

STRATEGI PENGEMBANGAN SDM DALAM PERSAINGAN BISNIS INDUSTRI KREATIF DI ERA DIGITAL

Wafa Abdullah Faqih A

Fakultas Syariah dan Hukum UIN Sunan Gunung Djati Bandung

Email: alfaqihabbas@gmail.com

Abstract

This study aims to find the right strategy to optimize human resources (HR) in the creative industries in Indonesia, as one of the important aspects in facing business competition in the industrial revolution era 4.0. Using qualitative research methods with questionnaires and document studies as data collection techniques. The data were analysed through several stages, including data collection, selecting data, displaying data, and drawing conclusions. Some strategies to optimize the development of Human Resources (HR) creative industries in Indonesia, namely, 1) Improving the quality and quantity of educational institutions and creative industri training 2) increasing the capacity and ability of the creative industri workforce.

Keywords

HR, Creative Industries, Industrial Revolution 4.0.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan strategi yang tepat dalam upaya optimalisasi sumber daya manusia (SDM) pada industri kreatif di Indonesia, sebagai salah satu aspek penting dalam menghadapi persaingan bisnis di era revolusi industri 4.0. Menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket (kuesioner) dan studi dokumen. Teknik analisis data yang digunakan adalah melalui beberapa tahap, diantaranya pengumpulan data, menyeleksi data, menampilkan data, dan mengambil kesimpulan. Beberapa strategi untuk mengoptimalkan pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) industri kreatif di Indonesia yaitu, 1) Meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif 2) meningkatkan kapasitas dan kemampuan tenaga kerja industri kreatif.

Kata Kunci :

SDM, Industri Kreatif, Revolusi Industri 4.0.

Pendahuluan

Revolusi industri 4.0 merupakan sebuah kondisi dimana terjadi perubahan yang sangat signifikan dalam proses industri yang dilakukan oleh manusia. Perubahan ini ditandai dengan semakin pesatnya perkembangan teknologi digital dalam dunia industri yang mejadikan semakin pesatnya proses industri. Di sisi lain, revolusi industri telah banyak mengambil alih peran manusia dalam bekerja, sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) yang tersedia dituntut untuk responsif terhadap perubahan ini untuk mengimbangi persaingan global dalam dunia industri.

Satu dari sekian banyak industri yang berkembang di Indonesia adalah industri kreatif. Perkembangan industri kreatif Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan dari tahun ke tahun. Berdasarkan survei ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2015 Industri kreatif telah menyumbangkan total sebanyak 852,24 triliun rupiah atau setara dengan 7,38 persen total PDB nasional. Jumlah ini tumbuh sebesar 4,38 persen dari tahun sebelumnya yang hanya mampu menyumbang sebanyak 784,82 triliun rupiah.

Namun dibalik perkembangan industri kreatif yang semakin pesat, masih banyak tantangan yang harus di hadapi oleh pelaku industri kreatif. Tantangan ini juga menjadi isu-isu strategis yang menjadi fokus pengembangan selanjutnya. Beberapa isu-isu strategis sudah diungkapkan dalam "Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019" yang diterbitkan pada tahun 2014.

Menyadari pesatnya perkembangan teknologi informasi, Pemerintah Republik Indonesia telah mengeluarkan perencanaan pembangunan industri nasional secara sistematis, komprehensif, dan *futuristic* yang telah dituangka dalam bentuk Rencana Induk Pembangunan Industri Nasional (RIPIN) 2015-2035 (PP No. 14 Tahun 2015). Adapun visi pembangunan idustri nasional adalah menjadi industri tanggu dengan karakteristik: (1) Struktur industri nasional yang kuat, dalam, sehat, dan berkeadilan, (2) Industri yang berdaya saing tinggi di tingkat global, dan (3) Industri yang berbasis inovasi dan teknologi.¹

¹ Agus Rochani, "Strategi Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mewujudkan Kota Cerdas Studi Kasus : Kabupaten Purbalingga," *Jurnal Universitas Islam Sultan Agung* Volume 1, no. 1 (2017): hlm. 82.

Untuk mewujudkan visi yang ada, pembangunan industri ditingkat nasional perlu ada misi yang tepat agar tercapai industri nasional sebagai pilar dan penggerak perekonomian nasional, termasuk didalamnya perkenomian yang ada ditingkat daerah. Misi tersebut perlu dijadikan dasar pijakan pengembangan industri yang akhirnya akan memberikan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat yang berkeadilan.

Dari beberapa isu strategis terdapat salah satu isu yang menarik untuk dijadikan pembahasan, yaitu mengenai ketersediannya SDM yang kreatif, terampil, dan profesional. SDM merupakan faktor utama yang menjadi faktor penentu perkembangan industri kreatif. Kehadiran SDM yang berkualitas menjadi jaminan bagi industri kreatif Indonesia mampu bersaing secara global.

Pola kerja secara global telah banyak berkembang dan berubah secara cepat dalam kurun waktu yang sangat cepat. Fenomena ini terjadi akibat adanya perubahan arus besar yang memberikan gangguan baru (*a new wave of disruption*) yang saat ini menerpa di seluruh negara dibelahan dunia. Proses relokasi industri dari Eropa dan Amerika menuju Asia (Indonesia, Vietnam, Thailand, Pakistan, India, dll) dan Amerika Latin (diwakili oleh Brazil) dimulai sejak tahun 1970-an. Dampak yang dirasakan adalah aplikasi otomatisasi yang intens dan masif yang merubah persyaratan pekerjaan yang bersifat digital. Sumber Daya Manusia yang tidak menguasai literasi digital cepat atau lambat banyak yang tersisihkan.²

Banyak faktor yang menjadi penyebab terhambatnya perkembangan SDM, diantaranya adalah masih banyak tenaga kerja Indonesia yang hanya mengandalkan kemampuan mereka yang didapat secara otodidak. Selain itu masih sedikit jumlah lembaga pelatihan dan pendidikan industri kreatif yang mampu membentuk tenaga kerja yang profesional yang diakui secara global.

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui strategi yang tepat dalam upaya pengembangan SDM industri kreatif dalam menghadapi persaingan bisnis di era digital. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dalam pengembangan SDM industri kreatif Indonesia khususnya pemerintah, pelaku

² Siswoyo Haryono, *Re-Orientasi Pengembangan SDM Era Digital pada Revolusi Industri 4.0* (Yogyakarta: Direktorat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018), hlm. 3.

bisnis, serta institusi ketenagakerjaan dalam merancang strategi dan rencana yang tepat dalam rangka pengembangan SDM industri kreatif.

Hasil dan Pembahasan

Sumber Daya Manusia (SDM)

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu faktor yang sangat penting bahkan tidak dapat dipisahkan dari sebuah organisasi, baik berupa institusi maupun perusahaan industri. SDM merupakan kemampuan terpadu dari daya pikir dan fisik yang dimiliki oleh individu. Daya pikir adalah kecerdasan yang dibawa sejak lahir (bakat dan kreatifitas) sedangkan kecakapan fisik diperoleh dari usaha (pendidikan dan pelatihan)³.

Proses pembentukan SDM yang berkualitas ini dibutuhkan proses Manajemen yang baik dari institusi maupun perusahaan industri terkait. Fungsi manajemen sumber daya manusia adalah mengelola berbagai aspek dari masalah sumber daya manusia dalam industri kreatif meliputi perencanaan, perekrutan, dan pelatihan tenaga kerja, serta mengadakan berbagai program yang menunjang keahlian dan keterampilan SDM. Diantara program yang dapat dilakukan dalam menyiapkan SDM yang terampil dan profesional adalah melalui program pendidikan dan pelatihan.

Pelatihan merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan mengembangkan keterampilan SDM. Pelatihan juga dapat diartikan sebagai proses yang dilakukan secara sistematis untuk mengubah cara dan tingkah laku SDM dalam sebuah industri yang disesuaikan dengan tujuan industri⁴. Pelatihan ini berkaitan erat dengan keahlian dan kemampuan SDM untuk melakukan pekerjaan. Pada dasarnya tujuan pelatihan adalah meningkatkan kompetensi peserta yang meliputi tiga ranah yaitu: 1) pengetahuan atau kognitif 2) keterampilan atau psikomotorik dan 3) sikap atau afektif⁵.

Secara lebih rinci mengenai perbedaan antara pendidikan dan pelatihan dapat dilihat dalam tabel berikut :

³ Hasibuan, Malayu S.P, 2003, Manajemen Sumber Daya Manusia, Edisi Revisi, Bumi Aksara, Jakarta.

⁴ Kirkpatrick, D. L., 1994, Evaluating Training Program, Prentice Hall International, Inc.

⁵ Hartimbul Ginting. Nembah F., 2011, *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV Yrama Widya.

Tabel 1 :
Perbedaan pendidikan dan pelatihan

No.	Penjelasan	Pendidikan	Pelatihan
1	Pengembangan kemampuan	Menyeluruh	Khusus
2	Penekanan kemampuan	Afektif, Kognitif	Psikomotor
3	Jangka waktu pelaksanaan	Panjang	Pendek
4	Materi yang diberikan	Lebih umum	Lebih khusus
5	Metode yang digunakan	Konvensional	Inkonvensional
6	Penghargaan akhir proses	Gelar	Sertifikat

Sumber : Notoatmodjo (2009)

Dapat disimpulkan bahwa pendidikan merupakan kegiatan pengembangan SDM yang bertujuan untuk mengembangkan pada sisi kognitif dan afektif SDM yang dilakukan dalam jangka waktu yang panjang yang dibuktikan dengan adanya gelar pendidikan. Sedangkan pelatihan merupakan kegiatan pengembangan SDM yang menekankan pada sisi psikomotorik SDM yang dilakukan dalam jangka waktu yang relatif pendek yang dibuktikan dengan adanya sertifikat pelatihan.

Industri Kreatif

Istilah industri kreatif sering dianggap sama dengan istilah ekonomi kreatif. Padahal kedua istilah ini secara pengertian sangatlah berbeda. Ekonomi kreatif lebih bersifat umum yang berarti penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Sedangkan industri kreatif lebih bersifat khusus, yaitu industri yang menghasilkan barang atau jasa yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menciptakan nilai tambah, lapangan pekerjaan, dan peningkatan kualitas hidup⁶.

Industri kreatif merupakan sebagian kecil dari ekonomi kreatif yang berperan juga sebagai penggerak nilai ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaannya, industri kreatif berperan dalam transaksi ekonomi, sosial dan juga budaya yang masing-masing memiliki potensi nilai ekonomi yang berbeda-beda.

⁶ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014, Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019, Jakarta, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Di Indonesia industri kreatif digolongkan menjadi 16 sub sektor yaitu Kuliner; Mode; Kriya; Televisi dan Radio; Arsitektur; Penerbitan; Aplikasi dan Pengembang Permainan; Periklanan; Musik; Fotografi; Seni Pertunjukan; Desain Produk; Seni Rupa; Desain Interior; Film; Desain Komunikasi Visual.

Tabel 2 : Persentase Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Menurut SubSektor 2001-2016

Sub-Sektor	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Arsitektur	0,34	0,36	0,36	0,34	0,33	0,32
Desain	0,15	0,75	0,15	0,14	0,14	0,14
Film, Animasi, dan Video	0,25	0,24	0,24	0,24	0,23	0,23
Fotografi	0,45	0,45	0,45	0,44	0,42	0,41
Kriya	25,05	24,51	22,94	22,33	22,81	21,99
Kuliner	41,61	40,35	42,92	45,23	46,43	47,21
Musik	0,38	0,36	0,36	0,35	0,34	0,34
Fashion	26,42	28,44	27,25	25,75	24,16	24,42
Aplikasi	0,25	0,24	0,24	0,24	0,25	0,24
Penerbitan	3,28	3,12	3,09	3,00	2,89	2,75
Periklanan	0,25	0,24	0,24	0,23	0,25	0,24
Televisi dan Radio	0,39	0,40	0,42	0,40	0,44	0,42
Seni Pertunjukan	0,93	0,89	1,08	1,06	1,06	1,01
Seni Rupa	0,25	0,25	0,26	0,25	0,25	0,28
Total	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber : BPS RI, Sakernas 2011-2016

Dari berbagai sub sektor ekonomi kreatif ini, masing-masing memiliki karakteristik yang berbeda satu sama lain. Meskipun demikian masih ada keterkaitan dari masing-masing sub sektor yaitu membutuhkan kreativitas dan keterampilan tertentu. Memahami ruang lingkup pengembangan setiap sub sektor merupakan langkah penting dalam peningkatan perkembangan industri kreatif dan menentukan setiap kebijakan dan regulasi yang diambil untuk menentukan strategi yang tepat.

Revolusi Industri 4.0

Isu berkembangnya revolusi industri 4.0 telah ada sejak tahun 2009. Seiring berkembangnya inovasi teknologi, revolusi keempat ini bukan hanya wacana belaka akan tetapi sudah terjadi dan sedang

berlangsung, Revolusi industri 4.0 dipandang sebagai sebuah antithesis dari perkembangan revolusi industri sebelumnya.⁷

Perkembangan teknologi yang ditandai dengan perkembangan yang sangat pesat dari teknologi sensor, interkoneksi, dan analisis data untuk memunculkan gagasan yang terintegrasi dengan seluruh teknologi yang terdapat pada berbagai bidang industri. Revolusi industri 4.0 diprediksi memiliki potensi manfaat yang sangat besar dalam dunia industri. Diantara manfaat revolusi industri 4.0 adalah mengenai perbaikan kecepatan fleksibilitas produksi, peningkatan pelayanan kepada pelanggan dan konsumen. Terwujudnya potensi manfaat tersebut akan memberi dampak positif terhadap perekonomian suatu negara.

Kunci dalam merealisasikan potensi revolusi industri 4.0 adalah dengan mengoptimalkan Sumber Daya Manusia (SDM) dan infrastruktur digital. Lebih lanjut industri 4.0 dinilai mampu meningkatkan efisiensi dan produktivitas, sehingga akan terjadi penurunan biaya produksi industri. Penurunan biaya produksi ini tentu akan berdampak pada peningkatan produksi dan peningkatan daya beli konsumen.

Disamping memberikan manfaat yang besar, Revolusi industri 4.0 juga menjadi tantangan tersendiri bagi suatu negara. Tantangan yang dihadapi oleh suatu negara yang dalam penerapan revolusi industri 4.0 diantaranya yaitu, munculnya perubahan demografi dan aspek sosial di masyarakat, ketidakstabilan kondisi politik, keterbatasan sumber daya manusia (SDM), risiko bencana alam, dan tuntutan penerapan teknologi yang ramah lingkungan.

Strategi Pengembangan SDM industri kreatif di Indonesia

Revolusi industri 4.0 merupakan generasi perkembangan teknologi yang dimulai dengan terjadinya perubahan secara signifikan pada cara bekerja manusia terutama dalam dunia industri. Pada era ini hampir setiap lingkup ruang kerja manusia sudah banyak dilengkapi dengan teknologi mesin. Perubahan ini secara umum menjadikan setiap pekerjaan manusia semakin mudah. Namun disisi lain perkembangan revolusi industri 4.0 mengharuskan SDM yang ada dituntut untuk terus mengembangkan kemampuan dan keahliannya dalam menghadapi pesatnya persaingan industri secara global.

⁷ Nitia Agustina Kala Ayu, *Peluang Social Innovation dalam Revolusi Industri 4.0 Bagaimana Perkembangannya di Indonesia?*, Cetakan Pertama (Yogyakarta: Forbil Institute, t.t.), hlm. 1.

Perkembangan ekonomi kreatif dan industri kreatif tidak terlepas dari adanya evaluasi terhadap ekonomi kreatif tersebut.⁸ Rincian yang tertuang dalam dokumen rencana ini menggambarkan adanya pergeseran dari era pertanian ke era industri dan bergeser ke informasi. Pergeseran tersebut disertai dengan adanya banyak penemuan-penemuan di bidang teknologi informasi dan komunikasi serta globalisasi ekonomi. Dari hasil perkembangan tersebut berpengaruh pada pola kinerja, produksi dan distribusi yang lebih murah dan efisien.⁹

Industri kreatif merupakan industri yang berbasis pada kreativitas manusia, sehingga kualitas SDM merupakan faktor penting dalam menunjang perkembangan industri kreatif di era revolusi industri 4.0 dan daya saing industri kreatif nasional. Terbatasnya kuantitas dan Kualitas SDM yang mumpuni, serta ketersediaannya lembaga pelatihan yang berkualitas masih menjadi permasalahan utama perkembangan industri kreatif di Indonesia.

Bentuk lain dari salah satu industri kreatif yang terjadi berkembang adalah industri kreatif berbasis budaya, industri yang menggabungkan kreativitas, produksi dan komersialisasi sebuah konten kreatif baik berupa barang maupun jasa yang bersifat budaya secara natural.¹⁰ Hal tersebut tentunya berkaitan dengan penentuan kuantitas dan kualitas SDM yang diberdayakan dalam industri kreatif berbasis budaya.

Permasalahan kualitas dan kuantitas SDM industri kreatif memerlukan strategi yang sistematis sehingga diharapkan dapat membentuk SDM yang berdaya saing tinggi. Proses pengembangan SDM yang terampil dan profesional dapat dilakukan dengan pendidikan dan pelatihan SDM. Pemerintah sudah memberikan *roadmap* yang sangat jelas tentang strategi pengembangan SDM yang terdapat pada Rancangan Aksi Jangka Menengah Kemenparekraf (RAJM Kemenkarekraf). Dalam rancangan tersebut beberapa strategi yang disiapkan dalam mengatasi permasalahan SDM industri kreatif diantaranya:

⁸ Kementerian Perdagangan RI, *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025* (Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2008).

⁹ Deny Dwi Hartono dan Malik Cahyadin, "Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta," *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* Volume 4, no. 2 (2013): hlm. 228.

¹⁰ Munajat Tri Nugroho, "Industri Kreatif Berbasis Budaya Peluang dan Tantangan di Era Industry 4.0," *Seminar Nasional IENACO (Industri Engineering National Conference) 7*, 2019, hlm. 431, <http://hdl.handle.net/11617/10727>.

Pertama, Pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan kreatif. Jumlah lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif masih relatif kecil dan kurang mencukupi dengan jumlah total angkatan kerja Indonesia. Mayoritas lembaga pelatihan yang ada hanya tersedia di tingkat kabupaten atau kota. Oleh karena itu pemerintah harus mendorong dan memfasilitasi pihak swasta untuk mengembangkan lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif, mempermudah proses perijinan, dan mengadakan program penghargaan bagi lembaga yang berhasil melahirkan SDM industri yang terampil dan profesional.

Kedua, Pengembangan program studi baru yang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan industri kreatif. Dengan adanya program studi yang khusus di bidang industri kreatif diharapkan dapat membentuk karakteristik sumber daya manusia yang siap bekerja, berkarya dan berdaya saing di industri kreatif Indonesia dan global.

Ketiga, Memberikan fasilitas kemudahan bagi lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif untuk saling bekerjasama dengan sesama lembaga pelatihan industri kreatif di dalam maupun diluar negeri. Tujuan kerja sama ini adalah agar kemampuan tenaga kerja terbiasa dengan ketatnya dunia persaingan industri.

Keempat, Meningkatkan kualitas tenaga pengajar dan pelatih. Pengajar dan pelatih yang berkualitas sangat berpengaruh terhadap kualitas tenaga kerja yang akan dididik dan dilatih. Upaya ini dapat dilakukan dengan mengadakan sertifikasi pengajar dan pendidik dengan standar yang disesuaikan dengan kebutuhan industri kreatif.

Kelima, Mengembangkan dan meningkatkan muatan kurikulum pendidikan dan pelatihan industri kreatif. Kurikulum yang dikembangkan harus sesuai dengan kebutuhan industri. Dengan strategi ini diharapkan lulusan pelatihan dapat memiliki keahlian yang sesuai dengan kebutuhan industri kreatif.

Keenam, Meningkatkan standar mutu dan akreditasi lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif. Manfaat adanya akreditasi ini sebagai indikator peningkatan standar mutu lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif dan meningkatkan jumlah lembaga yang terakreditasi dengan tujuan untuk terus menjaga kualitas lulusan yang dihasilkan.

Ketujuh, Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif. Peningkatan sarana dan prasarana ini harus di sesuaikan dengan kebutuhan industri, sehingga

diharapkan tenaga kerja siap untuk terjun langsung dilapangan karena sudah terbiasa dengan keahlian yang dibutuhkan.

Kedelapan, Meningkatkan alokasi dana yang dibutuhkan oleh lembaga pendidikan dan pelatihan industri kreatif. Alokasi dana yang mencukupi merupakan faktor paling penting, karena dari setiap strategi yang ada tentu akan berjalan ketika dana tercukupi.

Kesembilan, Menjalinkan kerjasama antara lembaga pendidikan dan pelatihan SDM industri kreatif dengan perusahaan industri kreatif. Strategi ini dapat dilakukan dengan mengadakan program magang wajib yang disesuaikan dengan keahlian SDM.

Kesepuluh, Mengadakan acara seminar dan motivasi dengan menghadirkan sosok wirausahawan industri kreatif yang telah sukses di bidangnya. Dengan adanya acara semacam ini akan bermanfaat untuk meningkatkan motivasi dan kreativitas SDM yang menajalani pendidikan dan pelatihan.

Kesebelas, Memberikan kesempatan bagi SDM yang terpilih untuk dapat mengikuti pelatihan diluar negeri. Harapannya kedepan nanti dapat dihasilkan SDM yang memiliki standar keahlian industri kreatif secara global serta mampu untuk bersaing ditingkat internasional.

Penutup

Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan usaha yang dilakukan untuk membentuk manusia yang berkualitas dengan memiliki kreativitas, keterampilan, dan kemampuan kerja, serta loyalitas kerja kepada suatu organisasi atau perusahaan industri. Strategi pengembangan SDM yang baik, akan memberikan dampak yang positif bagi suatu industri. Revolusi industri 4.0 atau yang biasa juga disebut sebagai era industri digital ditandai dengan perkembangan yang sangat pesat dari teknologi sensor, interkoneksi, dan analisis data untuk memunculkan gagasan yang terintegrasi dengan seluruh teknologi yang terdapat pada berbagai bidang industri. Era industri digital telah memberikan arus teknologi dan informasi serta mobilitas SDM dari satu tempat ke tempat lain. Salah satu cara pengembangan SDM adalah melalui peningkatan pendidikan dan pelatihan industri.

Pendidikan sangat penting dalam mengembangkan SDM karena orang yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah cenderung tidak memiliki kemampuan bekerja yang baik. Disamping pendidikan, pelatihan juga sangat penting karena untuk dapat membentuk SDM yang terampil

dan profesional dibutuhkan kesempatan SDM untuk mendapatkan banyak pengalaman kerja. Strategi pengembangan SDM Industri kreatif di Indonesia dapat dilaksanakan dengan cara (1) Peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif serta; (2) Peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif. Peningkatan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif ditandai dengan bertambahnya jumlah lembaga pendidikan kreatif, meningkatnya mutu pendidikan lembaga pendidikan kreatif serta meningkatnya lulusan dari lembaga pendidikan kreatif yang serserap di dunia kerja. Peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif ditandai dengan meningkatnya tenaga kerja kreatif yang memiliki sertifikasi yang diakui secara global serta adanya adanya sistem perlindungan tenaga kerja bagi tenaga kerja di sektor Industri kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Riffely Dewi, *Pengantar Bisnis*, Tangerang Selatan, Universitas Terbuka, 2013.
- Ayu, Nitia Agustina Kala. *Peluang Social Innovation dalam Revolusi Industri 4.0 Bagaimana Perkembangannya di Indonesia?* Cetakan Pertama. Yogyakarta: Forbil Institute, t.t.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, *Laporan Penyelenggaraan Penyusunan Data Statistik Dalam Rangka Big Data Ekonomi Kreatif*, Jakarta, Badan Pusat Statistik, 2016.
- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*, Jakarta, Badan Pusat Statistik. 2016
- Hartono, Deny Dwi, dan Malik Cahyadin. "Pemeringkatan Faktor Keberlangsungan Usaha Industri Kreatif di Kota Surakarta." *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik* Volume 4, no. 2 (2013): 225–36.
- Haryono, Siswoyo. *Re-Orientasi Pengembangan SDM Era Digital pada Revolusi Industri 4.0*. Yogyakarta: Direktorat Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 2018.
- Hasibuan, Malayu S.P, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Edisi Revisi, Bumi Aksara, Jakarta. 2003
- Hartimbul Ginting. Nembah F., *Manajemen Pemasaran*, Bandung, CV. Yrama Widya. 2011.

Kirkpatrick, D. L., *Evaluating Training Program*, Prentice Hall International, Inc. 1994

Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014, *Ekonomi Kreatif: Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019*, Jakarta, Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI, 2008.

Kementrian Pariwisata Republik Indonesia, *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2014*, Jakarta, Kementrian Pariwisata Republik Indonesia. 2015

Notoatmodjo, Soekidjo, *Pengembangan Sumber Daya Manusia*, Jakarta, PT. Rineka Cipta. 2009.