

Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional

Zainal Arifin

Universitas Islam Indragiri; zainalbdpn@gmail.com

Info Artikel

Article history:

Received Januari, 2025

Revised Januari, 2025

Accepted Januari, 2025

Kata Kunci:

Fesyen, Kuliner, Kriya, Ekonomi Kreatif Nasional

Keywords:

Fashion, Culinary, Crafts, National Creative Economy

ABSTRAK

Studi ini menyelidiki kontribusi tiga subsektor utama-fesyen, kuliner, dan kriya-dalammeningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif nasional Indonesia. Pendekatan kuantitatif digunakan, dengan menggunakan 170 tanggapan survei dan analisis data melalui Structural Equation Modeling (SEM-PLS 3). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga subsektor tersebut berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi kreatif nasional, dengan subsektor fesyen menunjukkan pengaruh terkuat (koefisien jalur: 0,880), diikuti oleh kuliner (koefisien jalur: 0,627) dan kriya (koefisien jalur: 0,438). Temuan ini menunjukkan bahwa fesyen memainkan peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi, sementara kuliner dan kerajinan juga memberikan kontribusi yang cukup besar, meskipun pada tingkat yang lebih rendah. Rekomendasi kebijakan yang dapat diambil antara lain adalah meningkatkan investasi dalam inovasi fesyen, memperluas wisata kuliner, dan memberdayakan sektor kerajinan melalui platform digital dan akses pasar. Langkah-langkah tersebut dapat memaksimalkan potensi ekonomi kreatif dan meningkatkan daya saing global.

ABSTRACT

The study investigates the contribution of three main subsectors—fashion, culinary, and crafts—in increasing the added value of Indonesia's national creative economy. A quantitative approach was used, using 170 survey responses and data analysis through Structural Equation Modeling (SEM-PLS 3). The results show that the three subsectors contribute significantly to the national creative economy, with the fashion subsector showing the strongest influence (path coefficient: 0.880), followed by culinary (path coefficient: 0.627) and crafts (path coefficient: 0.438). These findings suggest that fashion plays a central role in economic growth, while culinary and craft also make a considerable contribution, albeit to a lesser extent. Policy recommendations that can be taken include increasing investment in fashion innovation, expanding culinary tourism, and empowering the craft sector through digital platforms and market access. These measures can maximize the potential of the creative economy and increase global competitiveness.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Name: Zainal Arifin

Institution: Universitas Islam Indragiri

Email: zainalbdpn@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi nasional, dengan subsektor fesyen, kuliner, dan kriya yang berperan penting. Subsektor-subsektor ini meningkatkan nilai ekonomi dan mencerminkan warisan budaya, berkontribusi pada daya tarik pasar domestik dan internasional. Dampaknya terlihat dalam penciptaan lapangan kerja, inovasi, dan pembangunan berkelanjutan, menjadikannya komponen krusial dalam strategi ekonomi modern. Industri kreatif memberikan dampak ekonomi besar, seperti sektor kreatif di Inggris yang menyumbang £108 miliar dalam GVA dan mempekerjakan 2,3 juta orang (Firdaus et al., 2024). Di Korea Selatan dan Cina, industri kreatif menyumbang 6,3% dan 4,3% terhadap PDB masing-masing (Iskandar, 2022). Ekonomi kreatif menekankan inovasi dan kreativitas, mengalihkan fokus dari produksi fisik tradisional ke ekonomi berbasis kreativitas (Sudirjo et al., 2023). Sub-sektor seperti fesyen dan kuliner berfungsi tidak hanya sebagai sektor ekonomi, tetapi juga sebagai duta budaya yang mempromosikan keanekaragaman dan warisan budaya (Yuniastuti & Pratama, 2023). Negara dengan kebijakan industri kreatif yang jelas menunjukkan peningkatan signifikan dalam penyerapan tenaga kerja di sektor ini, menyoroti pentingnya kebijakan yang mendukung (Bagaskara & Mirzanti, 2023). Adaptasi ekonomi kreatif yang fleksibel membutuhkan kebijakan multidisiplin yang inovatif dalam berbagai konteks nasional (Firdaus et al., 2024). Ekonomi kreatif meningkatkan pendapatan, ekspor, dan penciptaan lapangan kerja, menarik pasar lokal dan internasional (Bakhshi et al., 2008). Strategi pembangunan lokal yang berbasis budaya dapat merubah suatu tempat menjadi lebih menarik bagi pengunjung dan pelaku usaha (Lantu et al., 2022).

Ekonomi kreatif Indonesia, khususnya di subsektor fesyen, kuliner, dan kerajinan, memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya saing ekonomi negara. Industri fesyen, dengan desain inovatif dan elemen tradisional seperti Batik dan Endek, telah mendapatkan pengakuan internasional. Sektor kuliner, yang kaya akan cita rasa daerah Indonesia, terus menarik konsumen. Industri kerajinan, yang dikenal dengan produk berkelanjutan dan buatan tangan, semakin diminati di pasar premium dan ekspor. Batik, seni tekstil tradisional Indonesia, kini dimodernisasi dalam fesyen global, mendukung ekonomi dan pengrajin lokal (Lantu et al., 2021). Kolaborasi seperti Dior dengan Endek Bali menyoroti peran diplomasi budaya dalam mempromosikan fesyen Indonesia (Xiao, 2024). Meskipun potensinya besar, Indonesia berada di peringkat ke-16 dalam ekspor fesyen, yang menunjukkan perlunya strategi untuk meningkatkan daya saing (Dewi & Wiranata, 2023). Industri kuliner Indonesia berkembang seiring dengan minat global terhadap kuliner yang beragam dan otentik, menjadikan Indonesia pemain utama di pasar internasional. Kerajinan Indonesia, khususnya perhiasan dan furnitur, sangat diminati global, dengan pangsa pasar 35,1% di pasar kerajinan dunia (Firdaus et al., 2024). Fokus pada keberlanjutan dan keaslian budaya semakin memperkuat potensi ekspornya.

Terlepas dari potensinya, subsektor-subsektor ini menghadapi tantangan dalam meningkatkan operasi, memastikan kualitas yang konsisten, dan mempertahankan daya saing di pasar yang semakin mengglobal. Nilai tambah yang diperoleh dari subsektor-subsektor ini merupakan metrik penting untuk menilai kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional. Studi ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana subsektor fesyen, kuliner, dan kriya berkontribusi terhadap nilai tambah ekonomi kreatif Indonesia, memberikan wawasan tentang kinerja mereka dan mengidentifikasi strategi untuk peningkatan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Ekonomi Kreatif dan Signifikansi

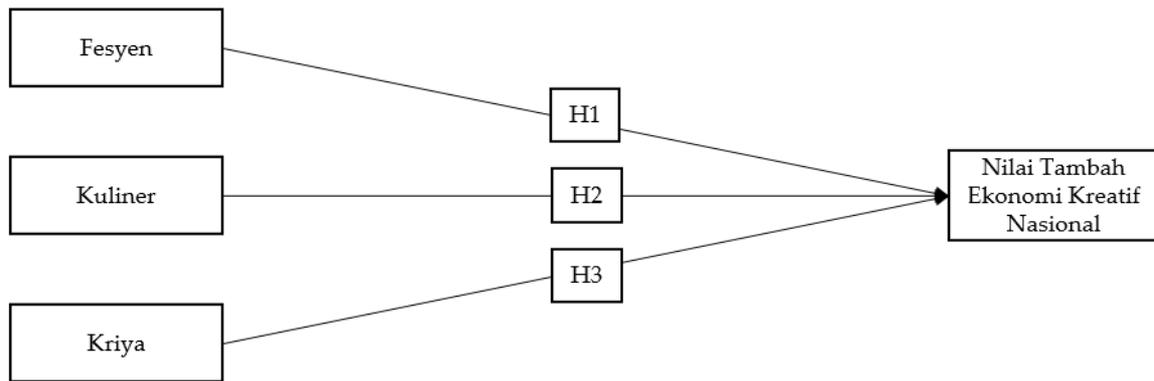
Ekonomi kreatif, yang mengandalkan kreativitas, ekspresi budaya, dan kekayaan intelektual, memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi dan inovasi. Di Indonesia, sektor ini menjadi pendorong utama pertumbuhan nasional, berkontribusi besar terhadap PDB dan penciptaan lapangan kerja. Integrasi kreativitas dalam fesyen, kuliner, dan kerajinan tangan memperkuat kontribusi ekonomi dan identitas budaya, serta memperluas perdagangan internasional. Secara global, industri kreatif memberikan kontribusi signifikan, seperti di Inggris dengan angka GVA dan ketenagakerjaan yang tinggi (Li & Yan, 2024). Di Indonesia, sektor ini berperan sebagai pilar pertumbuhan berkelanjutan melalui digitalisasi yang memperluas pasar dan mendorong inovasi (Firdaus et al., 2024). Ekonomi kreatif juga dapat mengurangi kemiskinan dan meningkatkan daya saing. Namun, tantangan seperti terbatasnya infrastruktur internet dan rendahnya literasi digital di kalangan usaha kecil dan menengah masih ada. Dukungan kebijakan yang efektif sangat penting, sebagaimana di negara dengan kebijakan khusus yang sukses meningkatkan lapangan kerja (Martial et al., 2024). Di Rusia, upaya mendukung pertumbuhan industri kreatif dengan mendukung bakat kreatif juga sedang dilakukan (Bakhshi et al., 2008). Industri budaya, bagian dari ekonomi kreatif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi regional dengan menciptakan lapangan kerja dan mendorong industri (Maulani & Rachmawati, 2024). Namun, memahami faktor-faktor yang memengaruhi nilai tambah industri ini sangat penting untuk memaksimalkan dampaknya.

2.2 Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kerajinan

Subsektor fesyen, kuliner, dan kerajinan tangan dalam ekonomi kreatif Indonesia masing-masing memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi, didorong oleh elemen budaya yang unik dan inovasi. Industri fesyen, terutama di daerah seperti Bandung, menghadapi tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia dan kesulitan pemasaran, tetapi tetap menjadi bagian penting dari ekonomi karena perpaduan antara unsur tradisional dan modern (Izdihar & Noviaristanti, n.d.). Sementara itu, subsektor kuliner, yang berakar kuat pada warisan budaya, sangat penting untuk pariwisata dan kewirausahaan, dengan strategi yang berfokus pada inovasi produk dan menjaga keaslian (Wijoyo et al., 2024). Industri kuliner mendukung pariwisata dan penciptaan lapangan kerja dengan menekankan keberlanjutan dan aksesibilitas pasar (Nugroho & Irawati, n.d.). Industri kerajinan, yang memanfaatkan warisan budaya Indonesia yang kaya, memproduksi tekstil, keramik, dan lainnya untuk pasar ekspor, meskipun menghadapi tantangan terbatasnya akses terhadap modal dan infrastruktur, yang dapat diatasi dengan kebijakan pemerintah yang tepat sasaran (Chaerani, 2018). Strategi untuk meningkatkan subsektor fesyen antara lain meningkatkan keterampilan sumber daya manusia melalui pelatihan dan kemitraan (Tirta & Enrika, 2020).

2.3 Kerangka Teori

Penelitian ini didukung oleh teori resource-based view (RBV), yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif sebuah industri berasal dari sumber daya dan kemampuannya yang unik (Barney, 1991). Subsektor fesyen, kuliner, dan kerajinan kaya akan sumber daya budaya, kreatif, dan sumber daya manusia, yang memungkinkan mereka menghasilkan nilai tambah. Selain itu, studi ini menggunakan analisis rantai nilai untuk memahami bagaimana subsektor-subsektor ini menciptakan, memberikan, dan mempertahankan nilai dalam ekonomi kreatif.



Gambar 1. Kerangka Teori

2.4 Kesenjangan Penelitian

Meskipun kontribusi subsektor fesyen, kuliner, dan kriya terhadap ekonomi kreatif telah diakui secara luas, penelitian yang ada masih terbatas pada analisis komparatif dalam konteks penciptaan nilai tambah. Selain itu, penelitian yang ada seringkali mengabaikan penerapan SEM-PLS untuk mengungkap keterkaitan antara faktor-faktor penting dalam subsektor ini. Penelitian ini membahas kesenjangan ini dengan memberikan analisis empiris tentang faktor-faktor yang mendorong nilai tambah, menawarkan wawasan untuk meningkatkan kinerja ekonomi kreatif Indonesia.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif untuk menganalisis kontribusi subsektor fesyen, kuliner, dan kriya dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara faktor-faktor penting yang mempengaruhi nilai tambah dan menggunakan Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares (SEM-PLS 3) untuk analisis data. Pendekatan ini memungkinkan pemeriksaan hubungan yang kompleks antara variabel laten sekaligus mengatasi kesalahan pengukuran.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini mencakup para pemangku kepentingan di subsektor fesyen, kuliner, dan kerajinan di Indonesia, seperti pemilik bisnis, manajer, dan profesional industri. Jumlah sampel sebanyak 170 responden dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling untuk memastikan keterwakilan para pemangku kepentingan utama yang memiliki keahlian dan pengalaman yang relevan di subsektor-subsektor tersebut. Komposisi sampel mencerminkan beragam jenis usaha, dengan ukuran, fokus operasional, dan lokasi geografis yang berbeda-beda, untuk memberikan pemahaman yang komprehensif tentang dinamika industri.

3.3 Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang dibagikan kepada responden. Kuesioner dirancang untuk mengukur variabel-variabel yang terkait dengan nilai tambah ekonomi kreatif. Setiap variabel diwakili oleh beberapa indikator, dan tanggapan dicatat dengan menggunakan skala Likert mulai dari 1 (Sangat Tidak Setuju) hingga 5 (Sangat Setuju).

3.4 Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan Structural Equation Modeling dengan Partial Least Squares (SEM-PLS 3), sebuah teknik statistik yang kuat untuk mengevaluasi hubungan antara variabel laten dan indikator-indikatornya. Analisis mengikuti beberapa langkah, dimulai dengan Evaluasi Model Luar, yang mencakup penilaian Validitas Konvergen untuk memastikan muatan indikator melebihi ambang batas 0,70, mengkonfirmasi Validitas Diskriminan dengan memastikan konstruk berbeda satu sama lain dengan menggunakan kriteria Fornell-Larcker, dan mengevaluasi

Keandalan untuk memastikan keandalan komposit (CR) dan Cronbach's alpha melebihi 0,70. Langkah selanjutnya, Evaluasi Inner Model, melibatkan penilaian Koefisien Jalur untuk mengevaluasi kekuatan dan signifikansi hubungan antar variabel, menghitung R² (Koefisien Determinasi) untuk mengevaluasi varians yang dijelaskan oleh variabel eksogen, dan menentukan Q² (Relevansi Prediktif) untuk mengonfirmasi keakuratan prediktif model. Terakhir, Pengujian Hipotesis dilakukan dengan menggunakan bootstrapping dengan 500 resampel untuk memastikan signifikansi statistik, di mana sebuah hipotesis dianggap signifikan jika t-statistik melebihi 1,96 pada tingkat kepercayaan 95%.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Demografi Responden

Karakteristik demografis dari 170 responden penelitian ini memberikan gambaran mengenai komposisi sampel, dengan fokus pada jenis kelamin, usia, keterlibatan dalam subsektor, dan ukuran usaha. Dalam hal jenis kelamin, sampel terdiri dari responden laki-laki dan perempuan, dengan laki-laki terdiri dari 102 responden (60%) dan perempuan mewakili 68 responden (40%), yang mengindikasikan partisipasi yang lebih besar dari laki-laki dalam bisnis ekonomi kreatif di subsektor yang dipilih, meskipun perempuan juga memiliki porsi yang cukup besar. Dari segi usia, responden sebagian besar adalah profesional muda dan individu paruh baya, dengan kelompok usia terbesar adalah 25-34 tahun (41,2%), diikuti oleh 35-44 tahun (29,4%), 18-24 tahun (14,7%), dan 45 tahun ke atas (14,7%), yang menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif sebagian besar digerakkan oleh wirausahawan dan profesional muda. Untuk representasi subsektor, studi ini bertujuan untuk distribusi yang seimbang, dengan subsektor kuliner memiliki representasi tertinggi yaitu 68 responden (40%), diikuti oleh subsektor fesyen dengan 60 responden (35,3%) dan subsektor kriya dengan 42 responden (24,7%), yang mencerminkan peran signifikan industri kuliner dalam ekonomi kreatif Indonesia. Terakhir, dalam hal ukuran usaha, 44,7% responden mewakili usaha mikro, 35,3% usaha kecil, dan 20% usaha menengah, yang mengindikasikan bahwa usaha mikro dan kecil mendominasi subsektor ekonomi kreatif, yang menyoroti sifat kewirausahaan dari industri-industri ini.

4.2 Evaluasi Model Pengukuran

Penilaian model pengukuran melibatkan evaluasi keandalan dan validitas konstruk melalui indikator-indikator utama: loading factor, Cronbach's alpha (CA), composite reliability (CR), dan average variance extracted (AVE). Hasil untuk konstruk dalam penelitian ini dirangkum di bawah ini.

Tabel 1. Validitas dan Reliabilitas

Variable	Code	Loading Factor	CA	CR	AVE
Fesyen	Fe.1	0.819	0.901	0.924	0.671
	Fe.2	0.906			
	Fe.3	0.901			
	Fe.4	0.857			
	Fe.5	0.693			
	Fe.6	0.713			
Kuliner	Ku.1	0.795	0.821	0.880	0.648
	Ku.2	0.729			
	Ku.3	0.858			

	Ku.4	0.834			
Kriya	Kr.1	0.735	0.892	0.921	0.701
	Kr.2	0.883			
	Kr.3	0.833			
	Kr.4	0.872			
	Kr.5	0.857			
Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional	NTEKN.1	0.928	0.832	0.922	0.856
	NTEKN.2	0.922			

Analisis konstruk menunjukkan reliabilitas dan validitas yang kuat untuk semua subsektor dan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Subsektor Fesyen (Fesyen) memiliki muatan indikator antara 0,693 dan 0,906, dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,901, reliabilitas komposit sebesar 0,924, dan AVE sebesar 0,671, yang menegaskan reliabilitas dan validitas konvergen. Subsektor Kuliner memiliki muatan indikator dari 0,729 hingga 0,858, Cronbach's Alpha sebesar 0,821, reliabilitas komposit sebesar 0,880, dan AVE sebesar 0,648, yang menggarisbawahi pentingnya subsektor ini. Subsektor Kerajinan (Kriya) menunjukkan nilai loading dari 0,735 hingga 0,883, dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,892, keandalan komposit sebesar 0,921, dan AVE sebesar 0,701, yang mengindikasikan keandalan yang kuat. Terakhir, Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional (NTEKN) memiliki loading sebesar 0,928 dan 0,922, dengan Cronbach's Alpha sebesar 0,832, reliabilitas komposit sebesar 0,922, dan AVE sebesar 0,856, yang mengonfirmasikan ketangguhannya dalam mengukur kinerja ekonomi kreatif. Setiap konstruk memiliki kinerja yang baik dalam hal reliabilitas, validitas, dan konsistensi, yang menekankan peran penting mereka dalam menilai ekonomi kreatif Indonesia.

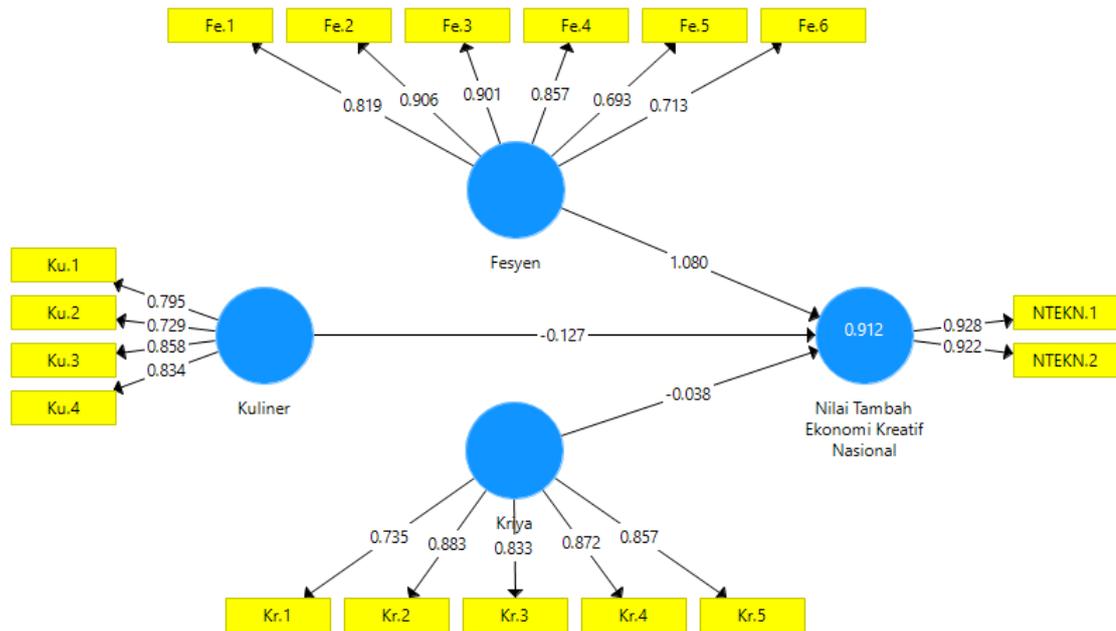
4.3 Evaluasi Validitas Diskriminan

Validitas diskriminan memastikan bahwa setiap konstruk dalam model berbeda dan mengukur konsep yang unik. Rasio korelasi Heterotrait-Monotrait (HTMT) adalah metode yang dapat diandalkan untuk menilai validitas diskriminan. Menurut kriteria HTMT, nilai di bawah 0,85 menunjukkan validitas diskriminan yang kuat (ambang batas konservatif), sedangkan nilai di bawah 0,90 menunjukkan validitas diskriminan yang dapat diterima (ambang batas lunak).

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	Fesyen	Kriya	Kuliner	Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional
Fesyen				
Kriya	0.762			
Kuliner	0.797	0.825		
Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional	0.750	0.680	0.703	

Semua nilai HTMT berada di bawah ambang batas konservatif 0,85, yang menunjukkan validitas diskriminan yang kuat untuk semua konstruk dalam model. Subsektor fesyen, kuliner, dan kriya mengukur aspek-aspek unik dari ekonomi kreatif, sementara nilai tambah ekonomi kreatif nasional secara efektif ditangkap sebagai variabel hasil yang berbeda.



Gambar 2. Internal Model

4.4 Hasil Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis mengevaluasi kekuatan dan signifikansi hubungan antara variabel independen (Fesyen, Kuliner, Kriya) dan variabel dependen (Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional). Analisis ini mencakup metrik utama seperti Sampel Asli (O), Rata-rata Sampel (M), Standar Deviasi (STDEV), Statistik T, dan Nilai P.

Tabel 3. Uji Hipotesis

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
Fesyen -> Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional	0.880	0.878	0.033	33.038	0.000
Kriya -> Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional	0.438	0.436	0.053	4.717	0.000
Kuliner -> Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional	0.627	0.624	0.057	7.216	0.000

Analisis koefisien jalur menunjukkan hubungan positif yang kuat antara subsektor dan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional. Untuk subsektor Fesyen, koefisien jalur sebesar 0,880 menunjukkan hubungan positif yang kuat, dengan T-statistik yang tinggi (33,038) dan nilai P-value yang signifikan (0,000), yang mengkonfirmasi signifikansi statistik dari hubungan tersebut. Subsektor Kerajinan menunjukkan hubungan positif yang moderat dengan koefisien jalur sebesar 0,438, dengan T-statistik 4,717 dan nilai P-value 0,000, yang menunjukkan signifikansi statistik. Terakhir, subsektor Kuliner menunjukkan hubungan positif yang kuat dengan koefisien jalur sebesar 0,627, dan T-statistik (7,216) dan P-value (0,000) juga mengkonfirmasi signifikansi statistik dari hubungan ini.

4.5 Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan hubungan yang signifikan antara ketiga subsektor (fesyen, kuliner, dan kriya) dengan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Subsektor fesyen menunjukkan pengaruh yang paling kuat dalam meningkatkan nilai tambah, diikuti oleh subsektor

kuliner, dan terakhir subsektor kriya. Temuan ini memiliki beberapa implikasi penting untuk penelitian akademis dan pembuatan kebijakan dalam ekonomi kreatif Indonesia.

Subsektor Fesyen: Kontributor Utama Ekonomi Kreatif

Subsektor fesyen muncul sebagai faktor yang paling berpengaruh dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Temuan ini konsisten dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang menyoroti semakin menonjolnya industri fesyen dalam mendorong pertumbuhan ekonomi (Bagaskara & Mirzanti, 2023; Pedersen et al., 2018; Sudirjo et al., 2023; Yuniastuti & Pratama, 2023). Koefisien jalur yang tinggi menunjukkan bahwa fesyen memainkan peran sentral dalam membentuk preferensi konsumen, berkontribusi terhadap pendapatan ekspor, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong inovasi dalam desain dan proses produksi.

Fesyen telah lama menjadi komponen penting dalam ekonomi kreatif di banyak negara, dan industri fesyen Indonesia, dengan warisan budaya yang kaya dan tradisi tekstil yang beragam, semakin mendapatkan pengakuan internasional. Kekuatan subsektor ini terletak pada kemampuannya untuk memadukan keahlian tradisional dengan tren modern, yang menawarkan proposisi nilai yang unik untuk pasar lokal dan global. Para pembuat kebijakan dan pelaku usaha harus memprioritaskan investasi strategis dalam inovasi, pemasaran, dan infrastruktur yang berkaitan dengan fesyen untuk lebih meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian nasional.

Subsektor Kuliner: Kontributor yang Signifikan tetapi Sekunder

Subsektor kuliner menunjukkan hubungan yang kuat dan signifikan secara statistik dengan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Wisata kuliner, inovasi makanan, dan semakin populernya kuliner Indonesia di kancah internasional turut mendorong peningkatan sektor ini. Keanekaragaman kuliner Indonesia yang kaya menghadirkan potensi yang belum dimanfaatkan untuk mempromosikan gastronomi baik di dalam maupun luar negeri, mendorong pertumbuhan pariwisata dan ekspor (Gerai et al., 2019).

Meskipun kuliner memainkan peran penting dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif, pengaruhnya masih lebih rendah dibandingkan fesyen. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh beberapa faktor seperti tren kuliner yang bersifat musiman, preferensi regional, dan lingkup bisnis kuliner yang lebih terlokalisasi dibandingkan dengan industri fesyen yang lebih terukur. Namun, inisiatif-inisiatif yang meningkatkan visibilitas global dari kuliner Indonesia, berinvestasi dalam teknologi makanan dan kewirausahaan, dan mempromosikan pendidikan kuliner dapat secara signifikan meningkatkan dampak keseluruhan subsektor ini terhadap perekonomian.

Subsektor Kerajinan: Kontribusi Moderat tetapi Penting

Subsektor kriya menunjukkan hubungan positif dengan nilai tambah ekonomi kreatif nasional, meskipun dampaknya tidak terlalu besar dibandingkan fesyen dan kuliner. Temuan ini menyoroti pentingnya kerajinan sebagai aset budaya dan sumber mata pencaharian yang berkelanjutan bagi banyak masyarakat di seluruh Indonesia. Meskipun ukuran dampaknya moderat, subsektor kerajinan berkontribusi pada pelestarian pengetahuan tradisional, memberikan peluang ekonomi di daerah pedesaan, dan menghasilkan permintaan domestik dan internasional untuk produk buatan tangan.

Namun, dampak sektor kerajinan yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan sektor fesyen dan kuliner bisa jadi disebabkan oleh tantangan yang dihadapi sektor ini dalam meningkatkan skala dan bersaing di pasar global. Hal ini terutama terlihat dari terbatasnya kapasitas pemasaran dan inefisiensi rantai pasokan yang sering dihadapi oleh usaha kerajinan kecil dan menengah (Iskandar, 2022). Untuk memaksimalkan potensi subsektor kerajinan, sangat penting untuk menerapkan kebijakan yang mendukung pengrajin melalui peningkatan kapasitas, akses yang lebih baik ke pasar, dan platform inovatif yang menghubungkan produk kerajinan lokal dengan pembeli global.

Implikasi Kebijakan dan Praktis

Temuan-temuan penelitian ini memberikan beberapa wawasan kebijakan dan praktis:

1. Para pembuat kebijakan harus memprioritaskan subsektor fesyen dengan memberikan insentif keuangan, pelatihan, dan pengembangan infrastruktur untuk meningkatkan daya saing global. Investasi lebih lanjut dalam pendidikan fesyen dan inkubator desain dapat memupuk bakat dan wirausahawan masa depan, mendorong inovasi di sektor ini.
2. Meskipun kuliner cukup signifikan, masih ada ruang untuk investasi lebih lanjut di bidang pemasaran, wisata kuliner, dan kewirausahaan terkait makanan. Kebijakan yang membantu memperluas pengakuan internasional terhadap kuliner Indonesia dapat membuka peluang baru untuk pertumbuhan. Selain itu, mendorong perusahaan rintisan yang berhubungan dengan makanan dan kolaborasi dengan bisnis perhotelan akan membantu memperkuat peran sektor kuliner dalam pembangunan ekonomi.
3. Mengingat peran budaya dan ekonomi yang penting dari subsektor kerajinan, penting untuk memberdayakan pengrajin skala kecil dengan menyediakan akses yang lebih besar ke pendanaan, jaringan pasar, dan platform digital. Program pelatihan yang berfokus pada manajemen bisnis, pemasaran, dan transformasi digital akan memungkinkan pengrajin lokal untuk meningkatkan bisnis mereka dan menjangkau pasar internasional.
4. Memanfaatkan teknologi dan perangkat digital sangat penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. Adopsi e-commerce, media sosial, dan alat pemasaran digital akan membantu subsektor ini menjangkau audiens yang lebih besar baik secara lokal maupun global, meningkatkan efisiensi, dan meningkatkan keterlibatan pelanggan.

5. KESIMPULAN

Studi ini menyoroti peran penting yang dimainkan oleh subsektor fesyen, kuliner, dan kriya dalam meningkatkan nilai tambah ekonomi kreatif nasional Indonesia. Fesyen diidentifikasi sebagai subsektor yang paling berpengaruh, diikuti oleh kuliner dan kerajinan, yang masing-masing berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya negara. Temuan-temuan ini menggarisbawahi pentingnya intervensi kebijakan yang tepat sasaran, seperti mendukung inovasi fesyen, mempromosikan kuliner Indonesia secara global, dan meningkatkan daya saing industri kerajinan. Dengan berinvestasi di bidang pendidikan, infrastruktur, dan teknologi digital, Indonesia dapat lebih memperkuat ekonomi kreatif dan mengamankan posisinya di pasar global. Studi ini juga menunjukkan bahwa kolaborasi strategis dan pembangunan inklusif di seluruh subsektor ini sangat penting untuk pertumbuhan yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagaskara, G., & Mirzanti, I. R. (2023). Business Strategy for Clothing Brand in Indonesia. *International Journal of Current Science Research and Review*, 06(01), 845–851. <https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v6-i1-90>
- Bakhshi, H., McVittie, E., & Simmie, J. (2008). *Creating Innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* Nesta London.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120.
- Chaerani, S. (2018). *Pengaruh Organizational Citizenship Behavior (OCB) terhadap Kepuasan Kerja (Studi pada Divisi Human Capital Kantor Pusat PT. Bank Negara Indonesia (Persero), Tbk)*. Universitas Brawijaya.
- Dewi, P. R. K., & Wiranata, I. (2023). The Collaboration between Dior and Balinese Endek Woven within The Framework of Indonesian Cultural Diplomacy. *Global Strategis*, 17(2).
- Firdaus, A. R., Vynatria, A. D., Husna, S. L., Alfareza, M. F. N., & Hidayah, A. A. (2024). Ekonomi Kreatif Sebagai Lokomotif Baru Perekonomian Indonesia Menuju Indonesia yang Maju. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 44–52.
- Gerai, B., Truck, F., Blengong, B., & Lnybw, ". (2019). Rencana Bisnis Kuliner Bebek Blengong di Jakarta Imam Purwantono. *Management, and Industry (JEMI)*, 2(2), 109–114.
- Iskandar, Y. (2022). Pengaruh Modal Sosial, Kapabilitas Financial, Orientasi Kewirausahaan terhadap Daya Saing Bisnis Berkelanjutan serta Implikasinya pada Kinerja UMKM Industri Kuliner di Kota Sukabumi. *Senmabis: Seminar Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 4789, 2–19.

- Izdihar, S., & Noviaristanti, S. (n.d.). Analisis Faktor Penghambat Usaha Mikro dan Kecil pada Industri Fashion Hijab di Kota Bandung. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(10).
- Lantu, D. C., Rosmiati, M., Herliana, S., Chaerudin, R., & Lawiyah, N. (2021). Indonesia's Fashion Export Performance-A Preliminary Case Study. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10, 360–368.
- Lantu, D. C., Rosmiati, M., Herliana, S., Chaerudin, R., & Lawiyah, N. (2022). The Competitiveness of Indonesian Craft as Creative Industries in the Global Market: A SWOT Analysis Approach. *6th Global Conference on Business, Management, and Entrepreneurship (GCBME 2021)*, 497–501.
- Li, Z., & Yan, N. (2024). A Study on Strategies for Promoting Regional Economic Development through the Cultural Industry. *Highlights in Business, Economics and Management*, 32, 144–148.
- Martial, T., Pasha, T. A. P., Badrudin, R., & Sitompul, G. A. (2024). Creative Economy as a Driver of Economic Growth in the Digital Era. *Journal Nomico*, 1(8).
- Maulani, T. S., & Rachmawati, R. (2024). Perencanaan Sumber Daya Manusia dan Peningkatan Daya Saing Produk melalui Strategi Pengemasan pada Usaha Mikro Seblak Mamih di Kabupaten Bandung. *Aksi Nyata: Jurnal Pengabdian Sosial Dan Kemanusiaan*, 1(4), 61–70.
- Nugroho, R. B., & Irawati, S. A. (n.d.). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif pada Subsektor Wisata Kuliner Berbasis Kearifan Lokal di Kota Sampang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(11).
- Pedersen, E. R. G., Gwozdz, W., & Hvass, K. K. (2018). Exploring the Relationship Between Business Model Innovation, Corporate Sustainability, and Organisational Values within the Fashion Industry. *Journal of Business Ethics*, 149(2), 267–284. <https://doi.org/10.1007/s10551-016-3044-7>
- Sudirjo, F., Titing, A. S., Radnan, Y., Yodiansyah, H., & Bambang, B. (2023). Linkages between Social Media Presence, Brand Awareness, Customer Loyalty, and Sales Growth in Entrepreneurial Companies (Study on Fashion Industry Entrepreneurs in West Java). *West Science Business and Management*, 1(02), 81–88.
- Tirta, A. H., & Enrika, A. (2020). Understanding the impact of reward and recognition, work life balance, on employee retention with job satisfaction as mediating variable on millennials in Indonesia. *Journal of Business and Retail Management Research*, 14(03), 88–98.
- Wijoyo, H. S. H., Mujanah, S., & Susanti, N. (2024). Building a sustainable creative economy: The influence of capital access and government programs. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 3081–3099.
- Xiao, M. (2024). Innovative Applications and Market Impact of Indonesian Batik in Modern Fashion. *Studies in Art and Architecture*, 3(2), 62–66.
- Yuniastuti, V., & Pratama, A. A. (2023). Portraits and Challenges of Indonesia's Modest Fashion Industry on the Halal Industry Competition in the World. *Indonesian Journal of Halal Research*, 5(1), 21–29.