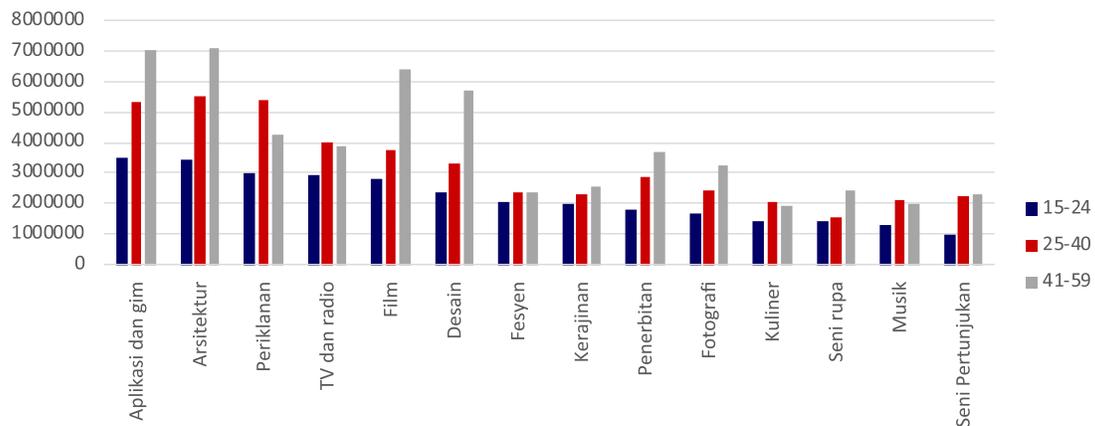
Sektor pengembangan aplikasi dan gim menawarkan peluang pekerjaan yang luar biasa bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia dan terhadap populasi melek teknologi negara ini yang jumlahnya semakin meningkat. Indonesia memiliki salah satu populasi terbesar usia remaja dewasa di Asia dengan 46 juta orang (16% dari populasi Indonesia) berusia antara 15 hingga 24 tahun. Pekerjaan-pekerjaan baru bagi perempuan dan laki-laki semakin bertambah yang tercipta dari segmen ekonomi ilmu pengetahuan yang tumbuh secara cepat seperti, sektor pengembangan aplikasi dan gim, periklanan, film, dan arsitektur meski ukurannya masih kecil secara keseluruhan dan, kecuali sektor periklanan, masih didominasi pekerja laki-laki. Pengembangan aplikasi dan gim sejauh ini memiliki pertumbuhan tertinggi serta tingkat upah tertinggi. Penting dicatat bahwa sebagian besar pekerjaan di IBK masih berasal dari sektor kuliner, kerajinan tangan, dan fesyen, namun ketersediaan pekerjaan di semua industri tersebut masih stagnan.

Tren Pekerjaan Usia 15-24, 2018-2021



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

Upah Berdasarkan Usia, 2021



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS

30 <http://www.cekindo.com/blog/indonesia-positive-investment-list> <https://www.cekindo.com/blog/indonesia-gaming-market>

Sebagai sektor yang sedang berkembang dan dinamis, pengembangan aplikasi dan gim juga menawarkan peluang-peluang signifikan bagi perempuan. Meski pekerja perempuan di Indonesia masih kurang terwakili dalam industri dan hanya menyumbang 27% dari tenaga kerja dengan pendapatan rata-rata hanya 86% dari upah pekerja laki-laki. Kesenjangan upah gender ini menjadi hambatan signifikan terhadap pemberdayaan ekonomi perempuan di dalam IBK.



Kotak 2: Pemisahan digital menurut gender

Terdapat pemisahan digital gender yang signifikan di Indonesia yang ditentukan oleh literasi digital dan internet serta pemanfaatannya di antara perempuan Indonesia: Diperkirakan bahwa jumlah perempuan Indonesia yang menggunakan dan memanfaatkan internet hanya 11% kurang dari laki-laki. Tingkat literasi digital juga bervariasi berdasarkan gender, dimana 55% laki-laki memiliki tingkat literasi digital yang lebih tinggi dibandingkan dengan hanya 48% perempuan Indonesia.

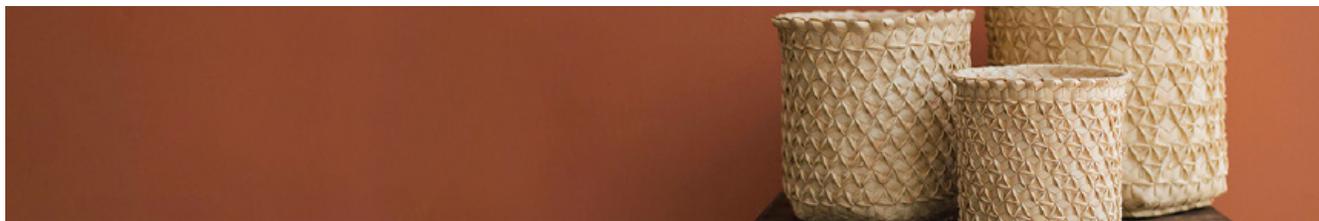
Berapa organisasi berupaya untuk mengatasi hal ini. Sebagai contoh, Girls in Tech Indonesia berkomitmen untuk mendukung perempuan Indonesia di bidang teknologi serta membangun tenaga kerja yang inklusif dengan mendanai dan mendampingi startups perempuan dengan mengadakan acara-acara jejaring serta program pelatihan intensif. Begitu pula dengan program Shehacks Indonesia yang mencakup program inkubasi, pelatihan dan pendampingan bagi perempuan Indonesia yang tertarik berkecimpung di karir teknologi. Sementara organisasi-organisasi seperti, Perempuan Maju Digital yang disponsori oleh Meta, mendukung para pemilik startup perempuan untuk mengembangkan ide-ide bisnis mereka. Juga ada Indonesia Women Information Technology (WITA) yang didirikan oleh Pemerintah Indonesia yang memberikan pelatihan terkait serta input untuk regulasi yang dibuat pemerintah. International Labor Organization (ILO) juga melaksanakan program kesiapan perempuan pada tenaga kerja STEM dan Program Pengembangan di Indonesia dari tahun 2017 hingga 2021. Program ini fokus terhadap peningkatan keterampilan, penempatan kerja, dan pendampingan dengan tujuan untuk membantu lulusan-lulusan perempuan kurang mampu dan kurang keterampilan mendapatkan pekerjaan terkait STEM serta mempromosikan kepemimpinan perempuan khususnya di bidang Teknologi, Informasi dan Komputer.

Kerajinan Tangan Tradisional

Indonesia terkenal dengan budaya dan tradisinya, yang terlihat dari kerajinan tradisionalnya seperti, batik, wayang, ukiran kayu, perak, dan kerajinan rotan. Industri ini mempekerjakan jutaan orang termasuk perempuan dan masyarakat di pedesaan. Industri ini juga mampu menarik wisatawan dan menjadi bagian penting bagi warisan budaya Indonesia yang kaya.

Kerajinan tradisional di Indonesia berkontribusi sekitar AUD 9,1 miliar, setara 30 persen dari nilai ekspor industri kreatif Indonesia. Ini mencakup aksesoris perhiasan (dengan kontribusi sebesar 31%), ukiran dan furnitur (17%), dan instrumen musik non-tradisional (10%). Pada tahun 2021, sektor kerajinan Indonesia mempekerjakan dua juta orang, angka ini relatif tetap stabil selama empat tahun terakhir. Namun, terdapat ketidaksetaraan gender yang substantial dalam tenaga kerja sektor kerajinan Indonesia dimana pekerjanya sebagian besar adalah pekerja laki-laki (pekerja perempuan hanya sebanyak 34%). Pekerja perempuan juga dibayar lebih rendah dengan pendapatan rata-rata sebesar 76% dari upah pekerja laki-laki.

Inovasi teknologi memiliki potensi untuk memperbesar peluang penciptaan lapangan kerja di sektor kerajinan tangan perempuan tradisional. Salah satu contoh adalah *Du Anyam* (lihat Kotak 3) yang merupakan perusahaan sosial yang memproduksi dan mendistribusikan kerajinan untuk hadiah dan barang niaga yang dibuat oleh perajin perempuan di daerah.



Kotak 3. Silangan kreativitas: bagaimana inovasi mendukung kerajinan tradisional

Indonesia memiliki budaya dan sejarah yang sangat kaya. IBK tradisional Indonesia bernilai lebih dari sekedar nilai perdagangan atau uang saja. Industri ini memperlihatkan perjalanan kisah negeri ini melalui identitas, sejarah, nilai dan kepercayaannya. Produksi massal telah mengubah permintaan konsumen sementara inovasi membawa tantangan tersendiri bagi industri kreatif. Misalnya, media digital telah memberikan disrupsi terhadap media cetak, lalu kerajinan yang seringkali diproduksi secara massal dan akhir-akhir ini, kecerdasan buatan (AI) telah mulai dimanfaatkan untuk membuat konten, musik dan juga seni. Meski demikian, peningkatan penggunaan teknologi juga membawa peluang-peluang untuk merevitalisasi industri tradisional dan memungkinkan mereka untuk meraih lebih banyak lagi konsumen baru di seluruh dunia, misalnya dengan apa yang dilakukan sebuah perusahaan sosial yaitu *Du Anyam*.

Berdiri pada tahun 2014, *Du Anyam* berkolaborasi bersama para penenun perempuan di daerah pedesaan dan membantu mereka mengembangkan peluang sekaligus memajukan budaya Indonesia melalui produk kerajinan tangan berkualitas tinggi seperti, keranjang anyam, sandal, dan dekorasi rumah. Produk-produk kerajinan tersebut diekspor via *platform e-commerce* dengan menasar hotel dan klien korporasi di seluruh Australia, AS, dan Eropa (termasuk menjalin kemitraan dengan IKEA). Kesuksesan *Du Anyam* telah diakui dengan berbagai penghargaan dan pencapaian seperti, penghargaan *CECT Sustainability* untuk perusahaan sosial terbaik di bidang industri kreatif, dan *B20 Sustainability 4.0*. Salah satu pendiri *Du Anyam*, Melia Winata, masuk ke daftar Forbes 30 under 30 untuk kategori *Asia Social Entrepreneurs*.

Pada tahun 2020, *Du Anyam* meluncurkan Krealogi untuk mengatasi tantangan dalam bekerja sama dengan para perajin dan perusahaan yang belum beroperasi secara digital. Krealogi merupakan platform rantai pasok digital yang bertujuan membantu perajin perajin Indonesia meningkatkan literasi digital mereka serta memaksimalkan peluang bisnis yang ada melalui penggunaan teknologi untuk mengoptimalkan rantai pasok, mengelola pesanan pelanggan dan inventarisasinya, dan lain-lain. Ini membantu *Du Anyam* dalam membagikan wawasan serta kisah kesuksesan mereka serta mendorong penggunaan teknologi digital secara lebih baik.

Du Anyam merupakan contoh yang baik tentang bagaimana usaha kecil menengah di bidang kreatif tradisional memanfaatkan inovasi digital untuk mengembangkan bisnis dan terhubung dengan pasar serta konsumen Australia. Kesuksesan tersebut dapat dihitung melalui dukungan level industri dalam hal:

- **Pengembangan keterampilan dan TVET** –mengembangkan keterampilan digital dan e-commerce perajin tradisional Indonesia serta usaha kecil menengah di sektor kreatif tradisional yang merupakan area yang dapat didukung oleh para penyedia TVET Australia.
- **Jejaring terkoordinasi** –menghubungkan usaha kreatif tradisional dengan bisnis Indonesia yang telah

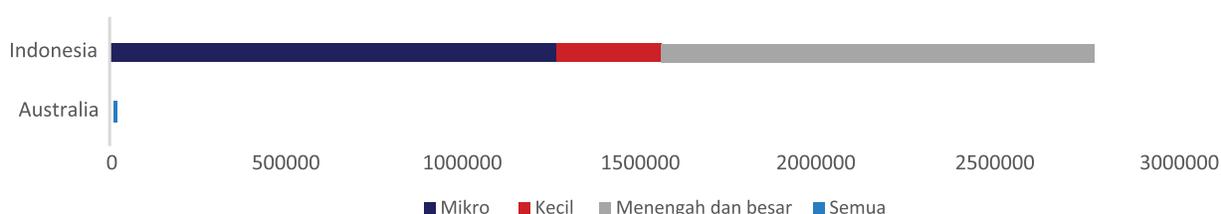
sukses dan peluang bisnis bersama Australia melalui kegiatan *networking* dan platform daring.

- **Identifikasi rantai pasok** – membantu bisnis Indonesia dalam mengenali dan mengembangkan peluang di dalam pasar Australia yang baru. Contohnya, memenuhi permintaan untuk produk yang berkelanjutan dan beretika yang terus tumbuh melalui kreasi yang inovatif dan bahan pakaian atau tekstil Indonesia yang berkesinambungan.
- **Pertunjukan budaya daring** – mendukung terlaksananya acara budaya secara daring dengan target audiensi internasional seperti, acara musik atau pertunjukan budaya.

Fesyen

Di Indonesia, usaha mikro³¹ mencakup hanya di bawah 40% dari seluruh pekerjaan di sektor manufaktur fesyen. Sementara di Australia, manufaktur pakaian merupakan industri ceruk pasar. Keduanya dapat terlihat dari jumlah relatif pekerja dalam industri ini dimana manufaktur fesyen Australia mempekerjakan sebagian kecil saja pekerja dibandingkan dengan jumlah pekerja di Indonesia.

Pekerja di bidang pakaian dan sepatu, Australia dan Indonesia (2021)



Sumber: Kemenparekraf/Baparekraf and BPS, ABS

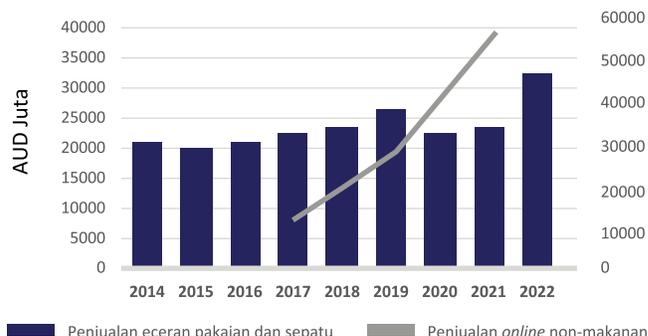
Antara tahun 2016 dan 2022, omset ritel fesyen di Australia tumbuh sekitar delapan persen per tahun menjadi AUD 34 miliar pada tahun 2022. Industri fesyen mengalami perubahan struktural seiring dengan semakin banyaknya usaha ritel yang beralih ke sistem daring (ritel daring/online di Indonesia bernilai AUD 10 miliar³²). Tren lain yang muncul dalam preferensi konsumen seperti, meningkatnya permintaan akan fesyen yang beretika (membawa dampak positif terhadap lingkungan dan sosial) dan berkelanjutan, turut menghadirkan peluang besar bagi kolaborasi kedua negara.

Pakaian, sepatu, dan penjualan eceran aksesoris pribadi, Australia 2014-2022



Sumber: ABS

Pakaian, sepatu, dan penjualan eceran aksesoris pribadi, Indonesia 2014-2022



Sumber: Statistica

31 For example artisan tailoring businesses selling direct to local customers.

33 20-06_9880_Sustainability-in-CPR_Final_Web-1-2.pdf (cappgemini.com) 2022 sustainability consumer research: Sustainability and profitability | IBM



Kotak 4. Mencapai kesinambungan: meningkatkan keunggulan fesyen Indonesia

Kekhawatiran yang terus meningkat terkait perubahan iklim, isu kesinambungan, dan juga lingkungan semakin mempengaruhi preferensi konsumen global. Konsumen mulai mengubah preferensi mereka dan bersedia membayar lebih mahal untuk produk-produk berkesinambungan dan berharap lebih besar agar perusahaan-perusahaan lebih sadar akan produk berkelanjutan serta isu sosial.³³ Survei nasional yang diadakan tahun 2020 terhadap 1000 orang Australia menemukan 9 dari 10 orang lebih memilih membeli produk yang berkesinambungan atau beretika. Tren ini membuka peluang dan area baru bagi pertumbuhan industri kreatif untuk perkembangan tekstil yang berkesinambungan, karena industri fesyen merupakan kontributor besar terhadap isu iklim dan limbah global.

Produsen dan perancang fesyen Australia membangun kemitraan dengan bisnis dan juga perajin Indonesia untuk mewujudkan hal tersebut kepada para konsumen mereka. Contohnya adalah RUPAHAUS, sebuah perusahaan fesyen beretika yang berbasis di Australia yang bekerjasama dengan para perajin lokal nasional di daerah pedesaan di Indonesia untuk mengembangkan tekstil, pakaian, dan kerajinan dari tanah liat. Sebagai bagian dari rantai pasok, mereka memastikan bahwa seluruh bahan yang digunakan ramah lingkungan dan juga berkesinambungan serta diperoleh dari sumber-sumber yang berkesinambungan, contohnya kapas, yang diperoleh dan dipanen langsung dari petani lokal di Sumatera, Jawa, dan Nusa Tenggara Timur kemudian dipintal secara manual menjadi bahan sapu tangan dan didistribusikan ke para penenun tradisional.

Contoh lain adalah perusahaan furnitur Australia, Reddie, yang mengambil bahan dari sumber-sumber di Indonesia dan bekerja sama dengan para perajin Indonesia untuk membuat furnitur yang dibuat secara beretika dan juga berkesinambungan. Bagian dari kemitraan antara Australia dan Indonesia dalam pekerjaan ini mencakup sebuah kolaborasi baru-baru ini bersama dengan startup di Jakarta bernama DJAMU yang memproduksi benang plastik terbuat dari bahan-bahan daur ulang (yang dikumpulkan oleh komunitas pemulung di Jakarta) untuk membuat dan menjual kursi makan luar ruangan yang dipasarkan ke segmen mewah dan beretika di pasar furnitur Australia.

Banyak pengusaha yang juga mencari inspirasi dari industri kreatif tradisional dalam mengembangkan tekstil berkesinambungan dan beretika. Misalnya label pakaian bernama Sejauh Mata Memandang yang membuat kain khas Indonesia dari sumber-sumber bahan yang didaur ulang baik dari limbah tidak terpakai dan barang bekas.

Contoh lain adalah MYCL, startup inovatif yang memproduksi kulit ramah lingkungan berbahan baku tumbuhan (Mylea™) yang terbuat dari miselium, bagian dari akar jamur. Melihat banyak usaha kecil dan menengah Australia yang semakin banyak memproduksi barang-barang dari tumbuh-tumbuhan serta memproduksi barang-barang berkesinambungan yang mencari kesempatan untuk memperluas rantai pasok serta penawaran produk mereka, maka terdapat potensi besar bagi kolaborasi antara para perancang Australia dan produsen Indonesia di bidang tekstil yang beretika dan berkesinambungan.

Apa maknanya bagi pemerintah dan bisnis?

Terdapat peluang besar untuk memperluas perdagangan dan investasi antara industri kreatif Indonesia dan Australia. Antara lain dengan menemukan cara-cara baru untuk memperdagangkan barang-barang kreatif tradisional seperti, tekstil dan kerajinan tangan, atau memanfaatkan industri kreatif digital yang saling melengkapi dan berkembang pesat. Seluruhnya memiliki potensi besar dalam upaya memperluas dan memperdalam kemitraan ekonomi antara Indonesia dan Australia.

Terdapat ruang signifikan untuk mendukung dan memajukan industri ini yang dapat dipertimbangkan baik oleh Pemerintah Australia dan Indonesia, yaitu dengan:

- mengadakan acara *networking* guna menghubungkan industri kreatif tradisional Indonesia dan para pembuat produk-produk baru yang inovatif (mis., bahan kain yang berkelanjutan) dengan bisnis Australia terkait
- mempromosikan pengalaman kerja digital lintas negara dan pertukaran keterampilan digital jarak jauh
- terus mewujudkan lingkungan bisnis yang mendukung inovasi di IBK
- memfasilitasi pertunjukan budaya yang diadakan daring.

Peluang yang sangat besar untuk kolaborasi juga tersedia bagi bisnis, yaitu:

- penyedia TVET kreatif digital (termasuk gim) di Australia dapat meningkatkan penawaran pelatihan sesuai kebutuhan untuk Indonesia, yang: 1) mengembangkan keterampilan e-commerce para perajin tradisional dan; 2) membantu menyelaraskan keterampilan tenaga kerja TI yang terus bertambah dengan kebutuhan industri
- studio gim Australia dapat memanfaatkan tenaga kerja TI Indonesia yang besar dan hemat biaya
- rumah produksi fesyen Australia dapat memanfaatkan kain ramah lingkungan yang unik dan inovatif yang diproduksi oleh Indonesia
- semua dunia usaha dapat menjadikan IBK lebih inklusif dengan secara aktif mendorong dan mendukung partisipasi perempuan dan penyandang disabilitas. Misalnya promosi karir bagi perempuan di bidang gaming.

Katalis dapat menghubungkan Anda. Jika Anda adalah bisnis dari Indonesia atau Australia, atau penyedia TVET yang ingin memasuki pasar masing-masing negara, hubungi Katalis untuk membahas peluang terkait lebih lanjut.

Kunjungi: <https://iacepa-katalis.org/about-katalis/> untuk informasi lebih lanjut.

Lampiran A: Apa itu industri kreatif?

Tidak ada definisi universal mengenai industri kreatif. Meskipun semua industri melibatkan kreativitas, industri kreatif dapat dikonseptualisasikan sebagai industri yang menggunakan kreativitas untuk menciptakan nilai ekonomi. Perbedaan utama industri kreatif terletak dalam fokusnya pada produk atau layanan baru yang menciptakan kekayaan intelektual.³⁴

Ada banyak model dan definisi dari industri kreatif.³⁵ Pada tahun 1998, Departemen *Digital, Culture Media and Sport* (DCMS) Inggris memperkenalkan definisi standar yang sering dijadikan acuan.³⁶ Ini semakin ditekankan oleh Nesta,³⁷ yang mengembangkan model dinamis industri budaya dan kreatif (IBK)³⁸ yang telah disesuaikan dengan konteks Australia dan Indonesia.

Model Nesta³⁹ menilai level kreativitas pada peran dalam pekerjaan berdasarkan lima kriteria untuk mengembangkan daftar *pekerjaan kreatif*. Berikut kelima kriterianya:

1. Proses baru
2. Tahan terhadap mekanisme (mis., tenaga kerja khusus)
3. Fungsi yang tidak berulang atau tidak seragam
4. Kontribusi kreatif terhadap rantai nilai
5. Interpretasi (penafsiran), bukan sekedar transformasi

Intensitas kreatif suatu industri kemudian dinilai dengan mengkaji proporsi tenaga kerja di industri tersebut yang terlibat dalam pekerjaan kreatif. Oleh karena tingkat intensitas kreatif dalam suatu industri dapat bervariasi dari waktu ke waktu seiring dengan perubahan teknologi dan proses bisnis. Negara-negara yang menggunakan model ini dapat memperbarui daftar industri kreatif mereka.

Banyak definisi industri kreatif yang juga membedakan antara *produksi budaya dan jasa kreatif*.⁴⁰ Produksi budaya mengacu pada pembuatan barang dan jasa budaya seperti, buku, film, musik atau seni, sedangkan jasa kreatif adalah jasa yang digunakan dalam produksi barang dan jasa seperti, periklanan, arsitektur, atau pengembangan perangkat lunak.

34 https://sgsep.com.au/assets/main/Valuing-Australias-Creative-Industries-Final-Report-December-2013_Email.pdf

35 Misalnya, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) memberikan definisi sebagai berikut: Barang-barang kreatif: kerajinan seni; audio-visual; desain; media baru; seni pertunjukan; penerbitan; seni visual. Jasa kreatif: lisensi dan jasa litbang; lisensi dan jasa perangkat lunak; lisensi dan jasa audio-visual; jasa informasi; periklanan, riset pasar dan arsitektur; jasa terkait budaya, rekreasi, dan warisan budaya. Rinciannya dapat dilihat di: https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2022d1_en.pdf https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/203296/Classifying_and_Measuring_the_Creative_Industries_Consultation_Paper_April_2013-final.pdf

37 https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf

38 Bakhshi et al., 2013; and Higgs & Lennon, 2014

39 https://media.nesta.org.uk/documents/a_dynamic_mapping_of_the_creative_industries.pdf

40 Misalnya, UNCTAD, Canberra University



Wawasan Pasar Katalis

Industri Kreatif: Peluang Besar untuk Indonesia dan Australia

 iacepa-katalis.org

  [@katalis_ia](https://www.instagram.com/katalis_ia)

  [IA-CEPA ECP Katalis](#)

 [Katalis IA](#)