

UPAYA PEMERINTAH DAERAH DALAM MENUMBUHKAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT SUMATERA UTARA

Agus Tripriyono^{1*}

¹Program Studi Akuntansi, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi

Jl. Gatot Subroto Km. 4,5 Kel. Simp. Tanjung Kec. Medan Sunggal, Medan - 20121

*Korespondensi Penulis: agustripriyono@yahoo.com

Abstract: *The study aims to describe the creative economy of the people of North Sumatra, map the problems and analyze the efforts of the Regional Government in growing the creative economy of the people of North Sumatra. This research uses a narrative approach and is analyzed qualitatively. The research was conducted in Deli Serdang, Tebing Tinggi, Binjai, and Karo. The informants of the study consisted of: Industry and Trade or other designations; Office of Cooperatives, Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) or other designations; Tourism Office or other designations. Data collection is carried out through interviews, observations, documentation, and discussions. North Sumatra has 16 creative economy subsectors spread across 33 regencies/cities in North Sumatra Province. Four creative economy subsectors that have the largest number of businesses/industries, namely: Culinary (74.45%); Fashion (15.66%); Craft (6.85%); Publishing (1.35%), and the rest is below 1%. The creative economy in North Sumatra does not grow and develop evenly. The problems in growing the creative economy of the people of North Sumatra are related to: human resources, raw materials, capital/financing, institutions, products/products/works, infrastructure, and marketing. The efforts and policies of the Regional Government in developing the creative economy of the people of North Sumatra, namely: training, guidance, mentoring, promotion and marketing, publications, development of information systems, assessment and formulation of policies, appreciation to the creative community, socialization of IPR/PATEN, development/revitalization/facilitation of infrastructure, counseling, business meetings, establishment of IKM centers.*

Keywords: *Creative Economy, Local Government Efforts, Problems, Policies*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan perwujudan nilai tambah dari suatu ide atau gagasan kekayaan intelektual yang mengandung keorisinalan, lahir dari kreativitas intelektual manusia, berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, keterampilan, serta warisan budaya. Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif terdiri atas 16 subsektor yaitu: arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film, animasi dan video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fashion; aplikasi dan game developer; penerbitan; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. Pembangunan ekonomi kreatif tidak terbatas hanya pada pengembangan subsektor ekonomi kreatif dimaksud, tetapi juga berupaya pada pengarusutamaan ekonomi kreatif dalam setiap sektor ekonomi. Pengarusutamaan tersebut adalah bagaimana menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor penggerak di setiap sektor ekonomi melalui pemanfaatan lptek, *design thinking*, berorientasi budaya lokal, dan pemanfaatan media secara optimal untuk meningkatkan literasi dan konsumsi pasar di dalam dan luar negeri. Ekonomi kreatif juga telah mampu memberikan kontribusi nonekonomi dalam pembangunan nasional. Ekonomi kreatif telah berkontribusi mengangkat citra dan identitas bangsa secara nasional maupun global.

Berdasarkan Statistik Ekonomi Kreatif Sumatera Utara, jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 401.105 unit usaha, dengan rincian: 1.100 berbentuk PT/PERSERO, 665 berbentuk CV, 10.452 berbentuk izin khusus, 366 badan usaha lain, 388.522 tidak berbadan usaha. Persentase jumlah usaha berdasarkan subsektor ekonomi kreatif di Sumatera Utara adalah: kuliner 74,45%, Kriya 6,86%, Fesyen 15,66%, TV & Radio 0,05%, Penerbitan 1,35%, Musik 0,71%, Arsitektur 0,06%, Applications & Games 0,18%, Periklanan 0,04%, Fotografi 0,3%, Desain Komunikasi Visual 0,001%, Seni Pertunjukan 0,16%, Desain Produk 0,02%, Seni Rupa 0,11%,

Film, Animasi & Video 0,05%, dan Desain Interior 0,01% (Statistik Ekonomi Kreatif: BPS, 2019).

Berdasarkan survei tim peneliti ke Kota Tebing Tinggi, Kabupaten Deli Serdang, Kota Binjai, dan Kabupaten Karo di Sumatera Utara, bahwa keempat daerah ini memiliki beberapa usaha/industri yang tergolong ke subsektor ekonomi kreatif, disajikan dalam bentuk matriks berikut.

Tabel 1. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota di Sumatera Utara

Jenis Usaha/Industri Berdasarkan Subsektor Ekonomi Kreatif	T. Tinggi*	Deli Serdang**	Binjai***	Karo****
Aplikasi & Game Developer	-	-	-	√
Arsitektur	-	-	-	√
Desain Interior	-	-	-	√
Desain Produk	√	√	-	√
Desain komunikasi visual	-	-	-	√
Fashion	√	√	-	√
Film, Animasi, dan Video	-	-	√	√
Fotografi	√	-	-	√
Kerajinan Kayu (kriya)	√	√	√	√
Kuliner	√	√	√	√
Musik	√	-	√	√
Penerbitan	-	√	-	√
Periklanan	-	-	-	√
Seni Pertunjukan	√	√	-	√
Seni Rupa	√	-	-	√
Televisi dan radio	√	-	-	√

Berdasarkan tabel diatas bahwa diperoleh beberapa permasalahan untuk menumbuhkan ekonomi kreatif seperti kesulitan mendapatkan bahan baku, kurangnya permodalan, apresiasi kelembagaan rendah, lemahnya sumber daya manusia, jumlah produk yang dihasilkan yang dapat mencapai pasar internasional hanya sedikit, produk yang dihasilkan kurang diminati masyarakat, mahalnnya masin produksi, infrastruktur internet belum memadai, kesulitan mendistribusikan barang.

Berbagai upaya menjadi perhatian pemerintah dalam menyelesaikan atau meminimalisir permasalahan-permasalahan di atas agar ekonomi kreatif dapat tumbuh dan berkembang. Apresiasi dan literasi terhadap produk, karya dan jasa kreatif lokal sangatlah diperlukan untuk meningkatkan pangsa pasar di dalam negeri. Oleh karena itu, dibutuhkan fasilitasi pemerintah untuk memperluas pasar di dalam dan luar negeri antara lain melalui peningkatan kualitas *branding*, promosi, misi dagang *business to business*, perluasan jejaring antar wirausaha dan usaha kreatif, diplomasi budaya sebagai *softpower*, dan fasilitasi kemitraan dengan ritel *modern* untuk mendistribusikan produk kreatif. Faktor lain dalam pembangunan ekonomi kreatif adalah faktor kelembagaan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Kelembagaan tidak hanya mencakup regulasi yang mendukung penciptaan iklim yang kondusif untuk berkembangnya industri kreatif, namun juga meliputi adanya partisipasi aktif pemangku kepentingan, pengasutamaan kreativitas, partisipasiaktif serta terciptanya apresiasi terhadap orang, karya, wisata, dan usaha kreatif lokal dan sumber daya alam dan budaya lokal.

TINJAUAN PUSTAKA

A. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu perwujudan nilai tambah dari suatugagasan atau ide yang

mengandung keaslian, muncul dari kreativitas intelektual manusia, berdasarkan ilmu pengetahuan, keterampilan, serta warisan budaya dan teknologi kekayaan intelektual (Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif). Ekonomi kreatif diartikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berfikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial. Ekonomi kreatif sebagai era baru yang mengintensifkan informasi kreatifitas dengan mengandalkan ide dari sumberdaya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam suatu kegiatan ekonominya (Basri, 2012). Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan hasil ekspor, meningkatkan teknologi, menambah kekayaan intelektual, dan peran sosial lainnya.

B. Subsektor ekonomi kreatif

Berdasarkan Peraturan Preside Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif terdiri atas 16 sub-sektor yaitu:

- 1) Animasi
- 2) Periklanan
- 3) Arsitektur
- 4) Kuliner
- 5) Design
- 6) Pasar barang seni
- 7) Kerajinan
- 8) Musik
- 9) Fashion
- 10) Permainan interaktif
- 11) Vidio, film, dan fotografi
- 12) Seni pertunjukan
- 13) Layanan komputer
- 14) Riset dan pengembangan
- 15) Penerbutan dan percetakan
- 16) Televisi dan radio

C. Peran pemerintah dalam pembangunan ekonomi

Lincolin arsyad (Subandi 2007) berpendapat bahwa ada 4 peran yang dapat diambil oleh pemerintah daerah dalam proses pembangunan ekonomi di daerah yaitu sebagai berikut:

- 1) Enterpreneur, peran pemerintah daerah sebagai enterpreur merupakan tanggung jawab untuk menjalankan suatu usaha bisnis didaerahnya. Dengan cara pemerintah daerah harus mengelola aset-aset dengan lebih baik dan ekonomis supaya mampu memberikan keuntungan bagi pemerintah daerah.
- 2) Koordinator, pemerintah daerah harus mampu bertindak sebagai koordinator dalam pembangunan ekonomi di daerahnya, yaitu melalui menetapkan kebijakan-kebijijakan atau mengusulkan strategi-strategi pembangunan ekonomi yang komprehensif bagi kemajuan daerahnya.
- 3) Fasilitator, pemerintah daerah dapat berperan sebagai fasilitator dengan cara mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan budaya masyarakat daerah. Peran fasilitator tidak saja hanya penyediaan atau perbaikan lingkungan, tetapi pemerintah daerah harus membantu dunia usaha dalam memberikan kemudahan perijinan bagi investor yang tertarik untuk menanamkan modalnya juga mencegah kelestarian lingkungan alam sekitarnya.
- 4) Stimulator, pemerintah daerah dapat berperan sebagai stimulator dalam penciptaan dan pembangunan usaha melalui tindakan- tindakan khusus yang dapat mempengaruhi dunia usaha untuk masuk ke daerah tersebut dan menjaga agar perusahaan- perusahaan yang ada tetap eksis berada di daerah tersebut. Stimulus ini

dapat dilakukan dengan cara pembuatan brosur- brosur pembangunan kawasan industri, pembuatan outlet untuk produk-produk usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) dan koperasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian kualitatif ini menjelaskan tentang suatu fenomena secara mendalam dan menyeluruh sehingga hasil penelitiannya merupakan deskripsi detil yang tidak kaku tetapi juga mendalam. Data primer diperoleh melalui wawancara, data isian, dan observasi ke lapangan, sedangkan data sekunder diperoleh berupa dokumen. Subjek penelitian adalah Kadis, Sekretaris, Kabid, Kasi, pelaku usaha/industri. Subjek penelitian dijadikan sebagai informan penelitian. Serta objek yang diteliti adalah ekonomi kreatif dan permasalahannya serta upaya pemerintah daerah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, berdasarkan data dokumen diperoleh informasi bahwa jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara sebanyak 401.105 unit usaha, dengan rincian: 1.100 berbentuk PT/PERSERO; 665 berbentuk CV; 10.452 berbentuk Izin Khusus; 366 berbentuk Badan Usaha Lain; dan 388.522 tidak berbadan hukum (BPS, 2019). Jumlah usaha ekonomi kreatif di Sumatera Utara berdasarkan masing-masing subsektor disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Usaha Ekonomi Kreatif di Sumatera Utara Berdasarkan masing-masing Subsektor

No.	Subsektor Ekonomi Kreatif	Jumlah Usaha	Persentase (%)
1.	Aplikasi & Game Developer	722	0,18
2.	Arsitektur	241	0,06
3.	Desain Interior	40	0,01
4.	Desain Komunikasi Visual	0	0,00
5.	Desain Produk	80	0,02
6.	Fashion	62.813	15,66
7.	Film, Animasi, dan Video	201	0,05
8.	Fotografi	1.203	0,3
9.	Kerajinan Kayu (kriya)	27.476	6,85
10.	Kuliner	298.623	74,45
11.	Musik	2.848	0,71
12.	Penerbitan	5.415	1,35
13.	Periklanan	160	0,04
14.	Seni Pertunjukan	642	0,16
15.	Seni Rupa	441	0,11
16.	Televisi dan radio	201	0,05
Total		401.105	100,00

Berdasarkan tabel di atas dari 16 subsektor ekonomi kreatif yang terdapat di Sumatera Utara hanya terdapat 4 subsektor ekonomi kreatif yang didominasi oleh para pengunjung yakni kuliner, fashion, kerajinan kayu dan penerbitan. Berikut subsektor ekonomi kreatif di 4 Kabupaten/Kota, disajikan dalam bentuk Tabel 3.

Tabel 3. Subsektor Ekonomi Kreatif di 4 Kabupaten/Kota

No.	Subsektor Ekonomi Kreatif	Jumlah Usaha/Industri			
		Deli Serdang	Binjai	Tebing Tinggi	Karo
1.	Aplikasi & Game Developer	-	-	-	2
2.	Arsitektur	-	-	-	2
3.	Desain Interior	-	-	-	2
4.	Desain Komunikasi Visual	-	-	-	1
5.	Desain Produk	√**	-	√***	10
6.	Fashion	16*; 88**	-	66*; 1**	9
7.	Film, Animasi, dan Video	-	1*	-	7
8.	Fotografi	-	-	2**	13
9.	Kerajinan Kayu (kriya)	22*	7**; 1266***	3*	53
10.	Kuliner	99*; 237**	202**; 3855***	184*; 46**	406
11.	Musik	-	1*	√***	39
12.	Penerbitan	-	-	-	29
13.	Periklanan	√	-	√***	5
14.	Seni Pertunjukan	50*	-	1**	20
15.	Seni Rupa	-	-	1**	13
16.	Televisi dan radio	-	-	2**	15

Pada Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Kabupaten Karo memiliki semua keenambelas subsektor ekonomi kreatif sebagaimana dimaksud, sedangkan kabupaten/kota lainnya hanya memiliki beberapa subsektor ekonomi kreatif. Terdapat beberapa subsektor ekonomi kreatif di masing-masing kabupaten/kota yang jumlahnya berbeda-beda untuk 1 jenis subsektor berdasarkan Tugas dan Fungsi masing-masing OPD yang langsung bersentuhan dengan usaha/industri di subsektor ekonomi kreatif.

Terdapat permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat di Sumatera Utara yaitu sumber daya manusia, bahan baku, pembiayaan/permodalan, terkait kelembagaan, produk yang dihasilkan, sarana prasarana, dan pemasaran. Upaya pemerintah dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat di Sumatera Utara disajikan dalam bentuk matriks berikut:

Tabel 4. Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Masyarakat

No.	Upaya & Kebijakan Pemerintah Daerah	Binjai Tebing Deli Karo											
		1		Tinggi			Serdang			1		2	
1.	Membentuk Komite Sumatera Utara Kreatif	√	-	-	√	X	X	X	-	X	X		
2.	Membentuk pusat informasi industri kreatif untuk mendukung riset dan pengembangan industri kreatif	√	X	X	√	X	√	√	X	X	X		
3.	Pengakuan kepeloporan dan prestasi dalam industri Kreatif	-	X	X	√	√	√	√	√	√	√	X	
4.	Perlindungan hasil karya kreatif (hak cipta)	√	√	X	√	√	√	-	√	√	√		
5.	Kemudahan perijinan usaha industri kreatif	√	√	√	√	√	√	√	√	X	√		
6.	Integrasi kegiatan kreatif, bisnis, dan teknologi	√	√	X	√	X	√	√	√	X	√		
7.	Relevansi lembaga pendidikan dengan bisnis kreatif	-	√	X	√	X	√	-	√	X	√		
8.	Layanan investasi yang berkualitas internasional	-	X	-	√	X	X	-	√	X	√		
9.	Akses modal kerja atau pembiayaan bisnis kreatif	-	√	-	√	X	√	√	√	X	√		
10.	Perlindungan terhadap pekerja kreatif dan	-	X	√	√	√	√	X	√	√	X		

penyetaraan										
Gender										
11. Pengembangan infrastruktur	√	X	√	√	X	√	√	√	√	X
12. Inisiasi pembentukan skema dan lembaga pembiayaan yang sesuai	-	-	-	√	X	√	-	√	X	X
13. Pengembangan pola relasi yang saling mendukung	-	√	-	√	X	X	√	√	X	X
14. Fasilitasi creative talent untuk berkreasi bagi masyarakat	√	X	X	√	X	X	√	√	X	X
15. Creative mindset programme kepada masyarakat	-	X	X	√	X	√	√	X	X	X
16. Pelatihan dan pendampingan entrepreneurship	√	√	√	√	√	√	X	√	√	X
17. Market attractiveness programme untuk keunggulan Kompetitif	-	X	X	√	X	√	√	√	X	X
18. Fasilitasi dan apresiasi terhadap nilai karya dan budaya	-	√	X	√	X	√	-	√	√	X
19. Inventarisasi dan fasilitasi karya kreatif	-	√	X	√	X	√	√	√	√	X
20. Sosialisasi HKI dan etika penciptaan kepada masyarakat	√	X	√	√	-	√	X	√	√	√
21. Program inovasi bermuatan lokal yang unggul	-	X	X	√	√	√	X	√	√	√
22. Revitalisasi basis teknologi pendukung Community Development	-	-	X	√	-	√	X	√	X	X
23. Program peningkatan jumlah dan kualitas creative Worker	-	X	√	√	-	√	√	√	X	X
24. Fasilitasi networking dan manajemen komunitas	√	√	X	√	X	√	√	√	X	X
25. Membentuk kawasan atau pasar kreatif	-	X	√	√	X	√	√	√	X	X
26. Membentuk Duta Sumut Kreatif	-	X	-	√	X	X	-	X	X	X
27. Mengembangkan ekosistem bisnis yang terpadu	-	√	X	√	X	√	-	√	X	X
28. Memberikan pinjaman dengan bunga rendah	-	-	X	√	√	X	X	X	X	√
29. Menghubungkan para pelaku usaha dengan toko-toko teknologi Daring untuk membantu pemasaran dan penjualan produk-produk seperti Tokopedia, Shopee, dan Blibli	√	√	√	√	X	X	√	√	X	X
30. Melakukan kerjasama dengan industri lokal penyediaan bahan baku mentah untuk keperluan produksi	√	√	X	√	X	√	X	√	X	X

Berdasarkan Tabel di atas dapat dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah telah banyak melakukan upaya dan kebijakan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara, akan tetapi beberapa subsektor ekonomi kreatif masih belum tumbuh dan berkembang secara kelembagaan. Keterbatasan dalam penganggaran yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah menjadikan upaya dan kebijakan di atas hanya difokuskan pada usaha/industri ekonomi kreatif di bawah binaan Pemerintah Daerah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

- a. Usaha/industri ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara tidak tumbuh dan berkembang secara merata, dan masih didominasi 4 subsektor ekonomi kreatif yaitu: Kuliner, Fashion,

- Kerajinan, dan Penerbitan.
- b. Permasalahan dalam menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara adalah sangat beragam, mulai dari SDM, bahan baku, permodalan/ pembiayaan, kelembagaan, produk/hasil/karya, sarana prasarana, dan pemasaran.
 - c. Upaya dan kebijakan Pemerintah Daerah untuk menumbuhkan ekonomi kreatif masyarakat Sumatera Utara sangat beragam, mulai dari pelatihan, bimbingan, pendampingan, promosi dan pemasaran, publikasi, pengembangan sistem informasi, pengkajian dan penyusunan kebijakan, apresiasi kepada masyarakat kreatif, sosialisasi HKI/PATEN, pembangunan/ revitalisasi/fasilitasi sarana prasarana, konseling, temu usaha, pembentukan sentra IKM.

Rekomendasi

- a. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi tentang tata niaga, pelestarian (perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan) sumber daya alam lokal sebagai bahan baku industri kreatif untuk mendukung iklim yang kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif.
- b. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi tentang kebijakan model pembiayaan pada lembaga pembiayaan konvensional dan nonkonvensional untuk pengembangan ekonomi kreatif.
- c. Kepala Daerah perlu mengeluarkan regulasi Hak Kekayaan Intelektual untuk dapat menjamin perlindungan (pendaftaran yang mudah, penegakan hukum atas pembajakan dan tindakan melanggar HKI) bagi kekayaan intelektual.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Cetak:

- Badan Ekonomi Kreatif. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*.
Departemen Perdagangan. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*.
Firdausy, C. M. 2017. *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
Florida, R. 2002. *The Rise of Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Book.
Jogiyanto, H.M. 2005. *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*.
Kotler, Philip, & Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
Lincoln. 2000. *Pengantar Perencanaan dan Pembangunan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi.
Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis: Reorientasi Konsep, Perencanaan Strategis untuk Menghadapi Abad 21, Cetakan Kesebelas*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
Statistik Ekonomi Kreatif: BPS. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*.
Suryana. 2013. *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan. Peluang*. Jakarta: Salemba Empat.

Jurnal:

- Agustina, R., Soeaidy, M.S., & Ribawanto, H. (tanpa tahun). Peran *Stakeholder* Dalam Meningkatkan Perekonomian Lokal Melalui Industri Kecil Menengah (IKM): Studi pada Dinas Perindustrian, Perdagangan, Pertambangan dan Energi Kota Kediri). *Jurnal Administrasi Publik (JAP)*, Vol.2, No.5, Hal. 844-850.
- Basri, Mutia Y., Surya R. A. S., Fitriyani R., Novriyan R., Tania, T. S. 2012. Studi Ketidaktepatan Pajak: Faktor Yang Mempengaruhinya (Kasus pada Wajib Pajak Orang Pribadi yang Terdaftar di KPP Pratama Tampan Pekanbaru). *Simposium Nasional Akuntansi XV*.
- Nenny, A. 2008. Industri Kreatif. *Jurnal Ekonomi*, Desember 2008 Volume XIII No. 3.
- Saedah, E. 2013. Industri Kecil dan Menengah Komponen sebagai Rantai Nilai Industri

Manufaktur. <https://slideplayer.info/slide/2030621/>, diakses April 2021.

Artikel:

Kementerian Perdagangan. 2010. *Rencana Strategis Pembangunan Perdagangan Tahun 2010-2014*.

Peraturan Preside Nomor 97 tahun 2019 tentang Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Peraturan Presiden Nomor 142 tahun 2018 tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018-2025.

Peraturan Presiden Nomor 92 tahun 2011 tentang Perubahan Kedua Atas Peraturan Presiden Nomor 24 Tahun 2010 tentang Kedudukan, Tugas, Dan Fungsi Kementerian Negara serta Susunan Organisasi, Tugas, dan Fungsi Eselon I Kementerian Negara.

Undang-Undang Nomor 24 tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.