



KEMENTERIAN PARIWISATA
& EKONOMI KREATIF

2020/2021

Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia



PENASEHAT:
Sandiaga Salahudin Uno
Angela Tanoesodibjo

PENGARAH:
R. Kurleni Ukur

PENANGGUNG JAWAB:
Wawan Rusiawan

PENANGGUNG JAWAB TEKNIS:
Dian Permanasari

KOORDINATOR:
Rizky Deco Praha

EDITOR:
Celsius Creative Lab
Dian Permanasari
Rizky Deco Praha

TIM PENYUSUN:
Celsius Creative Lab
Woro Swesti
Faruk Alfian
Atikah Nur Pajriyah
Novan Bachtiar
Nurhani Yatimah
Syafrida Razak
Joko Bramantio

Semua foto bersumber dari wonderfullimage.id dan dokumentasi milik Kemenparekraf/Baparekraf



DAFTAR ISI

06 SEPATAH KATA

PROLOG

PARIWISATA & EKONOMI KREATIF
GLOBAL DI TENGAH PANDEMI

08

20 BAB 01
PARIWISATA, SANG JAGOAN
YANG TERHANTAM

BAB 02

KREATIF
MELAWAN PANDEMI

34

48 EPILOG
PERLAHAN TUMBUH
DI TENGAH TEKANAN



Sandiaga Salahudin Uno

Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif / Kepala Badan Pariwisata & Ekonomi Kreatif

Seperti kita ketahui bersama, pandemi COVID-19 memiliki pengaruh yang amat besar pada perkembangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia. Dalam tempo satu tahun, progres yang telah dicapai Indonesia dalam beberapa tahun terakhir di bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif seperti tersapu habis.

Hal ini bukan hanya dirasakan oleh kita, bangsa Indonesia. Pandemi benar-benar mempengaruhi perekonomian dunia. Data UNWTO menyebutkan, Asia Pasifik menjadi region yang mengalami penurunan terbesar di bidang Pariwisata -mencapai 84 persen- sepanjang tahun 2020.

Bisa dibayangkan, impact yang terjadi terhadap pelaku Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Apalagi, sektor Pariwisata adalah salah satu andalan. Sementara, sektor Ekonomi Kreatif juga menjadi unggulan karena pertumbuhannya yang signifikan dari tahun ke tahun.

Hal itu terlihat dari angka kunjungan wisatawan mancanegara yang jeblok. Pada 2019 ke 2020 kunjungan wisatawan asing turunnya hampir 75 persen. Sedangkan wisata nusantara turun 30 persen. Akibatnya, hampir 1,58 juta pekerjaan di sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdampak pandemi COVID-19.

Tapi kami yakin badai industri pariwisata pasti berlalu. Badai pasti berlalu setelah kita menahan badai. Dan biasanya ada pelangi di penghujung badai.

Tahapan kritical justru ada di tahap pemulihan. Kita harus bergerak cepat untuk merestrategi dan juga membangun fondasi kebangkitan sektor Pariwisata kita. Adanya vaksinasi COVID-19 adalah modal utama dalam proses pemulihan. Vaksinasi akan mempercepat tren pemulihan yang sudah terlihat sejak kuartal III tahun 2020.

Tahun 2021 ini adalah tahun kebangkitan. Di sektor Ekonomi Kreatif, UNCTAD telah menetapkan tahun ini sebagai the International Year of Creative Economy for Sustainable Development. Sementara, di sektor Pariwisata, dengan berbagai persiapan yang kita lakukan, akan menjadi modal untuk meraih peningkatan yang signifikan di tahun 2021.

Saya optimis, lapangan kerja di sektor pariwisata diharapkan bisa tumbuh 3,98 persen, dan ekonomi kreatif tumbuh 2,29 persen di tahun 2021. Tentunya melalui inovasi, adaptasi dan kolaborasi yang diterapkan untuk membawa proses survival menuju revival di Pariwisata dan Ekraf hingga akhirnya bisa thrive.

Mari kita bergerak bersama. Kita harus gercep, geber, dan gaspol untuk bangkitkan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia.



R. Kurleni Ukur, MSc

Deputi Kebijakan Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia

Seperti kita ketahui bersama, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif adalah dua sektor yang tengah diunggulkan Indonesia untuk meraup devisa, serta untuk menyeimbangkan neraca perdagangan kita.

Manfaat Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bukan hanya dirasakan secara langsung dalam hal PDB dan lapangan kerja. Namun, secara paralel, kedua sektor ini juga memberikan manfaat secara langsung maupun tidak terhadap sektor ekonomi yang lain.

Indonesia yang terbentang dari Sabang sampai Merauke dan memiliki 17 ribu pulau lebih, memiliki pemandangan yang Indah dan budaya yang kaya ragam. Ditambah dengan kemampuan masyarakat Indonesia mengelola nilai tambah, wajar apabila kolaborasi keduanya akan mampu menjadi potensi yang terus berkembang dalam beberapa tahun ini.

Sayangnya, di tahun 2020, pandemi COVID-19 menghantam sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dengan cukup berat. Membuat industri ini terhambat secara global.

Imbasnya, pariwisata dunia lumpuh. Ekonomi kreatif mayoritas terpukul, meski tidak dapat dipungkiri ada beberapa subsektor yang justru bertumbuh selama pandemi seperti animasi, aplikasi, dan game developer.

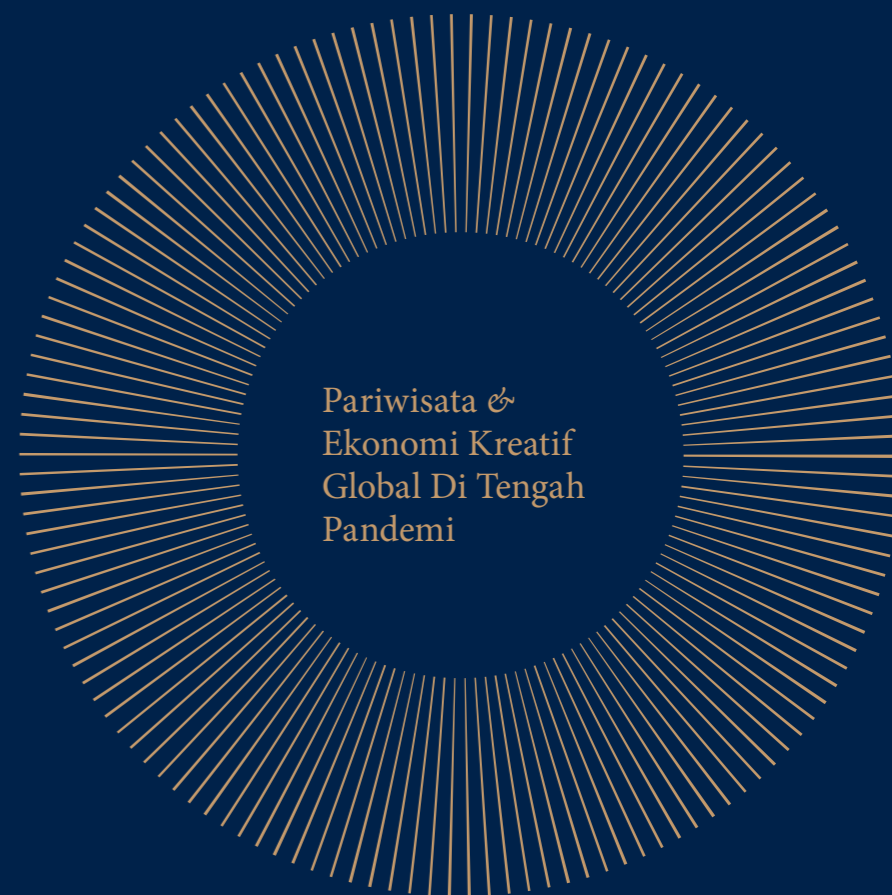
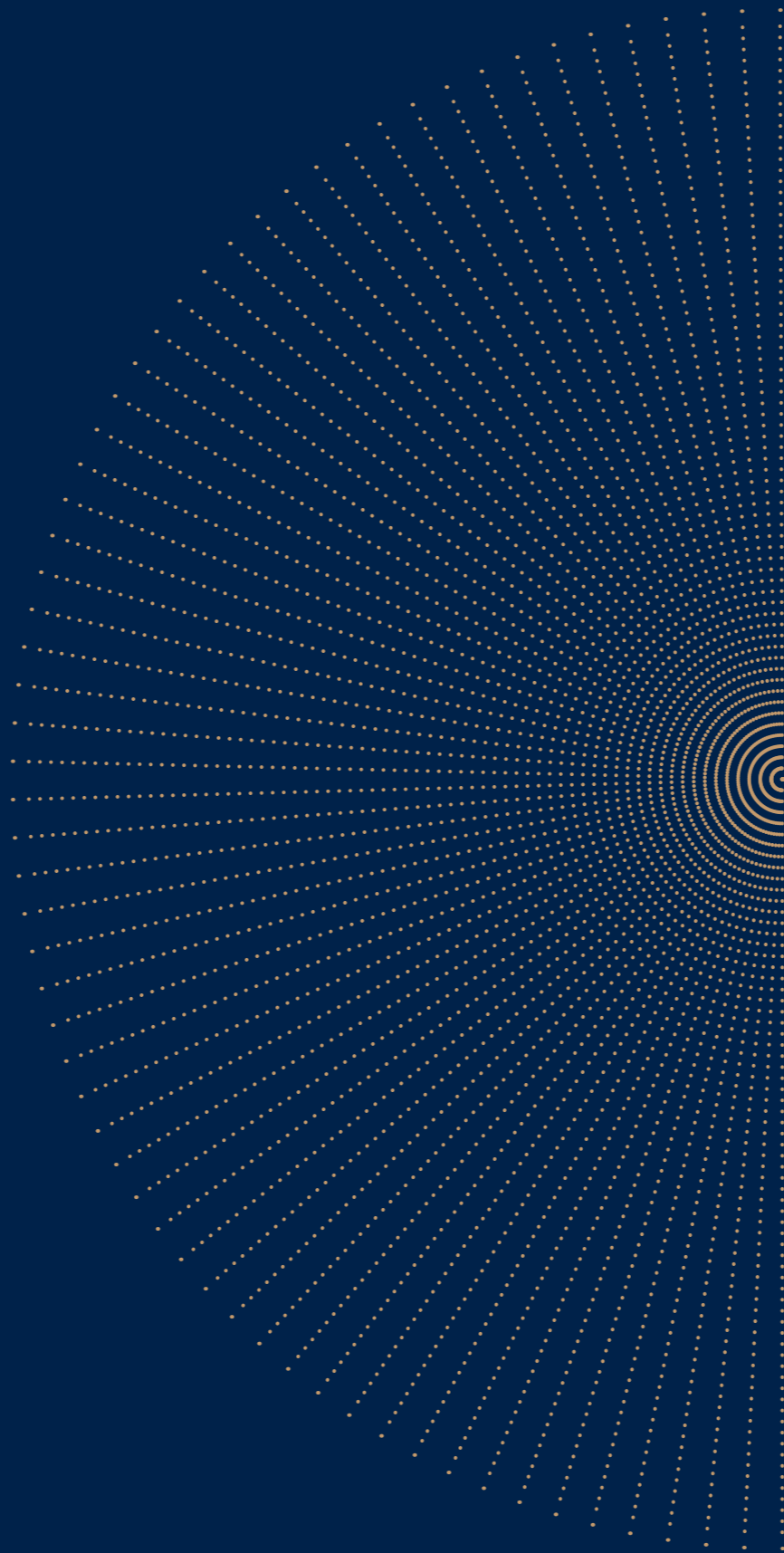
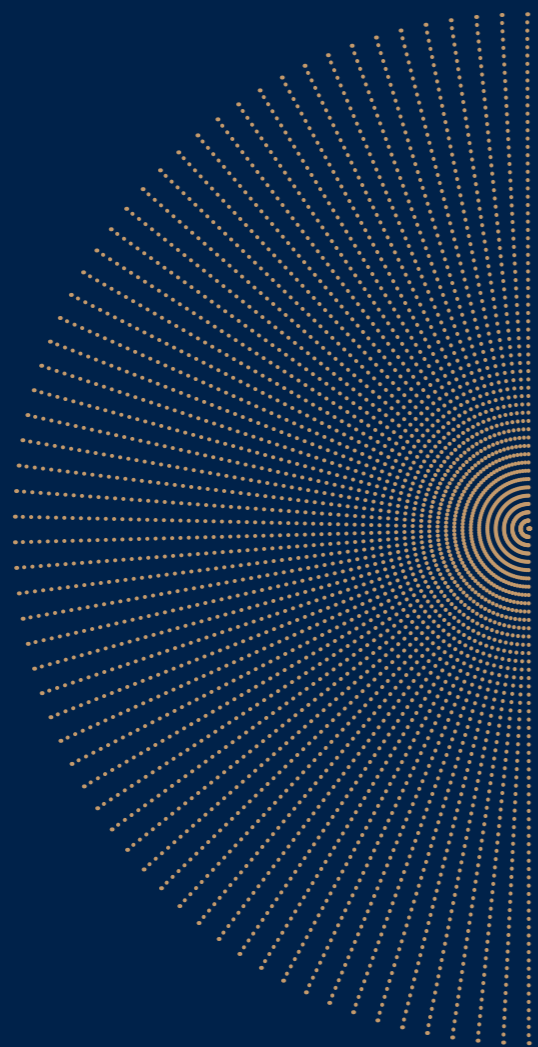
Subsektor game bisa dijadikan contoh riil. Menurut Asosiasi Game Indonesia, subsektor ini di Indonesia tumbuh 20% dibanding tahun sebelumnya yang tentu saja menjadi angin segar bagi penggiat ekonomi kreatif di tanah air dan membuktikan bahwa sektor ini tidak mati.

Secara statistik, sektor Pariwisata sudah mulai bergeliat sejak Triwulan- III 2020. Jumlah okupansi kamar hotel mulai naik sejak bulan Juli, dan masyarakat sudah mulai melakukan perjalanan antar daerah terlihat dari penjualan tiket penerbangan yang meningkat. Tiket.com, salah satu penyedia jasa layanan penjualan tiket online, mengklaim bahwa penjualan tiket penerbangan daring melalui platformnya meningkat hingga 240 persen di kuartal III, dan penjualan kamar hotel meningkat hingga 250 persen di waktu yang bersamaan. Ini bisa jadi gambaran, sektor Pariwisata pun perlahan bangkit dan berangsur pulih.

Saat ini, dengan protokol kesehatan yang ketat, perlahan tapi pasti pariwisata dan ekonomi kreatif mulai pulih kembali berjalan. CHSE diterapkan secara disiplin sehingga penyebaran COVID-19 dapat dikendalikan.

Buku ini memberi gambaran pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia sepanjang 2020. Melukiskan bagaimana perjuangan yang dilakukan sepanjang tahun, dan mengajak semuanya terus berjuang. Mewujudkan Indonesia yang lebih baik, khususnya di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, menyambut tahun 2021.

PROLOG



Pariwisata &
Ekonomi Kreatif
Global Di Tengah
Pandemi

Bergerak di Tengah Badai



Hanya dalam beberapa bulan, badai COVID-19 berhasil memporak-porandakan industri pariwisata dan ekonomi kreatif dunia. Namun, selalu ada harapan untuk meraih masa depan yang lebih baik.

Laporan penutup 2020 UN Tourism Organization (UNWTO): World Tourism Barometer mengatakan, jumlah kedatangan internasional di berbagai belahan dunia turun 74% jika dibandingkan tahun sebelumnya.

Penurunan hingga Agustus, membuat jumlah kedatangan tahun ini menurun hingga 1 miliar kedatangan jika dibandingkan dengan tahun 2019. Sepadan dengan hilangnya pendapatan ekspor sebesar US\$1,3 triliun dari pariwisata internasional. Jumlah ini, nilainya lebih dari sebelas kali lipat kerugian yang ditimbulkan akibat krisis ekonomi dan keuangan global yang terjadi tahun 2009.

Buruknya performa kedatangan internasional saat musim puncak pariwisata di bulan Juli dan Agustus memiliki pengaruh yang sangat besar. UNWTO mencatat, penurunan besar-besaran dalam permintaan perjalanan internasional selama periode Januari-Juni 2020 mencetak kerugian US\$460 miliar pendapatan ekspor dari pariwisata internasional. Artinya, kerugian bertambah US\$270 miliar hanya dalam periode dua bulan.

"Penurunan yang besar dan baru sekali terjadi ini punya konsekuensi sosial dan ekonomi yang dramatis. Jutaan pekerjaan dan bisnis terancam. Itulah kenapa kita punya kebutuhan mendesak untuk memulai kembali pariwisata dengan aman, tepat waktu dan terkoordinasi," kata Sekretaris Jenderal UNWTO Zurab Pololikashvili.

Penyebab kondisi ini, tak lain dan tak bukan adalah pandemi COVID-19. Dengan banyaknya negara yang melakukan *lockdown*, membuat banyak perjalanan dibatasi. Bukan hanya internasional, namun juga perjalan domestik. Dan imbasnya memang sangat signifikan.

Seluruh wilayah di dunia mencatat penurunan besar kedatangan internasional dalam sepanjang tahun 2020. Asia dan Pasifik, wilayah pertama yang terkena dampak COVID-19, mengalami penurunan kedatangan 84%. Diikuti oleh Afrika yang mengalami penurunan 74%, Timur Tengah yang turun 75%, Eropa yang turun 70%, dan Amerika yang mengalami penurunan 68%.

Asia Tenggara, termasuk Indonesia, jelas mengalami hantaman yang cukup signifikan. Di tahun 2019, ekspor pariwisata kawasan ini tumbuh 7,8% dari tahun sebelumnya. Hal ini juga yang membuat banyak negeri di kawasan ini mengandalkan sektor pariwisata sebagai sumber devisa. Namun, dari data UNWTO, kawasan ini mengalami penurunan kedatangan hingga 81,7% di tahun 2020. Meski tidak sebesar penurunan yang dialami Asia Timur yang mencapai 88,1%, tetap saja penurunan ini amat mempengaruhi kondisi sosial dan ekonomi di negara Asia Tenggara, mengingat jumlah ekspor pariwisata kawasan ini di tahun 2019 mencapai US\$147 Miliar* dan pertumbuhan PDB di sektor Pariwisata mencapai 4,2% di tahun 2019**.

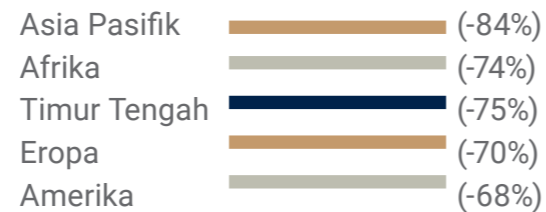
Akibatnya, industri pariwisata terguncang dan banyak pekerjaan yang hilang di sektor pariwisata. Dan hingga November 2020, tercatat sektor pariwisata sudah menyumbang sekitar 142,6 juta dari pertambahan pengangguran di seluruh dunia akibat badai COVID-19.**

*World Tourism Barometer 2020

** World Travel & Tourism Council – Global Economic Impact & Trends 2020)



COVID-19 BERDAMPAK BESAR PADA PARIWISATA INTERNASIONAL



Data: UNWTO



(Data World Travel & Tourism Council, 2020)

2,9%

Peningkatan angka pengangguran global di tahun 2020, disumbang oleh sektor Pariwisata.

174,4 juta

pekerja pariwisata di seluruh dunia diproyeksikan kehilangan pekerjaan sepanjang tahun 2020. 106,7 juta di antaranya berasal dari Asia Pasifik.

Data: UNWTO

Kendati hari ini beberapa negara sudah kembali membuka perbatasannya, permintaan perjalanan internasional masih rendah. Ini disebabkan ketidakpastian yang sedang berlangsung selama pandemi dan tingkat kepercayaan yang rendah dari para pejalan.

Forward Keys, sebuah perusahaan riset pasar yang membawa pendekatan baru pada intelijen data wisatawan untuk industri pariwisata melansir angka penurunan jumlah wisatawan yang melancong keluar negeri mencapai 96,9%. Komposisi angka tersebut datang dari Asia Pasifik (-102,4%), Eropa (-97,5%), Afrika dan Timur Tengah (-92,1%) dan Amerika (-89,6%).

Pembatasan perjalanan dianggap sebagai penghalang utama untuk pemulihan pariwisata internasional hari ini. Diikuti dengan proses karantina virus yang lambat, dan kepercayaan konsumen yang masih rendah untuk bepergian ke luar negeri. Kurangnya koordinasi antarnegara untuk memastikan protokol kesehatan dan pembatasan penyebaran yang sama yang seragam, plus menurunnya tingkat ekonomi di beberapa negara dianggap sebagai hambatan penting untuk pemulihan.

Untuk menghadapi kondisi ini, beberapa pilihan telah dilakukan. Seperti meningkatkan perjalanan domestik dan menyelenggarakan pariwisata virtual. Namun, memang hasilnya belum mampu mengisi kekosongan yang ditimbulkan oleh perjalanan wisata normal.

Sebenarnya, ada sedikit harapan, data dari STR menunjukkan sedikit peningkatan pada bulan Juli dan Agustus pada okupansi industri perhotelan, meskipun kinerja di seluruh wilayah dunia tetap pada level rendah dibandingkan dengan 2019. Okupansi pada bulan September mencapai 25% di Afrika, 37% di Eropa, 38% di Timur Tengah, 45% di Amerika, dan 54% di Asia dan Pasifik (data menurut wilayah didasarkan pada wilayah statistik STR).



DAMPAK COVID-19 ASEAN

2,575,757	Terinfeksi
55,480	Kematian
1,0%	Angka Kematian

*18 September 2020
Sumber: CSIS, 2020

PERTUMBUHAN BOOKING PENERBANGAN UNTUK KEBERANGKATAN LUAR NEGERI BERDASARKAN KAWASAN ASAL

Afrika & Timur Tengah	-85,4%
Asia Pasifik	-93,2%
Eropa	-81%
Amerika	-74,9%

*Data ForwardKeys Jan-Sept 2020 berbanding Jan-Sept 2019

\$ 4,7 M

PDB pariwisata global yang diproyeksikan hilang di tahun 2020 dan 1,8 M diantaranya disumbangkan negara di Asia Pasifik

Sumber: World Travel & Tourism Council 2020

54%

Tingkat okupansi hotel di Asia Pasifik selama bulan September 2020, tertinggi dibandingkan okupansi wilayah dunia lainnya.

Amukan badai COVID-19 juga terasa dampaknya di sektor Ekonomi Kreatif. Hanya saja imbasnya beraneka rupa. Ada yang terhantam sangat keras, namun ada pula yang mengalami peningkatan yang cukup signifikan selama pandemi.

Di Amerika Serikat, meski merupakan salah satu negara terdepan di ekonomi kreatif, menurut data yang dilansir Brookings Metro dalam "Creative Economy Final" rilisan Agustus 2020 tercatat sekitar 2,7 juta pekerjaan hilang di Amerika, dan lebih dari US\$150 miliar pemasukan dalam penjualan barang dan jasa untuk industri kreatif nasional.

Dari semua sisi industri kreatif di negeri Paman Sam, industri seni rupa dan seni pertunjukan di Amerika terpuak paling parah. Kedua subsektor ini diperkirakan menderita kerugian hingga US\$ 42,5 miliar dan sekitar 1,4 juta orang kehilangan pekerjaan. Taksiran kerugian ini mewakili 50% dari semua pekerjaan di industri tersebut dan lebih dari seperempat dari semua penjualan yang hilang di Amerika secara nasional.

Dari total 50 negara bagian, California terpuak paling parah dalam hal kerugian absolut untuk industri dan pekerjaan kreatif. Di belakangnya ada New York dan Texas.

Menurut Laporan Otis College tentang kreatif ekonomi tahun 2020 ("Otos Collefe Reports in the Creative Economy 2021"), di seluruh California, Ekonomi Kreatif kehilangan 175.360 pekerjaan (sekitar 13%) dari Februari hingga Desember 2020. Di L.A. County, sektor Ekonomi Kreatif kehilangan 109.400 lapangan kerja (24%).

Masih di California, produksi Film dan Video telah menjadi salah satu sektor yang paling terpuak di Ekonomi Kreatif, dengan hampir 92.000 pekerjaan hilang di seluruh negeri. California menyumbang sekitar 60.000 pekerjaan yang hilang (dan L.A. County menyumbang sebagian besar dari jumlah itu dengan hilangnya 50.000 lapangan kerja).

Sementara, industri kreatif di wilayah metropolitan Denver akan kehilangan sekitar 29.840 pekerjaan dan pendapatan penjualan US\$1,4 miliar antara April dan Juli 2020 karena krisis COVID-19.

Perkiraan kerugian dalam periode empat bulan ini membuat ekonomi kreatif kawasan ini berkontraksi sebesar -31% dalam hal lapangan kerja dan -9% terhadap pendapatan penjualan tahunan seperti yang termuat dalam "2020 City of Denver Creative Economy Report with Initial Impacts of the COVID-19 Crisis" yang dirilis oleh Denver Art and Venues.

KERUGIAN KUMULATIF DI SEKTOR EKONOMI KREATIF AMERIKA SERIKAT BULAN APRIL-JULI 2020

Klaster	Jumlah Pekerjaan	% Kehilangan Pekerjaan	Penjualan (Miliar)	% Kehilangan Penjualan
Seni Rupa & Pertunjukan	1.383.224	50%	\$42,5	27%
Desain dan Periklanan	365.334	13,2%	\$18,7	11,9%
Kriya	232.429	9,1%	\$16,3	10,4%
Film, Televisi, Radio	193.550	7%	\$33,1	21,1%
Teknologi Kreatif	164.108	5,9%	\$22	13,9%
Arsitektur	77.069	2,8%	\$3,4	2,2%
Fesyen	69.271	2,5%	\$4,5	2,9%
Budaya dan Warisan	29.978	1,1%	\$4,6	3%

Di Australia, pandemi COVID-19 mengakibatkan hanya 47% bisnis di sektor jasa seni dan rekreasi yang beroperasi pada Maret 2020*. Sementara di Inggris, Industri Kreatif memproyeksikan kerugian omset £77 miliar gabungan sepanjang tahun 2020, turun sekitar 31 persen jika dibandingkan dengan 2019. Ini diperkirakan akan diterjemahkan ke dalam kekurangan Nilai Tambah Bruto (NTB) sebesar £29 miliar pada tahun 2020, turun sekitar 26% dibandingkan tahun sebelumnya.**

Pada tahun 2020, industri kreatif Inggris memproyeksikan penurunan pekerjaan 122.000 di antara karyawan (terlepas dari Skema Retensi Pekerjaan Coronavirus — JRS) dan 287.000 kehilangan pekerjaan lebih lanjut di antara pekerja mandiri, jika dibandingkan dengan level 2019. Secara total, 409.000 pekerjaan di industri kreatif Inggris berisiko.**

Kondisi tak jauh berbeda terpotret di Amerika Latin. Pengaruh pandemi COVID-19 melanda semua sektor ekonomi, termasuk industri kreatif. Toko ritel dan bioskop terpaksa tutup — atau secara signifikan mengurangi jam dan personel — festival telah dibatalkan, dan pertunjukan ditunda akibat pandemi.

Negara-negara Amerika Latin sangat membutuhkan struktur ekonomi yang lebih tangguh. Wilayah ini telah berjuang keras selama pandemi dan saat ini menjadi wilayah yang paling terpengaruh secara global. Di banyak negara, kepemimpinan yang buruk, ketidaksetaraan besar-besaran, dan kapasitas negara yang lemah telah memperburuk dampak COVID-19 secara keseluruhan. Hal ini terutama berlaku untuk negara-negara dengan sektor informal yang besar seperti Peru, yang tidak dapat menerapkan tindakan tanggapan yang efektif meskipun tingkat infeksi meningkat.

Sektor yang paling terkena dampak termasuk perdagangan grosir dan eceran, pariwisata, dan komunikasi - dan menyumbang sebagian besar dari PDB nasional dan regional. Misalnya, 35,5% dari PDB Panama mencakup sektor-sektor ini.

Untuk merespons COVID-19, industri kreatif Amerika Latin mulai mengadopsi perilaku baru, khususnya di ranah maya, untuk beradaptasi dengan realitas baru. Center for Strategic and International Studies (CSIS) mencatat, di masa pandemi game seluler mencapai jumlah unduhan tertinggi pada Maret 2020, naik 51% dari tahun sebelumnya. Layanan *streaming* populer seperti Netflix, Hulu, Amazon Prime, dan lainnya telah mengalami lonjakan lalu lintas harian dan peningkatan permintaan untuk konten asli.

Saat industri mulai menerapkan atau menumbuhkan komponen virtual untuk pekerjaan, seperti menyelenggarakan konser virtual atau menyelenggarakan bioskop *drive-in* untuk menggantikan aktivitas secara langsung. Beberapa perilaku industri kreatif kemungkinan akan bergeser secara permanen karena ekonomi merespons pergeseran penawaran dan permintaan yang disebabkan oleh COVID-19, meskipun sifat inovatif ekonomi kreatif akan memungkinkannya menemukan rute baru untuk perkembangan dan pertumbuhan ekonomi setelah pandemi.

Harus diakui, meski banyak sekali pengaruh negatif yang ditimbulkan pandemi COVID-19, ada beberapa peluang yang bisa diambil sektor ekonomi kreatif dari kondisi ini. Di sektor musik misalnya.

World Economic Forum (WEF) memperkirakan industri musik global bernilai lebih dari US\$50 miliar, dengan musik *live* — terutama melalui penjualan tiket — menghasilkan lebih dari 50% dari total pendapatan. Dengan adanya pandemi bisa dibayangkan berapa besar penyusutan industri musik. Jika konser tidak dapat dilanjutkan sebelum akhir tahun, industri musik hidup akan kehilangan pendapatan hingga US\$8,9 miliar.*

Sementara, di layanan *streaming* musik digital, Spotify mengatakan telah pulih dari keterpurukan yang dideritanya pada puncak pandemi virus korona karena terus menambah pelanggan.

Terhantam di kuartar pertama, CEO perusahaan asal Swedia ini, Daniel Ek, seperti dilaporkan New York Post, mengatakan kepada investor pada hari Kamis bahwa perusahaan tersebut mengakhiri kuartal ketiga dengan 144 juta pelanggan berbayar dan 320 juta total pengguna aktif bulanan, melampaui perkiraan internal. Ek mengatakan *streaming* global "melampaui" level

pra-COVID selama kuartal tersebut, menandai "pemulihan penuh" terhadap kerugian yang dihadapinya di kuartal kedua.**

Menariknya, pembuatan konten musik justru bertambah. Kondisi karantina meningkatkan pembuatan konten pada platform seperti GarageBand Apple, dengan hampir 13 juta unduhan sejak Februari, dan khususnya TikTok, yang melampaui 2 Miliar unduhan global — jumlah unduhan terbesar yang pernah dimiliki aplikasi mana pun dalam seperempat tahun.***

Bukan hanya itu saja. Toko alat musik online seperti Reverb juga sukses menjual alat musik baru dan bekas selama masa karantina. Orang didorong untuk mempelajari alat musik untuk pertama kalinya, dengan gitar akustik dan ukulele menjadi alat musik pilihan paling populer.***

Bicara produktivitas, hal ini juga terlihat di sektor film. Salah satu buktinya, bisa terlihat di Festival Film Internasional Busan, yang terbesar di Asia. Meski direksedul ke bulan Oktober 2020 untuk melindungi kesehatan dan keselamatan peserta, festival ini justru menerima lebih banyak lamaran daripada sebelumnya.****

Layanan *streaming* film Netflix juga berjaya. Pandemi membuat pengunduh aplikasi ini meroket, dan meningkatkan pendapatan mereka. Tercatat, di bulan September 2020, nilai kapitalisasi pasar Netflix mencapai US\$234 Miliar. Naik hampir US\$100 Miliar pada tahun 2020 saja, menjadikan raksasa *streaming* berusia 23 tahun itu sebagai salah satu dari 20 perusahaan terbesar di S&P 500 berdasarkan kapitalisasi pasar — bahkan di depan media andalan seperti Walt Disney DIS + 0,4%, Comcast CMCSA + 0,4% dan AT&T.

Dengan pengguna berbayar sebanyak 190 juta orang di seluruh dunia, Netflix menguasai 60% pasar *streaming* film dunia. Dan 26 juta pelanggan di antaranya, didapat dalam 2 kuartar pertama di tahun 2020, semasa pandemi meluas.

Di sektor fesyen, dampak pandemi pun beragam. Menurut Asosiasi Produsen dan Eksportir Garmen Bangladesh (BGMEA), lebih dari \$ 3 miliar ekspor dari pabrik-pabrik di Bangladesh telah dibatalkan atau ditangguhkan sebagai akibat dari krisis COVID-19. Hal ini secara langsung mempengaruhi 2,28 juta pekerja dan mengancam total 4,1 juta pekerja di industri pakaian jadi negara itu.*****

Di sisi lain, ada kabar gembira yang muncul di industri fesyen retail. Pada bulan April, lalu lintas situs web dari 100 merek fesyen teratas di Eropa naik sebesar 45%, membuat banyak orang bahkan mengurangi intensitas pemasaran dan promosi untuk mengelola lonjakan pesanan dengan lebih baik.*****

Digitalisasi sepiantas memang menjadi solusi. Saat setiap orang memiliki keterbatasan untuk bergaul dan meninggalkan rumah, digital memberikan jalan keluar bagi setiap orang untuk melakukan kegiatan sehari-hari. Seperti berbelanja, dan menghibur diri.

*Business Indicators, Business Impacts of COVID-19, Week Commencing 30 March 2020, Australian Bureau of Statistics, April 4, 2020

** Oxford Economics, 2020

*Pollstar Projects 2020 Total Box Office Would Have Hit \$12.2 Billion," Pollstar, April 3, 2020
**<https://nypost.com/2020/10/29/spotify-touts-full-recovery-from-covid-19-fallout/>
***Samantha Hissong, "Sales of Instruments and Music Gear Are Soaring. Will Quarantine Spark a Renaissance?," Rolling Stone, April 24, 2020
**** 25th Busan International Film Festival Call for Submissions, Busan International Film Festival, June 4, 2020
*****Mark Anner, "Abandoned? The Impact of Covid-19 on Workers and Businesses at the Bottom of Global Garment Supply Chains," Penn State Center for Global Workers' Rights, March 27, 2020
*****Antonio Gonzalo et al., "The Fashion Industry's Digital Transformation: Now or Never," McKinsey & Company, May 6, 2020, <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/fashions-digital-transformation-now-or-never#>.

Menurut firma analisis aplikasi Sensor Tower, Maret 2020 menjadi bulan dengan jumlah unduhan *game* seluler global tertinggi yang pernah ada. Mencapai 3,3 miliar, naik 51% dari tahun sebelumnya. 43 Dari 10 teratas *game* yang paling banyak diunduh pada April 2020, enam diproduksi oleh perusahaan berbasis di Indo-Pasifik.*

Sensor Tower juga mencatat, konsumen menghabiskan lebih banyak waktu di perangkat seluler mereka, dengan unduhan aplikasi di seluruh dunia mencapai 33,6 miliar pada kuartal pertama tahun 2020. Meningkatkan 20% dari tahun lalu.**

Wajar kalau berbagai platform *e-commerce* dan hiburan digital mengalami lonjakan pengunduh. Dan banyak juga yang mengalami peningkatan pengguna aktif di aplikasinya. Dan hal ini jelas berpengaruh pada performa bisnis mereka.

COVID-19 semakin meningkatkan popularitas situs *streaming video game* langsung seperti Twitch, yang memungkinkan pengguna menonton selebriti memainkan *game* populer. Saat ini, Twitch memiliki rata-rata 17,5 juta pengguna harian, memungkinkan *gamer* sukses untuk memonetisasi konten mereka lewat donasi, kemitraan merek, barang dagangan, dan langganan ke saluran mereka.***

Perusahaan *video game* seperti Activision Blizzard dan Electronic Arts misalnya. Keduanya mengalami kenaikan harga saham masing-masing sebesar 20% dan 8%, karena peningkatan *engagement* di masa COVID-19.****

* Craig Chapple, "Top Mobile Games Worldwide for April 2020 by Downloads," Sensor Tower, May 12, 2020

** Jonathan Briskman, "Q1 2020: Store Intelligence Data Digest," Sensor Tower, April 15, 2020, 2

*** Kelsey Sheehy, "How to Make Money on Twitch," Nerd Wallet, May 8, 2020, <https://www.nerdwallet.com/article/finance/make-money-twitch>.

**** Jon C. Ogg and Chris Lange, "Here are 40 solid stocks of companies thriving through the coronavirus recession."

COVID-19 memang menjadi momok yang menakutkan di semua sektor industri. Terutama di bidang pariwisata. Namun, melihat barisan data yang dimunculkan, kondisinya berangsur pulih meski masih perlu waktu untuk kembali ke normal.

Sementara itu, meski kebanyakan mengalami hantaman yang cukup signifikan, penggunaan digital membuka kesempatan kepada beberapa subsektor di ekonomi kreatif untuk tumbuh. Dan bahkan berkembang lebih besar dibandingkan dengan sebelum pandemi.

Digitalisasi bisa menjadi penyelamat. Meski tidak di semua subsektor. Transformasi digital yang baik dan terstruktur bisa jadi pilihan untuk membantu kita berjalan lebih mantap di tengah pandemi COVID-19.(*)

26% jumlah penurunan Nilai Tambah Bruto (NTB) di industri kreatif Inggris tahun 2020 dibandingkan dengan nilai yang sama di tahun 2019.

Sumber : Oxford Economics, 2020

£ 77 Miliar besar kerugian omset gabungan industri kreatif di Inggris sepanjang tahun 2020. Turun 31% dibanding tahun 2019.

\$234 miliar, nilai nilai kapitalisasi pasar Netflix di bulan September 2020. Naik \$ 100 miliar hanya di tahun 2020.

2 miliar jumlah penambahan pengunduh TikTok di seperempat tahun pertama tahun 2020.

Sumber: "Sales of Instruments and Music Gear Are Soaring. Will Quarantine Spark a Renaissance?," Rolling Stone, April 24, 2020).

\$150 miliar pemasukan dari penjualan barang dan jasa untuk industri kreatif di Amerika Serikat menghilang karena Pandemi COVID-19.

Sumber : Brookings Metro, Creative Economy Final, Agustus 2020

\$8,9 miliar jumlah kerugian yang diderita industri konser musik global sepanjang tahun 2020.

Sumber : Pollstar, April 3, 2020.

13 juta jumlah pertumbuhan pengunduh GarageBand Apple sepanjang bulan April 2020.

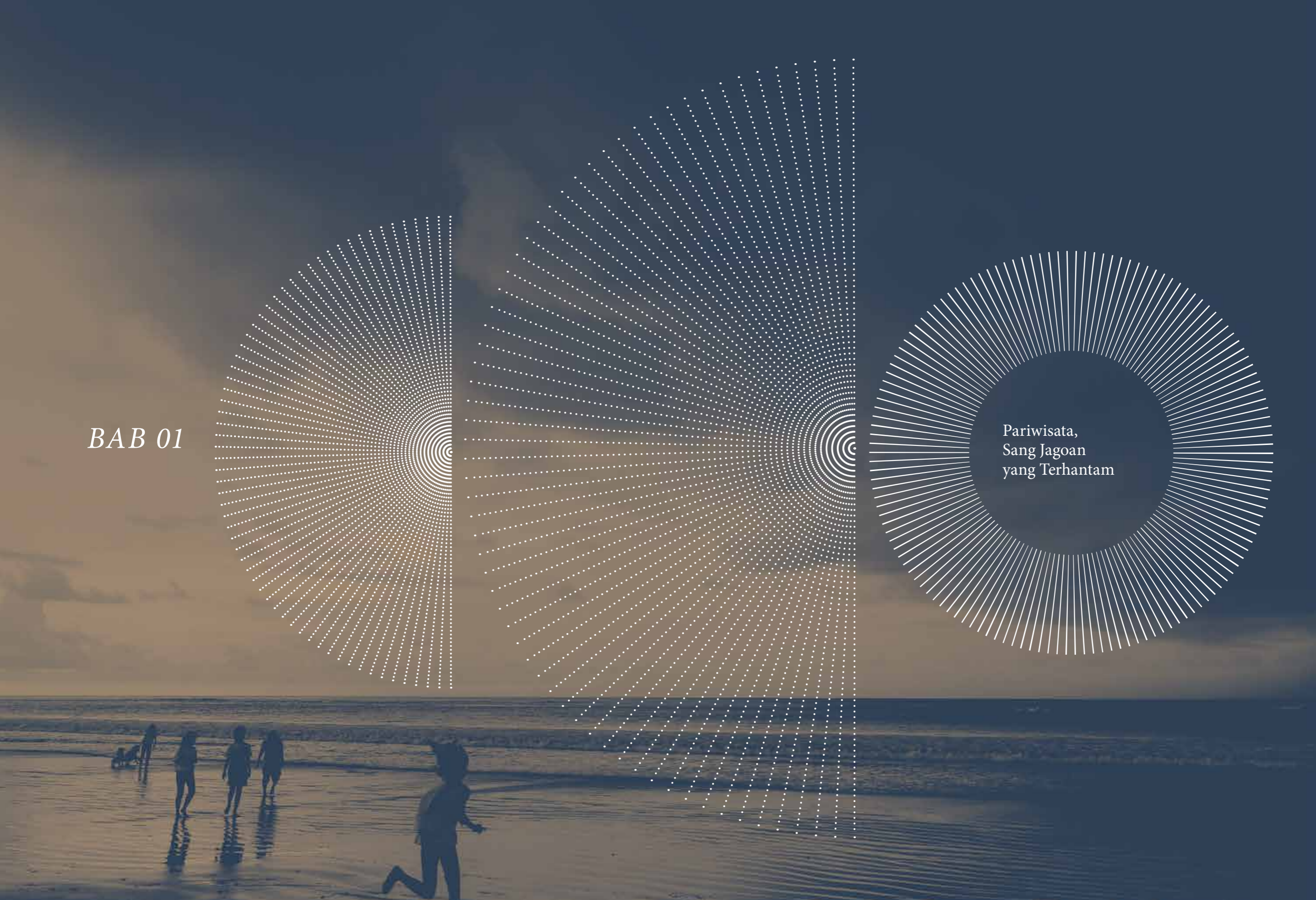
2,7 juta pekerja ekonomi kreatif kehilangan pekerjaan di Amerika Serikat.

Sumber : Brookings Metro, Creative Economy Final, Agustus 2020



BAB 01

Pariwisata,
Sang Jagoan
yang Terhantam



Menjadi primadona beberapa tahun belakangan, performa pariwisata di Semester I 2020 terhantam badai COVID-19. Beruntung, pelan tapi pasti, pergerakannya kembali terlihat di triwulan III-2020.

Zamrud khatulistiwa. Julukan yang amat tepat untuk Indonesia. Sebagai negara kepulauan yang terdiri dari 17.491 pulau yang tersebar dari Sabang sampai Merauke, Indonesia laksana zamrud yang menggantung di garis khatulistiwa.

Keindahan alam yang luar biasa dan keragaman budaya yang memukau, menjadikan Indonesia tujuan wisata utama di daerah tropis. Kekayaan budaya Indonesia adalah potensi yang bisa terus digali oleh wisatawan, bukan hanya dari mancanegara, tapi juga nusantara (domestik).

Menurut catatan Badan Pusat Statistik, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Di tahun 2015, tercatat ada sekitar 10 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia dan terus berkembang dari tahun ke tahun, Terakhir di tahun 2019, tercatat kunjungan wisman ke Indonesia mencapai 16,2 juta orang.

Pendapatan devisa dari sektor Pariwisata pun cukup menjanjikan. Sepanjang 2019, devisa sektor pariwisata mencapai Rp280 triliun. Ini meningkat dari pencapaian tahun sebelumnya Rp270 triliun.

Kontribusinya untuk Pendapatan Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 4,8%. Dan menyerap tenaga kerja hingga 13 juta orang. Kondisi ini sebenarnya bisa lebih baik, hanya saja terjadi hambatan yang berkenaan dengan rangkaian bencana alam di 2018 yang berimbas pada *slow booking* di awal 2019.

“Slow booking di triwulan I 2019 merupakan dampak dari rangkaian bencana alam di tahun 2018,”

Menteri Pariwisata & Ekonomi Kreatif/ Ketua Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2019-2020, Wishnutama Kusubandio, dalam rapat kerja di Gedung DPR, Rabu (29/1), seperti dilansir Kontan

Pertumbuhan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun yang membuat sektor pariwisata ditargetkan untuk mendatangkan sekitar 18,5 juta wisman di tahun 2020 dan diharapkan menyumbang devisa sebesar US\$21 miliar, sekaligus menjadi leading sector perekonomian, melampaui CPO (minyak sawit mentah) dan berkontribusi pada PDB nasional sekitar 4,8%.

Di sisi lain, sektor pariwisata juga diandalkan sebagai salah satu sektor yang banyak menyerap tenaga kerja. Berdasarkan data BPS, di tahun 2010 industri pariwisata menyerap hanya 7,44 juta tenaga kerja (sekitar 6,88% dari total jumlah tenaga kerja nasional), dalam waktu sembilan tahun jumlah pekerja di sektor pariwisata bertambah menjadi 13 juta tenaga kerja, dan kontribusinya 10,28% dari total jumlah pekerja nasional. Wajar jika sektor pariwisata diharapkan menyerap tenaga kerja lebih banyak di tahun-tahun ke depan.

Meningkatnya pariwisata di Indonesia juga tercatat sebagai bagian dari tren peningkatan Pariwisata di Asia Tenggara. Menurut World Travel & Tourism Council dalam Global Economic Impact & Trends 2020, pertumbuhan PDB Indonesia dan negara-negara di Asia Tenggara di sektor pariwisata mencapai 4,6%.

Bertambahnya jumlah wisatawan yang datang ke kawasan Asia Tenggara juga cukup signifikan. Menurut UNWTO, kedatangan wisatawan bertambah dari 120,6 juta wisatawan di tahun 2017 menjadi 136,8 juta wisatawan di tahun 2019.

Sumber yang sama juga mengatakan bahwa di rentang tahun 2017-2019, wisatawan yang mendarat di Indonesia meningkat pesat. Dari 12,9 juta (2017) menjadi 15,5 juta (2019). Dengan jumlah tersebut, Indonesia menjadi negara urutan keempat di Asean yang paling banyak didatangi wisatawan, setelah Thailand, Malaysia, dan Vietnam.

Rerata pertumbuhan wisatawan masuk ke Indonesia tercatat 15,4% per tahun. Dan itu berimbas juga pada pendapatan dari wisatawan internasional. UNWTO memperkirakan, pendapatan Indonesia dari wisman di tahun 2019 mencapai US\$6,9 miliar.





target kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB Nasional di tahun 2020, dibuat sebelum Pandemi COVID-19.



target jumlah pekerja di sektor pariwisata di tahun 2020, dibuat sebelum Pandemi COVID-19.



target kunjungan wisman ke Indonesia di tahun 2020, dibuat sebelum Pandemi COVID-19.



target pendapatan devisa sektor pariwisata Indonesia di tahun 2020, dibuat sebelum Pandemi COVID-19.

Sumber: Draft Naskah Renstra Kemenparekraf/Baparekraf sebelum direvisi akibat Pandemi COVID-19

Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Pariwisata 2010-2019

Tahun	Penyerapan Tenaga Kerja (JT)	Penyerapan Tenaga Kerja (%)	Persentase Terhadap Pekerja Nasional (%)
2010	7,44JT	6,88%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2011	8,53JT	7,94%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2012	9,35JT	8,31%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2013	9,61JT	8,52%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2014	11JT	9,6%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2015	11,4JT	9,93%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2016	11,8JT	9,97%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2017	12,2JT	10,08%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2018	12,6JT	10,16%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL
2019	13JT	10,28%	PERSENTASE TERHADAP PEKERJA NASIONAL

Data: BPS, 2020

Di tengah harapan yang amat besar di sektor pariwisata, COVID-19 menyerang. Dimulai di Wuhan, China, virus ini mulai terdeteksi di akhir tahun 2019. Dalam tempo tiga bulan, virus ini menjelma menjadi pandemi yang membawa dampak amat besar di berbagai sektor. Bukan hanya di negeri asalnya, namun juga di seluruh dunia.

Indonesia jadi salah satu korbannya. Saat COVID-19 sampai ke tanah air bulan Maret 2020, tindakan cepat langsung diambil pemerintah. Dan, semuanya berkaitan dengan pembatasan sosial.

Gerakan 3M (Memakai Masker, Mencuci Tangan, dan Menjaga Jarak) disosialisasikan, diikuti dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) di berbagai daerah. Kesehatan diutamakan, dan bepergian ke luar rumah dibatasi.

Langkah ini tidak jauh berbeda dengan langkah yang diambil di negara lain. Semua negara menganjurkan warganya untuk tetap di rumah. Tidak atau membatasi bepergian, demi keselamatan dan kesehatan.

Kondisi ini jelas amat berpengaruh langsung sektor pariwisata, sektor yang kegiatan utamanya adalah pergerakan manusia. Dengan berlakunya larangan tersebut, pariwisata global langsung mati suri. Pun halnya pariwisata Indonesia.

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sebenarnya Indonesia sudah membuka lembaran 2020 dengan sangat baik. Kunjungan wisatawan di bulan Januari mencapai 1,290 juta kunjungan. Tertinggi dalam tiga tahun terakhir untuk kunjungan bulan Januari.

Pergerakan pandemi yang amat cepat langsung mengubah keadaan. Di bulan Februari 2020, jumlah wisman yang masuk ke Indonesia menurun drastis, dan jumlahnya terus menurun hingga puncak penurunan terjadi di bulan April 2020 dengan jumlah wisman hanya 158 ribu.

Hantaman itu langsung direspon pemerintah dengan menyiapkan berbagai peraturan dan panduan yang bisa digunakan pelaku usaha untuk kembali beroperasi di era kebiasaan baru. Setelahnya memang terjadi peningkatan, namun tidak signifikan.

Jika ditotal, jumlah wisman yang masuk ke Indonesia sepanjang 2020 hanya sejumlah 4,052 juta orang. Hanya 25% dari jumlah wisatawan di tahun 2019. Dilihat dari jalur masuk wisman, penurunan terbesar datang dari jalur udara (-83%), laut (-75%), baru diikuti jalur darat (-37%). Jika dibandingkan antara 2019 dan 2020, kunjungan wisman beberapa negara secara drastis turun dengan adanya pembatasan-pembatasan. Indonesia mencatat mayoritas kehilangan wisman berasal Malaysia (1,9 juta), China (1,8 juta), Singapore (1,6 juta) dan Australia (1,1 juta).

Sepanjang 2020, Wisman yang datang ke Indonesia didominasi oleh wisman berkebangsaan Timor Leste dan Malaysia. Dari total 4,066jt kunjungan, Wisman Timor Leste terhitung 1,01 juta kunjungan atau setara 25% dari total kunjungan. Sementara wisman Malaysia terhitung mencapai 981 ribu kunjungan atau setara 24%.



COVID-19 di Indonesia sampai 12 Maret 2021

Kasus — 1,4 Juta
Sembuh — 1,22 Juta
Mati — 37,932



Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara September 2019-Desember 2020

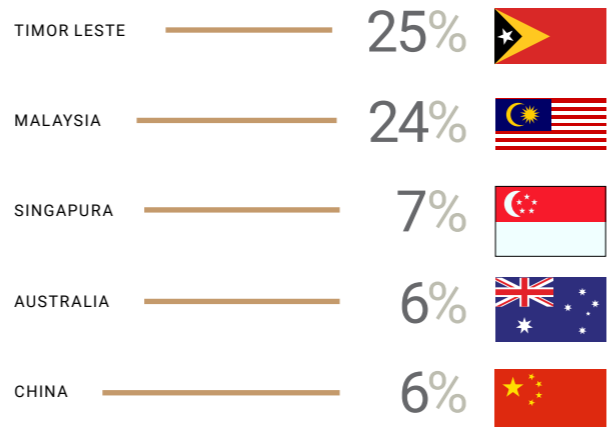
Bulan	Jumlah Wisatawan (Ribu Kunjungan)
Sep 2019	1388
Okt 2019	1.346
Nov 2019	1.281
Des 2019	1.377
Jan 2020	1.272
Feb 2020	864
Mar 2020	471
Apr 2020	160
Mei 2020	164
Jun 2020	160
Jul 2020	160
Agt 2020	165
Sep 2020	153
Okt 2020	158
Nov 2020	175
Des 2020	164

-75% **-89%**

pertumbuhan jumlah wisman 2020 berbanding 2019 pertumbuhan jumlah wisman Januari 2021 berbanding Januari 2020

Data: BPS, 2020

Asal Negara Wisman yang Masuk ke Indonesia tahun 2020



Penurunan jumlah wisman jelas berpengaruh pada okupansi di hotel-hotel yang tersebar di seluruh Indonesia. Menurut data BPS, di bulan Januari dan Februari okupansi masih di rerata normal kuartar tersebut, yaitu 49,17% dan 49,22%. Namun, saat COVID-19 dikabarkan masuk ke Indonesia, terjadi penurunan yang cukup drastis di tingkat okupansi kamar.

Pergerakan turun sudah terasa di bulan Maret (32,24%), dan yang terburuk ada di bulan April (12,67%). Jumlah okupansi di bawah 20% ini bertahan hingga bulan Juni 2020. Di bulan Juli, pergerakan membaik mulai terlihat, dan mulai stabil di angka 32,9% di Agustus, lalu 32,12% di September 2020, dan ditutup dengan 40,79% pada Desember 2020.

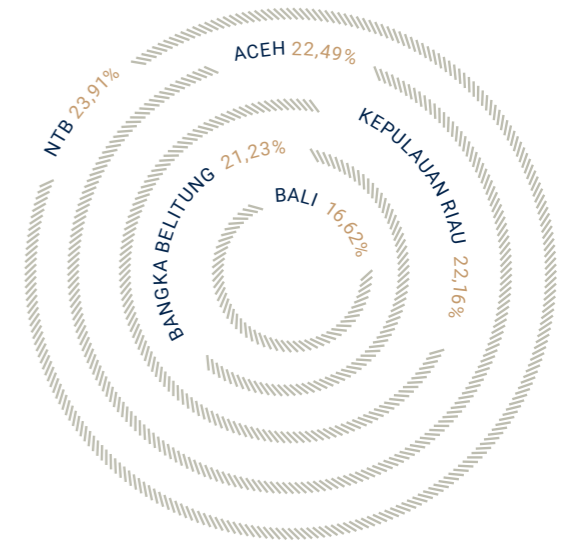
Bicara okupansi, daerah yang kehilangan okupansi terbesar adalah Bali yang pada tahun 2019 terisi 59,57% dan menjadi 15,62% di 2020 atau kehilangan 43,95%. Diikuti Kepulauan Riau yang kehilangan 28,01%; lalu Sulawesi Utara yang kehilangan 25,11% dari okupansi kamarnya. Sementara di Pulau Jawa, yang paling terpukul adalah Yogyakarta (23,98%) diikuti Jakarta (21,79%).

Meski jumlah wisman stagnan, angka okupansi hotel di Indonesia tertolong dengan mulai Bergeraknya wisata nusantara di bulan Juli-Desember 2020. Di tiga bulan ini, jumlah penumpang transportasi udara domestik meningkat di atas 1 juta penumpang per bulan. Bahkan stabil diatas 2 juta di bulan Oktober-Desember 2020. Meski masih jauh dari rerata normal (7-8 juta per bulan), pertumbuhan yang menggembirakan mengingat di bulan Mei, dan Juni angkanya ada di bawah 650 ribu saja.

Indikasi Bergeraknya wisata nusantara juga terlihat dari bertumbuhnya penumpang kereta api, setelah sempat hanya mencapai 5 jutaan per bulan di April dan Mei, mulai bergerak ke 11-13 juta penumpang di bulan Juli-Desember 2020. Hal yang sama juga terlihat di peningkatan penumpang kapal laut. Dari rerata ratusan ribu penumpang saja di bulan April-Mei, kini bergerak ke angka satu juta penumpang di bulan Agustus-Desember 2020.

Kendati tumbuh, jumlah penumpang transportasi domestik di Indonesia masih jauh jika dibandingkan dengan capaiannya di tahun 2019. Rerata pertumbuhannya masih di angka -62,88% untuk pengguna pesawat udara, -65,13% untuk pengguna kereta api, dan -43,16% untuk pengguna kapal laut.

5 Daerah dengan Rerata Okupansi Paling Terdampak di Indonesia 2020

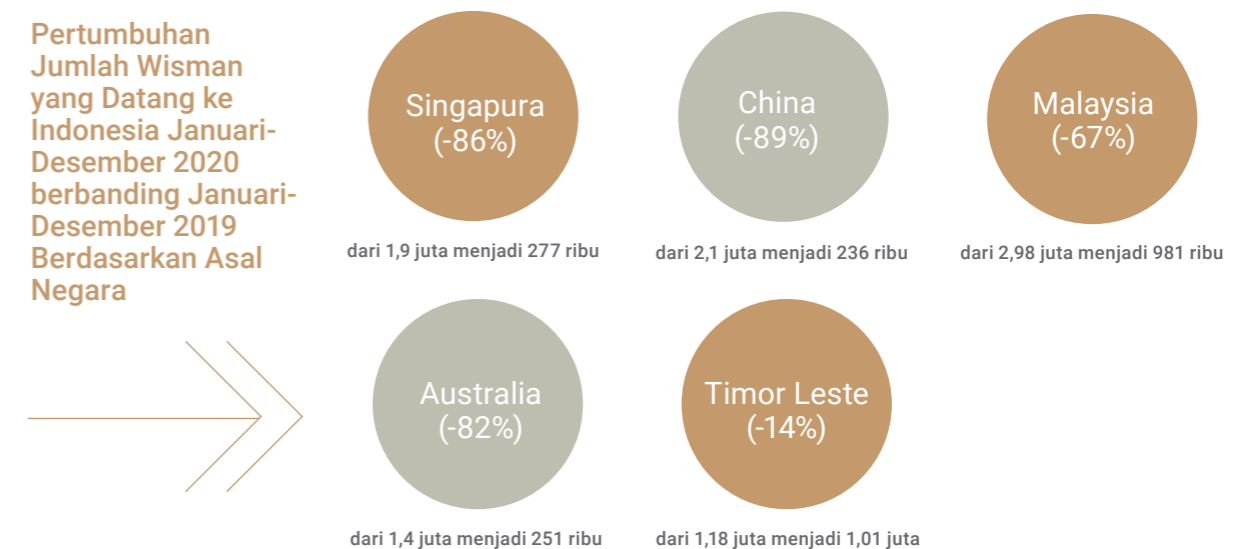


Perkembangan Jumlah Penumpang Transportasi Domestik di Bulan April-Mei vs Agustus-September 2020



Data: BPS, 2020

Pertumbuhan Jumlah Wisman yang Datang ke Indonesia Januari-Desember 2020 berbanding Januari-Desember 2019 Berdasarkan Asal Negara



Perkembangan Jumlah Penumpang Transportasi Domestik 2019 vs 2020



Data: BPS, 2020

Pandemi COVID-19 juga berpengaruh pada perkembangan ketenagakerjaan di sektor Pariwisata. Data BPS 2019 menunjukkan 85% tenaga kerja pariwisata berada pada lapangan usaha Perdagangan Penunjang Pariwisata dan Penyediaan Makanan dan Minum untuk Pariwisata.

Berdasarkan data BPS bulan November 2020, jumlah tenaga kerja secara total turun 409 ribu orang atau tumbuh negatif 0,69 persen pada 9 kategori lapangan usaha cakupan sektor pariwisata di tahun 2020.

Penurunan jumlah tenaga kerja ada pada 6 kategori usaha yaitu kategori Transportasi, Penyediaan Akomodasi, Real Estate, Jasa Perusahaan, Administrasi Pemerintahan, dan Jasa Pendidikan. Dan yang terbanyak ada di kategori Jasa Pendidikan dan Administrasi Pemerintahan yang mencapai angka 400 ribu orang.

Pandemi COVID-19 juga berpengaruh pada perubahan pola pengupahan di sektor Pariwisata. Rerata subsektor mengalami penurunan upah. Namun, terdapat 4 subsektor yang mengalami kenaikan upah tenaga kerja, yaitu Angkutan Darat (6,76%), Angkutan Perairan (7,89%), Aktivitas Kantor Pusat (17,70%), dan Aktivitas Hiburan (3,8%).

Dampak lain badai COVID-19 pada sektor Pariwisata terlihat dari pengurangan jam kerja (*work hour loses*). Imbasnya, dari total 49,50 juta tenaga kerja di 18 subsektor cakupan sektor pariwisata, 939 ribu orang diantaranya sementara tidak bekerja karena alasan pandemi. Sementara, 12,91 juta orang mengalami pengurangan jam kerja dibandingkan sebelum pandemi.

12,91 juta orang di sektor pariwisata mengalami pengurangan jam kerja dibandingkan sebelum pandemi.

939

ribu orang di sektor pariwisata sementara tidak bekerja karena imbas pengurangan jam kerja sepanjang pandemi.



409 ribu tenaga kerja di sektor pariwisata kehilangan pekerjaan akibat pandemi COVID-19

BPS, 2020

Terpuruknya sektor pariwisata jelas tidak membuat pemerintah tinggal diam. Berbagai upaya dijalankan untuk mengurangi dampak yang dirasakan oleh para pelaku sektor pariwisata. Upaya Kemenparekraf/Baparekraf dalam menanggulangi dampak pandemi COVID-19 terbagi menjadi tiga fase: Tanggap Darurat, Pemulihan, dan Normalisasi.

Di fase Tanggap Darurat, dilakukan penanggulangan bencana yang difokuskan pada kesehatan. Menginisiasi program perlindungan sosial berupa kebijakan fiskal dan moneter untuk insentif usaha, mendorong kreativitas dan produktivitas saat WFH, melakukan koordinasi krisis kepariwisataan dengan daerah terdampak, dan melakukan persiapan pemulihan.

Beberapa kegiatan yang dilakukan di fase ini antara lain; memfasilitasi 2,357 tenaga kesehatan (nakes), bertempat di 11 hotel dengan total 1,408 kamar sebagai Bantuan Akomodasi Tenaga Kesehatan, penyediaan transportasi untuk nakes, bekerja sama dengan 5 (lima) moda transportasi, Pemberian Bantuan Bahan Pokok dan Lauk Siap Saji kepada Tenaga Kerja Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang Terdampak COVID-19, dan menggelar Gerakan Masker Kain.

Kemenparekraf/Baparekraf ikut mendorong Kementerian Keuangan merilis Peraturan Menteri Keuangan No. 44/2020 tentang Insentif Pajak untuk Wajib Pajak Terdampak Pandemi COVID-19 (Pembebasan PPh 21, 22, dan PPh 25) yang juga berlaku untuk sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, dan berkoordinasi untuk merealisasikan pembukaan Kawasan Pariwisata Alam pada tanggal 22 Juni 2020.

Selanjutnya, di fase Pemulihan, yang dilakukan adalah upaya Pemulihan Wisata Domestik dengan membuka secara bertahap tempat wisata dengan penerapan protokol CHSE. Selain itu, juga mendukung optimalisasi kegiatan MICE dalam negeri oleh K/L dan BUMN. Di fase ini juga dilakukan restrategi pembangunan pariwisata.

Sebagai modal untuk menjalankan fase pemulihan, Kemenparekraf/Baparekraf telah menyusul protokol CHSE, melakukan simulasi penerapannya, melakukan sosialisasi dan publikasi terkait protokol, dan mendorong uji coba destinasi yang sudah menerapkan protokol CHSE secara penuh.

Terakhir, di fase Normalisasi, yang dilakukan adalah penyiapan destinasi terkait protokol CHSE dan meningkatkan minat pasar dengan melanjutkan pemberian insentif, diskon untuk paket wisata dan MICE. Salah satunya adalah dengan menggelar Virtual Travel Fair selama lima pekan berturut-turut sejak bulan Agustus-September 2020.

Pelaku Sektor Pariwisata pun tidak lantas pasrah. Banyak sekali kegiatan-kegiatan kreatif terkait pariwisata yang ditemui selama pandemi berlangsung. Dan dipilihlah jalur digital sebagai sarana kreasi dan ekspresi.

Salah satu yang menarik adalah munculnya fenomena jalan-jalan virtual, dimana wisatawan diajak untuk melakukan perjalanan ke beberapa lokasi, hanya melalui ponselnya saja. Tercatat lebih dari 64 lokasi di Indonesia yang bisa didatangi dengan cara virtual, melalui berbagai aplikasi yang tersedia di Google Playstore maupun App Store.

Kesempatan untuk menggelar acara virtual ini pun ditangkap oleh Pemerintah Daerah. Beberapa event wisata virtual yang sudah berjalan di tahun 2020 adalah Manado Fiesta 2020 dan Dieng Culture Festival 2020.



80% tenaga kerja pariwisata berada pada lapangan usaha Perdagangan Penunjang Pariwisata dan Penyediaan Makan dan Minum untuk Pariwisata



BAB 02

Kreatif
Melawan
Pandemi



Industri kreatif menjadi andalan karena pertumbuhannya yang progresif dari tahun ke tahun. Meski terhantam, pelaku ekonomi kreatif tidak tinggal diam dan berupaya memberontak melawan pandemi.

Ekonomi kreatif (ekraf) adalah harapan. Dalam lima tahun terakhir, ekraf memberikan sumbangan yang terus meningkat jika diukur pada kontribusinya pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2017, sumbangsih ekraf terhadap perekonomian nasional sebesar 7,24%, dan angka pertumbuhannya pun sebesar 5,06%, ini setara dengan pertumbuhan ekonomi nasional.

Kontribusi ini diharapkan bisa terus berkembang. Tahun 2019, kontribusi ekraf terhadap ekspor sudah mencapai US\$20 miliar. Dari sisi penciptaan lapangan kerja, ekraf menghadirkan 18,1 juta kesempatan kerja di tahun yang sama. Fakta ini memberi gambaran kuatnya potensi ekraf untuk perekonomian nasional.

Kreativitas menjadi kata kunci dari ekraf. Indonesia telah melintasi disiplin seni dan industri untuk membentuk "ekonomi kreatif" yang lebih luas. Terbantang dari musisi, seniman, penari, pembuat film, desainer, koki, kurator, guru, dan lebih banyak lagi. Semuanya bekerja baik di area ekonomi kreatif, maupun di industri lain seperti pendidikan, pariwisata, hingga teknologi.

Dengan semakin meningkatnya gejala ekraf di Indonesia, membuka peluang besar bagi munculnya usaha-usaha baru. Membantu menyelesaikan permasalahan tenaga kerja yang mengemuka di Indonesia.

Di tahun 2020 ini, berdasarkan pada proyeksi yang dibuat oleh Bekraf dan BPPT di akhir 2019, diharapkan sektor ekraf bisa menyerap sekitar 19,86 juta tenaga kerja di seluruh Indonesia. Selain itu, kontribusi terhadap perekonomian nasional pun meningkat. Masih berdasarkan proyeksi yang sama, ekraf diharapkan berkontribusi sebesar Rp1.274 triliun, atau sekitar 6,98% dari keseluruhan PDB nasional di tahun 2020.



sumbangsih sektor Ekraf pada perekonomian di tahun 2017.

Data: BPS

18,1 juta jumlah lapangan kerja Ekraf di tahun 2019

US\$20 miliar, kontribusi Ekraf terhadap ekspor di tahun 2019

RP1.274 TRILIUN PROYEKSI NILAI PDB EKRAF 2020, DIPROYEKSIKAN SEBELUM PANDEMI COVID-19

19,86 JT

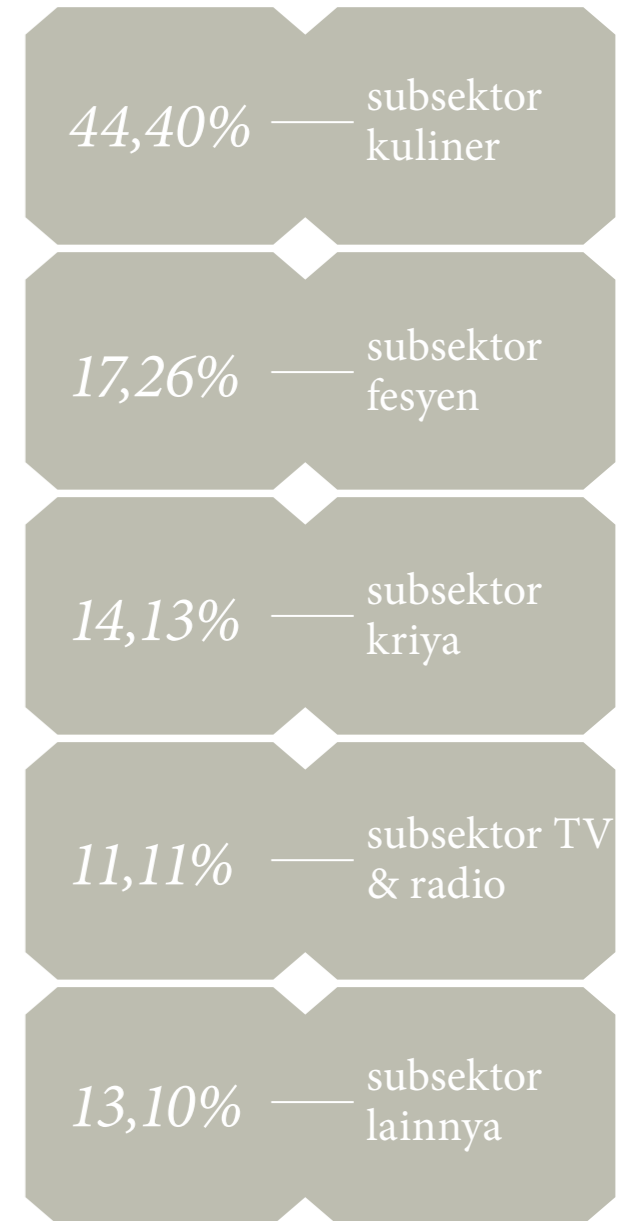
PROYEKSI JUMLAH LAPANGAN KERJA EKRAF TAHUN 2020, DIPROYEKSIKAN SEBELUM PANDEMI COVID-19

Proyeksi Kemenparekraf dan BPPT, 2019

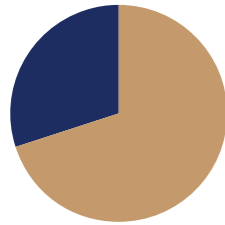


PROYEKSI SUMBANGAN SUBSEKTOR UNTUK PDB EKRAF 2020, DIPROYEKSIKAN SEBELUM PANDEMI COVID-19

Proyeksi Kemenparekraf dan BPPT, 2019



7 dari 10 pelaku desain interior mengalami penangguhan pekerjaan selama Pandemi.



(Data HDII, 2020)

>60% penurunan pendapatan biro Desain Komunikasi Visual di Indonesia selama pandemi COVID-19, jika dibandingkan dengan pendapatan di tahun 2019.

(Data ADGI, 2020)

Di saat harapan memuncak, Indonesia -sama seperti belahan dunia lainnya- terhantam badai COVID-19. Virus corona yang muncul pertama kali di Wuhan, China, akhir 2019, berkembang menjadi pandemi dan menyebar luas ke seluruh dunia.

Pandemi ini membuat orang harus bertahan di dalam rumah, memberlakukan jarak sosial, dan mengurangi aktivitas. Kondisi ini berpengaruh pada perekonomian global. Di saat banyak kegiatan berhenti, pergerakan ekonomi terhenti. Dan mempengaruhi sektor industri, termasuk sektor ekraf.

Di Indonesia, dampak yang ditimbulkan cukup signifikan. Dengan mandeknya perekonomian, pembenahan-pembenahan harus dijalankan. Berbagai permasalahan bermunculan. Mulai dari merosotnya pendapatan, baik karena pelaku ekraf tidak bisa berkegiatan, hingga menghilangnya pelanggan selama pandemi. Berkurangnya proyek yang dijalankan oleh para pelaku jasa, hingga akhirnya menimbulkan banyak pengangguran baru, baik akibat kehilangan lapangan pekerjaan untuk para pekerja lepas, maupun Pemutusan Hubungan Kerja bagi para karyawan.

Kondisi ini jelas membuat harapan tinggi yang digantungkan pada sektor ekraf pupus. Dampak pandemi COVID-19 cukup dalam terasa. Dan meluas hampir ke seluruh subsektor ekonomi kreatif.

Di subsektor arsitektur, menurut Ikatan Arsitek Indonesia (IAI), pandemi membuat banyak proyek skala menengah dan skala besar yang melambat bahkan berhenti total. Imbas dari kondisi ini adalah banyak biro arsitek besar yang mengurangi jumlah karyawan.

Hal senada dialami juga oleh kelompok subsektor desain. Himnunan Desainer Interior Indonesia (HDII) mencatat, 68% pelaku desain interior mengalami penangguhan pekerjaan selama pandemi. Sementara, 17,3% lainnya bernasib malang, karena pekerjaan yang mereka sudah dapatkan harus dibatalkan.

Di subsektor desain komunikasi visual (DKV), dampak pandemi amat menghantam pelaku DKV yang berstatus sebagai pekerja lepas. Asosiasi Desainer Grafis Indonesia (ADGI) mencatat, hampir 66% anggotanya yang berstatus pekerja lepas mengalami penghentian/penundaan pekerjaan dari klien. Ini mengakibatkan rerata pekerja lepas DKV mengalami penurunan pendapatan hingga 40% dibanding tahun 2019.

Sementara untuk kategori biro desain, 83,1% biro DKV mengatakan bahwa mereka mengalami pemberhentian/penundaan pekerjaan dari klien selama pandemi berlangsung. Imbasnya terlihat dari penurunan pendapatan yang rata-rata mencapai 61-80% dibanding tahun sebelumnya. Ini adalah angka yang amat signifikan dalam sebuah bisnis.

Aliansi Desainer Produk Industri Indonesia (ADPII) juga mengatakan bahwa 71% proyek yang melibatkan anggotanya mengalami penundaan proyek, dan hampir 70% pelaku Desain Produk mengalami penurunan omset di atas 50%.

7 dari 10

pelaku desain produk mengalami penurunan omset sekitar 50% selama pandemi COVID-19.

(Data ADPII, 2020)

Di subsektor fesyen, dampak pandemi dirasakan dari menurunnya daya beli masyarakat membuat penjualan produk fesyen menurun secara signifikan.

Menurut data Ikatan Perancang Mode Indonesia (IPMI), kisaran harga produk yang masih dapat dijual adalah maksimum Rp. 1.000.000,- untuk menengah kebawah, dan Rp. 1.000.000,- s/d Rp. 4.000.000,- untuk menengah ke atas.

Data Snapcart Indonesia juga menunjukkan, angka penjualan produk fesyen nasional turun drastis di 4 bulan pertama tahun 2020. Nilainya sangat jauh di bawah angka yang didapat di triwulan IV tahun 2019.

Di subsektor film, animasi, dan video (FAV), tekanan terjadi karena lumpuhnya bioskop di seluruh penjuru Indonesia. Kondisi Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang berjalan nyaris di seluruh Indonesia membuat bioskop harus tutup total.

"Hitungan kotornya, jika ada 5 juta orang sebulan ke bioskop, industri film mengalami kerugian sekitar Rp200 miliar per bulan," kata Manoj Punjabi, Ketua Bidang Peredaran PPF, seperti dikutip dari Wartakota, bulan Juni 2020.

Katadata.co.id, media massa berbasis data melaporkan, CGV, pengelola grup bioskop di Indonesia, pada Semester I 2020, membukukan kerugian bersih Rp185,46 miliar, berbanding terbalik dari posisi laba bersih Rp41,1 miliar pada semester I 2019. Imbas dari kondisi ini, CGV memberhentikan 1478 orang

Rp4.000.000, harga produk fesyen termahal yang bisa terjual di saat pandemi di kalangan menengah ke atas.

(Data IPMI)



studio animasi lokal menambah jumlah karyawan selama Pandemi COVID-19.

(Data AINAKI, 2020)

Rp200 miliar jumlah kerugian industri film setiap bulan, selama bioskop tidak diperbolehkan beroperasi di Indonesia.

(Manoj Punjabi, ketua bidang peredaran PPF), Wartakota, Juni 2020)

79% pelaku usaha fotografi kehilangan omset di atas 50% jika dibandingkan periode yang sama di tahun 2019.

(Data APFI, 2020)

karyawannya.

Perusahaan pembuat film PT MD Pictures Tbk juga mengalami kerugian pada semester I 2020 hingga Rp33,62 miliar. Padahal, pada periode sama tahun lalu, perusahaan mampu membukukan laba bersih senilai Rp21,09 miliar.

Sementara itu, terdapat sekitar 6 judul animasi tertunda penayangannya di tahun 2020. Dan, banyak sekali investor yang melakukan peninjauan kembali terhadap investasi yang mereka tanamkan dalam pembuatan film.

Meski di tengah awan gelap, tetap ada kabar baik yang bisa disyukuri di subsektor FAV. Menurut data Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), beberapa studio jasa servis animasi, contohnya iklan, mengalami kenaikan pendapatan maupun meningkatkan serapan tenaga kerja. Ini terlihat dari pengakuan 41% studio animasi yang justru menambah jumlah karyawan di saat pandemi.

Pengaruh pandemi COVID-19 sangat terasa di subsektor fotografi. Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI) mencatat 79% pelaku usaha fotografi mengalami penurunan omset di atas 50%. Dan kondisi ini akan terus berlanjut selama PSBB ditetapkan.

Rp185,46 miliar kerugian yang dialami grup bioskop CGV Indonesia selama semester I 2020.

CGV

(Kata Data)

6 — Film Animasi

Indonesia tertunda penayangannya di tahun 2020.

(Data AINAKI, 2020)

Subsektor kriya, yang merupakan salah satu subsektor andalan ekraf juga mengalami dampak yang cukup serius sepanjang pandemi COVID-19 berlangsung. Kementerian Perindustrian mencatat imbas krisis COVID-19 dalam kegiatan ekspor industri kecil menengah (IKM), furnitur dan kerajinan terpengas berkisar 3% sampai 5%. Menurut Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih seperti dikutip dari Bisnis.com, yang terjadi bukan hanya pembatalan order tetapi ada juga terjadi penangguhan pembelian hingga 70%.

Subsektor kuliner mengalami dampak yang moderat dari pandemi COVID-19. Banyak gerai-gerai kuliner yang berada di pusat perbelanjaan yang terpukul selama PSBB berlangsung. Menurut data Snapcart, penjualan di triwulan I dan II 2020 sangat jauh di bawah angka penjualan triwulan IV di tahun 2019.

Ironisnya, menurunnya angka penjualan ini justru diimbangi dengan bermunculannya UKM-UKM kuliner baru yang menjual produknya melalui platform digital. Menurut Santhi Serad dari Aku Cinta Masakan Indonesia (ACMI), penjualan makanan sehat, makanan berbasis sayur, makanan beku, dan kopi justru meningkat selama pandemi.

Di Subsektor musik, hantaman COVID-19 amat terasa. Terutama di penyelenggaraan event.

Berdasarkan data yang dirilis Amity Asia Agency, agen pemesanan band profesional yang beroperasi di Indonesia beberapa tahun terakhir, dalam satu tahun setidaknya ada dana

sebesar Rp11,2 triliun yang dihabiskan penyelenggara musik untuk membayar musisi yang tampil dalam berbagai event di 11 kota besar di Indonesia.

Angka sebesar itu adalah total dari estimasi penyelenggaraan 101.400 event yang digelar setiap tahunnya, dan terbagi dalam kategori event mall, klab, panggung musik *live* oleh EO, pensi, dan acara musik kampus.

Sejak PSBB digelar, nyaris tidak ada acara musik *live* yang digelar di seluruh Indonesia. Artinya, ada dana triliunan yang seharusnya berpindah tangan pada musisi dan krunya yang hilang begitu saja.

Potensi pendapatan dari 101.400 event musik yang biasanya berlangsung setiap tahun menghilang. Imbasnya, banyak band, penyanyi solo, dan kru musik yang kehilangan pendapatan karena tidak bisa bekerja.

Pemberlakuan PSBB juga berimbas pada tutupnya banyak bisnis pariwisata yang memainkan musik di tempat umum. Membuat pendapatan royalti *performing rights* yang bisa dipungut berkurang drastis. Padahal, pendapatan royalti *performing rights* terus bertumbuh dalam lima tahun terakhir.

Data Lembaga Manajemen Kolektif Nasional (LMKN) menyebutkan, PSBB menyebabkan jumlah pendapatan *performing rights* Semester I 2020 baru mencapai Rp11 miliar. Amat jauh jika dibandingkan pendapatan sepanjang tahun 2019 yang mencapai Rp63,7 miliar.



jumlah ekspor yang ditangguhkan di subsektor kriya selama pandemi COVID-19.

Direktur Jenderal Industri Kecil Menengah dan Aneka (IKMA) Kemenperin, Gati Wibawaningsih seperti dikutip dari Bisnis.com.

Penjualan makanan sehat, makanan beku, dan makanan berbahan sayur meningkat selama pandemi berlangsung.

(Shanty Serad, ACMI)

Rp11, 2 Triliun jumlah pembayaran honor musisi yang didapat dari event per tahun hilang selama pandemi COVID-19

101.400 perkiraan jumlah event yang melibatkan musisi setiap tahunnya yang menghilang karena pandemi COVID-19.

Studi Event Indonesia, Amity Asia Agency

Pendapatan royalti *performing rights* yang dipungut LMKN di Semester I 2020, baru mencapai 1/6 jumlah pendapatan royalti *performing rights* yang berhasil dipungut sepanjang tahun 2019.

(Lembaga Manajemen Kolektif Nasional)

Pendapatan Royalti 2016-2020 di Luar Digital Performance

TAHUN	JUMLAH
2016	Rp 15.503.015.000
2017	Rp 22.094.395.580
2018	Rp 47.588.123.897
2019	Rp 63.770.908.597
2020 (Jan-Jul)	Rp 13.664.002.125

(Lembaga Manajemen Kolektif Nasional)

75% perusahaan di Subsektor Periklanan mengalami penurunan *billing* jika dibandingkan tahun 2019.

1 dari 2 perusahaan periklanan melakukan pemotongan gaji pada sebagian atau seluruh karyawan.

(P3I)

Hantaman badai COVID-19 juga terasa di subsektor penerbitan. Menurut data Ikatan Penerbit Indonesia (IKAPI), sekitar 96% penerbit mengalami penurunan penjualan selama pandemi. Saat semua berupaya menjual produknya melalui jalur digital, datang hantaman kedua bagi subsektor penerbitan. 75% penerbit menemukan pelanggaran hak cipta melalui penjualan buku mereka di *marketplace*, yang membuat pendapatan mereka makin tergerus.

Akibatnya, 55% penerbit berpikir untuk melakukan Pemutusan Hubungan Kerja. Sementara 1 dari 4 penerbit memutuskan untuk menghentikan produksi buku.

Menurut Persatuan Perusahaan Periklanan Indonesia (P3I), kondisi yang terjadi adalah penurunan *revenue* yang merata di seluruh level bisnis periklanan. Diperkirakan sekitar 75% perusahaan di subsektor periklanan mengalami penurunan *billing* jika dibandingkan tahun 2019. Ini membuat mayoritas perusahaan periklanan menunda untuk merekrut karyawan.

Penurunan *revenue* membuat 50% perusahaan periklanan melakukan pemotongan gaji pada sebagian atau seluruh karyawan. Namun, hanya sekitar 15% perusahaan yang melakukan PHK.

Sebenarnya, pandemi juga membawa harapan di subsektor periklanan. Bisnis iklan digital meningkat pesat. Namun, sayangnya hal ini hanya dinikmati oleh pemilik platform global.

Di subsektor seni pertunjukan, berhentinya kegiatan dan pertunjukan seni membuat banyak sanggar seni gulung tikar karena tak kuasa menahan beban biaya.

1 dari 4 penerbit memutuskan untuk menghentikan produksi buku selama pandemi berlangsung.

IKAPI, 2020

70% penurunan *revenue* yang dialami oleh perusahaan radio dan TV selama pandemi berlangsung.



penerbit mengalami penurunan penjualan selama pandemi.

1 dari 3 pengembang *game* mandiri merasakan kenaikan angka penjualan hingga 70% selama pandemi.

(PRSSNI)

Tren penjualan *boardgame* di tahun 2020 meningkat dibanding pencapaiannya di tahun 2019.

(Riset APIBGI)

Kondisi yang tak jauh berbeda juga dialami subsektor seni rupa. Sementara, di subsektor TV & radio, menurut data Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI), rata-rata *revenue* berkurang hingga 70 - 80%. Dan hampir semua radio mengalami kerugian 6 bulan terakhir.

Meski kebanyakan terimbas negatif, ada dua Subsektor di Ekraf yang justru mengalami peningkatan performa di masa pandemi. Di Subsektor Aplikasi, terlihat pertumbuhan *tenant* yang luar biasa sepanjang pandemi berlangsung. Percepatan transformasi digital telah mendorong banyak orang menjadi masyarakat digital, dan membiasakan diri melakukan pembayaran secara digital.

Hal yang sama juga terlihat di subsektor game developer. Pandemi COVID-19 menghadirkan dinamika yang unik di Subsektor ini. Untuk pengembang *game* mandiri, 1 dari 3 pengembang meraup kenaikan angka penjualan hingga 70% selama COVID-19 merajalela. Namun, di sisi lain, studio yang menjual jasa pembuatan *game* banyak mengalami penundaan pengerjaan proyek karena mundurnya berbagai kampanye dan kegiatan akibat kebijakan PSBB.

Uniknya, pengembang *board game* malah mendapatkan kenaikan penjualan sebanyak 25% di triwulan II 2020. Dan menurut Asosiasi Penggiat Industri Board Game Indonesia (APIBGI), tren penjualan board game di Triwulan I dan Triwulan II 2020 meningkat dibanding pencapaiannya di tahun 2019. Sayangnya, pertumbuhan ini tidak bisa disebut karena ada masalah dalam proses rilis *board game* baru. Dan kebanyakan disebabkan kendala *manufacturing* yang masih mengandalkan produsen luar negeri.



Berdasarkan temuan Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pekerja di sektor ekraf sepanjang 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Dan penurunan terbesar, hingga 49,32% dialami pekerja di subsektor aktivitas hiburan yang terindikasi memuat pekerjaan di subsektor musik, film, dan seni pertunjukan. Sementara, penurunan yang cukup tajam berikutnya terjadi pada pekerja di subsektor penyiaran dan pemrograman yang terindikasi memuat pekerjaan di subsektor TV dan Radio yang dapat mencapai 37,81%.

Menariknya, terdapat 5 subsektor yang mengalami kenaikan jumlah pekerja, yaitu telekomunikasi, aktivitas pemrograman, aktivitas jasa informasi, aktivitas kantor pusat, aktivitas arsitektur, dan perpustakaan yang terindikasi memuat pekerjaan di subsektor aplikasi, game developer, dan arsitektur.

Di tahun 2020, upah pekerja tertinggi tercatat pada subsektor aktivitas kantor pusat dan konsultasi manajemen (Rp6,69 juta) dan terindikasi memuat pekerjaan di subsektor periklanan dan desain komunikasi visual, sedangkan terendah pada penyediaan makanan dan minuman (Rp1,79 juta) dan terindikasi memuat pekerjaan di subsektor kuliner.

Mencermati perkembangan angka Pendapatan Domestik Bruto (PDB), subsektor yang paling terdampak adalah subsektor penyediaan makan minum yang terindikasi memuat subsektor kuliner. Kontraksi yang dialami di triwulan III 2020 mencapai 8,05%. Di sisi lain, subsektor industri pengolahan yang terindikasi memuat subsektor kuliner dan fesyen mengalami kontraksi 4,31% di triwulan III 2020. Subsektor konstruksi yang terindikasi memuat subsektor arsitektur mengalami kontraksi sebesar 4,52% di triwulan III 2020.

Barisan angka-angka ini menjadi gambaran, berapa besar sektor ekraf terdampak dalam terpaan pandemi COVID-19. Terutama terjadi di tiga subsektor andalannya: kuliner, kriya, dan fesyen.



Meski pengaruhnya sangat besar, bukan berarti pelaku ekraf menyerah begitu saja. Sebagai pemikir-pemikir kreatif, banyak sekali terobosan-terobosan yang coba dilakukan oleh pelaku ekraf untuk tetap bisa eksis dan memperjuangkan hidupnya di masa pandemi.

Di subsektor musik, sejak awal pandemi di bulan Maret 2020, sudah banyak sekali dilakukan konser-konser virtual dengan tujuan beragam. Mulai dari menggalang dana untuk penanggulangan COVID-19, hingga mengumpulkan sumbangan bagi kru dan musisi yang kehilangan mata pencarian karena kondisi PSBB.

Kemenparekraf/Baparekraf juga tidak ketinggalan meluncurkan program pendukung. Mulai dari "Ngamen dari Rumah" yang memfasilitasi 200 musisi jalanan terdampak COVID-19 untuk tampil di panggung daring, hingga berbagai webinar yang ditujukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan para musisi.

Begitu keran PSBB di Jakarta mulai dibuka, konser-konser dengan format kreatif pun mulai terlihat. Dan semuanya mengacu pada Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, dan Keselamatan untuk Sektor Ekonomi Kreatif yang diterbitkan oleh Kemenparekraf di bulan Juli 2020.

Konser *Drive In* bertajuk "New Live Experience" yang menampilkan Kahitna dan Afgan sukses digelar di *JI-EXPO Kemayoran* tanggal 29 & 30 Agustus 2020. Meski tergolong konsep baru, namun konser serupa sudah lebih dulu digelar di Bali tanggal 15-17 Agustus 2020. Bertajuk "Bali Revival Concert", konser *Drive in* yang amat menjaga protokol kesehatan ini digelar di *rooftop* parkir *Monkey Forest, Ubud*.

Di subsektor seni pertunjukan, upaya untuk menjaga asa dijalankan oleh banyak pihak. *National Geographic Indonesia* bersama *Pertamina* menggelar pagelaran wayang orang virtual perdana di Indonesia. Mengusungl tema "Sayangi Ibu Bumi", pertunjukan virtual ini menghadirkan pendongeng keliling, *Samsudin* dan *Nayaga Cilik*, mitra binaan *Pertamina EP Jatibarang Field* pada tanggal 4 Juli 2020 silam.

Pelaku teater juga semakin giat menggelar pertunjukan teater daring. Sebuah tontonan dengan menayangkan dokumentasi lengkap melalui situs *video streaming* dipilih pihak *Titimangsa Foundation*. Bekerja sama dengan *Bakti Budaya Djarum Foundation*, beberapa pertunjukan teater *Titimangsa* seperti "Bunga Penutup Abad", "Perempuan-Perempuan Chairil", dan "Nyanyian Sunyi Revolusi" pun diputar kembali untuk umum.

Mereka juga merilis cerita "Rumah Kenangan" yang dirilis tanggal 15 & 16 Agustus 2020, dan melibatkan *Happy Salma* selaku pendiri *Titimangsa Foundation* juga *Nano dan Ratna Riantiarno* sebagai Pendiri *Teater Koma*. Ada pula *Butet Kertaredjasa*, *Agus Noor*, *Susilo Nugroho* dari *Teater Gandrik*, serta didukung oleh aktor *Reza Rahadian* dan aktris *Wulan Guritno*.

Sementara, *Teater Koma* mengubah studio yang berada di bagian belakang kediaman *Nano dan Ratna Riantiarno* menjadi area pementasan yang ditayangkan daring. Studio ditata sesuai dengan artistik lakon yang dimainkan, lengkap dengan kamera dan lampu layaknya pentas digelar. Lakon berjudul "Pandemi" merupakan naskah terbaru yang ditulis oleh *Nano Riantiarno* dan sutradara *Budi Ros* dan ditayangkan virtual pada 11 November 2020.

Di subsektor film dan animasi, meski terganjal beberapa hal, penggiatnya terus bergerak selama pandemi berlangsung. Untuk mengakali jadwal rilis film yang tidak mungkin tayang di bioskop karena PSBB, banyak produsen film yang merilis film-filmnya di layanan *streaming* seperti Netflix dan Disney + Hotstar.

Guru-guru Gokil yang dibintangi Dian Sastro dan Gading Martin, dan *Bucin* adalah dua judul film Indonesia yang tayang perdana di Netflix. Sementara, setidaknya ada tujuh judul film yang tayang perdana di Disney + Hotstar. *Ada Sabar ini Ujian* film komedi yang disutradarai Anggy Umbara, *Pelukis Hantu* yang disutradarai Ari Kriting, *Bidadari Mencari Sayap*, *Rentang Kisah*, *Malik dan Elsa*, *Warkop DKI Reborn 4* dan *Benyamin Biang Kerok 2*.

Kemendikbud/Kemendikbudristek berkomitmen mendukung pergerakan di Subsektor Film dan Animasi dengan menggelar beberapa program. Ada "Docs by The Sea", digelar bulan Oktober 2020, sebuah program Inkubasi yang terdiri dari Editing Lab, Creative Producing Lab, dan Storytelling Lab untuk memperkuat talenta dokumenter Indonesia.

Sementara, Ainaki di Animasi bekerjasama dengan Deputi Film, animasi, televisi Kemendikbud/Kemendikbudristek mengadakan beberapa kegiatan untuk penggiat animasi Indonesia sepanjang pandemi. Ada "Masterclass Session" bagi pelaku animasi pada 20-22 Mei 2020, "Training of Mentor" yang digelar pertengahan Agustus 2020, ada juga "SHIMA (Entrepreneurship in Animation)", sebuah *workshop* daring yang merupakan pelatihan dan pendampingan untuk mematangkan ide *Intellectual Property* (IP) animasi yang digelar 25-27 September 2020, dan juga "Action (Animation & Incubation)", program pelatihan secara intensif selama enam hari dalam kelas Bootcamp oleh para Mentor dan Master Mentor yang digelar 20-27 Oktober 2020.

Subsektor aplikasi memberikan dukungan penuh pada pengembangan UMKM selama pandemi dengan berpartisipasi aktif di "Gerakan Nasional Bangga Buatan Indonesia (BBI)". Bekerja sama dengan pemerintah, IdeA membantu mendorong masuknya 2 juta UMKM ke sisi supply di sektor digital. Dan ikut berperan dalam menyebarnya gerakan #BeliKreatifLokal yang digagas Kemendikbud/Kemendikbudristek dan Kemenkomarves.

Di subsektor arsitektur, semakin banyak peningkatan kompetensi yang dilakukan secara daring oleh asosiasi yang dilakukan hampir setiap bulan untuk anggotanya. Selain itu, dengan dukungan Kemendikbud/Kemendikbudristek, juga menggelar kerja sama lintas subsektor dengan subsektor kuliner dan subsektor desain komunikasi visual di program "Begerak" (Bedah Gerai Kuliner).

Sepanjang pandemi, subsektor desain komunikasi visual juga ikut serta dalam program lintas subsektor lainnya yang digagas Kemendikbud/Kemendikbudristek. Dalam program "Bedah Kemasan Desain Kuliner Nusantara", ADGI berpartisipasi membantu pelaku subsektor kuliner mendapatkan desain kemasan yang lebih menarik.

Sementara, di subsektor kuliner, Kemendikbud/Kemendikbudristek juga menginisiasi program "Aksilirasi", yang merupakan inkubasi produk kreatif unggulan. Didalamnya, ada kegiatan "Masamo (Masak Bersama Master)" dan "BUKKA (Belajar Usaha Kreatif Kuliner Nusantara)".

Beberapa program yang bertujuan untuk menggerakkan subsektor juga dijalankan Kemendikbud/Kemendikbudristek di subsektor penerbitan dengan program "Nulis dari Rumah" yang diselenggarakan bareng IKAPI yang bertujuan untuk memberikan stimulus kepada penulis atau pelaku ekonomi kreatif di subsektor penerbitan dan literasi agar tetap aktif menulis dari rumah di masa pandemi COVID-19.

Selain itu, di subsektor game developer, Kemendikbud/Kemendikbudristek menggelar program "Gelora (Game Lokal Kreasi Indonesia)" yang memberi kesempatan para pengembang *game* lokal untuk berkarya menciptakan permainan edukatif.

Kegiatan lain yang disiapkan untuk sektor ekraf secara umum adalah "Nyatakan.id", yang bertujuan untuk mewujudkan ide solusi digital berupa aplikasi dan permainan digital agar insan kreatif tetap kreatif di masa adaptasi kebiasaan baru. Selain itu, ada juga "Highpitch", kompetisi *pitch startup* nasional sebagai upaya menghubungkan perusahaan modal ventura dengan para pelaku ekosistem *startup* di Indonesia.

Semua bergerak, dan berupaya terus menegakkan sektor ekraf di Indonesia. Semua melakukan upaya untuk *survive*. Dengan cara yang kreatif, ekraf memberontak dari serbuan pandemi COVID-19.



pelaku ekonomi kreatif di Indonesia mengaku terdampak negatif oleh pandemi.



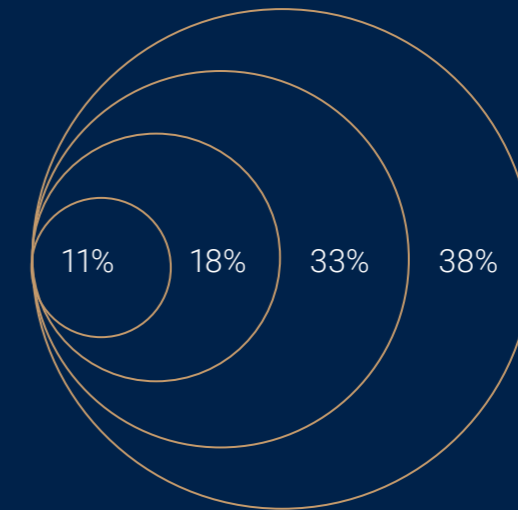
pelaku ekonomi kreatif di Indonesia mengaku mengalami penundaan dalam pelaksanaan project.

pelaku ekonomi kreatif di Indonesia mengalami penurunan penjualan/pemasukan.



pelaku ekonomi kreatif mengaku mengalami penambahan omset

Aktivitas Industri Kreatif



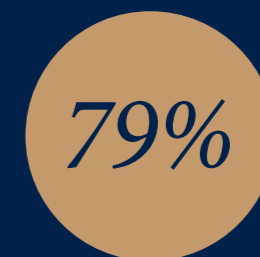
- 11% Diubah
- 18% Beralih online
- 33% Dibatalkan
- 38% Ditangguhkan

Dampak Covid-19 Dalam Strategi Persaingan Pelaku Usaha

- 43% aktif merespon kompetitor
- 37% mencoba melakukan pivot bisnis
- 37% mencoba proyek baru
- 34% berani mengeluarkan keputusan apapun.



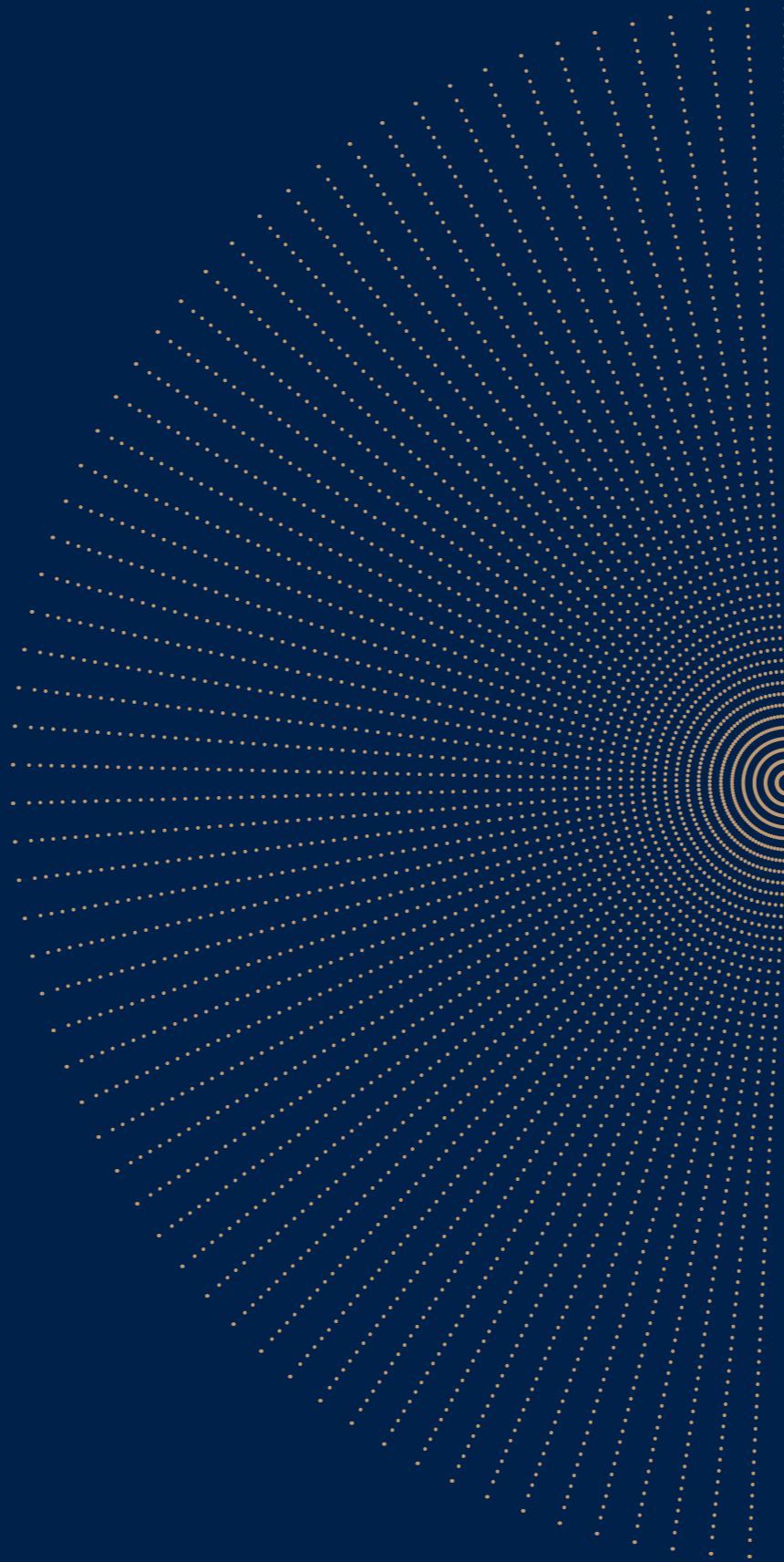
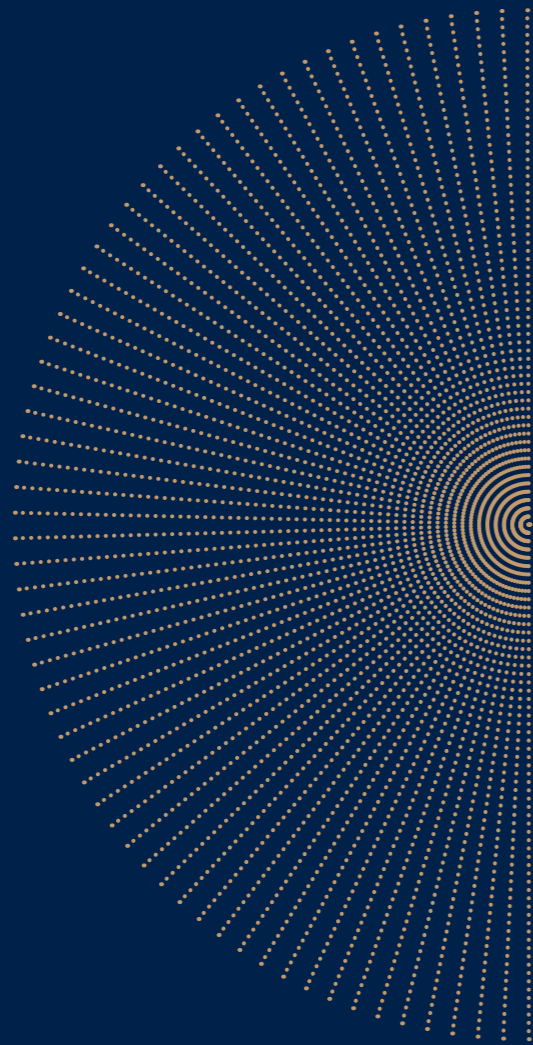
pelaku Ekraf mencari ilmu baru selama pandemi



pelaku Ekraf berusaha melakukan efisiensi biaya.



EPILOG



Perlahan Tumbuh
di Tengah Tekanan



Sebagai sektor unggulan dalam penerimaan negara, membuat pariwisata memiliki dampak yang cukup signifikan pada Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB). Khususnya daerah yang memiliki destinasi Pariwisata yang diminati wisatawan.

Harus diakui, bukan hanya pariwisata yang memiliki dampak pada PDRB. Perubahan perilaku konsumen juga memegang peranan penting. Semisal, kebiasaan berbelanja yang bertransformasi dari fisik ke digital, bekerja di rumah, sekolah di rumah, dan masih banyak lagi. Namun tetap saja, saat sebuah daerah mengandalkan banyak pemasukan di sektor pariwisata, Bali misalnya.

Namun, perlahan tapi pasti, ekonomi mulai bergerak. Sektor pariwisata mulai membaik. Setidaknya, wisatawan nusantara mulai kembali melakukan perjalanan, dan itu bisa terlihat dari pergerakan PDRB menurut lapangan usaha.

Berikut gambaran PDRB menurut lapangan usaha di beberapa daerah di Indonesia, khususnya yang menjadi rumah bagi destinasi super prioritas nasional:

Guncangan besar yang dirasakan di awal pandemi mulai teratasi, Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia perlahan tumbuh dan mencoba kembali bersemi.

SUMATERA UTARA

Destinasi Super Prioritas

Danau Toba

Ekonomi Sumatera Utara tahun 2020 terkontraksi sebesar -1,07% dibandingkan tahun 2019. Dari sisi produksi, kontraksi tertinggi dialami oleh lapangan usaha terkait pariwisata, yaitu Transportasi dan Pergudangan sebesar -12,77%. Sementara lapangan usaha penyediaan Akomodasi dan Makan Minum terkontraksi -9,26% sepanjang tahun 2020 jika dibandingkan tahun 2019.

Kebijakan pembatasan bepergian masyarakat sejak adanya pandemi COVID-19 menyebabkan jumlah penumpang dan barang di berbagai moda transportasi Sumatera Utara menurun dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Jumlah wisman pun menurun tajam, sehingga besar pengaruhnya pada tingkat hunian hotel dan usaha kuliner di Sumatera Utara.

Namun kontraksi yang cukup besar di lapangan usaha terindikasi pariwisata tidak terlalu berpengaruh pada PDRB, karena proporsinya yang kecil dalam komposisi PDRB. Penyediaan akomodasi dan makan minum hanya berkontribusi 2,18% sementara transportasi dan pergudangan memiliki kontribusi 4,48%.

-1,07 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-2,37 %
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Sumatera Utara dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

2,10%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.



pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan triwulan III-2020.

DATA: BPS

30,7%
Rerata hunian kamar hotel di Sumatera Utara sepanjang 2020. Turun sekitar 16,99% dibandingkan capaian tahun 2019



JAWA TENGAH

Destinasi Super Prioritas

Borobudur

Di Jawa Tengah, kontraksi terjadi di 11 lapangan usaha. Kondisi ini berkontribusi pada pertumbuhan PDRB provinsi yang mencapai -2,65% dibandingkan capaian tahun 2019.

Lapangan usaha terkait sektor pariwisata tidak mengalami kontraksi yang besar di tahun 2020 ini. Pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di tahun 2020 ada di angka -1,16%. Sementara, pertumbuhan lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum di tahun 2020 ada di angka -0,27%.

Kebijakan New Normal di tengah pandemi COVID-19 yang mulai diterapkan pada awal bulan Juni 2020 cukup berpengaruh terhadap perbaikan perekonomian Jawa Tengah. Terlihat dari meningkatkan angka hunian kamar mulai kuartal III hingga akhir tahun 2020.



-2,65 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

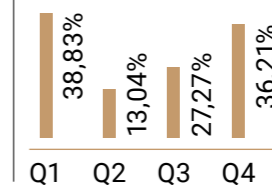
9,88 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan triwulan III-2020.

-5,94%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Jawa Tengah dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

1,53%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

28,84 %
Rerata hunian kamar hotel di Jawa Tengah sepanjang 2020. Turun sekitar 17,26% dibandingkan capaian tahun 2019.

Rasio Tingkat Hunian Kamar di Jawa Timur tahun 2020



NUSA TENGGARA BARAT

Destinasi Super Prioritas

Mandalika

Ekonomi Provinsi NTB selama tahun 2020 secara kumulatif tumbuh sebesar -0,64%. Meski kontraksinya tidak terlalu besar, namun lapangan usaha terindikasi pariwisata mengalami kontraksi yang cukup dalam: transportasi dan perdagangan terkontraksi sebesar 31,39%, akomodasi dan makan minum mengalami kontraksi sebesar 28,24%.

PSBB skala nasional mengakibatkan semua jalur transportasi (darat, laut dan udara) terhenti operasinya. Pembatasan transportasi (penutupan Bandara ZAM, penutupan terminal Mandalika, penutupan kawasan wisata 3 Gili).

Struktur ekonomi Provinsi NTB Tahun 2020 didominasi oleh Kategori Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan; diikuti Kategori Pertambangan dan Penggalian. Namun Berbagai sumber pertumbuhan yang bernilai positif sekalipun, belum mampu menahan kontraksi ekonomi NTB Tahun 2020.



Pantai Mandalika

-0,64 %
pertumbuhan kumulatif PDRB menurut lapangan usaha di NTB tahun 2020 dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-1,41%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di NTB dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

10,20%
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan perdagangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

20,27%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

27,57%
rerata hunian kamar hotel sepanjang 2020. Turun 13,86% jika dibandingkan rerata hunian sepanjang tahun 2019.

DATA: BPS

NUSA TENGGARA TIMUR

Destinasi Super Prioritas

Labuan Bajo

Ekonomi NTT triwulan IV-2020 mengalami pertumbuhan sebesar 1,85% dibandingkan dengan triwulan III-2020. Dari sisi lapangan usaha, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 18,65%.

Sepanjang 2020, lapangan usaha terindikasi pariwisata di NTT mengalami pertumbuhan yang kontras. Transportasi dan Perdagangan tumbuh -12,16% dibandingkan capaian tahun 2019. Sementara Akomodasi dan Makan Minum tumbuh 26,92% dibandingkan capaian tahun 2019.

Kebijakan PSBB serta ketakutan masyarakat menyebabkan penurunan drastis wisman, akibatnya banyak travel agen dan biro wisata yang tutup sementara.

Angka hunian kamar hotel yang sempat drop di angka 14,86% di triwulan II-2020 mulai bergerak positif di dua triwulan berikutnya. NTT menutup tahun 2020 dengan angka hunian hotel 39,01% di triwulan IV.

-0,83 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-1,96%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di NTT dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

1,85 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di NTT pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

4,57 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan perdagangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

DATA: BPS

18,65%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

29,64%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang 2020. Turun 20,97% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.



Puncak Waringin

DKI JAKARTA

Satu dari Tiga Pintu Utama Masuknya Wisatawan Mancanegara ke Indonesia

Perekonomian DKI Jakarta pada Triwulan IV-2020 kembali tumbuh positif 2,54% dibandingkan triwulan III-2020. Namun, pertumbuhan selama dua triwulan ini belum cukup untuk menyeimbangkan kontraksi besar yang terjadi pada triwulan II-2020. Sehingga menjadikan perekonomian DKI Jakarta pada tahun 2020 terkontraksi sebesar -2,36%.

Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) transisi yang diberlakukan sejak bulan Juni 2020 memungkinkan ekonomi Jakarta menggeliat sehingga memberikan peluang sektorsektor produktif menciptakan nilai tambah dan mendorong percepatan kinerja ekonomi.

Dari sisi pengeluaran, konsumsi rumah tangga yang merupakan motor pertumbuhan dari sisi pengeluaran mengalami kontraksi akibat menurunnya daya beli masyarakat.

-2,36 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

2,54 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di DKI Jakarta pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

7,61%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

-8,22 %
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di DKI Jakarta dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

6,56 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

38,73%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020. Turun 21,79% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.

DATA: BPS

TRANSPORTASI DI ERA PANDEMI: KOLABORASI, TREN BARU INDUSTRI TRANSPORTASI WISATA BERJUANG HIDUP DI ERA PANDEMI

Saat ini transportasi publik harus memastikan penumpangnya sampai dengan selamat di tujuannya masing-masing. Hal ini bertujuan agar kepercayaan masyarakat timbul kembali dan mulai menggunakan transportasi publik.

Banyak hal yang bisa dilakukan oleh penyedia moda transportasi tersebut, salah satunya ialah berkolaborasi antar-bisnis, dimana kolaborasi antar-bisnis dalam satu industri tidak harus selalu berkompetisi, namun juga bisa berkolaborasi untuk menciptakan suatu layanan baru

Seperti yang dilakukan oleh KAI dan Blue Bird. Bekerja sama melahirkan layanan transportasi terintegrasi untuk keamanan penumpang.

Inventure, 2020



Pulau Seribu

JAWA BARAT

Rumah Ekonomi Kreatif Terbesar di Indonesia

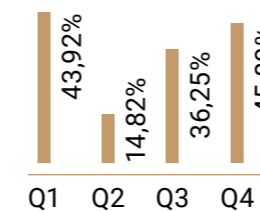
Ekonomi Jawa Barat di tahun 2020 tumbuh -2,44% jika dibandingkan tahun 2019. Penurunan terjadi pada hampir semua lapangan usaha. Dari 17 kategori lapangan usaha, 10 lapangan usaha mengalami penurunan kinerja ekonomi. Penurunan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha jasa perusahaan sebesar -17,78%

Sementara sumber laju pertumbuhan secara tahun 2020 dari sisi lapangan usaha yang memberikan andil pertumbuhan terbesar adalah lapangan usaha informasi dan komunikasi yaitu sebesar 1,48%.

Peningkatan aktivitas ekonomi terjadi pada beberapa lapangan usaha yaitu lapangan usaha jasa kesehatan dan kegiatan sosial yang tumbuh sebesar 15,84% diikuti penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 7,44%. Meningkatnya wisata dengan kendaraan pribadi ikut serta meningkatkan tingkat hunian kamar di Jawa Barat, dan puncaknya ada di triwulan IV tahun 2020.

Di sektor pariwisata, meski ada pertumbuhan di triwulan III dan IV tahun 2020, masih terjadi kontraksi dibandingkan capaian tahun 2019. Tahun 2020, lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum tumbuh -5,60% jika dibandingkan tahun 2019. Sementara lapangan usaha transportasi dan pergudangan tumbuh -4,18% dibandingkan tahun 2019

Rasio Tingkat Hunian Kamar di Jawa Barat tahun 2020



-2,44 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-5,98%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Jawa Barat dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

28,84%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020, turun 17,26% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.



Orchid Forest Cikole

0,22 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Jawa Barat pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

6,44 %
pertumbuhan lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

7,44%
pertumbuhan lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

DATA: BPS

SULAWESI UTARA

Destinasi Super Prioritas Likupang

Ekonomi Sulawesi Utara tahun 2020 mengalami kontraksi pertumbuhan sebesar -0,99%. Dari sisi produksi, sebagian besar lapangan usaha masih berkontraksi, dengan kontraksi terdalam terjadi pada lapangan usaha terkait sektor pariwisata penyediaan akomodasi dan makan minum yakni sebesar -25,96% yang memiliki kontribusi sebesar 1,49% pada PDRB Sulawesi Utara tahun 2020.

Ekonomi Sulawesi Utara triwulan IV-2020 terhadap triwulan sebelumnya tumbuh sebesar 7,66 persen. Aktivitas masyarakat di luar rumah yang mulai relatif tinggi mendorong pertumbuhan pada triwulan ini membaik dibandingkan triwulan sebelumnya. Lapangan usaha yang mencatat pertumbuhan tertinggi pada triwulan IV-2020 adalah Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, yakni 42,63%.



Pulau Lihaga

-0,99 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-3,98%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Sulawesi Utara dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

7,66 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Sulawesi Utara pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

20,26 %
pertumbuhan lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

DATA: BPS

42,63%
pertumbuhan penyediaan Akomodasi dan Makan Minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

37,61%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020, turun 25,11% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.

MICE DI ERA PANDEMI: BERJARAK, OUTDOOR, DAN VIRTUAL

Era *new normal* pasca pandemi, membuat industri MICE harus berubah menyesuaikan protokol kesehatan dan pembatasan jarak atau social distancing. MICE di area *outdoor* dengan menerapkan *physical distancing* bisa dilakukan dengan risiko yang minim. Inovasi digital bisa dilakukan dengan menggelar online seminar/conference, online concert, bahkan online exhibition.

Memperbaiki *user experience* untuk menandingi pengalaman fisik menjadi tantangan yang tak gampang. Karena itu, peluang pemanfaatan teknologi *virtual reality* dan *augmented reality* terbuka lebar untuk "New" MICE.

Inventure, 2020

JAWA TIMUR

Destinasi Prioritas Bromo Tengger Semeru

Ekonomi Jawa Timur tahun 2020 berkontraksi -2,39%. Dari sisi produksi, kontraksi terdalam terjadi pada lapangan usaha Jasa lainnya sebesar -13,80%, diikuti transportasi dan pergudangan sebesar 11,16% dan penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar 8,87%.

Aktivitas restoran dan akomodasi mulai beroperasi normal, meski dengan penerapan protokol kesehatan dan pembatasan. Dibukanya kembali obyek wisata meningkatkan kinerja jasa lainnya. Jumlah pengunjung bertambah dan beberapa kebijakan diterapkan pemerintah daerah untuk mendorong kembali pariwisata seperti penyediaan transportasi untuk menuju obyek wisata. Dan hasilnya terlihat pada pertumbuhan tingkat hunian kamar di dua triwulan terakhir tahun 2020.

-2,39 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-5,90%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Jawa Timur dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

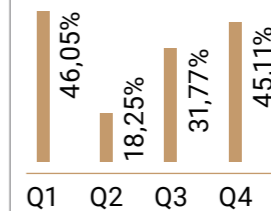
12,96 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

7,03%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

DATA: BPS

35,29%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020, turun 20,13% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.

Rasio Tingkat Hunian Kamar di Jawa Timur tahun 2020



Gunung Bromo

BALI

Destinasi Utama Wisman

Jika dibandingkan tahun 2019, ekonomi Bali tahun 2020 berkontraksi sedalam -9,31%. Kontraksi besar ini dikarenakan dari sisi produksi, struktur ekonomi Bali pada tahun 2020 masih didominasi oleh penyediaan akomodasi dan makan minum yang tercatat berkontribusi sebesar 18,37% dan mengalami kontraksi sedalam -5,56% sepanjang tahun 2020.

Ekonomi Bali lanjut bertumbuh dari periode triwulan sebelumnya di tengah tekanan pandemi COVID-19 yang masih melanda pada triwulan IV-2020. Penerapan tatanan kehidupan era baru (new normal) yang masih berlanjut serta adanya momen libur panjang Natal dan Tahun Baru diduga memberikan ruang bagi sebagian besar lapangan usaha untuk dapat meningkatkan produksi. Dengan capaian tersebut, ekonomi Bali triwulan IV-2020 tercatat tumbuh sebesar 0,94% jika dibandingkan dengan triwulan sebelumnya.

-9,31 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-10,98%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Bali dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

DATA: BPS

0,94 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Bali pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

0,03 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

3,61%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

15,62%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020. Turun 43,95% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.



Pantai Suluban

KEPULAUAN RIAU

Pintu ke-3 Terbesar Masuknya Wisman ke Indonesia

Ekonomi Kepulauan Riau tahun 2020 berkontraksi sebesar -3,80%, setelah pada tahun 2019 mampu tumbuh sebesar 4,84%. Kontraksi terdalam pada tahun 2020 terjadi pada kategori jasa lainnya sebesar -68,83%; jasa perusahaan sebesar -41,88%; dan kategori terkait pariwisata yaitu penyediaan akomodasi dan makan minum sebesar -41,01%.

Meski kontraksinya besar, kategori usaha terkait pariwisata tidak berpengaruh besar pada PDRB mengingat kontribusinya yang kecil -di bawah 5%- dalam dua tahun terakhir.

Pada triwulan IV sebagian besar kategori lapangan usaha mengalami pertumbuhan dibanding triwulan sebelumnya. Kategori yang mengalami pertumbuhan tertinggi adalah jasa lainnya sebesar 69,36%, diikuti jasa perusahaan sebesar 45,3%.

-3,80 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-6,66%
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Kepulauan Riau dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

DATA: BPS

4,53 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Kepulauan Riau pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

9,48 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

9,27%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

22,76%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020. Turun 28,01% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.



Pantai Trikora

SULAWESI SELATAN

Provinsi Utama di Kawasan Indonesia Timur

Ekonomi Sulawesi Selatan Tahun 2020 mengalami kontraksi sedalam -0,70%. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh Lapangan Usaha Informasi dan Komunikasi yang tumbuh 10,84%.

Untuk kategori terkait pariwisata, kontraksinya cukup dalam. Pertumbuhan lapangan usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum di angka -11,87%, sementara pertumbuhan lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan di angka -21,35%. Hanya saja, kontribusinya pada PDRB Sulawesi Selatan masih berkisar di bawah 5%.

Jika dibandingkan triwulan III-2020, ekonomi Sulawesi Selatan triwulan IV-2020 mengalami kontraksi sedalam -4,98. Hal ini disebabkan faktor musiman beberapa komoditas pertanian yang mengalami penurunan produksi, sehingga pada lapangan usaha Pertanian, Kehutanan dan Perikanan -yang kontribusinya cukup besar pada PDRB Sulawesi Selatan- mengalami kontraksi -25,01%.

Pertumbuhan tertinggi di triwulan IV-2020 dicapai oleh Transportasi dan Pergudangan yang tumbuh 19,68%. Untuk kategori terkait pariwisata lainnya, Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum, tumbuh sebesar 6,53%.

-0,70 %
pertumbuhan kumulatif PDRB menurut lapangan usaha di Sulawesi Selatan tahun 2020 dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-3,87 %
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Sulawesi Selatan dibandingkan capaian tahun sebelumnya.

-4,98 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Sulawesi Selatan pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

19,68 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

6,53%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

38,17%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020. Turun 11,03% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.

BPS, November 2020



TRAVEL AGENT DI ERA PANDEMI: ONLINE EXPERIENCE, TRIK SURVIVE DAN TETAP TERHUBUNG DENGAN KONSUMEN

Di saat bisnis akomodasi dan perjalanan wisata jatuh karena pandemi, penyedia layanan tidak bisa menggantungkan bisnisnya kepada layanan sewa kamar maupun penjualan tiket. Ini memaksa banyak agen travel dan akomodasi mengembangkan fitur digital untuk tetap *engaged*.

Adapun konten yang disiapkan bermacam-macam. Seperti mempelajari keterampilan

baru seperti yoga, meditasi, berkebun dan lainnya yang dipandu langsung oleh pakarnya. Tentu saja dengan bayaran untuk setiap modulnya. Strategi inovasi seperti ini dapat membantu para pemain wisata untuk dapat *survive* setidaknya hingga situasi kembali normal.

Inventure, 2020

MALUKU UTARA

Salah Satu Destinasi Prioritas di Indonesia

Ekonomi Maluku Utara tahun 2020 tumbuh 4,92%. Pertumbuhan positif terjadi pada dua belas lapangan usaha sedangkan sisanya mengalami kontraksi. Termasuk lapangan usaha penyediaan akomodasi dan makan minum yang tumbuh -7,5% dan usaha transportasi dan pergudangan yang tumbuh -17,77% dibandingkan tahun 2019.

Pemintaan transportasi turun drastis karena wabah COVID-19. Akibatnya Transportasi Laut, sungai, angkutan penyebrangan dan jasa penunjang angkutan mengalami penurunan yang signifikan jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Turunnya Kunjungan Wisatawan mengakibatkan penurunan permintaan jasa akomodasi. Pembatasan aktivitas instansi pemerintah dan swasta untuk kegiatan pertemuan, rapat dan sosialisasi yang dilakukan di hotel juga menyumbang pengaruh penurunan tersebut.

4,92 %
pertumbuhan PDRB lapangan usaha di tahun 2020, dibandingkan dengan capaian tahun 2019.

-0,16 %
Kontraksi terdalam PDRB menurut lapangan usaha di Maluku Utara dibandingkan capaian tahun sebelumnya. Capaian ini terjadi di triwulan II-2020.

5,98 %
pertumbuhan PDRB menurut lapangan usaha di Maluku Utara pada triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

0,71%
pertumbuhan penyediaan akomodasi dan makan minum di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

28,54%
Rerata hunian kamar hotel sepanjang tahun 2020. Turun sebesar 21,2% dibandingkan rerata di sepanjang tahun 2019.

-21,00 %
pertumbuhan lapangan usaha transportasi dan pergudangan di triwulan IV-2020, dibandingkan dengan capaian di triwulan III-2020.

DATA: BPS



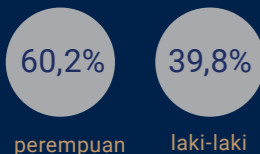


14.936.970

Jumlah pekerja di sektor pariwisata tahun 2019

KOMPOSISI TENAGA KERJA SEKTOR PARIWISATA INDONESIA

Berdasarkan jenis kelamin



Berdasarkan kelompok umur



13.965.814

PROYEKSI JUMLAH TENAGA KERJA PARIWISATA INDONESIA TAHUN 2021

JUMLAH PEKERJA SEKTOR PARIWISATA BERDASARKAN LAPANGAN USAHA

59.683 Angkutan Pariwisata

695.388 Penyediaan Akomodasi untuk Pariwisata

304.182 Kawasan Pariwisata

558.856 jasa Pariwisata

289.922 Kesenian, Hiburan dan Kebudayaan

255.197 Kegiatan Olahraga dan Rekreasi lainnya



-6,67%

estimasi pertumbuhan tenaga kerja pariwisata Indonesia tahun 2020

3,98%

proyeksi pertumbuhan tenaga kerja pariwisata Indonesia tahun 2021

Sumber: lembaga demografi universitas indonesia

RATA-RATA UPAH PEKERJA DI SUBSEKTOR PARIWISATA TAHUN 2019

Rp1.673.217

Perdagangan penunjang pariwisata

Rp2.044.976

Penyediaan makan dan minum untuk pariwisata

Rp2.420.371

Kegiatan olahraga dan rekreasi lainnya

Rp2.519.112

Jasa pariwisata

Rp3.058.865

Kesenian, hiburan dan kebudayaan

Rp3.181.133

Penyediaan akomodasi untuk pariwisata

Rp3.837.468

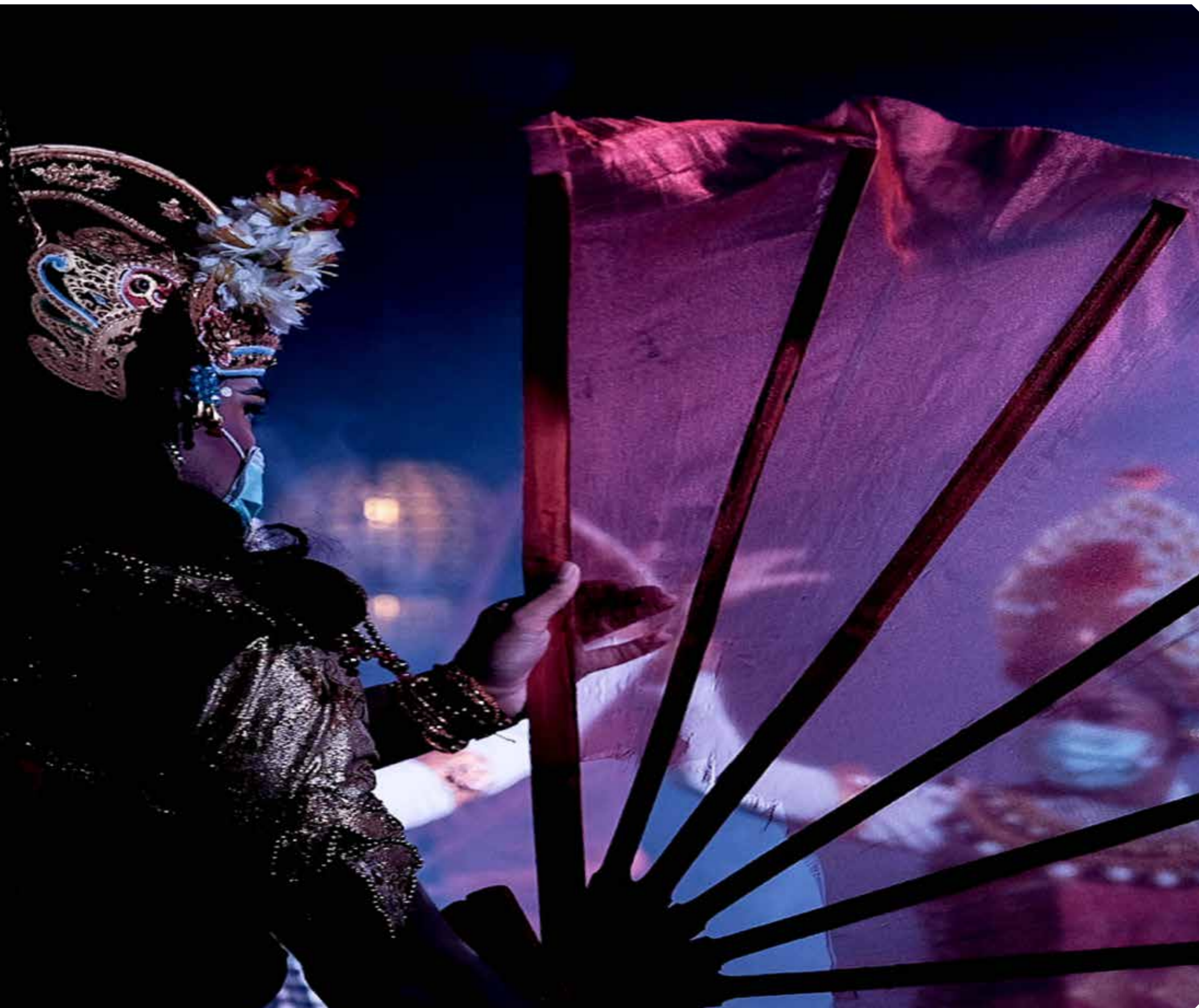
Kawasan pariwisata

Rp4.764.332

Angkutan pariwisata

Sumber: BPS





Meski memprihatinkan, perbaikan cukup terlihat. Kemampuan pemerintah menangani pandemi mulai terasa di beberapa kota. Sehingga, perlahan tapi pasti, ekonomi mulai bergerak.

Di laporan triwulan III BPS, jumlah permintaan produk, tingkat konsumsi masyarakat, ekspor produk hingga investasi menunjukkan perbaikan.

“Kuartal III ini menunjukkan agregat *demand* pemulihan, konsumsi, investasi ke arah pembalikan, ekspor juga,” kata Menteri Keuangan Sri Mulyani saat menyampaikan Keynote Speaker dalam Webinar CNBC TV dan OJK, tanggal 10 November 2020 silam.

Beberapa bulan belakangan, Kemenparekraf mulai menginisiasi program pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif. Meski dengan protokol CHSE yang ketat, banyak tempat-tempat pariwisata yang mulai dibuka. Okupansi hotel pun mulai meningkat perlahan. Dan, pelaku ekonomi kreatif mulai bisa kembali berkreasi.

Memang, keadaan tidak seperti saat sebelum pandemi. Untuk menghadapi era “normal baru” ini, kita perlu beradaptasi. Membiasakan diri untuk tetap beraktivitas di tengah pandemi. Salah satunya dengan percepatan transformasi digital di segala bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

Di awal tahun 2021, Kementerian Keuangan menyebut pandemi COVID-19 yang berlangsung dari 2020 telah menimbulkan tekanan di semua sektor. Namun, Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati mengungkapkan ekonomi Indonesia merupakan salah satu yang paling moderat.

Kondisi ekonomi Indonesia di triwulan IV 2020 dinilai sudah membaik. Fase pemulihan ekonomi tercermin dari tingkat Pertumbuhan Domestik Bruto (PDB) triwulan IV 2020 sebesar -2,9%.

“Pemulihan ekonomi domestik diharapkan terus berlanjut, tahun 2021 diproyeksikan tumbuh 5% pada kisaran 4,5 -5,3%,” ujar Sri Mulyani.

Apa yang dicapai di akhir 2020 membuktikan, dengan disiplin yang tinggi dan tekad yang kuat, bangsa Indonesia bisa melewati ini semua. Apalagi, meski memberikan tekanan, pandemi juga membantu anak bangsa melahirkan banyak kreativitas baru. Yang bisa menjadi modal, dan bahkan kartu truf, untuk kembali bergerak di era normal baru.

Berbekal kondisi yang membaik, mari jadikan tahun 2021 sebagai Tahun Pemulihan Ekonomi Nasional, sekaligus Tahun Kebangkitan Pariwisata dan Ekraf Indonesia!

ARSITEKTUR



Industri kreatif arsitektur merupakan salah satu jenis industri kreatif yang berhubungan dengan desain suatu bangunan, perencanaan konstruksi bangunan, pengawasan konstruksi, dan proyek konservasi bangunan warisan. Industri kreatif arsitektur memiliki banyak manfaat bagi ekonomi kreatif. Yaitu tidak hanya bermanfaat dalam bidang ketenagakerjaan saja, tapi juga bermanfaat bagi lingkungan dan kehidupan bermasyarakat.

Sepanjang tahun 2020, sama seperti industri pada umumnya, subsektor arsitektur juga mengalami pukulan akibat pandemi COVID-19. Banyaknya proyek bangunan yang terhenti atau tertunda membuat subsektor ini menjadi salah satu subsektor paling terdampak sepanjang pandemi.

Rp28,19 triliun
disumbangkan subsektor arsitektur untuk PDB nasional tahun 2020*

2,48%
Sumbangan subsektor Arsitektur atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-5,20%
Pertumbuhan subsektor arsitektur di tahun 2020***

57.152
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor arsitektur tahun 2020***

Selain memukul perekonomian, pandemi juga memberi dampak pada perubahan gaya desain arsitektur. Akan ada banyak desain-desain baru di dunia arsitektur yang muncul dan terkoneksi dengan kebiasaan baru yang muncul akibat pandemi yang akan langsung direalisasikan dalam waktu dekat.

59.135
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor arsitektur tahun 2021***

0,30%
Pelaku industri kreatif indonesia bekerja di subsektor arsitektur tahun 2020***

Rp5.860.667
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor arsitektur tahun 2019**

*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemendagri (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

DESAIN INTERIOR

Desain interior merancang suatu ruang hunian untuk meningkatkan kualitas hidup dari pemakai ruang tersebut. Area bermainnya amat luas. Mulai dari ruang publik seperti hotel, bandara, auditorium, pusat pertokoan, maupun rumah tinggal dan apartemen, hingga ruang di alat transportasi, seperti interior mobil, bus, kereta api, kapal laut, dan pesawat udara.

Pandemi amat berdampak bagi pelaku desain interior. Terutama dari sisi pekerjaan. Menurut survei Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDI) terkait pandemi yang digelar tahun 2020, sekitar 68,4% pelaku subsektor desain interior mengalami penangguhan pekerjaan dari klien. Sementara, 14,3% belum mendapat pekerjaan dari klien, dan 17,3% sisanya mengalami pembatalan pekerjaan. Satu hal yang banyak dirasakan oleh subsektor ekonomi kreatif lainnya setahun terakhir.

Selain berdampak pada jumlah pekerjaan yang tersedia, pandemi COVID-19 juga diramalkan akan mengubah banyak hal dalam penataan ruang. Salah satunya ruang keluarga yang akan sangat diperhatikan. Mengingat banyak kegiatan yang dilakukan di rumah, menjadikan ruang ini jadi sangat spesial selama pandemi.

Ruang lain yang akan menjadi perhatian adalah teras. Teras akan menjadi ruang esensial untuk menerima tamu, karena merupakan ruang terbuka dan terpisah dari area privat, namun bebas dari air hujan dan panas.

Rp2,07 triliun
rupiah disumbangkan subsektor desain interior untuk PDB nasional tahun 2020*

0,18%
Sumbangan subsektor desain interior atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-0,25%
Pertumbuhan subsektor desain interior di tahun 2020***

29.651
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor desain tahun 2020***

30.914
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor desain tahun 2021***

0,15%
Distribusi pelaku industri kreatif indonesia yang bekerja di subsektor desain tahun 2020***

Rp3.044.069
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor desain interior tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemendagri (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

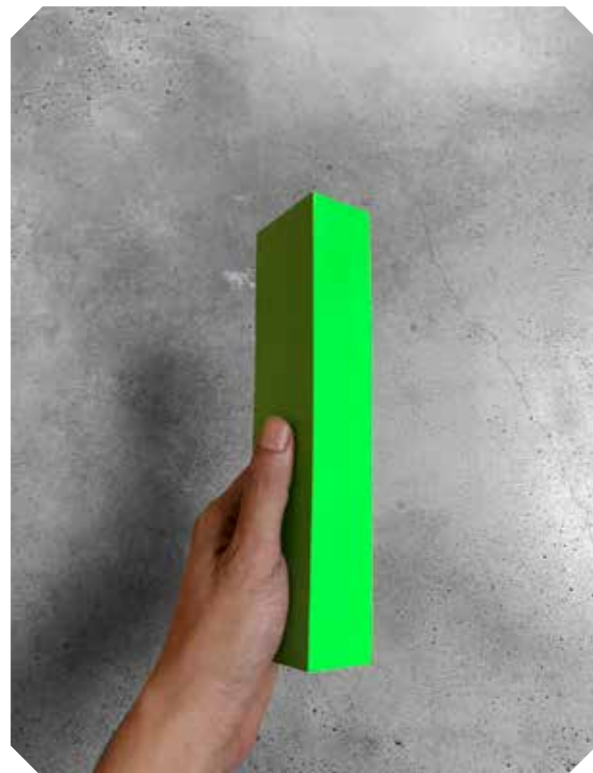
DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Desain komunikasi visual (DKV) mempelajari konsep komunikasi dengan memanfaatkan elemen visual sebagai cara untuk mencapai tujuan tertentu. Dengan kata lain merupakan bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi seefektif mungkin.

Sebagai subsektor ekonomi kreatif, DKV memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis, pemilik merek, bahkan program-program pemerintah.

Pandemi COVID-19 secara umum memiliki pengaruh pada jumlah proyek dan lapangan pekerjaan yang ada di Subsektor Desain Komunikasi Visual. Kebanyakan anggota Asosiasi Desainer Grafis Indonesia (ADGI) dalam survei yang mereka lakukan mengaku mengalami penurunan pendapatan di atas 40%. Akibatnya, kebanyakan pemilik studio mengalami penurunan pendapatan. Dan rata-rata penurunan pendapatannya ada di kisaran 61-80% dibanding yang mereka capai di tahun 2019.

Tren desain komunikasi visual pun terimbas dengan adanya pandemi. Dengan adanya kecenderungan pembatasan jarak sosial, desain-desain *signing* kreatif terkait pandemi akan booming digunakan. Seperti, *signage* penanda jarak, poster pengingat penggunaan alat kesehatan, dan lain sebagainya. Untuk penggunaan warna, palet warna muted yang cenderung memiliki saturasi rendah akan menjadi tren. Warna ini dianggap bisa melahirkan rasa aman pada audiens.



Rp0,82 triliun
disumbangkan subsektor
dkv untuk PDB nasional
tahun 2020*

0,07%
Sumbangan subsektor
dkv atas keseluruhan
PDB nasional 2020*

-0,25%
Pertumbuhan subsektor
dkv di tahun 2020***

29.651
Estimasi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
desain tahun 2020***

30.914
Proyeksi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
desain tahun 2021***

0,3%
Distribusi pelaku industri
kreatif Indonesia yang
bekerja di subsektor
desain tahun 2020***

Rp5.386.653
Rata-rata upah bulanan
pekerja kreatif di
subsektor dkv tahun
2019**

*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

PARIWISATA DI ERA PANDEMI: AKSELERASI PARIWISATA DIGITAL

COVID-19 menciptakan era baru yang begitu besar dampaknya bagi umat manusia yaitu: "The Virtual Century". Sebuah abad baru dimana semua orang bekerja (*work*), belajar (*learn*), dan bermain/menikmati hiburan (*play*) dengan menggunakan perangkat digital dan *online platform*.

Pandemi mempercepat proses migrasi digital dan menciptakan "The Renaissance of Digital Adoption". Industri pariwisata termasuk yang mengalami pertumbuhan digital yang sangat cepat di beberapa tahun terakhir. Aktivitas wisatawan dalam merencanakan perjalanan, pre-on-post journey hampir seluruhnya telah mengadopsi digital.

Online travel agent (OTA) seperti Traveloka atau Tiket.com telah mendisrupsi agen perjalanan konvensional. Studi yang dilakukan DailySocial id tahun 2018 tentang Airline Ticket Survey 2018 "Direct Booking vs OTA" menunjukkan: 92 persen responden melakukan reservasi secara online, dan 8 persen tidak melakukan secara online.

Sementara pada tahun 2018 Anggota Association of Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA) tidak lagi menjual tiket pesawat. Mereka fokus pada inbound dan domestik travel. Pada Januari 2019, 3 persen travel agent anggota Asosiasi Travel Agent Indonesia (Astindo) atau 100 agen wisata tutup karena tidak dapat bersaing dengan OTA.

DESAIN PRODUK

Subsektor desain produk adalah hasil kreasi sebuah produk yang menggabungkan unsur fungsi dan estetika sehingga bermanfaat dan memiliki nilai tambah bagi masyarakat. Kegiatan kreatif desain produk berada persis di antara sains, teknologi, dan seni secara teknis dan praktis.

Desain produk memiliki tren yang sangat positif karena apresiasi masyarakat terhadap produk berkualitas semakin tinggi.

Pandemi COVID-19 secara umum memiliki pengaruh pada jumlah proyek dan lapangan pekerjaan yang ada di subsektor desain produk. Menurut data yang dirilis Himpunan Desainer Mebel Indonesia (HMDI) sekitar 71% proyek/pekerjaan yang sudah deal harus mengalami penundaan. Dan hal ini mengakibatkan 70% pelaku usaha mengalami penurunan omset lebih dari 50%.

Maraknya pertumbuhan digital di masa pandemi membuat masyarakat Indonesia dan dunia lebih peduli pada teknologi dan dunia maya. Dan kegiatan mereka lebih banyak mengandalkan jalur digital.

Untuk kedepannya, pengembangan produk-produk yang mendukung kedua hal ini berpotensi menjadi kekuatan baru. Sehingga, akan banyak produk-produk yang desainnya berkaitan dengan penggunaan dan pemanfaatan teknologi.



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

DESAIN PRODUK

Rp3,02 triliun
disumbangkan subsektor
desain produk untuk
PDB nasional tahun 2020
*

0,27%
Sumbangan subsektor
Desain produk atas
keseluruhan
PDB nasional 2020*

-0,25%
Pertumbuhan subsektor
desain produk di tahun
2020***

29.651
Estimasi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
desain tahun 2020***

30.914
Proyeksi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
desain tahun 2021***

0,2%
Distribusi pelaku industri
kreatif Indonesia yang
bekerja di subsektor
desain tahun 2020***

Rp3.017.004
Rata-rata upah bulanan
pekerja kreatif di
subsektor desain produk
tahun 2019**

FILM, ANIMASI, & VIDEO

Subsektor film, animasi, dan video tengah mengalami perkembangan. Semakin banyak pelaku film Indonesia yang berkualitas, berimbaskan pada semakin banyaknya film lokal yang menghiasi layar bioskop di Indonesia. Apresiasi dari penonton pun positif, dan membuat film lokal meraup untung secara komersial.

PSBB yang dijalankan saat dan selama pandemi COVID-19 telah memberikan pukulan keras pada industri film, animasi, dan video. Kebijakan *social distancing* dan tetap diam di rumah membuat seluruh bioskop yang ada di tanah air ditutup untuk sementara waktu. Bagi pengusaha bioskop, kebijakan ini membuat mereka kehilangan seluruh pendapatan, namun harus tetap membayar minimal 40% *overhead cost* untuk *maintenance*.

Untuk produsen film, proses syuting juga mengalami kendala. Kebijakan PSBB membuat proses syuting sulit mendapatkan izin. Dan, walaupun diizinkan, penegakan protokol kesehatan menambah biaya produksi secara signifikan.

Di subsektor animasi, menurut data Asosiasi Industri Animasi Indonesia (AINAKI), enam film animasi Indonesia yang seharusnya rilis di tahun 2020 tertunda rilisnya. Padahal, banyak yang meramalkan, tahun 2020 ini adalah tahun kebangkitan animasi Indonesia.

Pandemi COVID-19 secara umum memiliki pengaruh pada kebiasaan audiens menonton video dan film. Banyak orang yang sudah terbiasa menyaksikan film-film baru melalui OTT (*Over The Top*) -platform penyedia konten film dan televisi yang menggunakan sambungan Internet kecepatan tinggi-. Ini yang menyebabkan penyebaran konten/film baru melalui platform ini akan semakin masif.



Rp2,35 triliun
disumbangkan subsektor film, animasi, & video untuk PDB nasional tahun 2020*

0.21%
Sumbangan subsektor Film, animasi, & video atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-0,03%
Pertumbuhan subsektor film, animasi, & video di tahun 2020***

42.053
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor film, animasi, & video tahun 2020***

43.225
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor film, animasi, & video tahun 2021***

0,2%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor film, animasi, & video tahun 2019***

Rp5.048.137
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor film, animasi, & video tahun 2019**

*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

FOTOGRAFI

Subsektor fotografi termasuk industri kreatif, dan telah berkembang sebagai bisnis seperti; membuka studio foto, pembuatan iklan, model dan fesyen, dokumentasi acara, pre-wedding, jurnalistik, dan lain-lain. Tidak sedikit peminat fotografi yang kemudian memutuskan terjun di bidang ini sebagai profesional. Masyarakat pun sudah memberi apresiasi yang sangat positif terhadap dunia fotografi.

PSBB yang terjadi di beberapa kota selama pandemi membuat banyak pelaku fotografi tidak dapat beroperasi di lapangan. Banyak pelaku fotografi mengalami kesulitan pembiayaan, kesulitan mencari orderan baru, dan pekerjaannya tidak berlanjut atau mengalami penundaan. Menurut survei Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia (APFI), ada 79% pelaku fotografi mengalami penurunan omset usaha lebih dari 50% selama pandemi berlangsung.

Karena pandemi, proses pemotretan akan mengalami perubahan. Selain meningkatkan protokol kesehatan, sistem pemotretan jarak jauh akan menjadi tren. Entah itu berbeda ruangan, bahkan bisa juga berbeda lokasi antara fotografer dan obyek foto (manusia).

Rp5,90 Triliun
disumbangkan subsektor fotografi untuk PDB nasional tahun 2020*

0.52%
Sumbangan subsektor Fotografi atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-1,27%
Pertumbuhan subsektor fotografi di tahun 2020***

73.113
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor fotografi tahun 2020***

76.994
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor fotografi tahun 2021***

0,4%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor fotografi tahun 2020***

Rp2.574.413
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor fotografi tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

KRIYA

Kriya merupakan subsektor berciri khas Indonesia yang sangat dekat dengan industri pariwisata. Kriya meliputi segala kerajinan yang berbahan kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil.

Pandemi COVID-19 membawa dampak yang cukup besar bagi pelaku ekonomi kreatif di subsektor kriya. Untuk pedagang dan studio, PSBB membuat hilangnya kesempatan berjualan. Produksi pun menurun karena tidak ada demand. Untuk pelaku ekspor, menurunnya jumlah ekspor akibat pembatasan perjalanan barang juga menjadi permasalahan tersendiri.

Tantangan ini membuat banyak pelaku bisnis masuk ke jalur digital. Berjualan secara online melalui *marketplace*. Ini menjadi pilihan pengganti penjualan retail yang belum pulih. Digital akan menjadi solusi besar untuk berlanjutnya proses bisnis di subsektor ini.



Rp166,13 triliun
disumbangkan subsektor
kriya untuk PDB nasional
tahun 2020*

14,64%

Sumbangan subsektor
Kriya atas keseluruhan
PDB nasional 2020*

-3,31%

Pertumbuhan subsektor
kriya di tahun 2020***

3.912.399

Estimasi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
kriya tahun 2020***

3.993.174

Proyeksi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
kriya tahun 2021***

20,9%

Distribusi pelaku industri
kreatif Indonesia yang
bekerja di subsektor kriya
tahun 2020***

Rp2.366.811

Rata-rata upah bulanan
pekerja kreatif di
subsektor kriya tahun
2019**

*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

KULINER



Rp455,44 triliun
rupiah disumbangkan
subsektor kuliner untuk
PDB nasional tahun
2020*

40,13%

Sumbangan subsektor
Kuliner atas keseluruhan
PDB nasional 2020*

-3,89%

Pertumbuhan subsektor
kuliner di tahun 2020***

9.248.918

Estimasi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
kuliner tahun 2020***

9.446.438

Proyeksi jumlah orang
yang bekerja di subsektor
kuliner tahun 2021***

49,3%

Distribusi pelaku industri
kreatif Indonesia yang
bekerja di subsektor
kuliner tahun 2020***

Rp2.139.380

Rata-rata upah bulanan
pekerja kreatif di
subsektor kuliner tahun
2019**

Sebagai salah satu mesin utama di industri kreatif Indonesia, kuliner menjadi subsektor unggulan yang dipilih sebagai lokomotif kebangkitan industri kreatif Indonesia. Berbekal inovasi dari pelakunya, dan dukungan penuh teknologi di era digital ini, pelaku kuliner Indonesia siap bersaing di tengah ketatnya kompetisi di pasar lokal, regional, maupun dunia.

Subsektor kuliner tergolong sektor yang moderat terdampak pandemi COVID-19. Dampak paling terasa di pelaku usaha besar. Terutama yang memiliki beberapa gerai makanan. Namun, di sisi lain, tumbuh banyak pemain kuliner baru yang berjualan tanpa gerai alias ghost kitchen. Penjualan makanan melalui e-commerce juga mengalami peningkatan. Meskipun tidak merata di semua pelaku usaha kuliner.

Saat ini, dibutuhkan peraturan yang jelas mengenai jarak sosial, kebersihan dan sanitasi di area jajanan pinggir jalan - warung makan - warteg - restoran. Sehingga, saat pembatasan sosial berakhir bisnis langsung bisa berjalan disertai beberapa solusi dan protokol.

*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

KULINER DI ERA PANDEMI: GHOST KITCHEN, TRIK JITU BERUSAHA KULINER

Merebaknya pandemi COVID-19 di berbagai negara yang diikuti dengan pelarangan makanan di tempat (*dine-in*) untuk resto dan kafe berimbas pada penurunan penjualan. Menurut hasil riset dari MOKA untuk kategori resto dan kuliner terjadi penurunan penjualan sebesar 37%. Kondisi ini menyebabkan hampir 90% restoran berkonsep dine-in mengalami penutupan.

Di sisi lain, layanan *online delivery* di masa wabah COVID-19 kian meningkat jumlahnya dan menjadi penopang bisnis kuliner saat ini. Oleh karena itu para pelaku bisnis memerlukan suatu terobosan terbaru dalam merespon kondisi tersebut. Salah satunya dengan memaksimalkan layanan *ghost kitchen* atau *cloud kitchen*.

Ghost kitchen adalah platform berbentuk dapur yang dapat diisi oleh berbagai restoran secara bersama-sama (*sharing*). Hal ini membuat proses produksi para pengusaha resto dan kuliner menjadi efisien dan terjangkau.

MUSIK

Subsektor musik teridentifikasi sebagai salah satu subsektor yang potensial. Memiliki nomenklatur yang lengkap, menyeluruh dan melingkupi aktivitas yang sebelumnya (mungkin) dirasa sebagai kegiatan non komersial.

Di musik, transformasi digital bergerak sangat cepat dan mengubah keseluruhan wajah industri. Konsumen tidak lagi membeli musik, namun menyewa. Konsumen kini lebih suka streaming musik daripada mengunduh. Akses yang terbuka lebar pada musik-musik *non mainstream*, memungkinkan tumbuhnya selera musik *niche*. Hingga, karya musisi tak lagi bergantung pada selera label besar.

Kondisi COVID-19 memberi peluang bagi pelaku Subsektor Musik untuk lebih kreatif. Salah satunya lewat beraneka produk kreatif terkait pagelaran musik di masa kenormalan baru. Pandemi membuat proses digitalisasi musik akan lebih maksimal. Baik dari sisi produksi, hingga proses monetisasi.

Rp5,98 triliun
disumbangkan subsektor musik untuk PDB nasional tahun 2020*

0,53%
Sumbangan subsektor Musik atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-1,47%
Pertumbuhan subsektor musik di tahun 2020***

61.753
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor musik tahun 2020***

63.676
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor musik tahun 2020***

0,3%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor musik tahun 2019***

Rp2.496.269
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor musik tahun 2019**

FESYEN

Subsektor fesyen adalah subsektor yang sangat dinamis. Perkembangan tren fesyen tidak terlepas dari inovasi dan produktivitas para desainer dan peristiwa pada masa perkembangan fesyen.

Masyarakat Indonesia saat ini mempunyai apresiasi yang sangat baik terhadap desain fesyen lokal. Sehingga pemerintah melalui Kemenparekraf akan mengeluarkan kebijakan untuk mendorong penggunaan fesyen karya desainer dalam negeri, melancarkan ketersediaan bahan baku, dan promosi produk-produk fesyen dalam negeri di pasar domestik maupun global.

Namun, hantaman pandemi COVID-19 cukup memukul industri fesyen di Indonesia. Munculnya pandemi membuat daya beli masyarakat menurun. Dan ini berimbas pada menurunnya angka penjualan produk fesyen dengan cukup signifikan.

Kebiasaan berbelanja daring akan membuat penjualan online meningkat. Banyaknya supply akan memberikan pilihan pada konsumen untuk melakukan belanja hanya dari rumah. Agar bisa bersaing, produk yang ditawarkan haruslah memiliki nilai tambah. Yang bisa menjawab kebutuhan fesyen kebanyakan orang selama pandemi berlangsung.

Rp200,20 triliun
disumbangkan subsektor fesyen untuk PDB nasional tahun 2020*

17,64%
Sumbangan subsektor Fesyen atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-2,81%
Pertumbuhan subsektor fesyen di tahun 2020***

4.332.409
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor fesyen tahun 2020***

4.429.238
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor fesyen tahun 2020***

23,1%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor fesyen tahun 2020***

Rp2.407.067
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor fesyen tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

APLIKASI & GAME DEVELOPER

Subsektor aplikasi dan game developer (AGD) adalah bagian dari industri kreatif, dimana informasi, pengetahuan, serta kreativitas para pelaku industri ini menjadi bahan baku utama. Oleh karena itu pengembangan sumber daya manusia menjadi elemen paling penting untuk memastikan bahwa industri aplikasi digital dan game Indonesia mampu menghasilkan karya-karya yang berkualitas, bermanfaat, serta memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.

Dampak pandemi COVID-19 terhadap e-commerce di area aplikasi menunjukkan pertumbuhan yang positif. Berdasarkan data laporan e-Commerce SEA 2020, nilai transaksi e-commerce Indonesia sendiri meningkat 54% dari 2019. Namun beberapa sektor online transportasi, makanan dan travel mengalami penurunan. Pada transportasi dan makanan online menurun sebesar 18% sedangkan travel online menurun sebesar 68%.

Di area game developer, Pandemi COVID-19 menghadirkan dinamika yang unik. Di saat pengembang game mandiri meraup keuntungan, di sektor jasa malah nyaris mati total. Permintaan pembuatan game menurun karena banyak perusahaan melakukan efisiensi dan alokasi budget terkait pandemi.

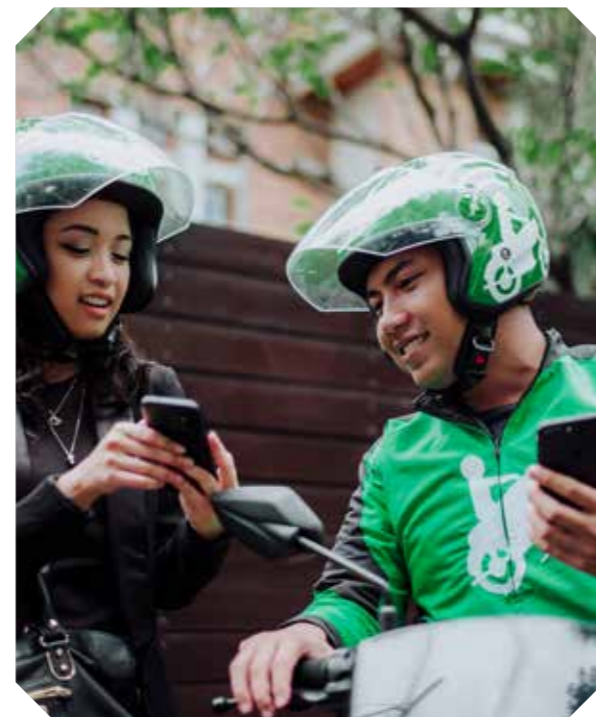
Sementara, board game Indonesia juga mengalami peningkatan. Secara umum, tren penjualan Q1 dan Q2 meningkat jika dibandingkan pencapaian Q1 dan Q2 tahun 2019. Ada penurunan di Q3 2020, namun ini lebih disebabkan

tidak ada rilis board game baru. Kemungkinan hal ini disebabkan adanya kendala manufacturing yang biasa dilakukan di luar Indonesia.

Pandemi COVID-19 membuka peluang besar di sektor ekonomi digital. Berdasarkan survei, 37% pengguna internet di Indonesia baru memanfaatkan transaksi online selama pandemi ini dan 93% pengguna baru ini akan terus memanfaatkan layanan digital tersebut setelah pandemi berakhir. Beberapa sektor yang berpotensi akan tumbuh pada sektor penjualan online, online entertainment serta Healthtech dan Edu Tech.

Di sektor game, pandemi membuka peluang-peluang baru. Salah satunya muncul kesetaraan saat melakukan online pitching dengan publisher digital internasional. Sebelumnya, pengembang game Indonesia kurang mendapat perhatian saat pitching dilakukan offline.

Untuk board game, dengan semakin banyaknya persinggungan konsumen dengan board game selama pandemi, positioning board game sebagai bagian dari pembelajaran semakin kuat di mata orang tua selama pandemi. Angka penjualan board game bermuatan edukasi diharapkan akan meningkat di tahun-tahun mendatang.



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

Rp24,88 triliun
disumbangkan subsektor aplikasi & game developer untuk PDB nasional tahun 2020*

2,19%
Sumbangan subsektor Aplikasi & game developer atas keseluruhan PDB nasional 2020*

4,47%
Pertumbuhan subsektor aplikasi & game developer di tahun 2020***

48.731
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor aplikasi & game developer tahun 2020***

52.842
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor aplikasi & game developer tahun 2020 ***

0,3%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor aplikasi & game developer tahun 2020***

Rp6.387.285
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor aplikasi & game developer tahun 2019**

PENERBITAN

Penerbit turut berperan aktif dalam membangun kekuatan intelektual bangsa dengan memunculkan sastrawan, penulis, peneliti, dan cendekiawan. Sebagai bagian dari industri kreatif, kinerja penerbit sebagian besar bertumpu pada kreativitas. Seperti, penulisan naskah yang membutuhkan kreativitas penulis atau pengarang, serta pengemasan naskah yang membutuhkan kreativitas editor, desainer isi, dan desainer sampul.

Survei IKAPI mengenai dampak pandemi di subsektor penerbitan yang dilakukan tahun 2020, mencatat seluruh pelaku di Subsektor Penerbitan mengalami penurunan penjualan hingga nyaris 100 % selama pandemi COVID-19 berlangsung.

Pandemi akan membuat penjualan buku beralih ke digital. Penjualan di marketplace meningkat. Marketplace akan menjadi solusi yang tepat untuk orang yang mencari buku.

Karena banyak kegiatan beralih ke digital, penjualan buku digital sepertinya akan meningkat pesat. Dan akan ada pengembangan format dalam buku-buku digital. Khususnya di buku Pendidikan, yang akan mengarah ke pembuatan buku digital interaktif.

Rp69,07 Triliun
disumbangkan subsektor penerbitan untuk PDB nasional tahun 2020*

6,09%
Sumbangan subsektor Penerbitan atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-1,78%
Pertumbuhan subsektor penerbitan di tahun 2020 ***

555.326
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor penerbitan tahun 2020***

572.260
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor penerbitan tahun 2021***

3%
Distribusi pelaku industri kreatif Indonesia yang bekerja di subsektor penerbitan tahun 2020***

Rp 3.165.868
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor penerbitan tahun 2019***



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

PERIKLANAN

Perkembangan digital membuat subsektor periklanan menjadi lebih dinamis. Kreativitas dituntut untuk menghadirkan sesuatu yang berbeda, yang memiliki daya tarik kuat untuk meningkatkan konsumsi masyarakat.

Digital, sebagai salah satu platform di luar cetak, elektronik, luar ruang, dan aktivasi, menjanjikan akses yang luas tak terbatas. Hal ini membuat peluang subsektor Periklanan di Indonesia kian terbuka lebar. Apalagi, pertumbuhan belanja iklan nasional yang tinggi setiap tahunnya membuktikan bahwa iklan masih menjadi media yang paling efisien untuk mempromosikan produk dan jasa di Indonesia.

Akibat pandemi COVID-19, Memasuki kuartal ke dua 2020, penurunan revenue merata di seluruh level bisnis periklanan. Dampak terbesar dirasakan oleh *agency-agency* yang fokus pada *event, brand activation, out of home media, exhibition* dan berbagai kegiatan komunikasi bisnis yang berhubungan langsung dengan pengumpulan massa.

Sejalan dengan percepatan transformasi digital, bisnis periklanan digital diperkirakan justru akan tumbuh di tahun 2021. Di saat inilah, dibutuhkan tenaga-tenaga dengan *skill* dan *knowledge* yang lebih kuat di bidang kampanye digital.

Rp9,85 triliun
disumbangkan subsektor periklanan untuk PDB nasional tahun 2020*

0,87%
Sumbangan subsektor Periklanan atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-5,20%
Pertumbuhan subsektor periklanan di tahun 2020***

46.411
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor periklanan tahun 2020***

48.022
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor periklanan tahun 2021***

0,3%
Distribusi pelaku industri kreatif indonesia yang bekerja di subsektor periklanan tahun 2019***

Rp5.628 081
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor periklanan tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

TELEVISI & RADIO

Era digital telah mendorong pelaku kreatif untuk terus melakukan inovasi yang mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari. Namun, digitalisasi juga dianggap sebagai ancaman bagi keberadaan media. Baik cetak, televisi, dan radio.

Namun, pendapat ini salah. Televisi dan radio saat ini bukan lagi berbasis platform. Hari ini, dengan dukungan teknologi digital, TV dan radio bisa lebih menjangkau generasi milenial sebagai sebuah omnichannel media. Ini memungkinkan konten TV dan radio dinikmati diluar perangkat elektronik standar. Ya, millenials bisa menyaksikan konten menarik yang disajikan TV dan radio melalui gadget, melampaui ruang dan waktu. Kapan pun dan dimana pun mereka berada.

Rp122,65 triliun
disumbangkan subsektor televisi & radio untuk PDB nasional tahun 2020*

10,81 %
Sumbangan subsektor Televisi & radio atas keseluruhan PDB nasional 2020*

10,42%
Pertumbuhan subsektor televisi & radio di tahun 2020***

89.753
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor televisi & radio tahun 2020***

97.666
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor televisi & radio tahun 2021***

0,5%
Distribusi pelaku industri kreatif indonesia yang bekerja di subsektor televisi & radio tahun 2019***

Rp4.598.610
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor televisi & radio tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemparekraf (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

SENI PERTUNJUKAN

Sebagai negara yang kaya akan seni dan budaya, Indonesia memiliki keanekaragaman seni dan tradisi pertunjukan, seperti wayang, teater, tari, dan lain sebagainya. Perkembangan teknologi informasi membuat informasi seputar beragam kebudayaan dan seni yang kita miliki tersebar ke seluruh penjuru dunia.

Namun, seiring dengan hantaman pandemi di tahun 2020, membawa dampak besar pada pelaku seni pertunjukan. Berhentinya kegiatan dan pertunjukan seni membuat banyak sanggar seni gulungtikar karena tak kuasa menahan beban biaya. Ini juga disebabkan menurunnya sektor pariwisata akibat pembatasan mobilisasi di seluruh dunia.

Seiring dengan meningkatnya minat terhadap konten visual di digital, akan banyak pertunjukan yang beralih ke virtual. Upaya bertransformasi ke digital sudah dijalankan, namun belum merata ke seluruh penjuru negeri.

Ke depan, seni pertunjukan akan melakukan adaptasi untuk bisa terlihat maksimal melalui jalur digital dan memikirkan pola monetisasi baru melalui jalur ini.

Rp3,53 triliun
disumbangkan subsektor seni pertunjukan untuk PDB nasional tahun 2020*

0,31 %
Sumbangan subsektor Seni pertunjukan atas keseluruhan PDB nasional 2020 *

-1,27%
Pertumbuhan subsektor seni pertunjukan di tahun 2020 ***

211.589
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor seni pertunjukan tahun 2020***

222.822
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor seni pertunjukan tahun 2021***

1,1%
Distribusi pelaku industri kreatif indonesia yang bekerja di subsektor seni pertunjukan tahun 2019***

Rp2.895.413
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor seni pertunjukan tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekrif (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI

SENI RUPA

Subsektor seni rupa Indonesia memiliki potensi besar. Baik secara kualitas, kuantitas, pelaku kreatif, produktivitas, hingga potensi pasar. Ragam karya seni rupa Indonesia, selain mengangkat nama Indonesia ke mata dunia, dapat pula menjadi sumber devisa kebudayaan yang bernilai tinggi. Seni rupa menjadi standar penilaian masyarakat internasional, dan menjadi ukuran kemajuan peradaban budaya sebuah bangsa.

Di masa pandemi, PSBB yang diberlakukan di banyak kota membuat banyak pameran dan kegiatan berhenti karena aturan menjaga jarak dan berdiam di rumah. Akibatnya pelaku seni rupa jadi kehilangan ruang untuk berkreasi, sekaligus arena pameran yang dijadikan sarana untuk memamerkan karya.

Kegiatan-kegiatan seni rupa banyak yang bertransformasi ke digital, tentu saja dengan *ambience* yang berbeda. Transformasi digital akan membuat pelaku Seni Rupa berupaya memaksimalkan platform daring. Dan platform daring akan menjadi media bagi para artis mengumumkan karya dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya.

Rp2,64 triliun
disumbangkan subsektor seni rupa untuk PDB nasional tahun 2020*

0,23 %
Sumbangan subsektor Seni rupa atas keseluruhan PDB nasional 2020*

-2,94%
Pertumbuhan subsektor seni rupa di tahun 2020***

51.721
Estimasi jumlah orang yang bekerja di subsektor seni rupa tahun 2020***

53.661
Proyeksi jumlah orang yang bekerja di subsektor seni rupa tahun 2021***

0,3%
Distribusi pelaku industri kreatif indonesia yang bekerja di subsektor seni rupa tahun 2019***

Rp4.346.377
Rata-rata upah bulanan pekerja kreatif di subsektor seni rupa tahun 2019**



*Universitas Brawijaya, Lembaga Demografi UI, Kemenparekrif (diolah)
**BPS
***Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UI



-2,39%

estimasi pertumbuhan PDB Ekraf di tahun 2020



7,35%

estimasi kontribusi PDB Ekraf terhadap PDB nasional di tahun 2020



-2,49%

estimasi pertumbuhan tenaga kerja Ekraf di tahun 2020



US\$15,06 miliar

estimasi total ekspor Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2020



-2,49%

estimasi pertumbuhan jumlah tenaga kerja sektor Ekraf tahun 2020



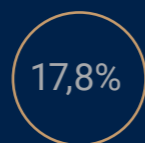
-12,93%

estimasi pertumbuhan total Ekspor Ekonomi Kreatif tahun 2020

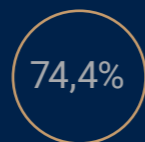
SUBSEKTOR TERBESAR DALAM EKSPOR EKRAF 2020

- US\$9,06 miliar Fesyen
- US\$4,95 miliar Kriya
- US\$1,03 miliar Kuliner
- US\$0,013 miliar Penerbitan

DISTRIBUSI TENAGA KERJA EKRAF BERDASARKAN USIA TAHUN 2020



Muda (<24 tahun)



Dewasa (25-59 tahun)



Lansia (60 tahun>)

RASIO JUMLAH TENAGA KERJA EKRAF BERDASARKAN JENIS KELAMIN TAHUN 2020

56,62%

Perempuan

43,38%

Laki-laki

2,29%
proyeksi pertumbuhan tenaga kerja Ekraf di tahun 2021

2,29%
Proyeksi pertumbuhan jumlah tenaga kerja sektor Ekraf tahun 2021

5,88%
proyeksi pertumbuhan total Ekspor Ekonomi Kreatif tahun 2021







KEMENTERIAN PARIWISATA
& EKONOMI KREATIF

Outlook Pariwisata & Ekonomi Kreatif Indonesia

Jl. Medan Merdeka Barat No.17, RT.2/
RW.3, Gambir, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 10110, Indonesia

T: (021) 3838552

W: www.kemenparekraf.go.id