



BRIN
BADAN RISET
DAN INOVASI NASIONAL



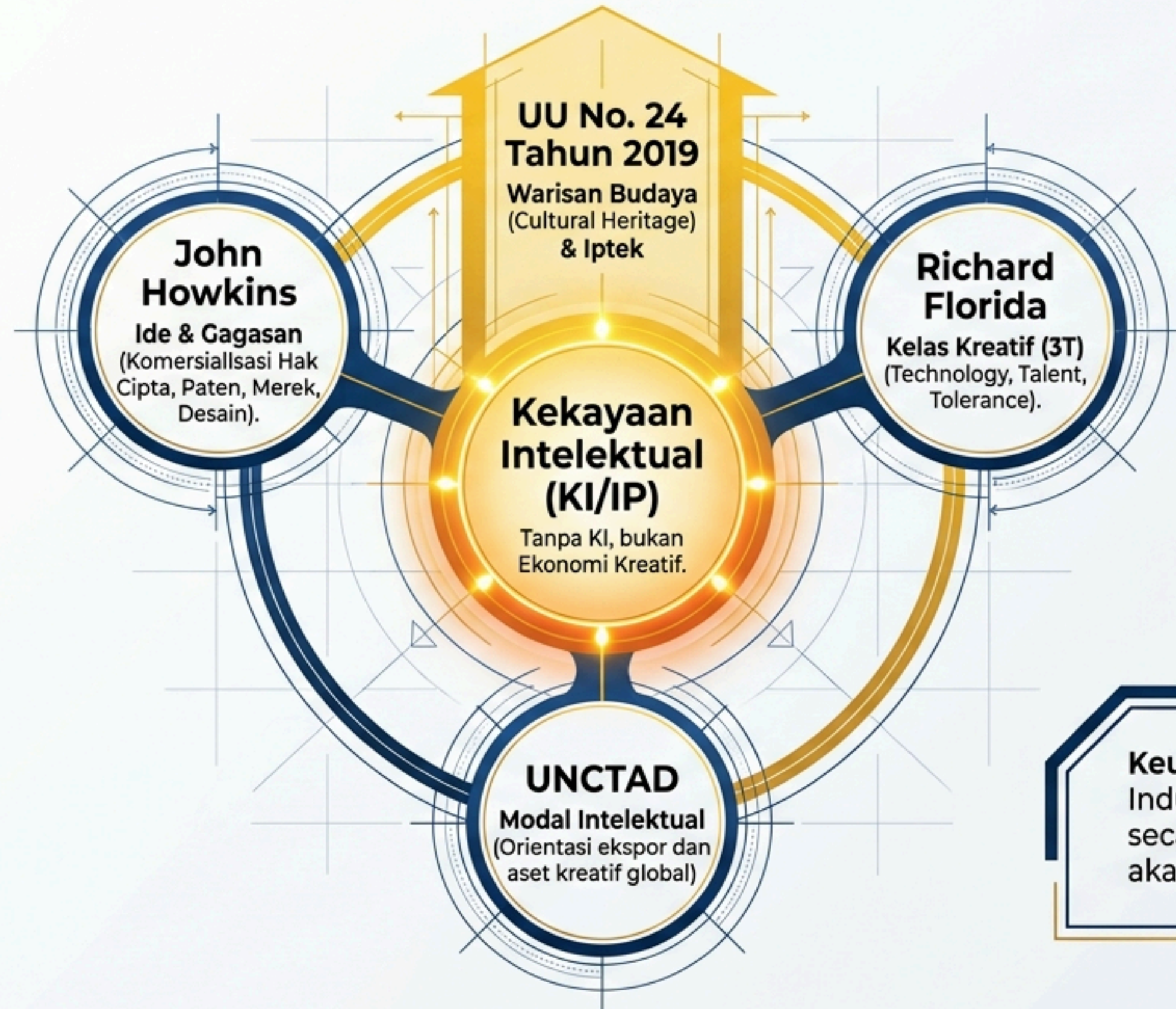
Cetak Biru Nilai Ekonomi Kreatif

Menggeser Paradigma dari
Komoditas Menuju Kapitalisasi
Kekayaan Intelektual.

Oleh: Anggota Komisi X DPR RI
Dr. Ling. Drs. H. Abdul Fikri Faqih, M.M.



Jantung Ekonomi Kreatif: Sintesis Global vs. Identitas Lokal



Keunikan Indonesia:
Industrialisasi ide global yang secara eksplisit diikat pada akar kearifan lokal.

Garis Demarkasi: UMKM Konvensional vs. Ekonomi Kreatif

UMKM Konvensional - Usaha Dagang



Status: Mentalitas **Follower** (Duplikasi tanpa orisinalitas).

Kelemahan: Perang harga, rentan dibajak pemodal/impor, tidak bisa dilisensikan.

85% - 90%

(Belum mendaftarkan HKI ke DJKI)

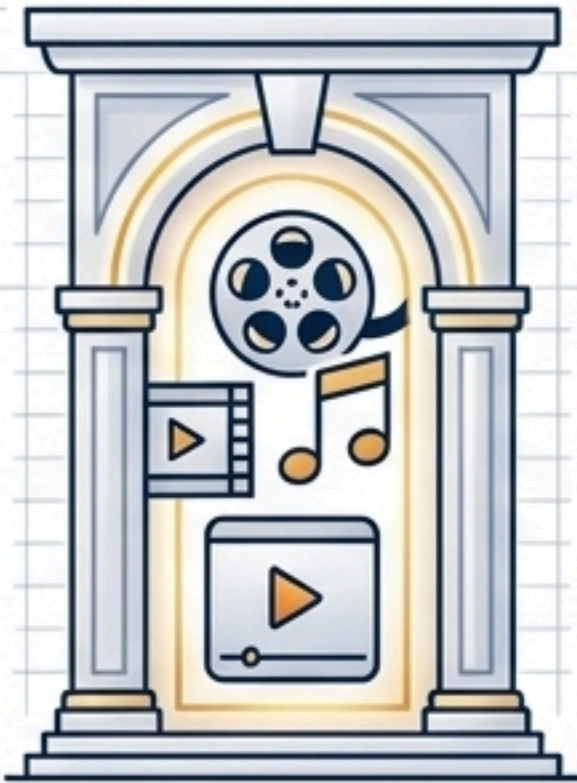
Ekonomi Kreatif - Pencipta Nilai



Status: Berbasis **Kekayaan Intelektual** (Conditio sine qua non / Syarat Mutlak UU 24/2019).

Keunggulan: Memiliki **Economic Moat** (benteng pasar), dapat diekspor aman, monetisasi lisensi/waralaba.

Arsitektur IP Global: 5 Negara Penguasa Ekonomi Kreatif



Amerika Serikat

Hegemoni Hiburan

Menguasai copyright industries (11% PDB) via Hollywood, musik global, dan platform digital.



Korea Selatan

Intervensi **Soft Power**

Fenomena Hallyu/Korean Wave dikomandoi KOCCA (K-Pop, K-Drama, K-Beauty).



Inggris / UK

Pelopor Kebijakan

Pionir pemetaan 13 subsektor (DCMS). Pusat desain, musik, dan IP sastra (e.g., Harry Potter).



Jepang

Strategi **Evergreen IP**

Dominasi Cool Japan. Satu IP (Anime/Manga) menghasilkan royalti lintas generasi.



Tiongkok

Raksasa Distribusi

Eksportir creative goods terbesar (UNCTAD), dominasi game global & algoritma konten.

Dukungan Kebijakan Negara

Mesin PDB Nasional: Pertumbuhan Eksponensial (2020–2025)

Top 3 Dunia

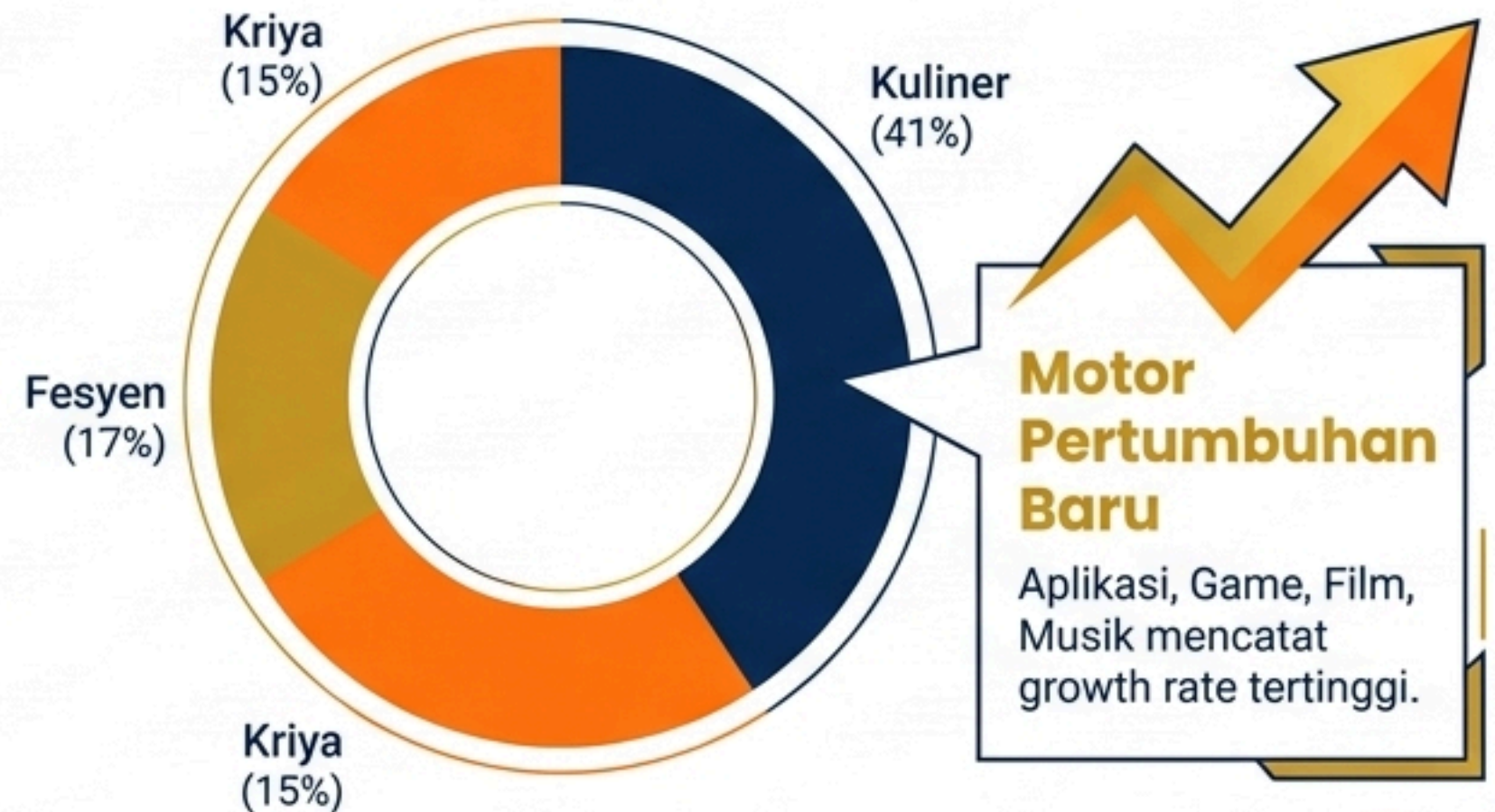
(Kontribusi PDB di kisaran 7% - 7,8%)

>25,5 Juta

(Serapan Tenaga Kerja 2025)

>US\$ 25 Miliar

(Proyeksi Nilai Ekspor 2025)



Dua Pekerjaan Rumah Struktural: Kesenjangan Implementasi UU 24/2019



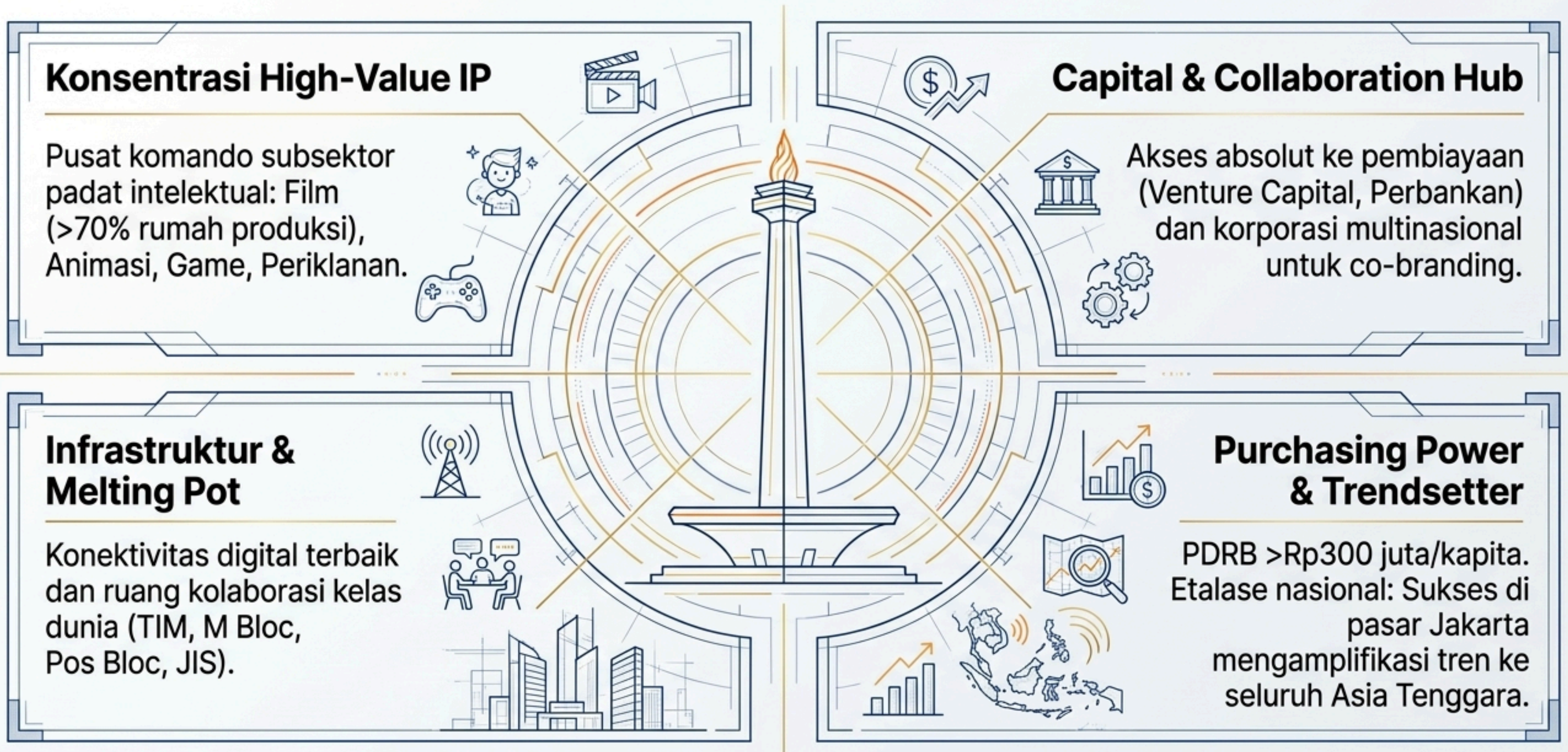
Pillar 1: IP Financing Scheme (Skema Pembiayaan)

- ✗ Regulasi perbankan (*Prudential Banking / Basel*) masih menuntut agunan fisik.
- Minimnya profesi Penilai KI (*IP Valuation*) bersertifikat.
- Belum terbentuknya Pasar Sekunder (*Secondary Market*) untuk lelang HKI macet.

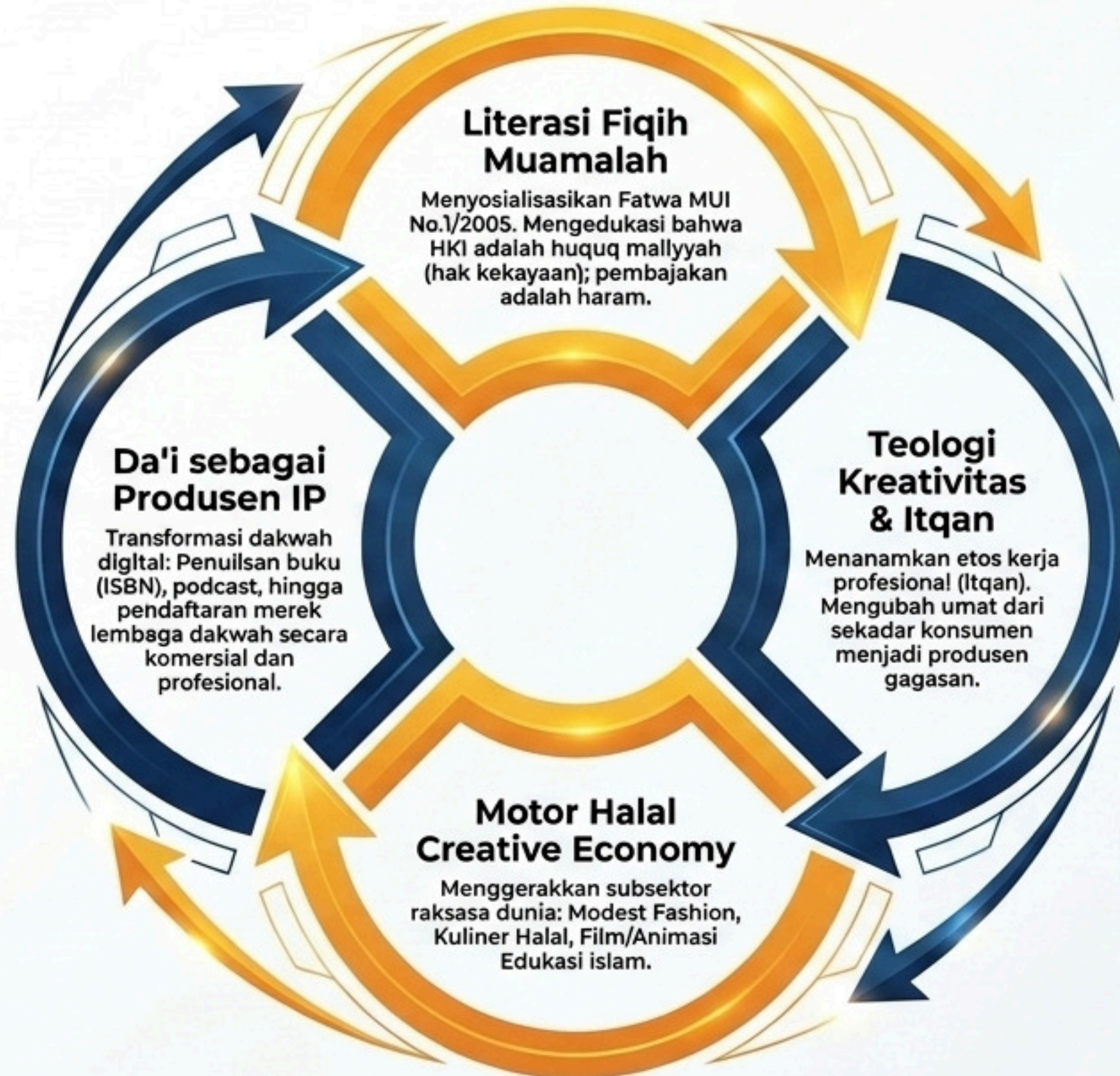
Pillar 2: IP Marketing System (Sistem Pemasaran)

- ✗ Fokus pada jualan barang fisik (*product selling*), bukan lisensi/waralaba.
- Ketidadaan *IP Aggregator* nasional untuk menjembatani kreator dengan brand global.
- ✗ Tata kelola penghimpunan royalti yang belum optimal.

Jakarta Pasca-UU DKJ: Episentrum Kreatif & Global City



Transformasi Sosiologis: Da'i sebagai Katalisator Ekonomi Kreatif



Lanskap Masa Depan: Ekonomi Kreatif di Era Generative AI



Peluang

AI sebagai Co-Pilot. Akselerator riset, prototyping desain, dan efisiensi biaya.



Tantangan

Krisis Regulasi. Debat hak cipta training data (WIPO) dan ancaman perlindungan karya seniman.

Keunggulan Komparatif Manusia Indonesia

Mesin AI mengolah masa lalu, namun tidak memiliki jiwa, empati, dan nilai spiritual.

Sesuai roh UU No. 24/2019, *Local Wisdom* (Warisan Budaya) adalah aset yang tidak bisa disintesis oleh mesin. AI adalah alat; manusia berbudaya adalah pencipta.