

TANTANGAN PERDAGANGAN BEBAS BIDANG INDUSTRI KREATIF PASCA PANDEMI COVID-19 DI ASEAN

Teddy Ageng Maulana¹, Donny Trihanondo²

¹S1 Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
Jl. Telekomunikasi no.1, Bandung, Indonesia

² S1 Seni Rupa, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University
Jl. Telekomunikasi no.1, Bandung, Indonesia

e-mail: teddym@telkomuniversity.ac.id¹, donnytri@telkomuniversity.ac.id²

Received : January, 2022

Accepted : February, Year

Published : March, Year

Abstract

AFTA or ASEAN Free Trade Area has been officially enforced since January 1, 2016, thus making the inflow of labor, goods, and capital between ASEAN countries very easy. Indonesia as a large market is also a large talent pool for prospective HR in the creative industry. The Covid-19 pandemic that began in early 2020 has created obstacles and challenges. A more comprehensive strategy is needed to increase the resilience of the creative industry to turmoil and uncertainty such as COVID-19 in the future, so that the economic impact can be minimized. The research case study was conducted at the Indonesian Photographic Professional Association (APFI) and the Indonesian Photographic Professional Certification Institute (Leskofi). The main result of observations made by researchers is the need for strong and resilient human resources in the creative industry sector as a strategy that must be prepared. This research is a research that uses qualitative methods with the object of study regarding human resources in the creative industry. This research was made with the aim of developing a strategy for preparing human resources for creative industries, especially in Indonesia. The results of this study can be further developed as a reference for the development of the creative industry sector in Indonesia.

Keywords: Creative Industries, AFTA, Post-pandemic

Abstrak

AFTA atau ASEAN Free Trade Area telah resmi berlaku sejak 1 Januari 2016, dengan demikian arus masuk tenaga kerja, barang, serta modal di antara negara-negara ASEAN menjadi sangat mudah. Indonesia sebagai sebuah pasar yang besar juga merupakan sebuah kolam bakat yang besar bagi calon-calon SDM di bidang industri kreatif. Pandemi Covid-19 yang terjadi mulai awal tahun 2020 telah melahirkan hambatan maupun tantangan. Perlu strategi yang lebih komprehensif untuk meningkatkan ketahanan industri kreatif terhadap gejala dan ketidakpastian seperti COVID-19 di masa depan, sehingga dampak ekonominya dapat diminimalisir. Studi kasus penelitian dilakukan pada Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI) serta Lembaga Sertifikasi Profesi Fotografi Indonesia (Leskofi). Hasil utama dari pengamatan yang dilakukan oleh peneliti adalah diperlukannya SDM yang kuat dan tahan banting di bidang industri kreatif sebagai strategi yang harus disiapkan. Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan metode kualitatif dengan objek kajian mengenai SDM di bidang industri kreatif. Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menyusun strategi penyiapan SDM industri kreatif terutama di Indonesia. Hasil dari penelitian ini dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai acuan untuk pengembangan sektor industri kreatif di Indonesia.

Kata Kunci: Industri Kreatif, AFTA, Pasca pandemi

1. PENDAHULUAN

Sesuai kesepakatan para Menteri perwakilan negara anggota Asean, pada 20 November 2007, mulai tahun 2015 akan dilaksanakan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Pada kondisi, ini selain perdagangan bebas antar Negara Asean, juga SDM akan makin bebas bekerja di regional Asean. SDM dari Indonesia dapat bekerja di lingkungan Asean dengan lebih mudah, demikian juga sebaliknya. Manfaat sertifikasi belum terlalu dirasakan oleh para fotografer. Namun ketika MEA 2015 dilaksanakan, akan masuk para fotografer dari negara anggota ASEAN dari luar Indonesia, dengan sertifikasi internasional. jadi kita akan bersaing dengan mereka.

Kondisi terkini di tingkat global dan regional mengharuskan penerapan pendekatan yang tepat untuk mengantisipasi dinamika dan perubahan yang cepat. Globalisasi, termasuk globalisasi ekonomi, telah menjadi dinamika internasional yang harus diwaspadai oleh setiap negara, termasuk Indonesia. Indonesia adalah negara Asia Tenggara yang tergabung dalam Perhimpunan Bangsa-Bangsa Asia Tenggara (ASEAN). Setelah berhasil menandatangani Piagam ASEAN pada tanggal 8 Agustus 1967, ASEAN menjadi organisasi internasional. Pembentukan Komunitas ASEAN, yang telah ada sejak 2015, adalah salah satu kemajuan terkini di ASEAN. Komunitas Ekonomi ASEAN, Komunitas Politik-Keamanan ASEAN, dan Komunitas Sosial Budaya ASEAN merupakan tiga pilar yang menopang Komunitas ASEAN.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA), bertujuan untuk menciptakan pasar dan basis manufaktur terpadu dengan memfasilitasi arus komoditas, jasa, investasi, uang, dan tenaga kerja terampil. Lebih lanjut, dengan mengadopsi kerangka kebijakan bersama, seperti standardisasi dan kolaborasi kerjasama di banyak domain, MEA berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan dunia bisnis/ekonomi serta lingkungan regional yang mendorong inovasi. MEA juga bertujuan untuk meningkatkan hubungan transportasi dan infrastruktur lainnya. Selain itu, MEA bercita-cita untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang tinggi melalui langkah-langkah kreatif yang membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk beradaptasi dalam skala wilayah

dan dunia. Pertimbangan lain dalam MEA adalah inisiatif pengembangan kemampuan anggota ASEAN yang baru diterima untuk memastikan penggabungan mereka ke dalam MEA. ASEAN pada akhirnya dapat bergabung dengan ekonomi global melalui kontak ekonomi dengan pihak luar.

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) bercita-cita untuk mengembangkan ekonomi global di antara negara-negara ASEAN dan meningkatkan daya saing ekonomi regional. Pada sisi lain, ASEAN Free Trade Area (AFTA) adalah zona perdagangan bebas yang dibentuk oleh negara-negara anggota ASEAN. Cita-cita utamanya adalah untuk menaikan kemampuan ekonomi dan komersial ASEAN di panggung global. AFTA memiliki tujuan agar negara-negara yang tergabung dalam ASEAN menjadi hub manufaktur global. Diharapkan dengan adanya kebijakan perdagangan bebas AFTA, tidak akan ada lagi persoalan tarif akibat pungutan impor yang akan berkurang sekitar 0-5 persen. Hambatan tarif harus dikurangi dan dihilangkan, serta hambatan non-tarif, khususnya bagi negara-negara anggota ASEAN. (GT Suroso, Widyaiswara, ASEAN Economic Community and the Indonesian Economy, 2018) [1] Common Effective Preferential Tariffs Scheme For ASEAN Free Trade Area (CEPT-AFTA) adalah bentuk penerapan AFTA dengan menurunkan biaya menjadi 0-5 persen, menghilangkan hambatan kuantitatif, dan menghilangkan pembatasan non-tarif lainnya. Sejak tahun 2016, AFTA telah disepakati untuk diterapkan di ASEAN.

Dengan meratifikasi Asean Free Trade Agreement (AFTA) dan Asean China Free Trade Agreement (ACFTA), negara-negara dapat dengan bebas memperdagangkan barang dan jasa, termasuk tenaga kerja. Akibat dari pertukaran tenaga kerja ini, Indonesia harus meningkatkan kemampuan tenaga kerjanya agar dapat bersaing dengan negara lain. Ketrampilan tenaga kerja yang memadai, tempat dan bidang pekerjaan yang sesuai dengan keterampilan dan kesepakatan yang adil, serta remunerasi yang layak hanyalah sebagian kecil dari syarat penempatan tenaga kerja yang manusiawi.

Badan Nasional Sertifikasi Profesi, atau BNSP, merupakan suatu badan independen yang digagas oleh pemerintah melalui Undang-

Undang Nomor 13 Tahun 2003 mengenai Ketenagakerjaan. Melalui prosedur sertifikasi, lembaga ini bertujuan untuk memberi jaminan kualitas kompetensi keahlian dan pengakuan SDM di semua bidang keahlian di Indonesia. Badan Nasional Sertifikasi Profesi ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 Tahun 2003, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2004.

Sertifikasi keahlian merupakan upaya pemerintah untuk melahirkan SDM yang berkualitas. Pemerintah sedang berkonsentrasi mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) Indonesia yang berkualitas agar bisa sejajar dengan negara-negara lain. Diproyeksikan nanti di tahun 2040, Indonesia bakal memiliki 195 juta penduduk usia produktif, dengan 60 persen masih berusia muda di tahun 2045, ini memerlukan pengelolaan secara efektif agar menciptakan bonus demografi bagi terwujudnya Indonesia yang maju pada ulang tahun kemerdekaannya yang ke-100. Salah satunya adalah tenaga kerja yang berdaya saing dan terlatih yang merupakan hasil pendidikan dan pelatihan yang berkualitas dan relevan dengan kebutuhan dunia usaha dan industri yang masih terus berkembang.

Sektor kreatif merupakan suatu contoh industri yang terus berkembang di Indonesia. Industri kreatif adalah suatu sektor yang bersumber dari pemanfaatan inovasi, keahlian, dan talenta individu untuk menghasilkan kekayaan dan lapangan kerja dengan memanfaatkan dan memanfaatkan daya kreasi dan kecerdikan individu (Kemenparekraf, 2014) [2]. Dari tahun ke tahun, industri kreatif Indonesia tumbuh dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB negara. PDB industri kreatif adalah 10,1 triliun pada tahun 2014, menyumbang 7,06 persen dari total PDB Indonesia. Pada tahun 2014, industri kreatif menjadi sektor ekonomi terbesar ke-6 dalam hal kontribusi PDB.

Di balik kemajuan yang semakin positif, industri kreatif tetap menghadapi sejumlah masalah yang menjadi isu strategis, yaitu: (1) Tersedianya sumber daya manusia (SDM) kreatif yang memiliki profesionalitas dan berdaya saing; (2) Tersedianya material yang berkualitas, variatif, dan berdaya saing; (3) Pertumbuhan sektor industri kreatif yang kompetitif, berkembang, dan bervariasi; (4)

Tersedianya kredit pinjaman yang tepat, mudah didapatkan, dan berbunga kompetitif; (5) Pengembangan pasar karya, usaha, dan insan kreatif; dan (7) lingkungan yang kondusif (Kemenparekraf, 2014) [3].

Salah satu tantangan strategis yang telah disebutkan di atas berkaitan dengan ketersediaan sumber daya manusia kreatif yang kompeten. SDM merupakan aspek terpenting dalam output industri kreatif; tanpa sumber daya manusia yang kompetitif, industri kreatif Indonesia akan berjuang untuk tumbuh. Sumber daya manusia, menurut Mari Pangestu, tidak mencukupi secara kuantitas dan kualitas. Pada umumnya lembaga pendidikan formal/informal tidak menciptakan pembelajaran otodidak. Selanjutnya, sumber daya manusia terkonsentrasi hanya di beberapa tempat. Selain itu, Indonesia memiliki kelangkaan lulusan SDM kreatif karena rendahnya kualitas dan jumlah institusi pendidikan kreatif.

Keterbatasan SDM dan institusi pendidikan kreatif menjadi kendala penting bagi pertumbuhan SDM industri kreatif di Indonesia, sehingga perlu dikembangkan strategi pengembangan SDM industri kreatif untuk dapat bersaing di MEA. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pengembangan SDM Industri Kreatif Indonesia dalam menghadapi MEA dan keadaan pasa pandemi COVID-19 yang penuh dengan ketidakpastian.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur pengumpulan data deskriptif dari orang-orang dalam bentuk tulisan maupun lisan atau pengamatan terhadap perilaku (Bodgan dan Taylor dalam Moloeng, 2013: 4) [4]. Tujuan penelitian ini adalah memberikan data penelitian berupa penjelasan mengenai perkembangan SDM industri kreatif di Indonesia, serta penjelasan mengenai strategi pengembangan SDM industri kreatif di Indonesia dalam menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) yang telah berlaku sejak tahun 2016.

Metode penelitian kualitatif, menurut Creswell (2008) [5], merupakan suatu pendekatan atau

penelitian untuk mengeksplorasi dan memahami suatu fenomena sentral. Peneliti mengajukan pertanyaan umum dan sangat luas kepada partisipan penelitian untuk memahami fenomena sentral. Setelah itu, data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata atau teks. Informasi yang dikumpulkan kemudian diperiksa. Peneliti membandingkan temuan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh akademisi lain. Laporan tertulis digunakan untuk menyajikan temuan penelitian kualitatif.

Teknik pengumpulan data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data berbasis dokumen. Dokumen adalah rekaman sejarah dari peristiwa masa lalu. Rekaman tersebut dapat berupa tulisan, foto, atau karya monumental yang dibuat oleh seseorang (Sugiyono, 2013: 326) [6].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Deskripsi Data

Industri Kreatif di Indonesia

Dari revolusi agraria di abad ke-18 hingga revolusi ekonomi berbasis pengetahuan di abad ke-21, industri global telah berubah secara dramatis (Suhendra, 2017) [7]. Era ekonomi kreatif yang identik dengan industri kreatif identik dengan revolusi ekonomi berbasis pengetahuan. Hal ini merupakan suatu perkembangan bila dibandingkan dengan ekonomi Industri yang memiliki efek buruk terhadap masyarakat dan lingkungan [8]. Setelah mengetahui bahwa produk berbasis kekayaan intelektual mendominasi produk ekspor dari Amerika Serikat, yang mencapai US\$ 414 miliar pada tahun 1997 (Suhendra, 2017) [9], John Howkins mempopulerkan ekonomi kreatif pada tahun 2001. Sejak saat itu, ekonomi kreatif berkembang pesat di setiap negara. negara, khususnya Inggris, Jepang, Cina, India, dan Korea Selatan. Industri kreatif, khususnya di bidang ekonomi, merupakan salah satu yang paling cepat berkembang di dunia.

Industri dan budaya kreatif, yang merupakan jantung ekonomi kreatif di seluruh dunia, menghasilkan pendapatan \$2,250 miliar dan mempekerjakan 29,5 juta orang pada tahun 2013. Asia Pasifik memimpin sektor kreatif, dengan penjualan sebesar US\$743 miliar dan

12,7 juta pekerja kreatif, diikuti Eropa dengan pendapatan US\$ 709 miliar dan 7,7 juta pekerja kreatif, dan Amerika Utara dengan pendapatan US\$ 620 miliar dan 4,7 juta pekerja kreatif (Suhendra, 2017). Pertumbuhan industri kreatif digital yang semakin pesat di seluruh dunia juga menandakan ekonomi kreatif global. Hal ini merupakan efek dari gaya hidup digital yang sedang menyebar di dunia (Suhendra, 2017) [10], yang disebabkan oleh penetrasi internet yang mencapai hingga 50% dari populasi global.

Salah satu perhatian masyarakat yang menjadi perhatian akademisi adalah pembangunan ekonomi, khususnya di sektor ekonomi kreatif (Hannan, 2019) [11]. Salah satu sektor yang paling diminati di Indonesia adalah ekonomi kreatif. Akibatnya, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor ekonomi terpenting di Indonesia (Sidauruk et al., 2019) [12]. Dengan dikeluarkannya Instruksi Presiden (INPRES) Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Indonesia mulai membangun ekonomi kreatifnya. Indonesia harus memanfaatkan peluang yang ada sepanjang masa perkembangan dan kemajuan ekonominya, salah satunya dengan memberdayakan ekonomi kreatif dalam mewujudkan masyarakat yang sejahtera (Setiawan, 2018) [13].

Pelaku usaha membawa berbagai inovasi dan kreativitas di unit usahanya dalam operasional ekonomi kreatif. Banyak unit perusahaan kini telah mengembangkan industri kreatif berdasarkan berbagai faktor, termasuk masakan, pakaian jadi, dekorasi, aksesoris, dan barang-barang lainnya. Ekonomi kreatif ini juga memiliki banyak hal untuk ditawarkan kepada negara. Ekonomi kreatif dilaporkan menyumbang Rp. 1,009 triliun terhadap PDB nasional tahun 2017, naik dari Rp. 922 triliun tahun sebelumnya. Itu meningkat sebesar Rp. 100 triliun setiap tahun pada tahun 2019 dan akan terus berlanjut di masa mendatang (Santosa, 2020) [14]. Pada tahun 2015, ekonomi kreatif Indonesia memberikan kontribusi sebesar Rp852 triliun atau 7,38 persen dari PDB negara (Sidauruk et al., 2019) [15]. Selanjutnya, ekonomi kreatif membantu negara dalam meningkatkan posisi masyarakat.

UMKM dan ekonomi kreatif tidak dapat dipisahkan dan saling terkait. Untuk mengembangkan usahanya, pelaku usaha harus

inovatif dan kreatif. UMKM harus berinovasi secara menyeluruh, mulai dari produk hingga pemasaran dan distribusi hingga proses lainnya (Siagian & Cahyono, 2021) [16]. Sektor UMKM dan ekonomi kreatif saat ini mendominasi perekonomian Indonesia. UMKM merupakan salah satu sektor perekonomian yang tidak terpengaruh oleh krisis keuangan negara. UMKM sebagian besar tidak terpengaruh oleh krisis keuangan karena mereka terus mengandalkan modal pribadi yang berasal dari tabungan. Usaha mikro di Indonesia terus mengandalkan sumber daya pribadi daripada investor atau pembiayaan bank (Hakim et al., 2021) [17]. Karena kriteria yang memberatkan dan pembayaran bunga, para pelaku UMKM ragu untuk mengambil pinjaman bank.

Wabah COVID-19 saat ini sedang melanda seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pandemi COVID-19 adalah virus yang berpotensi fatal bagi umat manusia. Virus ini awalnya terdeteksi pada akhir tahun 2019 di kota Wuhan, China. Sesak napas, mual, dan gejala lainnya umum terjadi pada virus ini, meskipun diperparah oleh sesak napas, mual, dan gejala lainnya. Virus ini berbahaya dan dapat menyebar melalui kontak langsung dengan pasien positif COVID-19. Pemerintah telah menerapkan strategi untuk mengurangi jumlah penularan virus selama pandemi COVID-19. Kebijakan pemerintah terkait pandemi COVID-19 tertuang dalam PP Nomor 21 Tahun 2021 tentang PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang dibuat untuk membatasi pergerakan masyarakat.

Semua bagian kehidupan terkena dampak dari pandemi ini. Akibat pandemi COVID-19 tersebut, hampir semua negara mengalami dampak dan kerugian yang sama. Bahkan Inggris Raya, yang memiliki ekonomi kuat, mengalami penurunan PDB sebesar 3,0% akibat epidemi COVID-19 (Caballero-Morales, 2021) [18]. Menurut Bank Dunia, perekonomian Indonesia akan mengalami penurunan akibat pandemi COVID-19. Sektor UMKM terkena imbas dari perlambatan ekonomi. Sebanyak 70% UMKM melaporkan bahwa wabah COVID-19 telah memaksa mereka untuk menghentikan operasinya. Padahal, UMKM memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi nasional.

SDM Industri Kreatif dan Fotografi

Penelitian pada sub sektor industri kreatif khususnya di bidang fotografi menunjukkan bahwa diperlukannya strategi yang berkaitan dengan profesionalisme usaha fotografi tersebut (Conduct) dan juga Penjualan (Performance) dalam kaitannya dengan penerapan MEA di kawasan ASEAN. Hasil dari penelitian terhadap narasumber kunci dipaparkan pada gambar di bawah.

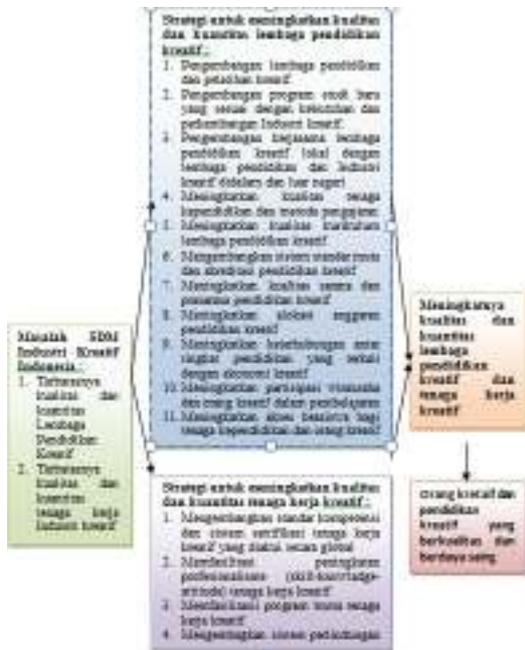
No	Strategi	Isi
1	1.1. Strategi Pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> 1.1.1. Strategi pemasaran digital 1.1.2. Strategi pemasaran offline 1.1.3. Strategi pemasaran campuran
2	2.1. Strategi Operasional	<ul style="list-style-type: none"> 2.1.1. Strategi operasional produksi 2.1.2. Strategi operasional distribusi 2.1.3. Strategi operasional layanan pelanggan
3	3.1. Strategi Keuangan	<ul style="list-style-type: none"> 3.1.1. Strategi keuangan produksi 3.1.2. Strategi keuangan distribusi 3.1.3. Strategi keuangan layanan pelanggan
4	4.1. Strategi SDM	<ul style="list-style-type: none"> 4.1.1. Strategi SDM produksi 4.1.2. Strategi SDM distribusi 4.1.3. Strategi SDM layanan pelanggan

Gambar 1. Hasil Penelitian berkaitan dengan Strategi Pengembangan Industri Fotografi [Sumber: Olahan Peneliti]

Penerapan MEA pada tahun 2016 menghadirkan peluang dan risiko bagi industri kreatif Indonesia. Kreativitas manusia merupakan fondasi dari industri kreatif, oleh karena itu manusia atau sumber daya manusia merupakan unsur produksi terpenting yang menentukan daya saing industri kreatif nasional. Di Indonesia, yang menjadi perhatian mendasar bagi sumber daya insan industri kreatif adalah kurangnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia kreatif dan lembaga pendidikan kreatif.

Dalam rangka mengembangkan sumber daya manusia industri kreatif yang berdaya saing tinggi, tantangan sumber daya manusia industri kreatif menuntut solusi yang menyeluruh dan sistematis. Inisiatif pengembangan sumber daya manusia merupakan salah satu cara untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia sektor kreatif. Pelatihan dan

pendidikan dapat digunakan untuk melaksanakan tugas pengembangan SDM. RPJM Ekonomi Kreatif Indonesia memiliki rencana penguatan sumber daya manusia di industri kreatif Indonesia sebagai berikut:



Gambar 2. Pengembangan SDM Industri Kreatif [Sumber: Kemenparekraf, 2014]

Tantangan sumber daya manusia kreatif di Indonesia dapat dijelaskan dari segi terbatasnya kualitas dan kuantitas pendidikan kreatif dan sumber daya manusia kreatif, seperti terlihat pada diagram di atas. Rencana pengembangan SDM kreatif dilakukan melalui dua tujuan program utama: menumbuhkan jumlah dan kualitas pendidikan kreatif di Indonesia, dan meningkatkan kualitas dan kuantitas SDM kreatif di Indonesia.

Strategi-strategi dalam meningkatkan Lembaga Pendidikan Industri Kreatif Indonesia dapat dijelaskan dalam poin-poin sebagai berikut (Kemenparekraf, 2014) [19]:

1. Mendorong dan memfasilitasi pengembangan lembaga pendidikan dan pelatihan yang inovatif di sektor swasta. Akses terhadap layanan pendidikan kreatif masih terbatas karena kelangkaan lembaga pendidikan kreatif dan mahalnya layanan tersebut. Strategi tersebut dapat dilakukan dengan cara a) menciptakan lembaga pendidikan baru yang kreatif (formal dan

nonformal), b) meningkatkan kualitas pelayanan dan menjamin kepastian prosedur dan tata cara perizinan pengembangan lembaga pendidikan kreatif baru, dan c) memberikan insentif bagi penciptaan lembaga pendidikan baru yang kreatif. Semakin banyaknya lembaga pendidikan kreatif di lokasi-lokasi yang berpotensi untuk dikembangkan oleh industri kreatif, serta semakin meningkatnya daya saing lembaga pendidikan kreatif di tanah air, menjadi indikator efektifitas strategi tersebut.

2. Memfasilitasi pembuatan program studi baru untuk menjawab kebutuhan dan pertumbuhan industri kreatif. Meningkatnya ketersediaan program studi baru yang memenuhi kebutuhan industri kreatif merupakan tanda efektifitas strategi tersebut.
3. Memfasilitasi kerjasama lembaga pendidikan kreatif lokal dengan lembaga pendidikan dan industri kreatif di Amerika Serikat dan luar negeri. Strategi ini dapat dicapai dengan: a) memfasilitasi kerjasama antara lembaga pendidikan dalam negeri dengan industri kreatif baik di dalam maupun di luar negeri, dan b) membina kerjasama antara lembaga pendidikan kreatif dalam negeri dengan lembaga pendidikan berkualitas tinggi di luar negeri. Tumbuhnya kualitas dan kuantitas kolaborasi pendidikan kreatif merupakan salah satu ukuran keberhasilan strategi tersebut.
4. Meningkatkan kualitas tenaga kependidikan dan metode pembelajaran. Strategi ini dapat dilaksanakan dengan a) menciptakan sistem sertifikasi bagi pendidik kreatif, b) meningkatkan kapasitas tenaga kependidikan dan non kependidikan di lembaga pendidikan kreatif, dan c) mengembangkan metode pengajaran yang menumbuhkan kreativitas, penguasaan iptek, dan desain. berpikir. Peningkatan kualitas tenaga kependidikan di lembaga pendidikan kreatif lokal dan peningkatan kualitas lulusan lembaga pendidikan kreatif lokal merupakan indikator efektifitas strategi tersebut.
5. Meningkatkan kualitas kurikulum lembaga pendidikan kreatif. Rencana tersebut dapat dicapai dengan a) mengevaluasi dan menyusun sistem nomenklatur pendidikan

- kreatif dalam rumpun keilmuan yang sesuai, dan b) mengembangkan kurikulum pendidikan kreatif dengan spesialisasi teknis dan manajemen sesuai dengan kebutuhan industri. Peningkatan keselarasan lulusan lembaga pendidikan kreatif dengan kebutuhan bisnis kreatif menjadi bukti keberhasilan strategi tersebut.
6. Membuat kerangka kriteria dan akreditasi mutu pendidikan kreatif. Rencana tersebut dapat dicapai dengan: a) menciptakan standar mutu lembaga pendidikan kreatif, b) mengembangkan sistem akreditasi lembaga pendidikan kreatif, dan c) mendorong pendampingan standar mutu pendidikan kreatif. Meningkatnya standar kualitas lembaga pendidikan kreatif lokal, serta semakin banyaknya lembaga pendidikan kreatif lokal yang berwenang, menjadi indikator efektifitas strategi tersebut.
 7. Meningkatkan sarana dan prasarana pendidikan kreatif. Rencana tersebut dapat dicapai dengan a) membangun sistem standar sarana dan prasarana pembelajaran, dan b) mempermudah pengadaan sarana dan prasarana pembelajaran kreatif. Meningkatnya ketersediaan sarana dan prasarana pendidikan kreatif sesuai dengan kebutuhan dan perluasan sektor kreatif global merupakan bukti efektifitas strategi tersebut.
 8. Anggaran untuk pendidikan kreatif harus ditingkatkan. Strategi ini dapat dilaksanakan melalui kegiatan evaluasi dan peningkatan alokasi anggaran pendidikan kreatif untuk pengembangan lembaga pendidikan kreatif (formal, nonformal, dan kolase komunitas), yang antara lain meliputi pengembangan kurikulum, tenaga kependidikan, dan sarana dan prasarana pendidikan, antara lain. . Meningkatnya proporsi dana yang dialokasikan untuk pengembangan pendidikan kreatif di tanah air merupakan tanda keberhasilan strategi tersebut.
 9. Meningkatkan interkoneksi pendidikan yang relevan dengan ekonomi kreatif. Teknik ini dapat diterapkan dengan cara a) memetakan dan mengukur konektivitas lintas jenjang pendidikan kreatif mulai dari pendidikan dasar hingga pendidikan tinggi, dan b) merumuskan pedoman keterhubungan dan keterpaduan antara lulusan pendidikan tinggi dengan sekolah menengah kejuruan kreatif. Persentase lulusan SMK, diploma, dan S1 yang dapat diterima pada jenjang pendidikan yang lebih tinggi merupakan indikator keberhasilan strategi.
 10. Mendorong pengusaha dan orang-orang kreatif untuk berpartisipasi dalam pembelajaran. Strategi ini dapat dilaksanakan dengan cara a) mengidentifikasi kebutuhan dan ketersediaan wirausahawan dan insan kreatif yang bersedia mengikuti program pembelajaran dan magang, b) mengembangkan program yang melibatkan wirausaha dan insan kreatif dalam pembelajaran, c) memberikan insentif bagi wirausaha dan kreatif orang-orang yang bersedia mengikuti program belajar dan magang, dan d) memfasilitasi dan menjalin kerjasama dengan industri kreatif di dalam dan luar negeri untuk berbagai tujuan. Tumbuhnya keterlibatan pengusaha dan insan kreatif dalam pembelajaran di lembaga pendidikan kreatif menjadi salah satu tolak ukur keberhasilan strategi tersebut.
 11. Memperluas akses tenaga kependidikan dan insan kreatif terhadap beasiswa. Cara tersebut dapat ditempuh dengan: a) menaikkan alokasi anggaran tenaga kependidikan dan insan kreatif ke jenjang pendidikan yang setara dengan S2 dan S3, dan b) pemberian beasiswa pendidikan kreatif. Peningkatan tenaga kependidikan dan insan kreatif bergelar master dan doktor merupakan tanda efektifitas program tersebut.

Adapun Strategi-dtrategi dalam meningkatkan SDM Industri Kreatif Indonesia dapat dijelaskan dalam poin-poin sebagai berikut (Kememparekraf, 2014) [20] :

1. Mengembangkan standar kompetensi dan sistem sertifikasi yang diakui secara global untuk tenaga kerja kreatif. Penyusunan standar kompetensi untuk penerapan strategi ini dapat dilakukan dengan: a) pemetaan profesi dan pengembangan standar kompetensi di industri kreatif, b) pengembangan sistem sertifikasi profesional kreatif yang memenuhi standar internasional dan sesuai dengan

kebutuhan industri, c) mengkomunikasikan standar kompetensi dan sertifikasi kepada pelaku industri dan pekerja kreatif, dan d) memudahkan pekerja kreatif memperoleh sertifikasi. Pengenalan standar kompetensi dan sistem sertifikasi kompetensi profesional kreatif, serta semakin banyaknya pekerja kreatif lokal yang tersertifikasi di tingkat nasional dan global, menjadi indikator keberhasilan strategi tersebut.

2. Memfasilitasi pengembangan profesionalisme profesional kreatif (skill, knowledge, dan attitude). Strategi ini dapat dilakukan dengan: a) memfasilitasi pemberdayaan dan partisipasi masyarakat kreatif dan komunitas dalam kompetisi internasional, b) memfasilitasi kegiatan komunitas kreatif untuk pengembangan kemampuan orang kreatif, dan c) memfasilitasi dan memberikan insentif bagi orang-orang kreatif yang berpengalaman. dalam industri kreatif. secara global berkolaborasi atau bekerja sama dengan pelaku industri kreatif lokal, d) membantu pengembangan sistem informasi ketenagakerjaan industri kreatif, e) membantu pengembangan kode etik profesi kreatif, dan f) membantu implementasi kompetisi internasional untuk orang-orang kreatif.
3. Memfasilitasi program pasar tenaga kerja kreatif. Implementasi rencana ini dapat dilakukan dengan mendorong pertukaran tenaga kerja di sektor kreatif nasional dan dunia. Daya serap pekerja kreatif yang lebih tinggi menjadi salah satu bukti keberhasilan strategi tersebut.
4. Menciptakan sistem perlindungan tenaga kerja bagi pekerja kreatif baik di dalam maupun di luar negeri. Rencana tersebut dapat dicapai dengan: a) memetakan sistem perlindungan kerja bagi pekerja kreatif di Amerika Serikat dan luar negeri, b) meremajakan sistem hukum yang dapat melindungi pekerja kreatif di Amerika Serikat dan luar negeri, dan c) menciptakan standar upah bagi pekerja kreatif. pekerja. Meningkatnya kepastian hukum bagi pekerja kreatif dan penetapan standar sistem upah minimum bagi pekerja kreatif merupakan indikator efektivitas strategi tersebut.

Skema Sertifikasi Profesi

Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI) dan Lembaga Sertifikasi Kompetensi Fotografi Indonesia (LESKOFI) telah ada sejak 25 Juni 2014. Hal ini menjadikan fotografi sebagai profesi yang membutuhkan pengujian (sertifikasi), yang didukung oleh fakta bahwa APFI didukung penuh oleh pemerintah melalui struktur kemitraan yang dipimpin oleh tiga kementerian (Kemendikbud, Kementerian Tenaga Kerja, dan Perindustrian & Perdagangan). Menurut data, fenomena maraknya fotografi ini menimbulkan persoalan administrasi ruang pendidikan yang masih sedikit, khususnya di Bandung, ibu kota Jawa Barat. Bagi pengguna seni fotografi untuk mengikuti perubahan atau kemajuan, evolusi fotografi ini memerlukan adaptasi dan pengembangan yang kreatif.

David McClelland menggulirkan istilah kompetensi dalam artikelnya tahun 1973 "Testing for Competence than Intelligence." [21] Menurut Stephen Robbin, kompetensi adalah kemampuan (capacity) seseorang untuk melakukan berbagai aktivitas dalam suatu pekerjaan, yang ditentukan oleh dua faktor yaitu kemampuan intelektual dan kemampuan fisik. Pengetahuan (domain kognitif atau pengetahuan), kemampuan (domain keterampilan psikomotor), dan sikap kerja (domain afektif atau sikap/kemampuan) adalah tiga komponen kompetensi.

Beberapa negara telah lama memiliki kerangka kualifikasi untuk melindungi tenaga kerja (SDM), yang merupakan perubahan signifikan dalam pendidikan tinggi. Australian Qualification Framework (AQF) digunakan di Australia, sedangkan European Qualification Framework (EQF) digunakan di Eropa, dan JAVADA digunakan di Jepang untuk menerapkan sistem sertifikasi (Japan Vocational Ability Development Association). Di Indonesia sendiri telah diberlakukan KKNI yaitu Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia.

Secara umum, semua kualifikasi dari negara-negara tersebut, termasuk Indonesia, dikategorikan ke dalam tingkatan berdasarkan kemampuan kerja, penguasaan kerangka pengetahuan yang diperoleh melalui sekolah, atau keterampilan yang diperoleh melalui pelatihan.

Dengan demikian, KKNi merupakan standarisasi, pemerataan, dan integrasi pendidikan dan pelatihan kerja dalam rangka pemberian pengakuan kompetensi kerja sesuai dengan struktur kerja dalam berbagai instrumen KKNi yang dibentuk melalui kerjasama Kementerian Pendidikan Nasional dan Ketenagakerjaan. dan Transmigrasi. SDM), khususnya lulusan perguruan tinggi.

Hampir semua perguruan tinggi di Indonesia sudah mulai menerapkan kurikulum berdasarkan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNi). Setiap keputusan memiliki pro dan kontra, termasuk penerapan kurikulum berbasis KKNi, yang membuat sebagian siswa merasa terbebani dengan implementasi kurikulum dan tidak sedikit siswa yang percaya bahwa penerapan kurikulum akan membuat siswa merasa tertantang dengan segala tugas dan tanggung jawabnya. Sebagai pemegang kekuasaan atas kurikulum yang akan digunakan oleh masing-masing universitas, pemerintah memiliki tujuan yang harus dipenuhi. Tujuan utama penerapan kurikulum ini adalah untuk mencapai empat hasil belajar dalam KKNi, yaitu unsur sikap dan nilai, unsur kemampuan kerja, unsur penguasaan keilmuan, dan unsur wewenang dan tanggung jawab, sebagaimana tertuang dalam pedoman penyusunan. dari kurikulum pendidikan tinggi. Di tempat kerja, empat elemen yang telah didefinisikan akan dibutuhkan. Sebagai generasi milenial yang akan menjadi pemimpin dan aktor di berbagai daerah di Indonesia, keempat elemen ini tidak diragukan lagi diperlukan untuk berkembang menjadi orang-orang yang bermanfaat bagi negara.

Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNi) merupakan standar untuk menentukan tingkat kecakapan pengakuan pekerjaan di Indonesia. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan membuat KKNi pada tahun 2010 sebagai acuan pengembangan kurikulum. KKNi tersebut kemudian disahkan dengan Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012, yang menetapkan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia. Kehadiran KKNi menjadi acuan luas bagaimana kualifikasi seseorang dipandang di tempat kerja. Mendikbud menyatakan, kebutuhan mendesak Indonesia akan KKNi disebabkan oleh tantangan dan persaingan global pasar tenaga kerja nasional dan internasional yang semakin terbuka.

Sesuai dengan struktur kerja di berbagai sektor, KKNi merupakan penjenjangan kompetensi yang dapat menyetarakan, dan mengintegrasikan antara domain sekolah dan pelatihan kerja (Perpres No. 8 Tahun 2012 Pasal 1 Ayat (1)). Sumber daya manusia yang berkualitas, produktif, dan profesional akan dihasilkan dari KKNi ini. Strategi pengembangan KKNi dibagi menjadi tiga kategori. Untuk memulainya, KKNi mengikuti kebijakan pemerataan kualifikasi seseorang yang diperoleh melalui pendidikan formal, non-formal, dan informal serta pengalaman kerja. Kedua, KKNi mengakui kualifikasi pemegang diploma yang berencana bekerja atau melanjutkan studi di luar Indonesia, serta spesialis pertukaran, mahasiswa lintas batas, dan pemegang diploma dari negara lain yang bekerja di Indonesia. Ketiga, KKNi mengakui kesetaraan kredensial untuk hasil pembelajaran di berbagai ranah keilmuan di jenjang pasca sekolah menengah, baik jalur pendidikan akademik, vokasi, dan profesi, serta melalui pengembangan karir di strata kerja, industri, dan asosiasi profesi. Ada sembilan jenjang kualifikasi dalam KKNi. Bagan tersebut menggambarkan tingkat kualifikasi KKNi sebagaimana ditetapkan dalam Perpres No. 8 Tahun 2012.

1. Peran operator yang ditempati oleh lulusan SD, SMP, dan SMA dikategorikan ke dalam Level 1 sampai 3.
2. Lulusan D1, D2, D3, D4, dan Sarjana bekerja dalam peran teknisi atau analitik di level 4 hingga 6.
3. Jabatan ahli yang dijabat oleh lulusan pendidikan profesi ditempatkan pada Level 7.
4. Profesi ahli yang dilakukan oleh lulusan magister atau spesialis 1 membentuk Level 8.
5. Jabatan ahli yang diisi oleh lulusan doktor atau doktor spesialis tergolong Level 9.



Gambar 3. Level KKNi di Indonesia
[Sumber: BNSP]

Setiap jenjang kualifikasi KKNi secara konseptual terdiri dari empat unsur: (1) keterampilan kerja, (2) ruang lingkup keilmuan (pengetahuan), (3) metodologi dan tingkat kemampuan penerapan, dan (4) bakat manajerial (Renstra Kemendikbud, 2010:18). Dalam jangka panjang, penerapan KKNi akan berdampak pada:

- a) Meningkatkan jumlah SDM Indonesia yang berkualitas dan berdaya saing internasional dalam rangka meningkatkan akses SDM Indonesia ke pasar kerja nasional dan internasional;
- b) Meningkatkan kontribusi hasil belajar melalui pendidikan formal, nonformal, informal, atau pengalaman kerja terhadap pertumbuhan ekonomi nasional;
- c) Peningkatan mobilitas akademik antar negara untuk meningkatkan saling pengertian, solidaritas, dan kerjasama di bidang pendidikan tinggi;
- d) Meningkatnya pengakuan terhadap Indonesia oleh negara lain, baik secara bilateral, regional, maupun internasional, tanpa mengorbankan ciri dan kepribadian bangsa Indonesia.

3.2 Pembahasan

Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI) telah mendeklarasikan Lembaga Sertifikasi Kompetensi Fotografi Indonesia (LESKOFI). Hal ini membuat bidang fotografi merupakan profesi yang sudah harus dihargai dengan cara pengujian untuk dunia kerja (sertifikasi), hal ini diperkuat karena APFI sudah didukung penuh oleh pemerintah dalam sistem partner yang digawangi oleh tiga kementerian (Kemendikbud, Kemnaker, dan Perindustrian & perdagangan). Dari data fenomena perkembangan fotografi ini menimbulkan permasalahan tentang pengelolaan ruang pendidikan yang masih minim khususnya di kota Bandung sebagai Ibu kota Jawa Barat. Perkembangan fotografi ini diperlukan sebuah adaptasi kreatif bagi para pengguna seni fotografi untuk dapat mengikuti perubahan atau perkembangan dalam dunia fotografi.



Gambar 4. Logo Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia [Sumber: APFI]

Karena minat fotografi yang cukup besar khususnya di Bandung, terdapat berbagai lokasi kursus fotografi yang masih membutuhkan infrastruktur untuk mendukung kegiatan pengajaran, serta Tempat Uji Kompetensi (TUK) yang lebih dari hanya sekedar membuka kelas dan menyewa gedung-gedung saja (Angin, 2020). Fotografi adalah bidang profesional yang membutuhkan pendidikan formal dan non-formal. Dalam pendidikan formal, masih belum ada kurikulum khusus untuk pengajaran fotografi; melainkan diajarkan sebagai bagian dari departemen di sekolah atau perguruan tinggi tertentu, seperti pada Fakultas Industri Kreatif Universitas Telkom. Ada juga Universitas Pasundan, yang mengkhususkan diri dalam fotografi, Institut Kesenian Jakarta, dan Institut Seni Yogyakarta semuanya menawarkan mata kuliah fotografi. Sekolah Foto Angin di Bandung dan Sekolah Fotografi Darwis Triadi di Jakarta adalah contoh pendidikan fotografi yang sifatnya nonformal. Adanya beberapa kelemahan ini memerlukan strategi yang tepat untuk menjawab persaingan tenaga kerja terutama berkaitan dengan MEA di bidang Fotografi ataupun Industri Kreatif.

MEA dibentuk sebagai bentuk kerjasama tahap selanjutnya di kawasan ASEAN dan digunakan sebagai wujud nyata kesungguhan negara-negara anggota dalam persiapan menghadapi ekonomi pasar bebas. Menjadi salah satu pilar utama ASEAN, yang seharusnya selesai pada tahun 2020. Ke depan, MEA diproyeksikan menjadi landasan bagi perdagangan komoditas, jasa, investasi, teknologi, dan sumber daya ASEAN di seluruh ASEAN (Bambang Cipto, 2000). Ini juga merupakan jenis integrasi regional yang kompetitif untuk investasi dan perdagangan bebas yang dapat menguntungkan semua anggota ASEAN [22].

Aspek hukum pelaksanaan MEA tidak dapat dipisahkan dari aspek hukum dari kebijakan MEA. Piagam ASEAN 2008 merupakan perpanjangan hukum dari perjanjian ASEAN sebelumnya, mengubah asosiasi longgar menjadi organisasi berbasis hukum (Rule-based Organization) atau organisasi yang perjanjiannya mengikat para anggotanya. MEA memiliki hukum yang kuat dan mengikat (Legally Binding), serta prinsip “Pacta Sunt Servanda” yang menyatakan bahwa setiap anggota ASEAN harus berpartisipasi dalam pelaksanaan MEA, termasuk segala akibatnya. Karena adanya hukum yang mengikat, negara-negara anggota yang telah berkomitmen pada perjanjian harus bersedia untuk mematuhi ketentuan yang berbeda dari perjanjian AEC.

Keempat kualitas ini termasuk dalam rencana MEA, yang digunakan sebagai panduan untuk mencapai tujuan: (1) Pasar tunggal dan basis produksi atau pasar tunggal dan basis produksi adalah empat karakteristik utama MEA, yang juga digunakan sebagai tujuan inti dalam pelaksanaannya. (2) Daerah dengan daya saing tinggi atau daerah dengan daya saing tinggi. (3) Daerah atau wilayah yang telah mengalami pemerataan pembangunan ekonomi. (4) Integrasi ekonomi regional dengan ekonomi global atau integrasi ekonomi global (ASEAN Economic Community Blueprint).

Setiap negara ASEAN perlu untuk memiliki strategi yang dapat diterapkan untuk melindungi SDM di negaranya. Salah satu strategi yang digunakan adalah melalui sertifikasi keahlian, dimana sertifikasi keahlian berbasis KKNi ini menjamin pemilikinya untuk diakui oleh negara-negara lainnya. Namun sertifikasi keahlian ini harus diiringi juga dengan penyiapan sarana dan prasarana pendidikan berbasis KKNi yang menjamin adanya *link-and-match* antara lulusan suatu lembaga pendidikan dengan lapangan pekerjaan yang ada.

Sistem pendidikan yang berlaku di suatu negara mencerminkan masyarakat yang berkualitas tinggi. Cara sistem pendidikan suatu negara beroperasi ditentukan oleh undang-undang yang berlaku; negara maju kemungkinan besar akan memiliki sistem pendidikan yang lebih maju. Jika sistem sekolah maju, niscaya negara akan memiliki sumber daya manusia yang siap memasuki dunia kerja. Kementerian Pendidikan

Republik Indonesia telah bekerja keras untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusianya, dan semua perguruan tinggi harus mampu beradaptasi dengan sistem yang ada saat ini, sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 8 Tahun 2012 dan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi.

Penggunaan kurikulum KKNi di lapangan berjalan dengan baik, namun tetap menuai keuntungan dan kerugian dalam penerapannya, khususnya dari siswa. Dapat dikatakan bahwa pemerintah menjadi lebih serius dan intensif dalam hal pendidikan sebagai akibat dari penerapan kurikulum ini. Dalam sistem pendidikan saat ini, setiap siswa dialokasikan berbagai kegiatan dan kewajiban. Tugas rutin, laporan buku kritis, ulasan jurnal kritis, penelitian kecil, pembuatan ide, dan proyek adalah di antara enam tugas penting yang diberikan kepada siswa dalam program ini. Di akhir sebuah matakuliah mahasiswa harus mengambil asesmen yang dapat dikaitkan dengan sertifikasi keahlian. Tentu saja bila mengambil sertifikasi keahlian melalui LSP (Lembaga Sertifikasi Profesi) yang telah ditunjuk oleh BNSP memerlukan dana yang cukup besar juga. Namun, siswa akan banyak mendapatkan pengalaman baru dari asesmen yang dilaksanakan oleh LSP.



Gambar 5. Sertifikat Kompetensi Keahlian di Bidang Desain Grafis
[Sumber: BNSP]

Dengan adanya pandemi COVID-19, penggunaan teknologi internet dan daring lebih berperan dalam sektor pendidikan. Hal ini juga berpengaruh pada penyelenggaraan sertifikasi oleh LSP yang saat ini dapat diikuti secara daring. Sertifikasi ini tidak hanya dapat diikuti oleh mereka yang menuntut ilmu secara formal, namun dapat juga diraih oleh mereka yang belajar secara non-formal atau otodidak [23].

Di sektor industri kreatif, di Indonesia sebagian besar pelaku industri kreatif adalah UMKM. Menurut penilaian pemerintah, pandemi telah mempengaruhi kinerja UMKM atau membuat mereka tidak dapat melakukan bisnis. Akibatnya, banyak UMKM terpaksa mengurangi tenaga kerja mereka atau mungkin menutup pintu mereka. Para pelaku UMKM di industri kreatif juga merasakan dampak dari pandemi ini. Pariwisata dan kuliner merupakan dua subsektor yang terkena dampak paling parah. Pada subsektor kuliner terjadi penurunan sebesar 27 persen pada usaha mikro, 1,7 persen pada usaha kecil, dan 0,07 persen pada usaha menengah. Dengan kemajuan teknologi digital, kini saatnya operasional bisnis, termasuk UMKM yang fokus pada ekonomi kreatif, memanfaatkan sumber daya online. UMKM dapat menggunakan alat digital seperti WhatsApp dan Zoom untuk melakukan usahanya.

Menurut penelitian terdahulu, media sosial memiliki dampak substansial pada kompatibilitas, persepsi penggunaan teknologi informasi, dan kenyamanan penggunaan teknologi informasi, yang semuanya sangat penting bagi UMKM (Syaiyullah et al., 2021) [24]. Pada intinya, pengembangan UMKM berbasis digital tidak diragukan lagi merupakan upaya UMKM untuk bertahan di lingkungan COVID-19 ini; Namun, perkembangan UMKM digital juga berguna dalam mempercepat proses transformasi digital Indonesia [25], sehingga UMKM dapat bersaing di skala global dengan outputnya (Hasan et al., 2021) [26]. Alhasil, kemajuan teknologi dan internet dapat dijadikan acuan strategis bagi UMKM untuk bertahan dalam situasi krisis, khususnya di masa pandemi ini. Hal ini menunjukkan bahwa Industri kreatif di Indonesia terutama yang berbasis UMKM cukup tahan banting, terutama dalam menghadapi pandemi COVID-19.

4. KESIMPULAN

Meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan kreatif, serta kapasitas tenaga kerja kreatif, untuk mewujudkan rencana Indonesia mengembangkan sumber daya manusia industri kreatif. Peningkatan jumlah lembaga pendidikan kreatif, peningkatan kualitas lembaga pendidikan kreatif, dan peningkatan lulusan dari lembaga pendidikan kreatif yang terserap ke dunia kerja semuanya berkontribusi pada peningkatan kualitas dan kuantitas pendidikan kreatif. Hadirnya sistem perlindungan tenaga kerja bagi tenaga kerja di sektor industri kreatif, serta bertambahnya tenaga kerja kreatif dengan sertifikasi yang diakui secara global, dapat membuahkan adanya peningkatan kapasitas tenaga kerja kreatif. Disrupsi global semacam pandemi COVID-19 telah merubah bentuk industri kreatif dalam menggunakan teknologi internet maupun sosial media, hal ini menunjukkan diperlukannya SDM yang kuat dan tahan banting di bidang industri kreatif sebagai strategi yang harus disiapkan. Program sertifikasi profesi yang didukung pemerintah melalui BNSP merupakan salah satu strategi yang tepat dalam mengembangkan SDM bidang industri kreatif ini.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penghargaan setinggi-tingginya diucapkan kepada segenap manajemen Telkom University yang telah menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang mendukung penulisan tulisan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Referensi dari buku
[1] G. T. Suroso, *Masyarakat Ekonomi ASEAN dan Perekonomian Indonesia*. Jakarta: Widyaiswara BPPK, 2015.
- Referensi dari buku
[2] Kemenparekraf, R. I. *Ekonomi kreatif: kekuatan baru indonesia menuju 2025*, 2014.
- Referensi dari buku
[3] Kemenparekraf, R. I. *Ekonomi kreatif: kekuatan baru indonesia menuju 2025*, 2014.

- Referensi dari buku
- [4] L. J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Referensi dari artikel jurnal
- [5] J. Creswell, W. Hanson, V. Clark Plano and A. Morales, "Qualitative Research Designs", *The Counseling Psychologist*, vol. 35, no. 2, pp. 236-264, 2007. Available: 10.1177/0011000006287390.
- Referensi dari buku
- [6] Dr. Sugiyono, *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*, 2013.
- Referensi dari artikel jurnal
- [7] Agus Achmad Suhendra, "Strategic Review On Indonesia Development Plan For Creative Economy." *Developing Country Studies* 7.5, 2017.
- Referensi dari artikel jurnal
- [8] D. Trihanondo and D. Endriawan, "Cultural and Environmental Conservation through Community Service Program in Girimekar Village", *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, vol. 239, p. 012050, 2019. Available: 10.1088/1755-1315/239/1/012050.
- Referensi dari artikel jurnal
- [9] Agus Achmad Suhendra, "Strategic Review On Indonesia Development Plan For Creative Economy." *Developing Country Studies* 7.5, 2017.
- Referensi dari artikel jurnal
- [10] Agus Achmad Suhendra, "Strategic Review On Indonesia Development Plan For Creative Economy." *Developing Country Studies* 7.5, 2017.
- Referensi dari artikel jurnal
- [11] A. Hannan, "Santripreneurship and Local Wisdom: Economic Creative of Pesantren Miftahul Ulum." *Shirkah: Journal of Economics and Business* 4.2, 2019.
- Referensi dari artikel jurnal
- [12] Sidauruk, Rosmawaty, Tini Apriani, and Moh Ilham A. Hamudy. "Achievement, Obstacles, and Challenges in the Development of Creative Economy's Best Product in the City of Bandung and Badung District." *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance* 11.1, 2019.
- Referensi dari artikel jurnal
- [13] B. Setiawan, "Edukasi E-Commerce Pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umk) Di Kota Palembang." *Jurnal Abdimas Mandiri* 2.2, 2018.
- Referensi dari artikel jurnal
- [14] A. Santosa, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Industri Kecil Menengah Kota Serang Di Masa Pandemi Covid-19." *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia* 5.11, 2020.
- Referensi dari artikel jurnal
- [15] Sidauruk, Rosmawaty, Tini Apriani, and Moh Ilham A. Hamudy, "Achievement, Obstacles, and Challenges in the Development of Creative Economy's Best Product in the City of Bandung and Badung District." *Jurnal Bina Praja: Journal of Home Affairs Governance* 11.1, 2019.
- Referensi dari artikel jurnal
- [16] A. O. Siagian and Yoyok Cahyono, "Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif." *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis* 3.1, 2021.
- Referensi dari artikel jurnal
- [17] Hakim, Lukmanul, and Euphrasia Susy Suhendra, "The Influence Of Perception Of Benefits, Easy Of Use, Use, Trust, And Availability Of Features On Satisfaction Of Use Of Bca Mobile Banking Services (Sejabodetabek)." *International Journal of Science, Technology & Management* 2.5, 2021.
- Referensi dari artikel jurnal
- [18] S. Caballero-Morales, "Innovation as recovery strategy for SMEs in emerging economies during the COVID-19

- pandemic", *Research in International Business and Finance*, vol. 57, p. 101396, 2021. Available: 10.1016/j.ribaf.2021.101396.
- Referensi dari buku
[19] Kemenparekraf, R. I. *Ekonomi kreatif: kekuatan baru indonesia menuju 2025*, 2014.
 - Referensi dari buku
[20] Kemenparekraf, R. I. *Ekonomi kreatif: kekuatan baru indonesia menuju 2025*, 2014.
 - Referensi dari artikel jurnal
[21] David C. McClelland, "Testing for competence rather than for" intelligence." *Americanpsychologist* 28. 1, 1973.
 - Referensi dari artikel jurnal
[22] D. Trihanondo and D. Endriawan, "The role of higher education in society activation through digital mural in ASEAN cities", *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 434, p. 012284, 2018. Available: 10.1088/1757-899x/434/1/012284.
 - Referensi dari artikel jurnal
[23] Didit Endriawan and Donny Trihanondo, "Interpretasi Spiritualitas Pada Karya Seni Patung Amrizal Salayan." *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 3.1, 2015.
 - Referensi dari artikel jurnal
[24] J. SYAIFULLAH, et al, "Social Media Marketing and Business Performance of MSMEs During the COVID-19 Pandemic." *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business* 8.2, 2021.
 - Referensi dari artikel jurnal
[25] D. Trihanondo and D. Endriawan, "Website Development of Indonesian Art Higher Education Institutions Historical Archives", *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, vol. 662, no. 2, p. 022035, 2019. Available: 10.1088/1757-899x/662/2/022035.
 - Referensi dari artikel jurnal
[26] M. Hasan, et al, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Umkm Di Masa Pandemi Covid-19." *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan* 9.2, 2021.