

ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat

Untu Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Program Ekonomi Pembangunan



Oleh :

Nama : Muchtia Hajari Muktar
NPM : 1505180066
Program Study : Ekonomi Pembangunan

FAKULTAS EKONOMI & BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

2018



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 20 Maret 2019, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya.

MEMUTUSKAN

Nama : MUCHTIA HAJARI MUKTAR
NPM : 1505180066
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Skripsi : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Dinyatakan : (B/A) *Lulus Yudisium dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*

Tim Penguji

Penguji I

(SRI ENDANG RAHAYU, SE, M.Si)

Penguji II

(MURVIANA KOTO, SE, M.Si)

Pembimbing

(Dr. PRAWIDYA HARIANI RS, SE, M.Si)

Panitia Ujian

Ketua

(H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.)

Sekretaris

(ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.)

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

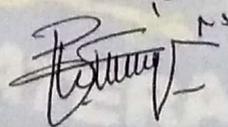
Skripsi ini disusun oleh :

Nama : MUCHTIA HAJARI UKHTAR
N.P.M : 1505180066
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Skripsi : ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL
TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI
INDONESIA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2019

Pembimbing Skripsi

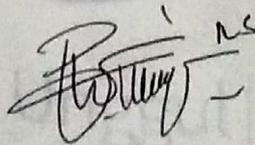


Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Diketahui/Disetujui

Oleh:

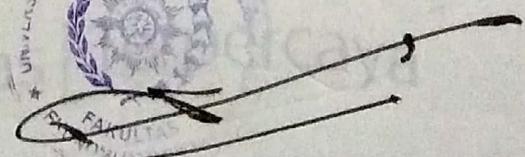
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU



H. JANURI, SE., MM., M.Si

Kupersembahkan untuk

Mama, Papa serta orang-orang terdekat yang ku sayangi

Hasbunallah wa nimal wakeel

*"Cukuplah Allah yang menjadi sebaik-baiknya
pelindung"*

*Allhamdulillah yallah makasih atas nikmat mu,
makasih kepada kedua orang tua ku, sahabat, teman-
teman terdekat dan orang kusayang yang
memberikan support luar biasa sehingga aku bisa
sampai di penghujung awal perjuangan ku. thank you
everything.*

ABSTRAK

Teknologi Indonesia dan Komunikasi (TIK) sudah menjadi kebutuhan di zaman sekarang ini, banyak masyarakat di Indonesia yang sudah memanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Pemanfaatannya sudah banyak bidang seperti perdagangan, bidang pendidikan, bidang kesehatan dan perusahaan. Dengan metode OLS (Ordinary Least Square) pada program *E-views9*. Penelitian ini berusaha menjelaskan pengaruh perkembangan ekonomi digital terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia periode 2013-2017. Data yang digunakan dalam variabel ini adalah data sekunder yang di ambil dari BPS (Badan Pusat Statistik), APJII (Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia).

Hasil Penelitian yang dilakukan peneliti menyatakan bahwa Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia dengan hipotesis diterima tetapi pada variabel Jumlah Wisata (JW) berpengaruh positif tetapi tidak signifikan maka hipotesis ditolak.

Kata Kunci : Ekonomi Digital dan Ekonomi Kreatif di Indonesia, Pertumbuhan Ekonomi, *E-commerce*.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Allhamdulillahahirobbil'alamiin. Puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas limpahkan rahmat dan karunia-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi skripsi yang berjudul “ Analisis Perkembangan Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia”. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Baginda Rasulullah SAW beserta keluarganya, para sahabat dan seluruh pengikut Beliau yang insya Allah tetap istiqomah hingga akhir zaman kelak, Amin. Dengan selesainya penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Adapun ungkapan terima kasih ini penulis tunjukan kepada :

1. Allah SWT. Yang telah memberikan Rahmat serta Rezeki-Nya yang luar biasa serta nikmat iman dan nikmat kesehatan kepada penulis. Dan atas izinya yang memberikan kesempatan kepada penulis agar bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua tercinta, terutama Ayahanda (Mukni Muktar) dan Ibunda (Nur Sari) sebagai sumber motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas semua doa dan dukungan yang telah diberikan kepada penulis sampai detik ini baik itu semngat mupun materi. Semoga suatu saat penulis dapat membalas kebaikan yang diberikan dan dapat membuat bangga.
3. Bapak Dr. H. Agusani, MAP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Januri, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, SE, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Ibu Dra. Roswita Hafni, SE, M.si selaku Seketaris Studi Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Dr. Prawidya Hariani RS, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan waktu dan kesabaran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis. Arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen kuliah Program Studi Ekonomi Pembangunan atas ilmunya yang bermanfaat semoga dapat menjadi amalan di akhirat kelak.
9. Sahabat Saya sekaligus teman seperjuangan saya dan yang saya sayangi (Intan Purnama, Siska Indrianti, Cut Tifany, Fitra Fadilah, Riska, Nurceh, Cindy, Kak july Diky Sari, Bang Djoko supriyanto) yang telah memberikan kenangan manis selama perkuliahan 3,5 tahun serta mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini serta senitiasa menemin penulis selama ini dalam canda tawa serta duka yang telah banyak kita lewati bersama.
10. Sahabat rumah sekaligus keluarga saya teman susah senang (Pebri Salim, Siti Fatimah Rambe dan Kak novi) makasih sudah menjadi teman terbaik dan mengerti dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna keterbatasan kemampuan penulis, sehingga penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dalam penulis

ke depan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua. AMIN

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Maret 2019
Penulis

MUCHTIA HAJARI
MUKTAR

DAFTAR ISI

ABSTRAK

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISIii

DAFTAR GAMBAR iv

DAFTAR TABELv

BAB 1 PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi Masalah13

1.3 Batasan dan Rumusan Masalah14

1.3.1 Batasan Masalah14

1.3.2 Rumusan Masalah 14

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian 15

1.4.1. Tujuan Penelitian 15

1.5 Manfaat Penelitian 15

1.5.1 Manfaat Akademik 15

1.5.2 Manfaat non Akademik 15

BAB II LANDASAN TEORI 18

2.1 Uraian Teoritis 18

2.1.1 Teori Produksi 19

a. Definisi Produksi 19

b. Faktor Produksi	19
c. Fungsi Produksi	19
d. Jangka Waktu Produksi	21
e. Skala Produksi	27
f. Maksimum Laba	28
2.1.2 Pertumbuhan Ekonomi	30
A. Teori Pertumbuha Klasik	32
1. Teori Pertumbuhan Harrod.....	33
2. Teori Pertumbuhan Neo Klalsik	33
3. Teori Pertumbuhan Schumpeter	33
B. Teori Endogen	41
2.1.3 Teori Pendapatan Nasional	42
A. Metode Pehitungan GDP Berdasarkan Pengeluaran	44
B. Metode Perhitungan GDP Berdasarkan Pendapatan	45
2.2 Regulasi Pemerintah	46
2.2.1 UU Infomasi Teknologi & Komunikasi Elektronik (ITE).....	46
2.3 UU Badan Ekonomi Kreatif	46
2.4 Penelitian Terdahulu	47
2.5 Kerangka Penelitian	48

2.5.1 Bagan Tahapan Penelitian	49
2.5.2 Kerangka Model Ekonomimatrik	49
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Pendekatan Penelitian	50
3.2 Definisi Operasional	50
3.3 Tempat & Waktu Penelitian	51
3.3.1 Tempat Penelitian	51
3.4 Jenis & Sumber Data	51
3.4.1 Jenis Data	51
3.4.2 Sumber Data	51
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	52
3.6 Model Estimasi	52
3.7 Metode Estimasi	52
3.8 Tahapan Analisis	53
3.8.1 Analisis Deskriptif	53
3.8.2 Tahapan Analisis Regresi Metode Ordinary Least Square (OLS).....	54
3.9 Pengujian (Test Duagnostik)	54
3.9.1 Uji Statistik t atau Uji Parsial	54
3.9.2 Nilai Hitung	56
3.9.4 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.9.5 Multikolinearitas.....	59

3.9.6 Heterokedasitas	59
3.9.7 Autokolerasi	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia.....	62
4.1.1 Perkembangan Laju Pertumbuhan Ekonomi Digital.....	66
4.1.2 Perkembangan Kewirausahaan <i>E-commerce</i>	68
4.2 Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia	72
4.2.1 Wirausaha Muda Ekraf di Indonesia	73
4.3 Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi	75
4.4 Stastistik Deskriptif	78
4.5 Hasil Analisis Regresi	79
4.6 Penaksiran	80
4.6.1 Uji Koefisien Determinan (R^2)	80
4.6.2 Kolerasi (R^2)	80
47 Interperestasi	80
4.8 Konstanta dan Intersep	81
4.8.1 Jumlah Pengguna Internet (JPI)	82
4.8.2 Nilai transkasi <i>E-commerce</i> (NTE).....	82
4.8.3 Jumlah wisata (JW).....	83
4.9 Uji Statistik	83

4.9.1 Pengujian	83
a. Pengujian Signifikan Simultan (Uji F)	83
b. Uji Signifika Parameter Individual (Uji-t)	83
4.9.2 Uji Asumsi Klasik	84
a. Uji Multikolinearitas	84
b. Uji Heterokedsitas	84
c. Autokorelasi	85
d. Analisis Tipologi Klassen	85
BAB V KESIMPILAN DAN SARAN	90
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

HALAMAN

Gambar 1.1 Jumlah Pertumbuhan Penggunaan Internet.....	7
Gambar 1.4 PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia tahun 2015-2016	11
Gambar 2-1 Kurva TP, MP, AP	23
Gambar 2-2 Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Output	24
Gambar 2-3 Kurva Isoquan	26
Gambar 2.4 Kurva Anggaran Produksi	27
Gambar 4-4 Laju Pertumbuhan TIK dan PDB Indonesia	67
Gambar 4-3 Diagram Pengguna Internet	77

DAFTAR TABEL

HALAMAN

Tabel 2.1 Jumlah Penggunaan Internet Berdasarkan Wilayah	8
Tabel 1.4 NTB Subsektor Ekonomi Kreatif 2010-2013	12
Tabel 3.3 Tipologi Klassen	61
Tabel 4.1 PDB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku	65
Tabel 4.3 Total Penjualan Online di Indonesia	70
Tabel 4.4 Jumlah Tenaga Kerja	74
Tabel 4.5 Statistika Deskriptif Pertumbuhan Ekonomi	78
Tabel 4.6 Regresi Berganda	79
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas Uji White	85
Tabel 4.8 Hasil Tipologi Klassen	88

DAFTAR PUSTAKA

Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia & Pusat Kajian komunikasi Universitas Indonesia (2015).'' Profil Penggunaan Internet Indonesia 2014.''

Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia). Togak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia.

Badan Pusat Sstatistik (2014) Laju Pertumbuhan Produk Dosmetik Bruto (PDB).

Ekonomi Digital, Indonesia Memiliki Modal Dasar untuk Menegembangkan.

Ekonomi Digital Jadi Perhatian Utama Pertemuan.

Kuncoro, Mudarajad. (2013, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meniliti dan Menulis ? (edisi VI). Jakarta : Erlangga

Phindyck, Robert's & Daniel L. Rubinfiels, 2012 Mikro, Edisi Kesembilan Jakarta

Todaro, Michael P.(2011), Pembangunan Ekonomi Jilid 1 Edisi Kesebelas Jakarta : Erlanga.

Wirarno Wing. Wahyu, (2015). Analisa Ekonometrika dan Statistik Dengan EVIEWS (edisi IV). Yogyakarta : UUP STIM YKPN.

https://id.wikipedia.org/wiki/Ekonomi_kreatif''konsep di era [ekonomi](#) baru yang mengintensifkan [informasi](#)''

<https://kominfo.go.id/index.php> ''Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara''

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Internet dan *gadget* merupakan 2 hal yang tidak dipisahkan, karena penggunaan *gedget* juga meningkat seiring dengan meningkatnya jumlah penggunaan internet di dunia. *Gadget* dengan internet merupakan barang yang tidak terlepas dari kesaharian manusia. *Gadget* menjadi sangat populer pada kehidupan masa kini dan *gadget* juga merupakan media dari sebuah internet menjadi sebuah komunikasi sehingga perkembangan antara internet dan *gedget* yang beriringan.

Ekonomi digital di Indonesia telah berhasil masuk ke berbagai lapisan masyarakat dalam segala usia. Menyatunya masyarakat masa kini terjadi kenyamanan yang dirasakan atas ekonomi berbasis teknologi yang sangat memudahkan pekerjaan manusia, ada banyak macam aplikasi dan implementasi dari ekonomi digital di Indonesia diantaranya industri, penyediaan jasa layanan antar logistik, provider telekomunikasi, salah satu industri ekonomi digital yang sangat booming adalah *e-commerce*. Seperti sosial media salah satu hal baru namun sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi seluruh kalangan usia manusia. Sosial media memungkinkan seseorang untuk memiliki sebuah akun yang berisi tentang identitas seseorang yang

dapat di akses oleh orang lain terbatas oleh ruang dan waktu menyebabkan pertemanan di sosial media menjadi tanpa batas dan tidak dibatasi oleh apapun

termasuk jarak. Sosial media sebagai sebuah kebutuhan kemudian menjadi sesuatu yang nyaman bagi manusia karena sifatnya yang sangat *fleksibel* dan mudah digunakan kehidupan manusia. Sosial media yang menjadi kekinian saat ini sehingga pda gaya hidup manusia yang lain yaitu konsumtif sebgaimana Indonesia terkenal sebagai salah satu negara yang cukup konsumtif.

Sifat konsumtif manusia masa kini tak lagi sepenuhnya konvensional seperti yang terjadi di masa lalu, ketika dulu masyarakat datang kepasar, menemukan barang yang diinginkan, berentraksi dengan penjual, dan melakukan transaksi, maka masyarakat masa kini tak perlu harus meninggalkan tempat dan bertatap mata langsung dengan penjual. *Gadget* merupakan media penghubung antara penjual dan pembeli gedge sebagai alat mempertemukan keinginan konsumen terhadap sesuatu yang ditawarkan oleh produsen.

Berbagai negara di belahan dunia sudah memasuki perkembangan ekonomi digital, yaitu diamana batas geografi antar negara tidak lagi menjadi hambatan dalam proses komunikasi dan interaksi antara individu. Hal ini ini disebabkan karna muncul dan berkembangnya internet. Internet awal mulanya merupakan jaringan komputer dibentuk oleh departemen pertahanan AS tahun 1969 melalui proyek ARPANET (*Advanced Research Project Agency Network*) dengan tujuan internet ini hanyalah untuk keperluan militer saja. Pada mulanya ARPANET hanya menghubungkan beberapa situs saja tapi tidak lama proyek tersebut berkembang sehingga mereka kesulitan mengaturnya, oleh karena itu ARPANET dipecah menjadi dua MILNET untuk keperluan militer dan ARPANET untuk keperluan di universitas-universitas. Kemajuan zaman internet biasa berkembang

seperti sekarang, seperti komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan jutaan bahkan milyaran jaringan komputer dengan berbagai tipe dan jenis dengan menggunakan tipe komunikasi seperti telepon, satelit dan sebagainya. Internet semakin menunjukkan perkembangan dari tahun ke tahun, internet berkembang dengan pesat karena internet mudah di akses, biayanya murah dan menyediakan fitur-fitur informasi yang menarik, apalagi kehidupan saat ini sektor teknologi informasi dan komunikasi merupakan yang paling dominan dan dibutuhkan dalam segala dibidang. Hal ini tersebut semakin memicu pertumbuhan internet yang sangat cepat di berbagai belahan dunia.

Indonesia juga mengalami kemajuan teknologi internet, awal mula Indonesia sendiri yaitu sekitar tahun 1994. Dewasa ini justru Indonesia termasuk negara yang berkembang internetnya sangat cepat baik dalam segi kualitas maupun kuantitas pemakainya.

Perkembangan *e-commerce* di Indonesia sebenarnya telah ada semenjak tahun 1996 namun baru berkembang sangat pesat beberapa tahun belakang seiring dengan perkembangan internet. Sistem penjualan seperti ini bisa menjangkau seluruh dunia pada saat bersamaan dan dapat di lakukan 24 jam tanpa henti. Perusahaan dapat memperluas aktivitas dan konsumen dengan lebih mudah proses transaksi yang selama ini sifatnya konvensional menjadi lebih modern dengan adanya transaksi *online*.

Konvensional mengalami perkembangan menjadi transaksi secara *online*. Hal ini membuktikan bahwa internet memberikan perubahan-perubahan pada dunia bisnis, tidak di pungkiri bahwa keberadaan bisnis *online* ini memberikan

keuntungan yang menjanjikan bagi para pelaku bisnis, jika di tinjau berdasarkan hasil *survey* APJII, maka bisnis *online* dapat menjadi ladang bisnis baru yang berpotensi untuk terus berkembang di kemudian hari. Bahkan sudah banyak masyarakat Indonesia yang saat ini terjun ke dalam aktivitas perdagangan *e-commerce*.

Terbukti menurut data dari menkominfo transaksi *e-commerce* di Indonesia pada tahun 2016 mencapai 25 miliar dolar AS dan jumlah itu naik 40% dari tahun 2016 yang mencapai 13 miliar dolar AS. Sementara itu berdasarkan hasil *survey* yang dilakukan oleh APJII dapat dilihat bahwa aktivitas penggunaan internet yang paling sering dilakukan di media sosial yaitu di urutan pertama berbagi informasi sebesar 97,5%, lalu di urutan ke tiga sosialisasi kebijakan pemerintah dengan presentase 90,4%. Hal ini menentukan bahwa aktivitas berdagang di sosial media termasuk penting dominan krna menunjukkan hampir 95% orang – orang lebih suka berdagang daripada tidak. Dan konten komersial yang paling sering di kunjungi yaitu *online shop* dengan presentase 62%. Hal ini menunjukkan bahwa di era yang modern saat ini aktivitas *e-commerce* atau berdagang secara *online* dapat memberi peluang yang baru bagi masyarakat untuk membuka kesempatan untuk berusaha sendiri. Misalnya membuka peluang bisnis untuk berjalan online melalui sosial media *instagram*, *facebook*, *Twitter* atau bahkan aplikasi-aplikasi *chatting*, yang biasa kita kenal dengan nama *online shop*. Dalam bisnis *online* tentu saja tidak memandang usia dan pekerjaan, siapapun dapat melakukan asalkan ada niat dan kemauan sebagai pembisnis kita harus mampu dalam menarik minat pembeli, dengan bermodalkan *smartphone* dan jaringan

internet. Dalam melakukan kegiatan *e-commerce* terdapat ketentuan-ketentuan yang harus dilakukan misalnya jika konsumen ingin membeli barang yang ada maka konsumen harus terlebih dahulu men-*transfer* uangnya ke rekening *seller* karena tanpa perlu modal ia dapat membeli barang yang di *order* konsumen dari uang yang dikirim oleh para konsumen tersebut. Banyak yang diuntungkan dengan keberadaan *e-commerce* tersebut seperti memperkecil biaya, misalnya dalam melakukan kegiatan *e-commerce* kita tidak perlu menyewa ruko atau menyewa gedung seperti usaha konvensional, lebih fleksibel maksudnya dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja tanpa terikat dengan jam kerja dan tentunya dapat membuka peluang kesempatan untuk berusaha lebih besar baik pada produsen dan juga konsumen sendiri sehingga dapat mengurangi penganggu

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi berhasil mengubah peta dunia. Dunia seakan dibuat tanpa mengenal batas-batas teritorial sebagaimana yang terjadi pada fase ekonomi industri dan ekonomi pertanian. Pada era ini, pemenang kompetisi ditentukan oleh siapa yang menguasai informasi. Sehingga pada akhirnya, paradigma yang berlaku disebut sebagai ekonomi informasi.

Era perkembangan ekonomi digital dan konektivitas mengubah cara bertukar informasi, berdagang, dan konsumsi dari produk-produk budaya dan teknologi dari berbagai tempat di dunia. Dunia menjadi tempat yang sangat dinamis dan kompleks sehingga kreativitas dan pengetahuan menjadi suatu aset yang tak ternilai dalam kompetisi dan pengembangan ekonomi.

Internet dan gadget diperuntukan untuk banyak hal oleh manusia. Ketika awal perkembangan internet pada tahun 1969, Internet hanya diperuntukan untuk

hal kemiliteran. Kemudian, beberapa tahun selanjutnya internet pun dipergunakan oleh kalangan akademis khususnya bagi universitas-universitas dalam pengembangan situs website maupun dalam rangka menambah pengetahuan lewat *browsing* internet. *Trend* terbaru perkembangan internet masa kini yaitu komunikasi, sosial media, dan belanja online. Komunikasi lewat internet memungkinkan terjalinnya komunikasi antar individu, antara individu dengan kelompok, maupun kelompok dengan kelompok baik secara tertulis, grafis, audio, dan atau video.

Sosial media merupakan salah satu hal baru namun sudah menjadi sebuah gaya hidup bagi seluruh kalangan usia manusia. Sosial media memungkinkan seseorang untuk memiliki sebuah akun yang berisi tentang identitas seseorang yang dapat diakses oleh orang lain sehingga orang lain pun saling mengetahui satu sama yang lain. Sosial media sebagai sebuah kebutuhan kemudian menjadi sesuatu yang nyaman bagi manusia karena sifatnya sangat *fleksibel* dan mudah digunakan serta juga mampu memudahkan kehidupan manusia.

Gambar 1.1 Jumlah Pertumbuhan Penggunaan Internet



Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Dari hasil survey yang di lakukan oleh APJII terjadi peningkatan yang sangat begitu signifikan dilihat data pengguna internet tahun-tahun sebelumnya, terjadi pertumbuhan yang terus naik. Ambil contoh, pada 2010 pengguna internet di Indonesia hanya 42 juta pengguna, dibandingkan pengguna 2017, maka terjadi kenaikan sebanyak 3x lipat dalam waktu 7 tahun. Faktor ini di sebabkan oleh maraknya internet services provider yang mudah di jangkau oleh ekonomi menengah kebawah.

1.2 Jumlah Penggunaan Internet berdasarkan Wilayah

No	Wilayah	Jml (orang)	%
1	Sumatra	20.752.185	15,7%
2	Jawa	86.339.350	65%
3	Bali & Nusa Tenggara	6.148.796	4,7%
4	Kalimantan	7.685.992	5,8%
5	Sulawesi	8.454.592	6,3%
6	Maluku & Papua	3.330.596	2,5%
	Indonesia	132.722.511	

Sumber : Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Kemudian menurut penggunaan internet berdasarkan wilayah pulau jawa merupakan persentase terbanyak di antara daerah-daerah lain yaitu berkisar 58,08% atau setara dengan 83,2 juta pengguna tidak heran karena pulau jawa merupakan pulau dengan jumlah kepadatan penduduk terbanyak di Indonesia. Hal ini menjadi sangat wajar karna pulau jawa menjadi pusat perekonomian di semua daerah, sehingga kebutuhan akan internet sudah menjadi prioritas utama. Untuk urutan kedua di tempat oleh Sumatra sebanyak 19,08% atau sekitar 23,7 juta pengguna.

Indonesia yang memiliki penduduk terbanyak ke empat di dunia bisa jadi menjadi salah satu faktor dalam berkembangnya penggunaan internet dan juga

dapat di dukung dengan perkembangan ekonominya yang terus berkembang. Internet sudah menjadi bagian dari gaya hidup, dan tidak bisa di pungkiri lagi bahwa internet sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat, tentunya hal tersebut semakin menunjukkan perkembangan penggunaan internet yang cepat dari tahun ke tahun. Perkembangan internet yang begitu pesatnya dari tahun ketahun didukung juga dengan hadir *smartphone* dimana jika dilihat dari segi harga semua masyarakat dari kalangan manapun sudah mampu untuk membeli berbagai *smartphone* dalam berbagai merek yang tersedia saat ini. Dan penggunaan tersebut sudah pasti membutuhkan jaringan internet agar prngunaanya dapat maksimal.

Ekonomi kreatif atau bisa disebut Industri kreatif merupakan Industri yang berasal dari pemanfaat kreatifitas, ketrampilan serta bakat induvidu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan mengekpolitasi daya kreasi dan daya cipta induvidutersebut. Dalam hal ini, Industri kreatif dapa diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi.

Ekonomi Kreatif adalah sebuah konsep yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi. Konsep ini telah memicu ketertarikan berbagai negara untuk melakukan kajian seputar Ekonomi Kreatif dan menjadikan Ekonomi Kreatif model utama pengembangan ekonomi.

Ekonomi kreatif berkembang dari konsep berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkat pertumbuhan ekonomi di suatu daerah untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreatifitas.

Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuknya informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi.

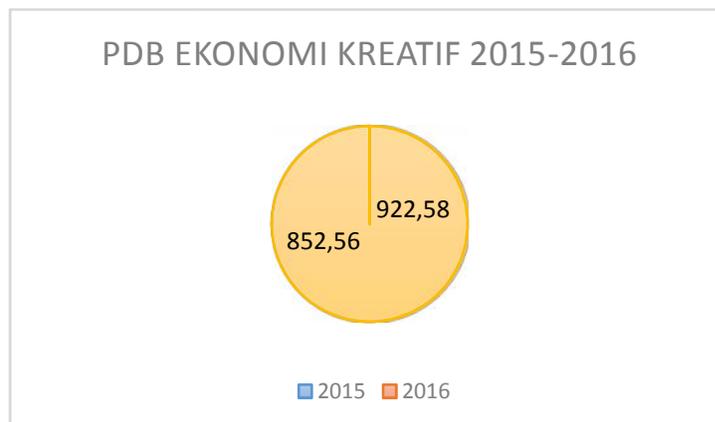
Keberadaan industri kreatif yang tidak lagi di pandang sebelah mata ini kemudian mengubah paradigma ekonomi dunia. Awalnya ekonomi digerakan dengan komoditas dominan merupakan hasil pertanian. Sehingga pada masa tersebut di kenal sebagai ekonomi agraris atau ekonomi pertanian. Seiring ditemukan mesin uap, disusul dengan revolusi industri di Inggris, mengubah paradigma ekonomi pertanian ini menjadi ekonomi industri. Pada fase ini, industri bergerak pada sektor-sektor manufaktur dimana mesin-mesin mulai menggantikan peran manusia. Negara-negara maju dihuni oleh negara-negara raksasa industri. Sebaliknya, negara miskin atau dikenal dengan negara dunia ketiga, sebagian besar masih mengandalkan ekonomi pertanian.

Pandangan ini menilai, utamanya adalah adanya kreatifitas lalu menjadi pijakan utama dalam membangun kota yang mampu menyelesaikan permasalahan kota dengan cara yang kreatif serta mengubah kesulitan-kesulitan menjadi kesempatan-kesempatan. Pandangan ini sekarang kita kenal sebagai paradigma ekonomi kreatif.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan data ekonomi kreatif (Ekraf), Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) kembali menjalin kerjasama penyusunan data ekraf dengan Badan Pusat Statistik (BPS). Kerjasama yang dilakukan tahun 2017 ini dilakukan untuk mengukur kinerja Sektor Ekonomi Kreatif di tahun sebelumnya.

Berdasarkan data Produk Domestik Bruto (PDB) yang dipbuliskan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) di Indonesia, khususnya dilihat dari pertumbuhan Pendapatan Domestik Bruto (PDB), ekspor, dan penyerapan tenaga kerja , “Pendapatan ekraf di tahun 2015-2016 relatif tinggi terhadap total PDB nasional. Selain itu, tingkat penerapan tenaga kerja kreatif meningkat. Secara ekspor banyak sekali produk ekonomi yang dinikmati pasar luar negeri, terutama dari subsektor Fasion, Kriya dan Kuliner yang mendominasi pasar ekspor produk kreatif Indonesia. Sebagai paras ekonomi yang tidak berbasis sumber daya alam dan komoditas semata.

Gambar 1.3 PDB Ekonomi Kreatif di Indonesia Tahun 2015 – 2016



Sumber : Badan Pusat Statistik, Indonesia

Pada Gambar 1.3 dari hasil pengukuran data statistik menunjukkan bahwa kinerja ekraf Indonesia mengalami kenaikan yang signifikan sepanjang tahun sebelumnya. Produk Domestik Bruto (PDB) ekraf pada tahun 2016 naik mencapai Rp.922,58 Triliun dengan nilai kontribusi terhadap PDB nasional sebesar 7,44%, atau meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp.852,56 Triliun atau 7,38% terhadap

PDB nasional. Angka ini juga diiringi dengan pesatnya laju pertumbuhan Ekraf sebesar 4,95 di tahun 2016 dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sekitar 4,41%.

Kenaikan juga terjadi di aspek tenaga kerja. Aktifitas pada sektor tahun 2016 mampu menyerap tenaga kerja hingga mencapai 16,91 juta orang (14,28% terhadap Tenaga Kerja Nasional) atau tumbuh 5,95% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 15,9 juta orang (13,9% terhadap Tenaga Kerja Nasional) dengan pertumbuhan sekitar 5,22%. Dapat dikatakan Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk di kembangkan pada saat ini dan masa yang akan datang.

Sektor ekonomi kreatif ini terdiri atas 15 sub-sektor sehingga dapat diperoleh perolehan kontribusi NTB (Nilai Tambah Bruto) dari masing-masing sub-sektor. Melalui detail kontribusi per sub-sektor, maka dapat dilakukan analisis lebih lanjut mengenai kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB di Indonesia.

1.4 Tabel Subsektor Ekonomi Kreatif 2010-2013

Sub-sektor Ekonomi Kreatif	2010	2011	2012	2013
Periklanan	2.534,70	2896,6	3168,3	3754,2
Arsitektur	9.243,90	10.425,60	11510,3	12.890,90
Pasar Barang Seni	1372,1	1.559,50	1737,4	2001,3
Kerajinan	72.955,20	79.516,70	84.222,90	92.650,90
Desain	19.583,20	21.018,60	22.234,50	25.042,70
Fesyen	127.817,25	147.503,20	164.538,30	181.570,30
Fim, Video dan Fotografi	5.588	6.466,80	7.399,80	8.401,40
Permainan Interaktif	3.442,60	3.889,10	4.247,50	4.817,30
Musik	3.972,70	44.775,40	4.798,90	5.237,10
Seni Pertunjukan	1.897,50	2.091,30	2.294,10	2.595,30
Penerbitan dan Percetakan	40.227	43.757,00	47.896,70	52.037,60
Layanan Komputer dan Piranti Lunak	6.922,70	8.068,70	9.384,20	10.064,80
Radio dan Televisi	13.288,50	15.664,90	17.518,60	20.340,50
Riset dan Pengembangan	9.109,10	9.958,00	11.040,90	11.778,50
Kuliner	155.044,80	169.707,80	186.768,30	208.632,80
Total	472.999	526.999	578.760,60	641.815,50

Tabel: Nilai Tambah Bruto Sub-sektor Ekonomi Kreatif 2010-2013

Sub-sektor kuliner menjuarai daftar kontribusi terbesar dengan capaian Rp208,6 triliun atau setara 33 % dari seluruh nilai tambah ekonomi kreatif tahun 2013. Lalu urutan berikutnya diduduki oleh sub-sektor fesyen yang memberikan pengaruh NTB sebesar Rp181,57 triliun atau setara 27 %. Kedua sub-sektor ini jauh meninggalkan 13 sub-sektor lainnya sebagaimana kondisi serupa terjadi sejak tahun 2010.

Seluruh sub-sektor berhasil tumbuh setidaknya 20%-50% sejak 2010 hingga 2013. Hal itu terdorong oleh kemudahan perdagangan digital melalui akses internet. Menurut data E-marketer dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pengguna internet di Indonesia terus bertumbuh di setiap tahunnya.

Menurut data terakhir di tahun 2014, peran digital memang masih kecil yaitu 1 %, tetapi pertumbuhannya sangat pesat yaitu 8% dari NTB. Sebagai catatan, nilai tersebut di luar *game online*, *e-commerce* dan aplikasi *online*. Penjualan produk industri kreatif, paling familiar adalah melalui bisnis *e-commerce* yang menjual berbagai kreasi, mulai dari fesyen, kerajinan, makanan, elektronik dan lain-lain. Fesyen adalah salah satu target penjualan yang terbesar. Dari pengenalan hingga penjualan produk fesyen dapat dilakukan melalui akses internet atau *online*.

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut mengenai ekonomi kreatif yang dituangkan dalam karya tulis

ilmiah dengan judul “**Analisis Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari pemaparan latar belakang diatas, maka didapat beberapa masalah yaitu:

1. Kemajuan teknologi internet menimbulkan peluang usaha baru di dalam dunia bisnis sehingga mengurangi tingkat pengangguran.
2. Ketimpangan jumlah penggunaan internet di berbagai daerah masih tinggi sehingga jumlah penggunaan internet masih didaerah kota – kota besar dan masih banyak daerah terpencil yang belum merasakan internet.
3. Perkembang pengguna internet di Indonesia membuka peluang bagi *provider* jaringan untuk terus bersaing dalam memasarkan produk – produknya agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

1.3 Batasan dan Rumusan masalah

1.3.1 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada hubungan antar perkembangan ekonomi digital dan ekonomi kreatif dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia.

1.3.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini ialah:

1. Bagaimanakah perkembangan ekonomi digital dan ekonomi kreatif di Indonesia ?
2. Bagaimana pengaruh ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi ?
3. Bagaimana pemetaan dari perkembangan ekonomi digital dan perkembangan ekonomi kreatif ?

1.4 Tujuan dan Manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Melakukan analisis ekonomi secara deskripsi perkembangan ekonomi digital dalam perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Melakukan analisis ekonomi digital terhadap pertumbuhan ekonomi.
3. Melakukan analisis dengan pemetaan tipologi klassen ekonomi kreatif di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Akademik

1. Dengan adanya penelitian ini memberikan informasi tentang pertumbuhan ekonomi di sector ekonomi digital dan ekonomi kreatif, yang nantinya memberikan perubahan literasi dalam melakukan perubahan ekonomi Indonesia lebih baik lagi.

2. Melalui penelitian ini dapat memberikan informasi tambahan bagi penelitian lain yang akan melakukan penelitian dengan topik yang sama.

1.5.2 Manfaat Non – Akademik

1. Bagi pemerintah di harapkan dengan adanya peneliti ini dapat memberi masukan kepada pemerintah untuk memberi strategi yang tepat dalam menunjang ekonomi kreatif.
2. penelitian ini dapat dijadikan sebagai penambahan pengetahuan bagi masyarakat.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Uraian Teoritis

2.1.1 Teori Produksi

2.1.1.1 Definisi Produksi

Penggunaan faktor produksi berlaku *The Law Of Diminishing Return* (LDR) yaitu sebuah hukum dalam ekonomi yang menjelaskan tentang proporsi input yang tepat untuk mendapatkan output yang maksimal (Manurung, 2008). Sebuah perusahaan dapat mengubah input menjadi output dengan berbagai cara, dengan menggunakan berbagai kombinasi tenaga kerja, bahan mentah, modal, dan modal. Kita dapat menjabarkan hubungan antara input ini dalam proses produksi dan output yang dihasilkan melalui suatu fungsi produksi. Fungsi produksi mengindikasikan output tertinggi yang dapat diproduksi oleh perusahaan atas setiap kombinasi spesifik dari input (Pindyck, 2012).

a. Faktor produksi

Faktor produksi dibedakan menjadi dua faktor produksi tetap dan faktor produksi variabel. Faktor produksi tetap adalah faktor produksi yang jumlah penggunaannya tidak tergantung pada jumlah produksi. Faktor produksi variabel tergantung pada tingkat produksinya.

b. Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah suatu persamaan yang menunjukkan jumlah maksimum input yang dihasilkan dengan kombinasi input tertentu. Fungsi produksi

menunjukkan sifat hubungan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat yang dihasilkan. Faktor-faktor produksi dikenal pula dengan istilah input dan jumlah produksi juga selalu disebut sebagai output. Fungsi produksi selalu dinyatakan seperti :

Fungsi produksi $Q = f(K, L, R, T)$

Dimana :

K= Jumlah modal

L = Jumlah tenaga kerja

R = Sumber daya alam

T = Teknologi yang digunakan

Fungsi produksi mengindikasikan output tertinggi q yang dapat diproduksi oleh perusahaan atas setiap kombinasi spesifik input. Keputusan perusahaan serupa dengan keputusan pembelian konsumen, dapat melalui tiga tahap :

1. Teknologi produksi : Perusahaan memerlukan cara yang praktis untuk membuat input (seperti tenaga kerja, modal dan bahan mentah) agar dapat diubah menjadi output.
2. Kendala biaya : Perusahaan harus mempertimbangkan harga, tenaga kerja, modal, dan input lain.
3. Pilihan input : Dengan teknologi produksi dan harga tenaga kerja, modal dan input lain perusahaan harus memilih kuantitas dari setiap input yang digunakan untuk produksi.

Teori perusahaan bersandar pada asumsi bahwa perusahaan memilih input-input proses produksi yang meminimalkan biaya dalam memproduksi output.

Jika terdapat dua input, modal K dan tenaga kerja L, fungsi $F(K, L)$ menunjukkan output maksimum yang dapat dihasilkan untuk setiap kombinasi input yang mungkin.

c. Jangka Waktu Produksi

(1). Dimensi Jangka pendek dengan satu variabel

Menurut (Pindyck, 2012, Periode jangka pendek adalah waktu dimana kuantitas satu faktor produksi atau lebih tidak dapat berubah. Periode jangka pendek adalah periode produksi dimana perusahaan tidak mampu dengan segera melakukan penyesuaian jumlah penggunaan salah satu beberapa faktor produksi. (Manurung, 2008).

Hubungan matematis penggunaan faktor produksi yang menghasilkan output maksimum disebut dengan fungsi produksi, seperti :

$$Q = f(K, L) \dots \dots \dots (2-1)$$

Dimana :

Q = tingkat output

K = barang modal

L = tenaga kerja / buruh

Dalam modal produksi satu faktor produksi variabel, barang modal dianggap faktor produksi tetap, keputusan produksi ditentukan berdasarkan alokasi efisiensi tenaga kerja. (Manurung, 2008).

a). Produksi total, produksi marginal, dan produksi rata-rata

Pegertian produksi total adalah banyaknya produksi yang dihasilkan dari penggunaan total faktor produksi.

Produksi Total :

$$TP = f(K, L) \dots \dots \dots (2-2)$$

Dimana :

TP = produksi total

K = barang modal (yang dianggap konstan)

L = tenaga kerja/buruh

TP akan maksimum bila turunan dari fungsi nilainya sama dengan nol.

Turunannya pertama TP adalah MP, TP akan maksimum saat MP sama dengan nol.

- **Produksi Marjinal :**

$$MP = TP =$$

$$\frac{\partial TP}{\partial L} \dots \dots \dots (2-3)$$

Dimana : MP = produksi marjinal

Perusahaan dapat terus menambah tenaga kerja selama MP > 0. Jika MP sudah < 0, penambahan tenaga kerja justru mengurangi produksi total. Penurunan nilai MP merupakan indikasi telah terjadinya hukum pertambahan hasil yang semakin menurun atau LDR.

- **Produksi Rata-rata :**

$$AP =$$

$$\frac{TP}{L} \dots \dots \dots (2-4)$$

AP akan maksimum bila turunan pertama fungsi AP adalah 0 (AP' = 0).

AP maksimum tercapai pada saat AP = MP akan memotong AP pada saat nilai

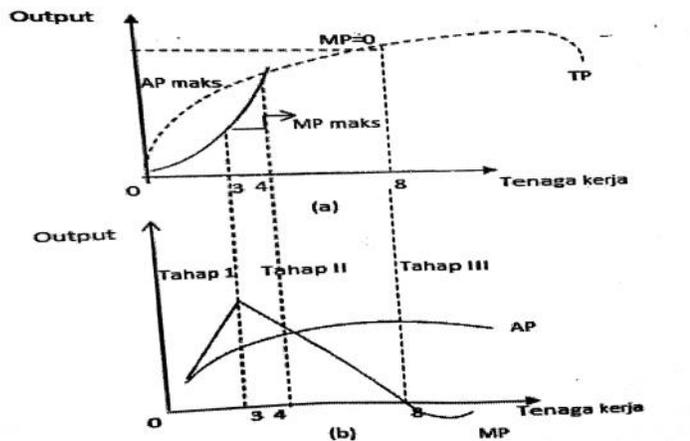
AP maksimum.

a. Tahap produksi

Ada tiga tahap penting dari gerakan perubahan nilai TP. Yang pertama, pada saat MP maksimum (titik 1 dan 4), kedua saat AP maksimum (titik 2 dan 5). Ketiga pada saat MP = 0 atau TP maksimum (titik 3 dan 6). Selanjutnya kurva tersebut dapat kita bagi menjadi 3 tahap produksi. Penahapan ini berguna untuk memahami pada tahap beberapa perusahaan berproduksi (Manurung, 2008).

Gambar 2-1

Kurva TP, MP, dan AP



Sumber : Manurung, 2008

Dimana :

AP = nilai produksi rata-rata

MP = produksi marjinal

TP = produksi total

Tahap I, penambahan tenaga kerja akan meningkatkan produksi total maupun produksi rata-rata. Karena itu hasil yang diperoleh dari tenaga kerja masih jauh

lebih besar dari tambahan upah yang harus dibayarkan. Perusahaan rugi jika berhenti produksi pada tahap ini (*slope* kurva TP meningkat tajam).

Tahap II, karena berlakunya LDR, baik produksi marginal maupun produksi rata-rata mengalami penurunan. Namun demikian nilai keduanya masih positif. Penambahan tenaga kerja akan tetap menambah produksi total sampai mencapai nilai maksimum (*slope* kurva TP sejajar dengan sumbu horizontal).

Tahap III, perusahaan tidak mungkin melanjutkan produksi, karena penambahan tenaga kerja justru meurunkan produksi total. Perusahaan akan mengalami penurunan (*slope* kurva TP negatif).

Dengan demikian perusahaan sebaiknya berproduksi di tahap II. Secara sistematis, perusahaan akan menambah tenaga kerja pada saat tambahan biaya (marginal cost) yang harus dibayar adalah sama dengan tambahan pendapatan, perusahaan akan menambah tenaga kerja, dan sebaliknya. Tambahan biaya dalam hal ini adalah upah tenaga kerja. Tambahan pendapatan adalah produksi marginal dikalikan harga jual batang. Jika upah, dinotasikan sebagai W , sedangkan harga jual dinotasikan P , maka alokasi tenaga kerja (faktor produksi) dianggap efisien bila :

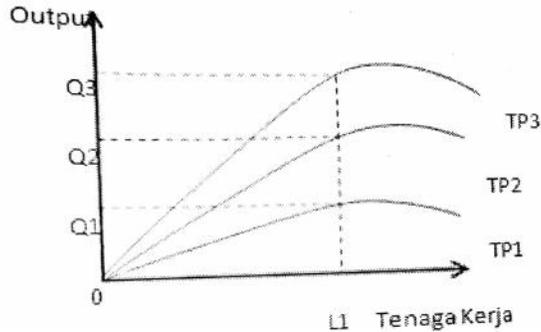
$$W = MP (P) \dots\dots\dots(2-5)$$

d). Perkembangan Teknologi

Kemajuan teknologi dapat membuat tingkat produktivitas meningkat secara grafis dapat digambarkan dengan meluasnya bidang yang dibatasi kurva

Diagram 2-2

Pengaruh Kemajuan Teknologi Terhadap Output



Sumber : Manurung, 2008

Pada diagram diatas, akibat kemajuan teknologi, luas kurva $TP3 > TP2 > TP1$. Artinya jumlah output yang dihasilkan per unit faktor produksi semakin besar. Dari diagram di bawah tampak bahwa :

$$\frac{Q3}{L1} > \frac{Q2}{L1} > \frac{Q1}{L1}$$

Yang perlu direnungkan adalah apakah nilai AP meningkat berarti efisiensi meningkat ? bila naik AP meningkat karena mesinya semakin modren, belum berarti efisiensi meningkat. Studi empiris yang dilakukan dua puluh tahun terakhir menunjukkan bahwa ada yang lebih penting dari sekedar memodrenisasi mesin. Yaitu modrenisasi sumber daya manusia (SDM), terutama dengan mengubah cara berpikir dan sikap hidup. Dengan modrenisasi SDM, kemajuan teknologi akan meresap ke dalam diri manusia dan mendorong peningkatan efisiensi (Manurug, 2008).

(2). Dimensi Jangka Panjang dengan Dua Variabel

Menurut (Pindyck, 2012), periode jangka panjang adalah jumlah waktu yang dibutuhkan untuk membuat seluruh input produksi menjadi variabel.

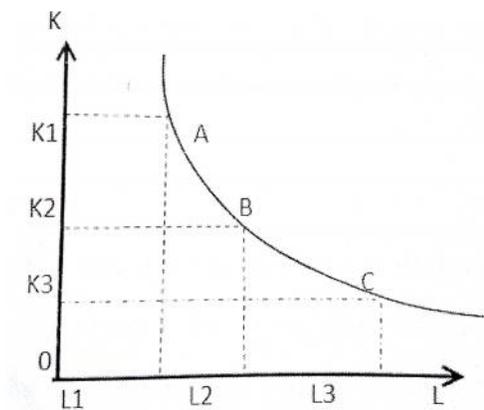
Periode jangka panjang adalah periode produksi di mana semua faktor produksi menjadi faktor produksi variabel. Faktor produksi yang digunakan dalam proses produksi lebih dari dua macam. Dalam model produksi dua faktor produksi variabel ini : (Manurung, 2008).

1. Isokuan (*Isoquant*)

Isokuan adalah kurva yang menggambarkan berbagai kombinasi dua macam faktor produksi variabel secara efisiensi dengan tingkat teknologi tertentu, yang menghasilkan tingkat produksi yang sama. (Manurung, 2008).

Gambar 2-3

Kurva Isokuan



Sumber : Manurung, 2008

Dimana :

L : Tenaga kerja

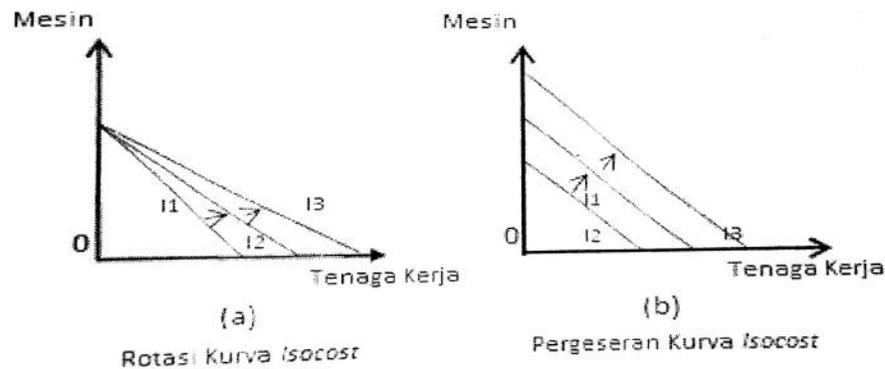
K : Kapital

2. Kurva Anggaran Produksi (isocost)

Kurva anggaran produksi (isocost) adalah kurva yang menggambarkan berbagai kombinasi penggunaan dua macam faktor produksi yang memerlukan biaya yang sama. (Manurung, 2008).

Diagram 2-4

Kurva Anggaran Produksi



Sumber : Manurung, 2008

Jika harga faktor produksi tenaga kerja adalah upah (w) dan harga faktor produksi barang modal adalah sewa (r) maka kurva isocost (I) adalah :

$$I = rK + wL \dots\dots\dots(2-6)$$

Sudut kemiringan kurva isocost adalah rasio harga kedua faktor produksi.

return to scale.

1. Skala Hasil Menarik (*Increasing Return to Scale*)

Apabila faktor produksi diubah dalam proporsi yang sama maka output akan berubah (dalam arah yang sama).

2. Skala Hasil Konstan (*Costant Retrurn to Scale*)

Apabila faktor produksi ditambah dengan produksi yang sama maka output akan bertambah sebesar proporsi itu juga.

3. Skala Hasil Menurun (*Decreasing Retrurns to Scale*)

Apabila Faktor produksi diubah dalam proporsal yang sama maka output akan berubah (dalam arah yang sama) lebih kecil dari proporsi itu sendiri.

F. Memaksimalkan Laba

Menurut (Mnurung, 2008), Laba adalah kompensasi atas resiko yang ditanggung oleh perusahaan. Makin besar resiko, laba yang diperoleh harus semakin besar. Laba atau keuntungan adalah nilai penerimaan total perusahaan dikurangi total yang dikeluarkan perusahaan. Jika laba dinotasikan π , pendapatan total sebagai TR dan biaya total adalah TC maka :

$$\pi = TR - TC \dots\dots\dots(2-7)$$

Perusahaan dikatakan memperoleh laba kalau nilai π positif (> 0) dimana $TR < TC$. Laba maksimum (maximum profit) terapai apabila nilai π mencapai maksimum.

Ada tiga pendekatan cara menghitung laba.

1). Pendekatan Totalitas (*Tottality aproch*)

Yaitu membandingkan TR dan TC. TC adalah sama dengan jumlah unit output yang terjual (Q) dikalikan harga (P) output per unit. Maka $TR = P \cdot Q$ $TC = FC + VC$

Dalam pendekatan totalitas, biaya variabel per unit output dianggap konstan, sehingga variabel adalah jumlah unit output (Q) dikalikan biaya variabel (v) per unit atau $VC = v \cdot Q$

Dengan demikian:

$$= PQ - (FC+vQ) \dots\dots\dots(2-8)$$

2). Pendekatan Rata-rata (*Average Approach*)

Pada pendekatan ini perhitungan laba per unit di lakukan dengan membandingkan antara biaya produksi rata-rata (AC) dengan harga jual output zaAP. Laba total adalah laba per unit dikalikan dengan umlah output yang terjual.

$$= (P-AC).Q \dots\dots\dots(2-9)$$

Dari persamaan ini perusahaan akan mencapai laba apabila harga jual per unit output (P) lebih tinggi dari biaya rata-rata (AC). Perusahaan hanya mencapai angka impas bila P=AC

Keputusan untuk memproduksi atau tidak didasarkan perbandingan besarnya P dengan AC. Bila P lebih kecil atau sama dengan AC, perusahaan tidak mau memproduksi. Implikasi pendekatan rata-rata adalah perusahaan harus menjual sebnyak-sebnyak agar semakin besar.

3). Pendekatan marjinal (*marjinal approach*)

Pada pendekatan ini perhitungan laba dilakukan dengan membandingkan biaya marjinal (MC) dan pendapatan marjinal (MR). Laba maksimum akan tercapai pada saat MR=MC.

$$= TR -TC \dots\dots\dots(2-10)$$

laba maksium um tercapai bila turunan pertama fungsi (/ q) sama dengan nol dan nilainya sama dengan nilai turunan TR (/ q) atau MR dikurangi nilai turunan pertama TC (/ q atau MC).

$$\frac{\partial \pi}{\partial q} = \frac{\partial \tau c}{q} - \frac{\partial \tau c}{\partial q} = 0$$

$$= MR - MC = 0$$

Dengan demikian perusahaan akan memperoleh laba maksimum atau kerugian minimum bila ia berproduksi laba maksimum atau kerugian minimum bila ia berproduksi laba maksimum atau kerugian minimum bila ia berpotensi pada tingkat output dimana $MR = MC$ (manurung, 2008).

2.1.2 Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi dapat di artikan sebagai peningkatan output agregat atau pendapatan rill. Kedua peningkatan tersebut biasanya dapat dihitung perkapita atau selama jangka waktu yang cukup panjang sebagai akibat peningkatan pembangunan input. Berbeda pengertiannya dengan pembangunan ekonomi yang memiliki pengertian pertumbuhan ekonomi yang lebih luas baik dari segi struktur output, input, perubahan dalam teknik produksi, sikap dan perilaku sosial serta kerangka kelembagaan menuju kepada keadaan dan taraf hidup yang secara menyeluruh lebih baik. Dengan demikian jelas terlihat bahwa pertumbuhan ekonomi hanya merupakan salah satu aspek saja dari pembangunan ekonomi.

Pertumbuhan ekonomi adalah salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur prestasi ekonomi suatu negara. Dalam kegiatan ekonomi sebenarnya, pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan ekonomi fisik. Beberapa perkembangan ekonomi fisik yang terjadi disuatu negara adalah penambahan produksi barang dan jasa dan perkembangan infrastruktur. Semua hal tersebut biasanya diukur dari

perkembangan pendapatan nasional riil yang dicapai suatu negara dalam periode tertentu. (Sumber: www.wikipedia.org)

Mengemukakan hubungan perkembangan pengeluaran pemerintah dengan tahap-tahap pembangunan ekonomi yang dibedakan antara tahap awal, tahap menengah, dan tahap lanjut. Pada tahap awal perkembangan ekonomi, persentase investasi pemerintah terhadap total investasi besar. Pada tahap menengah pembangunan ekonomi, investasi pemerintah tetap diperlukan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi agar dapat tinggal landas, namun pada tahap ini peranan investasi swasta sudah semakin membesar. Peranan pemerintah tetap besar pada tahap menengah, oleh karena peranan swasta yang semakin besar ini banyak menimbulkan kegagalan pasar dan juga menyebabkan pemerintah harus menyediakan barang dan jasa publik dalam jumlah yang lebih banyak dan kualitas yang baik (Rostow dan Musgrave Todaro, 2006)

Pada tingkat ekonomi lebih lanjut, Rostow mengatakan bahwa pembangunan ekonomi, aktivitas pemerintah beralih dari penyediaan prasarana ke pengeluaran-pengeluaran untuk aktivitas sosial.

Ada tiga faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi dari setiap negara :

1. Akumulasi modal yang mengikuti setiap bentuk atau jenis investasi baru yang ditanamkan pada tanah, peralatan fisik, dan modal atau sumber daya manusia. Investasi produktif yang bersifat langsung harus dilengkapi dengan berbagai investasi penunjang yang disebut investasi “infrastruktur” ekonomi dan sosial. Investasi dalam pembinaan sumber daya manusia dapat meningkatkan kualitas modal manusia, sehingga pada akhirnya akan membawa dampak positif yang

sama terhadap angka produksi, bahkan akan lebih besar lagi mengingat akan terus bertambahnya jumlah manusia. Pendidikan formal, program pendidikan dan pelatihan kerja perlu lebih diefektifkan untuk mencetak tenaga-tenaga pendidik dan sumber daya manusia yang terampil. Logika konsep investasi dalam pembinaan sumber daya manusia dan penciptaan modal manusia (*human capital*) dapat dianalogikan dengan peningkatan kualitas dan produktifitas sumber daya tanah melalui investasi strategis.

2. Pertumbuhan penduduk, yang pada akhirnya memperbanyak jumlah angkatan kerja. Pertumbuhan penduduk dan pertumbuhan angkatan kerja secara tradisional dianggap sebagai salah satu faktor positif yang memacu pertumbuhan ekonomi. Jumlah tenaga kerja yang lebih besar berarti akan menambah jumlah tenaga kerja produktif, sedangkan pertumbuhan penduduk yang lebih besar berarti meningkatkan pasar domestiknya.
3. Kemajuan teknologi, terdapat tiga klasifikasi yaitu :
 - a. Kemajuan teknologi yang bersifat netral
 - b. Kemajuan teknologi yang hemat tenaga kerja
 - c. Kemajuan teknologi yang hemat modal

a. Teori Pertumbuhan Klasik

Teori ini dipelopori oleh Adam Smith, David Ricardo, Malthus dan Jhon Stuart Mill. Menurut teori ini, pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh empat faktor jumlah penduduk, jumlah barang modal, luas tanah dan kekayaan alam serta teknologi yang digunakan. Mereka lebih menaruh perhatian pada pengaruh pertumbuhan penduduk pada pertumbuhan ekonomi.

1.) Teori Pertumbuhan Harrod-Domar

Teori Harrod-Domar adalah perkembangan langsung dari teori makro Keynes jangka pendek menjadi suatu teori makro jangka panjang. Aspek utama yang dikembangkan dari teori Keynes adalah aspek yang menyangkut investasi jangka panjang. Harrod-Domar melihat pengaruh investasi dalam prespektif waktu yang lebih panjang (Harrod- Domar, 1939)

2.) Teori Pertumbuhan Neo-Klasik

Mengembangkan model pertumbuhan ekonomi yang sekarang disebut model pertumbuhan Neo Klasik. Model Solow-Swan memusatkan perhatian pada bagaimana pertumbuhan ekonomi, akumulasi modal, kemajuan teknologi dan output saling berinteraksi dalam proses pertumbuhan ekonomi. Perbedaan utama dengan Harrod-Domar adalah dimasukkannya unsur kemajuan teknologi dalam modelnya. Selain itu, Solow dan Swan menggunakan fungsi produksi yang memungkinkan adanya substitusi antara modal (K) dan tenaga kerja (L). Dengan demikian syarat-syarat adanya pertumbuhan ekonomi yang baik dalam model Solow Swan kurang restriktif disebabkan kemungkinan substitusi antara tenaga kerja dan modal. Hal ini berarti ada fleksibilitas dalam rasio modal-output dan rasio modal-tenaga kerja (Robert Solow 1970) dan (Trevor Swan 1956).

3.) Teori Pertumbuhan Schumpeter

Berpendapat bahwa motor penggerak perkembangan ekonomi adalah suatu proses yang ia beri nama inovasi dan pelakunya adalah para motivator. Menurut Schumpeter, yang lebih penting adalah kenaikan *output* yang bersumber dari

perkembangan ekonomi. Penanaman modal atau investasi dapat dibedakan menjadi dua, yakni penanaman modal otonomi (*autonomous investment*) yakni penanaman modal untuk melakukan inovasi. Jenis penanaman modal yang kedua yaitu jenis penanaman modal terpengaruh (*induced investment*) yakni penanaman modal yang timbul sebagai akibat kegiatan ekonomi setelah munculnya inovasi tersebut (Schumpeter 2008)

1). Produk Domestik Regional Bruto (PDRB)

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) adalah jumlah seluruh nilai produk barang dan jasa yang dihasilkan oleh unit-unit produksi yang beroperasi pada suatu daerah dalam jangka waktu tertentu. Atau apabila ditinjau dari segi pendapatan merupakan jumlah dari pendapatan yang diterima oleh faktor-faktor produksi yang dimiliki oleh penduduk di wilayah tersebut yang ikut serta dalam proses produksi dalam jangka waktu tertentu. (Sumber: www.wordpress.com)

2). Metode Penghitungan PDRB

Ada dua metode yang dipakai untuk menghitung PDRB:

1. Metode Langsung

Dalam metode ini, penghitungan berdasar pada daerah, hasil penghitungannya mencakup seluruh produk barang atau jasa akhir yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Pemakaian penduduk ini dapat dilakukan melalui tiga pendekatan:

- a. Pendekatan produksi
- b. Pendekatan pendapatan
- c. Pendekatan pengeluaran

2. Metode Tidak Langsung/Alokasi

Menghitung nilai tambah suatu kelompok ekonomi dengan mengalokasikan nilai tambah nasional ke dalam masing-masing kelompok kegiatan ekonomi pada tingkat regional. Sebagai alokator digunakan indikator yang paling besar pengaruhnya atau erat kaitannya dengan produktivitas kegiatan ekonomi tersebut.

Pemakaian masing-masing metode pendekatan pada data yang tersedia pada kenyataannya pemakaian kedua ini metode tersebut saling menunjang satu sama lain, karena metode langsung akan mendorong peningkatan kualitas data daerah.

1. Perhitungan Atas Dasar Harga Berlaku

Hasil penghitungan atas dasar harga berlaku merupakan jumlah seluruh NTB atau nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh unit-unit produksi dalam suatu produksi tertentu, biasanya satu tahun yang dinilai dengan harga tahun yang bersangkutan.

NTB atas dasar harga yang berlaku yang didapat dari pengurangan NTB/*output* dengan biaya antara masing-masing nilai atas dasar harga berlaku. NTB menggambarkan perubahan volume/kuantum produksi yang dihasilkan dan tingkat perubahan dari masing-masing kegiatan sub sektor dan sektor. Mengingat sifat barang dan jasa yang dihasilkan oleh setiap faktor, maka penilaian NTB/*output* dilakukan sebagai berikut:

- a. Untuk sektor primer yang produksinya bisa diperoleh secara langsung dari alam seperti: pertanian, pertambangan, penggalian pertama kali dicari kuantum produksi dengan satuan standar yang biasa digunakan.
- b. Untuk sektor sekunder yang terdiri dari sektor industri pengolahan, listrik, gas, dan air minum, dan sektor bangunan, penghitungannya sama dengan sektor primer. Data yang diperlukan adalah kuantum produksi yang dihasilkan serta harga produsen masing-masing kegiatan, sub sektor dan sektor yang bersangkutan.
- c. Untuk sektor yang secara umum produksinya berupa jasa seperti sektor perdagangan, restoran dan hotel, pengangkutan dan komunikasi, bank dan lembaga keuangan lainnya, sewa rumah dan jasa pemerintah dan jasa-jasa untuk penghitungan kuantum produksinya dilakukan dengan mencari indikator produksi

2. Penghitungan Berdasarkan Harga Konstan

Penghitung atas dasar harga konstan pengertiannya sama dengan atas dasar harga berlaku, tetapi penilaiannya dilakukan dengan harga suatu tahun dasar tertentu. NTB berdasarkan atas dasar harga konstan menggambarkan perubahan volume / kuantum produksi saja.

Pada dasarnya dikenal empat cara penghitungan nilai tambah ADH konstan, antara lain:

a. Revaluasi

Dilakukan dengan cara menilai produksi dan biaya antara masing-masing tahun dengan harga pada tahun dasar. Hasilnya *output* dari biaya atas dasar

harga konstan selanjutnya ditambah ADH konstan diperoleh dari selisi *output* dan biaya antara atas dasar harga konstan

b. Ekstrapolasi

Nilai tambah masing-masing tahun atas dasar konstan diperoleh dengan cara mengalikan nilai tambah pada tahun dasar indeks produksi. Indeks produksi sebagai ekstrapolator dapat merupakan indeks dari masing-masing produksi yang dihasilkan atau indeks dari berbagai indikator produksi seperti tenaga kerja, jumlah perusahaan, dan sebagainya tergantung mana yang lebih cocok dengan jenis kegiatan subsektor dan sektor dihitung.

c. Deflasi

Nilai tambah ADH konstan diperoleh dengan membagi nilai tambah atas dasar harga berlaku masing-masing tahun dengan indeks harga. Indeks harganya digunakan sebagai deflator biasanya menggunakan indeks harga konsumen, indeks harga perdagangan besar dan sebagai dasarnya tergantung mana yang lebih cocok. Indeks harga ini dapat juga dipakai sebagai indikator dalam keadaan dimana nilai tambah atas dasar konstan justru diperoleh dengan mengalihkan nilai tambah ADH konstan dengan indeks harga tertentu.

d. Deflasi Berganda

Dalam deflasi berganda yang dideflasi adalah *output* dan biaya antaranya, sedangkan nilai tambah diperoleh selisih antara *output* dan biaya antara hasil deflasi tersebut. Indeks harga yang digunakan sebagai deflator untuk

perhitungan *output* atas dasar harga konstan adalah IHK atau IHPB sesuai cakupan komoditifnya.

Ada beberapa cara yang lazim digunakan dalam perhitungan pendapatan suatu daerah yakni:

a. Produk Domestik Regional Bruto Atas Dasar Harga Pasar

Diperoleh dengan menjumlahkan nilai tambahb nilai bruto yang timbul dari seluruh perekonomian suatu daerah. Nilai tambah bruto disini mencakup komponen-komponen faktor pendapatan, penyusutan serta pajak tidak langsung.

b. Produk Domestik Regional Netto Atas Dasar Harga Pasar

Perbedaan antar konsep “bruto” dan konsep “netto” adalah karena pada konsep bruto, faktor penyusutan masih termasuk di dalamnya, sedangkan pada konsep netto faktor penyusutan telah dikeluarkan. Penyusutan yang dimaksud adalah nilai sudut barang-barang modal yang terjadi selama ikut serta dalam proses produksi. Jika nilai susut barang-barang modal dari seluruh faktor ekonomi dijumlahkan, maka hasilnya merupakan “penyusutan” yang dimaksud diatas.

3). Faktor-Faktor Pertumbuhan Ekonomi

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi, namun pada hakikatnya faktor-faktor tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu faktor ekonomi dan non faktor ekonomi. (sumber: Bannock, Graham, R. E. Baxter dan Evan Davis. 2004. A Dictionary of Economics. Inggris: Penguin Books Ltd)

1. Faktor Ekonomi

a. Sumber Daya Alam

Sumber daya alam yang meliputi tanah dan kekayaan alam seperti kesuburan tanah, keadaan iklim / cuaca, hasil hutan, tambang dan hasil laut, sangat mempengaruhi pertumbuhan industri suatu negara, terutama dalam hal penyediaan bahan baku produksi. Sementara itu, keahlian dan kewirausahaan dibutuhkan untuk mengolah bahan mentah dari alam, menjadi sesuatu yang memiliki nilai lebih tinggi (disebut juga sebagai proses produksi).

b. Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia juga menentukan keberhasilan pembangunan nasional melalui jumlah dan kualitas penduduk. Jumlah penduduk yang besar merupakan pasar potensial untuk memasarkan hasil-hasil produksi, sementara kualitas penduduk menentukan seberapa besar produktivitas yang ada.

c. Sumber Daya Modal

Sumber daya modal dibutuhkan manusia untuk mengolah bahan mentah tersebut. Pembentukan modal dan investasi ditunjukkan untuk menggali dan mengolah kekayaan. Sumber daya modal berupa barang-barang modal sangat penting bagi perkembangan dan kelancaran pembangunan ekonomi karena barang-barang modal juga dapat meningkatkan produktivitas.

d. Tenaga Manajerial Dana Organisasi Produksi

Organisasi produksi merupakan bagian penting dalam proses pertumbuhan ekonomi. Organisasi ini berkaitan dengan penggunaan faktor produksi dengan berbagai kegiatan perekonomian. Organisasi produksi ini dilaksanakan dan di atur oleh tenaga kerja manajerial dalam berbagai kegiatannya sehari-hari. Dan dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi, para wiraswasta tampil sebagai tenaga organisator dalam menggerakkan berbagai sumber produksi dalam proses produksi dengan memperkenalkan penemuan baru yang dikenal sebagai inovasi.

e. Teknologi

Dalam pengertian yang paling sederhana, kemajuan teknologi terjadi karena ditemukannya cara baru atau perbaikan cara penyelesaian tugas. Kemajuan teknologi merupakan faktor yang penting dalam proses pertumbuhan ekonomi. Dan perubahan atau kemajuan teknologi tersebut dapat meningkatkan produktivitas tenaga kerja, modal dan faktor produksi lainnya. Kemajuan teknologi hemat modal akan menghasilkan metode produksi padat karya yang lebih efisien.

2. Faktor Non Ekonomi

a. Faktor Politik dan Administrasi Pemerintah

Struktur dan situasi politik dan administrasi pemerintah yang lemah merupakan faktor yang penghambat yang besar bagi pertumbuhan ekonomi. Politik yang tidak stabil serta pemerintah yang lemah sangat menghambat kelancaran kemajuan ekonomi.

b. Aspek Sosial Budaya

Aspek sosial budaya dalam kehidupan masyarakat meliputi antara lain sikap, tingkah laku, pandangan masyarakat, motivasi kerja, kelembagaan masyarakat dan hal-hal lainnya yang berkaitan dengan itu.

c. Susunan dan Tertip Hukum

Susunan dan tertip hukum serta pelaksanaan hukum dan peraturan perundang-undangan yang keliru sering kali menghambat kemajuan ekonomi. Sehubungan dengan itu maka hukum harus dilaksanakan secara tertip dan konsekuen, yang ditujukan untuk menunjang pertumbuhan ekonomi.

A. Teori Endogen

Romer (1986), berpendapat bahwa pertumbuhan endogen dipengaruhi oleh tingkat modal manusia melalui pertumbuhan teknologi, dengan fungsi produksi agregat adalah sebagai berikut :

$$Y = F(A, K, L, H) \dots \dots \dots (2-11)$$

Dimana :

A = perkembangan teknologi

K = modal fisik

H = sumber daya, akumulasi dari pendidikan dan pelatihan

L = tenaga kerja

Model pertumbuhan endogen menurut (Romer, 1986), menjelaskan bahwa tingkat pertumbuhan pendapatan perkapita dalam perekonomian adalah :

$$g - n = \frac{I}{Y} - \delta$$

Dimana :

g = tingkat pertumbuhan output
n = tingkat pertumbuhan populasi
= perubahan teknologi
= elastitas output terhadap modal

2.1.3 Teori Pendapatan Nasional

Menjumlahkan seluruh pendapatan agregat yang diterima selama satu tahun oleh mereka yang memproduksi output tersebut. “Pada paruh kedua abad ke-18, Francois Quesney adalah yang pertama kali mengukur aktivitas ekonomi atas dasar aliran. Pada tahun 1758 dia mempublikasikan *Tableau Economique*, yang membahas *circular flow* dari output dan pendapatan pada berbagai sektor dalam perekonomian. Pandangannya mungkin terinspirasi dari pengetahuannya tentang aliran memutar atau *circular flow* darah dalam tubuh, Quesney adalah dokter resmi bagi king louis xv dari Prancis”. Manurung (2008).

Ukuran kasar dari pendapatan nasional dikembangkan di Inggris sekitar dua abad lalu, tetapi perhitungan rinci untuk data ekonomi mikro dikembangkan di Amerika selama *The Great Depression*. Hasil berupa sistem perhitungan pendapatan nasional mencakup sejumlah besar data yang dihimpun dari berbagai sumber di Amerika. Data tersebut diringkas dan dirakit menjadi kerangka yang saling terkait, dan kemudian dilaporkan secara priode oleh pemerintah federal. Perhitungan pendapatan nasional Amerika adalah yang paling luas dilaporkan dan yang paling diamati di seluruh dunia. Simon Kuznets sebagai salah satu pengembang perhitungan tersebut memperoleh penghargaan hadiah nobel.

“Perhitungan pendapatan nasional adalah berdasarkan ide bahwa belanja seseorang menjadi penerimaan orang lain. Ide bahwa belanja sama dengan

penerimaan ini diungkapkan dalam sistem pembukuan *double-entry*, sehingga belanja pada output agregat dicatat pada sisi buku dan pendapatan dari sumber daya dicatat pada sisi lainnya. GDP dapat diukur dengan belanja total pada produksi Amerika atau dengan pendapatan total yang diterima dari produksi tersebut. Pendekatan pengeluaran menjumlahkan seluruh pengeluaran menjumlahkan seluruh pengeluaran agregat pada seluruh barang dan jasa akhir yang diproduksi selama satu tahun. Pendekatan pendapatan menjumlahkan seluruh pendapatan yang diterima selama satu tahun oleh mereka yang memproduksi output tersebut”. Manurung (2008)

A. Metode Perhitungan GDP Berdasarkan Pengeluaran

Seperti telah disebutkan di depan, salah satu cara untuk mengukur nilai GDP adalah dengan menjumlahkan seluruh belanja pada barang dan jasa akhir yang diproduksi perekonomian dalam satu tahun. Cara paaling mudah dalam memahami pendekatan pengeluaran pada GDP adalah membagi pengeluaran agregat menjadi empat komponen : konsumsi, investasi, pembelian pemerintah, dan ekspor neto. Kita akan membahasnya satu per satu. Manurung (2008)

Konsumsi atau secara lebih spesifik pengeluaran konsumsi perorangan adalah pembelian barang dan jasa akhir oleh rumah tangga selama satu tahun. Konsumsi adalah belanja yang paling mudah dipahami dan juga bentuk belanja yang terbesar, yaitu sebesar dua pertiga dari GDP Amerika tahun 1990. Konsumsi meliputi pembelian jasa seperti *dry cleaning*, potong rambut, dan perjalanan udara, pembelian tidak tahan lama seperti sabun, sop, dan pembelian barang tahan lama seperti televisi dan mebel. Barang tahan lama adalah yang dapat digunakan paling tidak selama tiga tahun.

Investasi, atau secara spesifik *investasi domestik swasta bruto* adalah belanja pada barang kapital baru dan tambahan untuk persediaan. Secara lebih umum, investasi meliputi belanja pada produksi saat ini yang tidak digunakan pada saat ini. Bentuk investasi yang paling penting adalah kapital fisik baru, seperti bangunan dan mesin baru yang dibeli perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa. Investasi juga meliputi pembelian konstruksi pemukiman baru. Meskipun investasi berfluktuasi dari tahun ke tahun, secara rata-rata investasi bernilai sepertujuh dari GDP Amerika selama tahun 1990-an.

Pembelian pemerintah, atau secara lebih spesifik *konsumsi dan investasi bruto pemerintah*, mencakup belanja semua tingkat pemerintahan pada barang dan jasa, dari pembersihan jalan bersalju sampai pembersihan ruang pengadilan, dari buku perpustakaan sampai upah petugas perpustakaan. Pembelian pemerintah bernilai hampir seperlima dari GDP Amerika selama tahun 1990-an. Pembelian pemerintah, dan juga GDP, tidak mencakup pembayaran tranfer, seperti social security, bantuan pemerintah kepada penerimaan bantuan dalam pengertian sebenarnya.

Komponen terakhir dari pengeluaran agregat adalah hasil interaksi antara perekonomian Amerika dan luar negeri. Ekspor neto sama dengan nilai ekspor barang dan jasa Amerika dikurangi impor barang dan jasa Amerika. Ekspor neto tidak hanya meliputi nilai perdagangan barang (yaitu barang yang dapat anda jatuhkan di atas kaki anda) tetapi juga jasa (invisibles, seperti pariwisata, asuransi, akuntansi dan konsultasi). mengingat belanja untuk konsumsi, investasi dan pembelian pemerintah meliputi juga pembelian barang dan jasa, maka belanja tersebut tidak diperhitungkan sebagai bagian dari GDP Amerika, sehingga kita harus mengurangi impor dari

ekspor untuk mendapatkan efek neto dari sektor luar negeri pada GDP. Nilai impor Amerika melebihi nilai ekspor hampir pada setiap selama beberapa dekade terakhir ini, yang berarti bahwa ekspor neto Amerika selama ini selalu negatif.

Dalam pendekatan pengeluaran, pengeluaran agregat negara sama dengan penjumlahan konsumsi (C), investasi (I), pembelian pemerintah (G), dan ekspor neto yaitu nilai ekspor (X), dikurangi dengan nilai impor (M), atau (X-M). Penjumlahan komponen tersebut menghasilkan pengeluaran agregat, atau GDP

B. Metode Perhitungan GDP Berdasarkan Pendapatan

Pendekatan pengeluaran menjumlahkan atau mengagregasikan pendapatan dari suatu produksi. Sistem pembukuan *double-entry* dapat memastikan bahwa nilai output agregat sama dengan pendapatan agregat yang dibayarkan untuk sumber daya yang digunakan dalam produksi output tersebut yaitu upah, bunga, sewa dan laba dari produksi. Harga *Hershey bar* mencerminkan pendapatan yang diterima semua pemilik sumber daya sehingga harga barang permen tersebut sampai di rak grosir. Pendapatan agregat sama dengan semua penjumlahan pendapatan yang diterima pemilik sumber daya dalam perekonomian (karena sumber dayanya digunakan dalam proses produksi). Jadi kita dapat mengatakan bahwa Pengeluaran Agregat = GDP = Pendapatan Agregat

Suatu produk jadi biasanya diproses oleh beberapa perusahaan dalam perjalanannya menuju konsumen. Meja kayu, misalnya, mulanya sebagai kayu mentah, kemudian dipotong oleh perusahaan pertama, dipotong sesuai kebutuhan mebel oleh perusahaan kedua, dibuat meja oleh perusahaan ketiga, dan dijual oleh perusahaan keempat. *Double counting* dihindari dengan cara hanya memperhitungkan

nilai pasar dari meja pada saat dijual kepada pengguna atau dengan cara menghitung nilai tambah dari setiap perusahaan sama dengan harga jual perusahaan tersebut dikurangi dengan jumlah yang dibayarkan atas input dari perusahaan lain. Nilai tambah setiap tahap mencerminkan nilai tambah pada semua tahap produksi sama dengan nilai pasar barang akhir, dan penjumlahan nilai tambah seluruh barang dan jasa akhirnya adalah sama dengan GDP berdasarkan pendekatan pendapatan.

2.2 Regulasi pemerintah

2.2.1 UU informasi teknologi dan komunikasi elektronik (ITE)

Kemajuan teknologi saat ini berkembang sangat pesat, kehadiran internet memungkinkan semua orang untuk mengakses informasi dan bertransaksi dengan dunia luar. UU ini dimaksud untuk menjawab permasalahan hukum yang sering kali dihadapi di antaranya dalam penyampainya informasi, komunikasi, atau transaksi secara elektronik, khususnya dalam hal pembuktian dan hal berkaitan dengan perbuatan hukum yang dilaksanakan melalui sistem elektronik. Hal tersebut adalah sebuah langkah yang ditempuh pemerintah dalam penyelenggara layanan informasi secara online yang mencakup beberapa aspek kriteria dalam penyampaian informasi. Menurut data dari Menkominfo UU no 19 tahun 2016 yang merupakan perubahan dari UU no 11 tahun 2008 tentang informasi dan transaksi elektronik yang terdiri dari pasal 45.

2.3 UU Badan Ekonomi Kreatif

1. Kreatifitas adalah kapasitas atau daya upaya untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik dan baru serta menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda
2. Penciptaan nilai tambah yang berbasis kreativitas
3. Usaha Ekonomi Kreatif adalah entitas usaha baik yang berbadan hukum maupun tidak berbadan hukum yang mentransformasikan dan memanfaatkan kreatifitas untuk menghasilkan barang dan jasa serta diakui memiliki hak kekayaan intelektual baik terdaftar maupun melekat. Menurut Kementerian Perdagangan Republik Indonesia UU nomor 72 tahun 2015 yang merupakan perubahan dari UU no 6 tahun 2015 tentang transaksi yang terdiri 48 pasal.

2.4. Penelitian Terdahulu

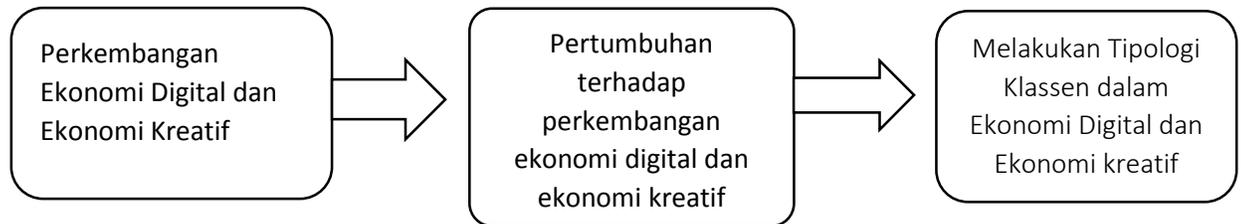
Tabel 2-1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode Estimasi	Variabel yang di gunakan	Hasil riset
1	Strategi pengembangan usaha kota berbasis ekonomi kreatif Oleh : LB. Ruth Florida W.M. Hutabarat	kualitatif deskriptif	keadaan sektor kuliner serta permasalahannya	Dari hasil penelitian yang di hasilkan bahwa usaha dalam bidang kuliner mengalami perubahan begitu signifikan baik pandangan dan mudahnya pengaksesan melalui digital
2	Model penguatan kelembagaan industri kreatif sebagai upaya pengembangan ekonomi daerah Oleh : Muzakar Isa	Kualitatif Deskriptif	Meneliti keterlibatan sektor lain dalam menunjang industri kreatif kuliner	Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa keterlibatan lembaga lain dalam memperkuat tumbuhnya perekonomian industri kreatif pada suatu daerah
3	Pengembangan pusat kuliner nusantara melalui industri kreatif sebagai tujuan wisata Oleh: Maria oda	kualitatif deskriptif	Hanya meneliti kuliner nusantara Lebih ke penataan industri kuliner	Hasil penelitian ini menyatakan bahwa industri kreatif dalam

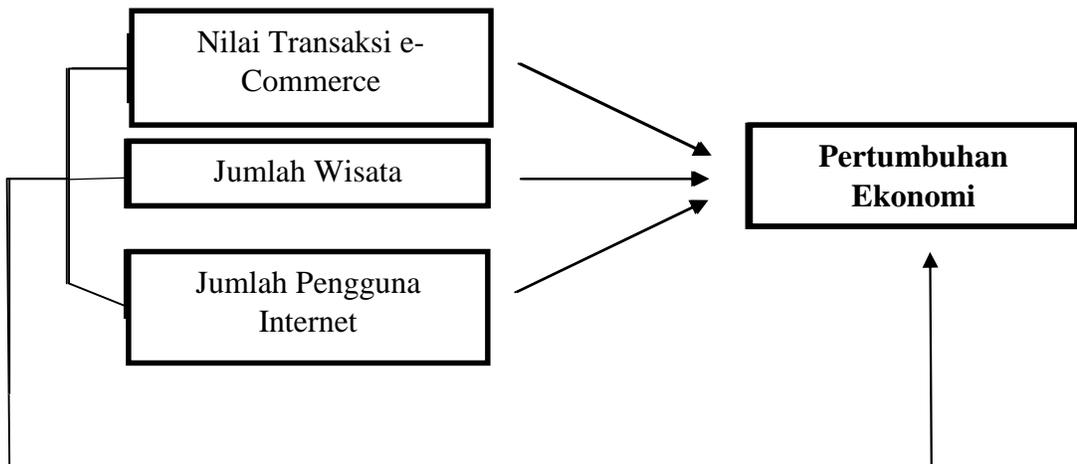
				bidang kuliner memberikan dampak positif terhadap perkembangan perekonomian di bidang kuliner
--	--	--	--	---

2.5 Kearangka Penelitian

2.5.1 Bagan Tahapan Penelitian



2.4. Kerangka Konseptual



2.5. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian kualitatif dan deskriptif merupakan jawaban masalah pertanyaan penelitian yang dikembangkan berdasarkan teori-teori yang perlu diuji melalui proses pemilihan, pengumpulan data, analisa data.

1. JPI (Jumlah Pengguna Internet) pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
2. NTE (Nilai Transaksi *E-commerce*) pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
3. JW (Jumlah Wisata) pengaruh yang positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.
4. JPI (Jumlah Pengguna Internet), NTE (Nilai Transaksi *E-commerce*), JW (Jumlah Wisata) pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Agar penelitian lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan, maka penulis menggunakan pendekatan kualitatif yaitu data yang berbentuk kalimat verbal. Penelitian menggunakan data crosssection. Data yang dihimpun mencakup seluruh Indonesia.

3.2. Definisi Operasional

Tabel 3.1

Defini Operasional

Variabel	Definisi	Sumber Data
Pertumbuhan Ekonomi (PE)	Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia tahun 2007-2016 (persen%)	Bank Indonesia www.bi.go.id
Jumlah Pengguna Internet (JPI)	Jumlah Penggunaan Internet (dalam jutaan Rupiah)	Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) www.apjii.go.id
Nilai Transaksi e-Commerce (NTE)	Nilai Transaksi e-Commerce di Indonesia tahun 2011-2015 (Triliun)	Kementerian Keuangan \ Kominfo www.kominfo.go.id
Jumlah Wisata (JW)	Jumlah Wisata di Indonesia tahun 2015-2018 (juta orang)	Kementerian Pariwisata www.kemenpar.go.id

3.3. Tempat dan Waktu Penelitian

3.3.1. Tempat penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Medan melihat data BPS (Badan Pusat Statistik) di Indonesia .

3.3.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian dilakukan pada bulan November – Februari 2019

3.4. Jenis dan Sumber Data

3.4.1. Jenis data

Adapun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Berdasarkan bentuk : Data kuantitatif

Data kuantitatif adalah data yang menyatakan dalam bentuk angka.

2. Berdasarkan sumber pengumpulan : Data sukender
3. Berdasarkan skala pengukuran : Skala Ratio

Merupakan skala pengukuran yang sudah menyatakan peringkat atau antar tingkat.

3.4.2. Sumber data

1. Data Kuantitatif, data yang diambil langsung dari website-website resmi
2. Data sukunder , Untuk melihat perkembangan ekonomi digital dan ekonomi kreatif menggunakan data sukunder melalui website resmi seperti, <https://www.bps.go.id/>, <https://www.bekraf.go.id/>, <https://www.APJII.or.id>.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1). Data sekunder yang diperoleh dari website pengguna internet di Indonesia yaitu <https://www.bps.go.id/>, <https://www.bekraf.go.id/>, <https://www.APJII.or.id>.

3.6 Model Estimasi

Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan kuantitatif yaitu hubungan antara ketiga variabel tersebut dijadikan dalam bentuk model ekonometrika yaitu sebagai berikut.

$$PE_t = \alpha_0 + \alpha_1 JPI_t + \alpha_2 NTE_t + \alpha_3 JW_t + \epsilon_t \dots \dots \dots (3-1)$$

Dimana : PE_t = Pertumbuhan Ekonomi

JPI_t = Jumlah Pengguna Internet

NTE_t = Nilai Transaksi e-Commerce

JW_t = Jumlah Wisata

α_0 = Kostanta

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$ = Parameter dsri setiap variabel bebas

ϵ_t = Error Term

a. Metode Estimasi

Analisis tren dalam kurun waktu tersebut dapat di analisis dengan menggunakan model regresi linier menggunakan metode kuadrat terkecil atau OLS (*Ordinary Least Square*) dalam bentuk regresi linier berganda (*multiple regression model*) yang disajikan lebih sederhana serta mudah dipahami.

Asumsi-asumsi yang mendasari model regresi linier dengan menggunakan metode OLS adalah sebagai berikut :

1. Nilai rata-rata : disturbance term = 0
2. Tidak terdapat korelasi serial (*serial auto correlation*) diantara disturbance term

$$\text{COV}(\mu_t, \mu_j) = 0 \quad \forall t \neq j$$
3. Sifat momocidentecity dari disturbance term $\text{Var}(\mu_1) = \sigma^2$
4. Covariance antara μ_1 dari setiap variabe bebas (x) = 0
5. Tidak terdapat bias dalam spesifikasi model regresi. Artinya model regresi yang diuji secara tepat telah dispesifikasikan atau diformulasikan
6. Tidak terdapat *collinerity* antar variabel-variabel bebas. Artinya varabel-variabel bebas tidak mengandung hubungan linier tertentu antara sesamanya
7. Jika model berganda yang diestimasi melalui OLS memenuhi suatu set asumsi (asumsi *gauss – markov*) maka dapat ditunjukkan bahwa parameter yang diperoleh adalah bersifat BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*).

3.8 Tahapan analisis

3.8.1. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif merupakan suatu analisa sederhana yang dapat digunakan untuk menggambarkan kondisi observasi dengan menyajikan dalam bentuk tabel, grafik maupun narasi untuk memudahkan pembaca dalam menafsirkan hasil penelitian

Metode analisis deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan ekonomi digital terhdap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia yang dilihat dari tahun 2015-2017.

3.8.3. Tahapan analisis regresi Metode Ordinary Least Square (OLS)

1). Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerapkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu, nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen sangat terbatas dan nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen yang memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependennya. (Kuncoro, 2003).

2). Kolerasi (R)

Koefisien kolerasi adalah nilai yang menunjukkan kuat atau tidaknya suatu hubungan linier antara dua variabel. Koefisien korelasi biasa dilambangkan dengan huruf r dimana bervariasi antara -1 sampai +1. Nilai r yang mendekati -1 atau +1 menunjukkan hubungan yang kuat antara dua variabel tersebut dan nilai r yang mendekati 0 mengindikasikan lemahnya hubungan antara dua variabel tersebut.

3.9 Pengujian (*test diagnostic*)

3.9.1 Uji Statistik t atau Uji Parsial

Uji t statistik dilakukan untuk melihat signifikan dari pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah konstan. Dalam hal ini pengujian dilakukan sebagai berikut :

a. Perumusan Hipotesis

1) $H_0 : \beta_1 = 0$ (JPI berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi)

$H_a : \beta_1 < 0$ (JPI berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia).

2) $H_0 : \beta_1 = 0$ (NTE berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia).

$H_a : \beta_1 < 0$ (NTE berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia).

3) $H_0 : \beta_1 = 0$ (JW berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan di Indonesia).

$H_a : \beta_1 < 0$ (NTE berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia).

b. Uji Statistik

Menurut (Nachrowi dan Usman, 2008), koefisien regresi dapat diketahui dengan cara menghitung nilai t dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{ai}{se ai} \dots \dots \dots (3-2)$$

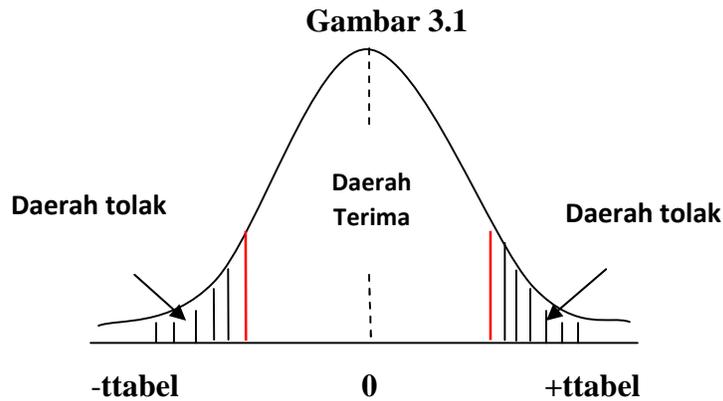
Dimana:

i= koefisien regresi

se= standar eror

c. Krateria Statistik :

Terima H_0 jika nilai t hitung berada dalam internal t table atau ttable thitung t table, hal lain tolak H_0 atau dalam kurva distributor normal adalah :



1. Jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka keputusan akan menerima hipotesis nol (H_0) dan menolak hipotesis alternatif (H_a). Artinya variabel bebas tersebut tidak berpengaruh terhadap nilai variabel terikat.
2. Jika; $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka keputusannya akan menolak hipotesis nol (H_0) dan menerima hipotesis alternatif (H_a). Artinya ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

d. Kesimpulan :

Karena olahan dalam menggunakan software, maka cukup di lihat dari nilai signifikan.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

Metode OLS mendapatkan nilai estimator yang diharapkan dapat memenuhi sifat estimator OLS yang BLUE (Best Linear Unbiased Estimator) dengan cara meminimumkan kuadrat simpangan setiap observasi dalam sampel.

Secara singkat dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga asumsi dalam metode estimasi OLS yang harus dipenuhi dalam pengujian berdasarkan kriteria ekonometrika, yaitu :

1. Tidak ada masalah hubungan antar variabel independen dalam regresi berganda yang digunakan (tidak multikolinearitas).
2. Varian variabel yang konstan (tidak heteroskedastisitas), dan
3. Tidak ada hubungan variabel gangguan antara satu observasi dengan observasi berikutnya (tidak ada autokoreasi)

3.9.3 Multikolinearitas

Multikolinearitas berhubungan dengan situasi dimana ada hubungan linear baik yang pasti atau mendekati pasti antara variabel independen (Gujarati, 2003). Masalah timbul bila Variabel-variabel independen berhubungan satu sama yang lain. Selain mengurangi kemampuan untuk menjelaskan dan memprediksi, multikolinearitas juga menyebabkan kesalahan baku koefisien (uji t) menjadi indikator yang tidak dipercaya.

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas saling berhubungan secara linier dalam model persamaan regresi yang digunakan. Apabila terjadi multikolinearitas, akibatnya variabel penafsiran

menjadi cenderung terlalu besar, t-hitung tidak biasa, namun tidak efisien. Dalam penelitian ini uji multikolinieritas. Kriteriaanya apabila jika R² regresi persamaan utama lebih dari R² regresi auxilliary maka didalam model tidak terjadi mulikolinieritas. Model auxilliary regression dalah :

$$F \frac{R^2 X1, X2, X3, \dots xk(k - 2)}{1 - R^2 X1, X2, X3, \dots xk(N - K + 1)} + \dots \dots \dots \dots \dots \dots \dots \dots \dots (3 - 4)$$

3.9.4 Heterokedasitas

Heterokedasitas adalah keadaan dimana varians dari setiap gangguan tidak konstan. Dampak adanya hal tersebut adalah tidak efisiensi proses estimasi, sementara hasil estimasi sendiri tetap konsisten dan tidak biasa serta akan mengakibatkan hasil uji t dan uji f dapat menjadi tidak “relibale” atautidak dapat dipertanggung jawabkan.

Untuk mengetahui ada atau tidaknya heterokedasitas dapat digunakan Uji Whitw. Secara manual uji ini dilakukan dengan melakukan regrasi kuadrat dengan variabel bebas kuadrat dan perkalian variabel bebas. Nilai R² yang didapat digunakan untuk menghitung X², dimana X² = n * R² (Gujarati, 2003). Dimana pengujian adalah jika nillai probality Obsevasion R-Squared lebih besar dari taraf nyata 5 persen. Maka hipotesis alternatif adanya heterokedasrisitas dalam model ditolak.

3.9.5 Autokolerasi

Autokolerasi adalah keadaan dimana variabel gangguan pada periode tertentu berkolerasi dengan variabel pada periode lainnya, dengan kata lain variabel gangguan tidak random. Faktor-faktor yang menyebabkan autokorelasi anantara

lain kesalahan dalam menentukan model, menggunakan lag pada model, memasukan variabel yang penting . Akibat dari adanya autokorelasi adalah pramenter bias dan variannya minimum, sehingga tidak efisien (Gujarati, 2003).

Untuk menguji ada tidaknya autokolerasi salah satunya diketahui dengan melakukan Uji Durbin Waston atau Waston Test. Dimana apabila d_i dan d_u adalah batas bawah dan batas atas, statistik menjelaskan apabila nilai Durbin Watson berada pada $2 < DW < 4-d_u$ maka dapat dinyatakan tidak terdapat autokorelasi atau no autocorrelation, 2012).

3.7.3 Analisis Tipologi Klassen

Alat analisis Tipologi Klassen digunakan untuk mengetahui gambaran tentang pola dan struktur pertumbuhan ekonomi masing-masing daerah. Tipologi Klassen pada dasarnya membagi daerah berdasarkan dua indikator utama, yaitu pertumbuhan ekonomi daerah dan pendapatan per kapita daerah. Dengan menentukan rata-rata pertumbuhan ekonomi sebagai sumbu vertikal dan rata-rata pendapatan per kapita sebagai sumbu horizontal, daerah yang diamati dapat dibagi dibagi menjadi empat klasifikasi, yaitu: daerah cepat maju dan cepat tumbuh (*high growth and high income*), daerah maju tapi tertekan (*high income but low growth*), daerah berkembang cepat (*high growth but low income*), dan daerah relatif tertinggal (*low growth and low income*)

Kriteria yang digunakan untuk membagi daerah kabupaten/kota dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Daerah cepat maju dan cepat tumbuh

Daerah maju dan cepat tumbuh (*rapid growth region*) adalah daerah yang mengalami laju pertumbuhan PDRB dan tingkat pendapatan per kapita yang lebih tinggi dari rata-rata seluruh daerah. Pada dasarnya daerah-daerah tersebut merupakan daerah yang paling maju, baik dari segi tingkat pembangunan maupun kecepatan pertumbuhan. Biasanya daerah-daerah ini merupakan daerah yang mempunyai potensi pembangunan yang sangat besar dan telah dimanfaatkan secara baik untuk kemakmuran masyarakat setempat. Karena diperkirakan daerah ini akan terus berkembang dimasa mendatang.

2. Daerah maju tapi tertekan

Daerah maju tapi tertekan (*retarded region*) adalah daerah-daerah yang relatif maju tetapi dalam beberapa tahun terakhir laju pertumbuhannya menurun akibat tertekannya kegiatan utama daerah yang bersangkutan. Karena itu, walaupun daerah ini merupakan daerah telah maju tetapi dimasa mendatang diperkirakan pertumbuhannya tidak akan begitu cepat, walaupun potensi pembangunan yang dimiliki pada dasarnya sangat besar.

3. Daerah berkembang cepat

Daerah berkembang cepat (*growing region*) pada dasarnya adalah daerah yang memiliki potensi pengembangan sangat besar, tetapi masih belum diolah secara baik. Oleh karena itu, walaupun tingkat pertumbuhan ekonominya tinggi namun tingkat pendapatan per kapitanya, yang mencerminkan tahap pembangunan yang telah dicapai sebenarnya masih relatif rendah dibandingkan dengan daerah-daerah lain. Karena itu dimasa mendatang daerah ini diperkirakan mampu berkembang dengan pesat untuk mengejar ketertinggalannya dengan daerah maju.

4. Daerah relatif tertinggal

Kemudian daerah relatif tertinggal (*relatively backward region*) adalah daerah yang mempunyai tingkat pertumbuhan dan pendapatan per kapita yang berada dibawah rata-rata dari seluruh daerah. Ini berarti bahwa baik tingkat kemakmuran masyarakat maupun tingkat pertumbuhan ekonomi di daerah ini masih relatif rendah. Tetapi hal ini tidak berarti bahwa didaerah ini tidak akan berkembang di masa mendatang. Melalui pengembangan sarana dan prasarana perekonomian daerah berikut tingkat pendidikan dan pengetahuan masyarakat setempat diperkirakan daerah ini secara bertahap akan dapat pula mengejar ketertinggalannya (Kuncoro, 2006)

Tabel 3.3

Tipologi Klassen

PDRB Perkapita (y)	— ————— $(y_i < y)$	— ————— $(y_i > y)$
Laju Pertumbuhan (r)		
— ————— $(r_i > r)$	Kuadran I Daerah Cepar maju Dan cepat tumbuh	Kuadran II Daerah maju tapi tertekan
— ————— $(r_i < r)$	Kuadran III Daerah berkembang cepat	Kuadran VI Daerah Tertinggal

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia

Perkembangan kemajuan teknologi dan informasi komunikasi (TIK) akhir-akhir ini dirasakan hampir di setiap aspek kehidupan masyarakat sebagaimana setiap kemajuan teknologi komunikasi yang lain, internet masuk ke salah satu kebutuhan yang mendasar pada masyarakat. Teknologi internet berkembang dan menyatu dalam sebuah ruang maya atau sering disebut sebagai *cyber – space*.

Kelompok G-20 berkomitmen untuk memantapkan ekonomi digital sebagai salah satu bentuk instrumen inovatif bagi peningkatan pertumbuhan ekonomi global, penyelenggara KTT G-20 yaitu pertumbuhan inovatif. Pemerintah memiliki misi jangka panjang menjadikan Indonesia menjadi *The Digital Energy of Asia*. Berkaitan dengan hal tersebut, setelah berkunjung ke industri berbasis digital untuk berkolaborasi membentuk *roadmap* perdagangan digital agar industri Indonesia tahun 2020 bisa mencapai 130 miliar dolar.

Pertumbuhan ekonomi Indonesia triwulan I-2016 menunjukkan angka 4,92 %. Angka tersebut lebih rendah dibandingkan triwulan 4-2015, yaitu sebesar 5,04 % tetapi meningkat dibandingkan triwulan I tahun 2015, yaitu sebesar 4,71 %, perekonomian dipercaya masih akan mampu tumbuh secara optimal di periode yang akan datang. Salah satu sektor yang dipercaya mampu menompang pertumbuhan ekonomi tersebut adalah ekonomi digital. Topscott seorang pakar ekonomi digital, (1998) menjelaskan ekonomi digital sebagai sebuah sosiopolitik

dan sistem ekonomi yang meliputi informasi dan proses informasi, serta kapasitas komunikasi.

Ekonomi digital dipercaya akan mampu menjawab tantangan pembangunan prekonomian dalam negeri, perkembangan ekonomi digital sudah tidak dapat diragukan lagi, terlebih dikota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Bandung, dan Medan. Barang kebutuhan dasar yang semula hanya dapat diperdagangkan dalam transaksi konvensional, kini sudah dapat dilakukan dalam bentuk perdagangan digital. Indonesia telah memiliki perusahaan digital seperti Go-jek, Blibli, dan Traveloka yang terus berkembang. Masyarakat (konsumen) tidak perlu lagi memusingkan waktu dan biaya tambahan yang harus dikeluarkan membutuhkan sebuah barang.

Perusahaan asal Indonesia merupakan kompetitor kuat jika dikaitkan dengan perdagangan digital. Indonesia merupakan pemain utama dalam perdagangan digital. Masih dari sumber yang sama, pertumbuhan perdagangannya diprediksi akan mampu tumbuh hingga 10 kali lipat dari situasi yang ada saat ini.

Sebagai negara dengan jumlah populasi lebih 250 juta, Indonesia memiliki potensi ekonomi digital yang sangat besar. Literasi internet masyarakat yang semakin tinggi yang didorong oleh meluasnya penggunaan internet masyarakat yang sangat tinggi yang didorong oleh meluasnya penggunaan telepon pintar (*smartphone*) dan *boardband* menjadi komponen penting bagi pertumbuhan ekonomi digital, disamping ketersediaan berbagai aplikasi atau konten yang mendukung, kesiapan pelaku Usaha Kecil Menengah (UKM) untuk mampu

membuat produk yang terstandarisasi serta adanya dukungan jaringan logistik yang handal. Pemerintah pun telah melihat besarnya potensi yang ada dan mencanangkan Indonesia sebagai negara ekonomi digital tersebar di Asia Tenggara pada tahun 2020.

Masyarakat Indonesia semakin merasakan hadirnya era digital yang memasuki berbagai bidang kehidupan, mengikuti tren yang terjadi yang memasuki berbagai bidang kehidupan, mengikuti tren yang terjadi di tataran global. Digitalisasi telah merubah cara manusia berperilaku, khususnya dalam bidang ekonomi karena proses bisnis menjadi lebih cepat, efisien, dan efektif. Disaat yang sama, era digital menawarkan peluang-peluang ekonomi baru yang tidak terlihat sebelumnya, melalui berbagai era kreatif yang berbasis layanan digital. Model bisnis dalam bertransaksi juga bergerak cepat dari sistem pasar konvensional menuju pasar *bor platforme-Commerce*, yang tidak lagi mengenal batas-batas wilayah baik bagi produsen maupun konsumen.

New Economy lahir karena keberadaan dan perumbukaan (perusahaan atau negara) Sangat tinggi. Istilah *New Economy* diukur dengan sejumlah indikator yang dikelompokkan dalam lima komponen yaitu pekerjaan berbasis pengetahuan, globalisasi, dinamisme ekonomi, transformasi ke ekonomi digital, dan kapasitas inovasi teknologis. Globalisasi, dan inovasi teknologi terutama TIK memungkinkan informasi mengalir bebas dan tidak mengenal batas negara dan waktu. Saat ini peran informasi menjadi sangat penting, baik untuk kepentingan pemerintahan prekonomian, sosial budaya, dan bahkan pertahanan

keamanan sejalan dengan kecenderungan global yang merupakan Teknologi Informasi Komunikasi (TIK).

Tabel 4.1
PDB Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku
Tahun 2012-2015

No	Sektor Ekonomi Digital	2012	2013	2014	2015
1	Industri Pengolahan	1,848,151	2,007,427	2,227,584	2,418,892
2	Industri Tekstil dan Pakaian Jadi	116,558	129,912	139,032	139,394
3	Industri Kertas, dan Reproduksi Media Rekaman	73,665	74,319	84,373	87,76
4	Transportasi dan Pergudangan	313,156	375,306	466,969	578,464
5	Informasi dan Komunikasi	311,362	341,009	369,457	406,017
6	Jasa Keuangan dan Asuransi	320,534	370,132	408,439	464,4
7	Jasa Pendidikan	270,372	307,862	341,818	387,611
8	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Lainnya	86,235	96,881	109,147	123,192

Sumber : Badan Pusat Statistik

Sektor Ekonomi Digital ini terdiri atas 8 sektor sehingga dapat diperoleh perolehan kontribusi PDB (Produk Domestik Bruto) dari masing-masing sektor. Melalui detail kontribusi per sektor, maka dapat dilakukan analisis lebih lanjut mengenai kontribusi ekonomi digital terhadap PDB di Indonesia.

Sektor Industri pengolahan menjurai daftar kontribusi terbesar mencapai Rp 1,848 triliun dari seluruh nilai tambah ekonomi digital tahun 2015. Lalu urutan untuk berikutnya diduduki oleh sektor Transportasi dan pergudangan memberikan pengaruh nilai tambah ekonomi digital sebesar Rp 578 Miliar pada tahun 2015 . Urutan ke tiga Informasi dan Komunikasi sekitar Rp 406 Miliar. Ketiga sektor ini jauh meninggalkan 5 sektor lainnya. Seluruh sektor berhasil tumbuh setidaknya 20%-50% sejak tahun 2012 sampai 2015. Hal ini terdorong oleh kemudahan perdagangan ekonomi digital melalui akses internet. Menurut

data E- market dan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. Pengguna Internet di Indonesia terus bertumbuh disetiap tahunnya.

4.1.1 Perkembangan Laju Pertumbuhan Ekonomi Digital

Prekonomian Indonesia tercatat tumbuh cukup baik diengah lemahnya pertumbuhan prekonomian global, yaitu tumbuh sebesar 5,03%. Pertumbuhan ekonomi Indonesia ini lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 4,88%. Pertumbuhan ekonomi tersebut ditopang oleh daya beli masyarakat yang masih kuat dan didukung oleh belanja pemerintah khususnya untuk infrastruktur pergerakan inflasi selama tahun 2016 terkendali sebesar 3,02%.

Gambar 4-2
Laju Pertumbuhan Sektor Tik(Teknologi Informasi Komunikasi) dan PDB
Indonesia
Tahun 2007-2006



Sumber : Badan Pusat Statistik

Berdasarkan data laju pertumbuhan PDB dan laju pertumbuhan sektor TIK di Indonesia pada tahun 2007-2006 diatas ternyata setiap tahunnya antara laju pertumbuhan di sektor TIK dengan laju pertumbuhan sektor TIK dibandingkan

laju pertumbuhan PDB di Indonesia sendiri. Meskipun laju pertumbuhan sektor TIK cenderung mengalami penurunan sendiri tetapi laju pertumbuhan PDB di Indonesia cukup stabil.

Keseriusan Pemerintah menggerakkan ekonomi juga terlihat dari paket kebijakan ekonomi jilid 1 hingga 14 yang dikeluarkan pemerintah. Meski belum semua kebijakan berjalan efektif, namun hal ini memberi harapan yang baik bagi dunia usaha digital terutama pada paket kebijakan ekonomi jilid 14 paket yang merupakan *roadmap-Commerce* ini dikeluarkan pemerintah karena pemerintah menarget Indonesia menjadi ekonomi digital menjadi digital terbesar di Asia Tenggara pada tahun 2020. Potensi ekonomi Digital di Indonesia didukung oleh jumlah pengguna internet yang sebesar 132,7 orang. Pengguna smartphone di Indonesia juga tumbuh sangat cepat dan diperkirakan mencapai lebih dari 150 juta orang orang di akhir tahun 2006. Dengan mendorong kemudahan pemanfaatan aplikasi digital akan memberikan kontribusi nyata bagi perkembangan ekonomi Indonesia dalam bentuk tumbuhnya industri kreatif, seperti industri fashion , kuliner film, desain, arsitektur, dan lainnya, yang membutuhkan infrastruktur digital untuk mempercepat laju pertumbuhan. Dimana pontensi ini akan jadi pondasi bagi Indonesia untuk menjadi ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara Sejalan dengan pontensi perkembangan ekonomi digital yang menjanjikan, Industri telekomunikasi di Indonesia. Belanja telekomunikasi masyarakat Indonesia akan terus tumbuh sejalan dengan meningkatkan daya beli masyarakat akibat kondisi makro ekonomi yang terjaga stabil oleh pemerintah.

4.1.2 Perkembangan Kewirausahaan *E-commerce*

Salah satu bentuk pertumbuhan bisnis *retail* Indonesia yang paling terlihat jelas adalah nisnis perdagangan *online* atau *e-Commerce*. Para pedagang *offline* yang selama ini ada mengisi dunia *retail* Indonesia sebut saja diantaranya Matahari, Hero Group, atau CT Group, dan banyak lagi group-group besar lainnya terus tumbuh signifikan namun masyarakat Indonesia juga mulai sadar bahwa ada gaya hidup yang berubah, teknologi internet berkembang sangat cepat, produk semakin beragam dan kualitas semakin baik, tingkat kepercayaan dan kesadaran dalam jual beli semakin meningkat, infrastruktur telekomunikasi semakin baik, perlunya distribusi yang bisa menjangkau keseluruhan wilayah hingga pedesaan, dan sebagainya telah menimbulkan suatu evolusi yang berjalan pelan tapi pasti bahwa bisnis *e-Commerce* akan terus berkembang di masa-masa yang akan datang.

Perkembangan ekonomi digital ditandai dengan kemunculan *e-commerce* di Indonesia salah satunya adalah kaskus. Kaskus merupakan *e-commerce* pertama di Indonesia yang didirikan oleh Andrew Darwis pada tahun 1999. Perkembangan *e-commerce* semakin banyak ketika pada tahun 2006 muncul 3G yang semakin membuat masyarakat semakin tertarik dengan keberadaan internet untuk menunjang kehidupannya termasuk dalam memenuhi kebutuhan mereka. Saat ini dunia *e-Commerce* diwarnai oleh beberapa pemain misalnya tokopedia, lazada , bhineka, blibli, zalora, shopee dan lain-lain. Peningkatan pemanfaatan aplikasi digital ini terus didorong untuk mendukung kemajuan prekonomian, agar tidak didominasi oleh asing maka para *entrepreneur* Indonesia harus menangkap peluang

ini, bertindak cepat secepat tumbuhnya beberapa kewirausahaan asing yang dalam hitungan bulan telah memposisikan diri sebagai perusahaan *e-Commerce*.

Generasi muda Indonesia mulai berani untuk keluar dari zona nyaman dan memulai usaha sendiri yang terwujud dari banyaknya wirausaha baru, dalam beberapa tahun terakhir muncul semangat baru untuk mendorong wirausaha muda, usaha rintisan (*start up*) semakin terlihat. Generasi muda berlomba-lomba menunjukkan keunggulan produk dan jasanya. Kondisi itu tentunya menimbulkan optimisme hadirnya pertumbuhan ekonomi baru. *Start up* tentunya menyerap semakin banyak tenaga kerja seiring pertumbuhan bisnis yang dialami pemerintah sendiri melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) telah mencanangkan Gerakan Nasional 1.000 *start up*. Program itu harus didorog untuk mendukung ekonomi kerakyatan yang juga sudah mengarah ke pembiayaan dan investasi teknologi financial Kemenkominfo memproyeksikan pada tahun 2020.

Tabel 4.3
Total Penjualan Online di Indonesia
(dalam Milyar USD)

Tahun	Penjualan
2012	1,04 Milyar
2013	1,8 Milyar
2014	2,6 Milyar
2015	3,56 Milyar
2016	4,49 Milyar

Sumber : Statistik

Berdasarkan tabel diatas, Statista adalah salah satu perusahaan statistik termuka di internet yang menyediakan informasi statistik pengguna untuk meneliti data kuantitatif. Total penjualan online di Indonesia dari tahun 2012 sampai sampai tahun 2016 mengalami tren peningkatan. Meskipun besar pendapatan penjualan *online* belum sebanding dengan penjualan retail tetapi penjualan *online* mengindikasikan kenaikan dan cukup stabil. Pada tahun 2012 total penjualan *online* di Indonesia sebanyak USD 1,04 milyar diakibatkan pada saat itu *e-commerce* belum terlalu populer di Indonesia apalagi jika dilihat dari jumlah pengguna internet pada tahun 2012 sebanyak 55 juta tidak sebanding dengan jumlah penduduk sebanyak 245,4 juta jiwa. Pada tahun 2016 total penjualan *online* berhasil meraih sebanyak USD 4,49 Milya, jika dilihat besarnya peluang dan pemanfaatan dalam kegiatan ekonomi menarik perhatian banyak pihak, untuk ambil bagian dan bahkan melakukan investasi yang fantastis. Para investor percaya pada peluang investasi di Indonesia melihat dari kemajuan ekonomi negara, jumlah konsumsi kelas menengah yang meningkat, serta banyaknya populasi anak muda yang melek teknologi. Perkembangan *e-commerce* juga diharapkan tidak hanya memberikan keuntungan pada pelakunya saja tetapi juga bagi pertumbuhan ekonomi.

Pelaku Usaha Mikro kecil Menengah (UMKM) tidak lagi menjadi pelaku UMKM tetapi membangun *start up* berbeda dengan UMKM, usaha ini menggunakan teknologi Internet *Start up* mempunyai ambisi untuk menjadi besar dan untuk menjadi pemain global, ketika generasi milenial dan generasi Z yang terdidik muncul yang mereka pikirkan bukan lagi untuk menjadi pelaku UMKM

melainkan untuk penciptanya *star-up*. Banyak negara, bisnis *start up* diyakini berdampak penciptanya lapangan kerja yang besar sehingga mereka diberikan ruang dan area khusus dengan kebijakan yang harmonis. Tentu saja anak muda menyambut dengan baik, namun justru sebagai ancaman bagi satu generasi di atas mereka yang menyebabkan keceberuan terhadap kelompok inovatif. Teknologi telah membuat segala produk menjadi jasa-jasa yang serba digital dan membentuk *marketplace*, *platform* baru dengan masyarakat yang sama sekali berbeda. Menurut Kasali dalam bukunya *disruption*(2017), banyak bisnis lama yang sudah mapan menjadi goyah setelah berhadapan dengan lawan tak terlihat yang baru misalnya terguncangnya matahari dana ramayana sebagai *retailer* konvensional ketika berhadapan dengan lazada atau zalora. Mereka masuk ke dunia bisnis tanpa mengikuti pola yang selama ini diterapkan. Saat dunia berubah industri lama terdisrupsi karena lawan-lawan berada diluar jangkauan radar mereka. Sejumlah pihak bahkan menuding daya beli masyarakat turun padahal yang terjadi bukan tentang penurunan daya beli melainkan soal perpindahan cara membeli dan apa yang dibeli konsumen, *disruption* lah salah satu penyebabnya.

Sejalan dengan hal itu ilmu ekonomi memandang sebagai sebuah transformasi yang tidak bisa dihindari namun tetap harus diwadahi. Salah satu cara untuk mendukung kegiatan *e-commerce* yaitu dengan upaya inovasi pemanfaatan TIK, mengurangi biaya, meningkatkan kualitas infrastruktur, dan memperluas jaringan melalui TIK. Dalam hal ini pemerintah berperan penting

untuk mendukung kegiatan *e-commerce*, salah satu bentuk pemerintah mendukung *e-commerce* yaitu dengan membentuk UU ITE di tahun 2008.

4.2 Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Ekonomi kreatif adalah gelombang keempat tahapan pembangunan ekonomi setelah ekonomi pertanian, industri, dan informasi, yang akan menjadi sektor ekonomi yang penting pada masa depan karena berbasis kreativitas dari orang-orang kreatif yang merupakan sumber daya terbarukan

Pada akhir tahun 1990-an hasil penelitian di negara maju menunjukkan bahwa industri kreatif menciptakan tingkat pertumbuhan PDB yang tinggi, peningkatan nilai tambah, serta peningkatan lapangan pekerjaan. Industri kreatif berpotensi untuk menjadi menjadi sektor-sektor kunci yang akan mendorong perubahan perekonomian, tenaga kerja berkualitas, investasi, serta aliran kreativitas dan inovasi lintas sektoral dalam perekonomian.

Pada tahun 2008, krisis keuangan global mengurangi permintaan dunia dan pengurangan nilai neraca perdagangan sebesar 12%. Namun hal yang mengherankan adalah, nilai ekspor produk dan jasa kreatif dunia terus bertambah dan mencapai US\$592 MILIAR. Jumlah tersebut di atas dua kali lipat dari nilai ekspor produk dan jasa kreatif tahun 2002. Menunjukkan rata-rata pertumbuhan ekspor produk kreatif selama enam tahun terakhir sekitar 14% pertahun (UNCTAD, 2010), hal ini membuktikan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi yang besar bagi negara berkembang yang sedang berusaha untuk memberikan keragaman pada efektivitas perekonomian. Total ekspor produk kreatif negara berkembang mencapai 43% dari total perdagangan produk kreatif dunia pada

tahun 2008 . Menunjukkan perkembangan pesat negara berkembang berkontribusi dalam industri kreatif dunia.

4.2.1 Wirausaha Muda Ekraf di Indonesia

Perkembangan wirausaha muda di Inonesia saat ini mengalami peningkatan jumlah yang cukup baik. Hal ini merupakan respon positif bagi prekonomian Nasional dimana pemerintah sedang gencar-gencarnya mengerakan usia produktif untuk membuka lapangan usaha. Pemerintah melalui Kementerian Perekonomian mendorong agas pelajar mahasiswa menjadi bibit wirausaha. Sebab, para generasi muda ini memiliki nilai dan posisi yang strategis untuk membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Pengembangan kewirausahaan di generasi muda merupakan keharusan untuk membuat Indonesia lebih baju dan mandiri, karena syarat dari negara maju salah satunya adalah memiliki jumlah wirausaha minimal 2% dari total populasi, dan saat ini jumlah wirausaha Indonesia masih kurang dari 2% tau sebanyak 700 ribu orang, sehingga masih dibutuhkan sedikitnya 4 juta wirausaha baru. Dibandingkan dengan negara-negara lain, perkembangan kewirausahaan di Indonesia masih sangat kurang, sebagi pembanding kewirausahaan di Amerika Serikat tercatat mencapai 11% dari total penduduknya, Singapore sebanyak 7% , dan Malaysia sebanyak 5%.

Sebagai negara yang mengalami bonus demografi yakni populasi anak muda yang melimpah dengan prosentase 27% di tahun 2014 Indonesia harus memberdayakan generasi mudanya untuk kegiatan produktif terutama bagi

prekonomian. Dengan adanya sarana prasarana yang mumpuni maka bukan tidak mungkin perkembangan wirausaha muda di bidang kreatif akan tumbuh pesat

Tabel 4.2
Jumlah Tenaga Kerja Ekraf
2011-2016

No	Jenis P/K (Juta Jiwa)	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	Perempuan	7,03	7,81	7,85	8,81	8,18	9,42
2	Laki-Laki	6,41	6,68	6,87	6,98	7,39	7,48

Sumber : BEKRAF

Tenaga kerja perempuan Indonesia tercatat terus mendominasi dibidang ekonomi kreatif. Sejak 2011 hingga 2016, proporsi tenaga kerja perempuan terhadap laki-laki terus meningkat .

Pada tahun 2011, sebanyak 7,03 juta perempuan terjun aktif dalam ekonomi kreatif Indonesia, jumlah tersebut sekitar 52,23% dari total tenaga kerja di ekonomi kreatif, sedangkan laki-laki tercatat sebanyak 6,41 juta jiwa atau sekitar 47,67%. Sementara itu pada 2016, jumlah tenaga kerja perempuan meningkat hingga 9,42 juta jiwa, atau sekitar 55,74%, sedangkan laki-laki sebanyak 7,48 juta atau 44,26%.

Kontribusi ekonomi kreatif terhadap Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia juga tercatat terus bertumbuh. Mulai dari Rp581,54 triliun pada 2011, hingga diproyeksikan menyentuh lebih dari Rp1.000 triliun pada 2012.

4.3 Ekonomi Digital Terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Salah satu sektor yang dipercaya mampu menompang pertumbuhan ekonomi tersebut adalah ekonomi digital. Menjelaskan ekonomi digital sebagai sosiopolitik dan sistem ekonomi yang memiliki ciri sebagai meliputi informasi dan pemrosesan informasi, serta kapasitas komunikasi. Keberadaan ekonomi digital akan ditandai dengan semakin maraknya perkembangan bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, klaborasi, dan koperasi, antar perusahaan ataupun individu.

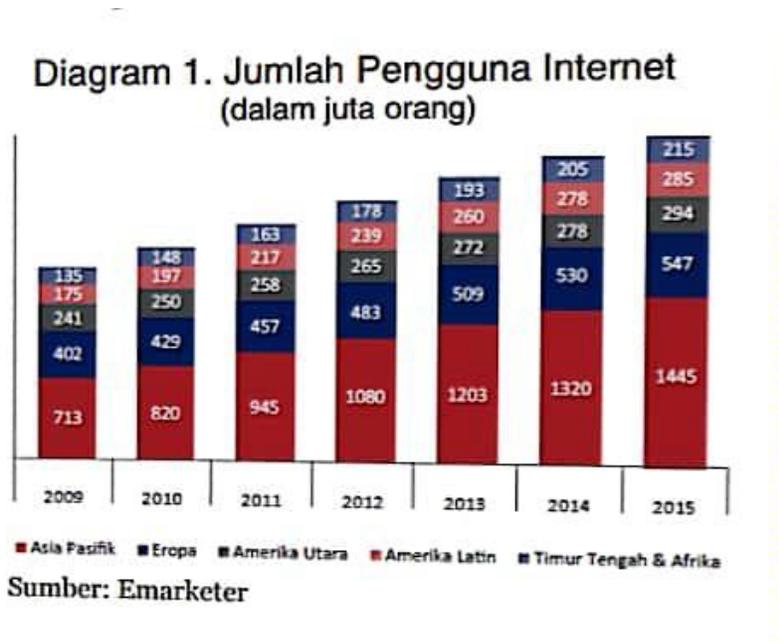
Bank dunia mencatat bahwa Indonesia telah mengalami pertumbuhan kelas menengah yang begitu fantastik sejak krisis moneter tahun 1998. Pertumbuhan kelas menengah ini prediksi dengan populasi sebanyak 114 juta jiwa. Potensi ekonomi digital juga tidak terlepas dari penggunaan internet yang ada saat ini. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa diprediksi akan terus meningkat pertumbuhan ekonomi sehingga Indonesia sebagai pasar yang sangat potensial bagi para pedagang atau pelaku bisnis perdagangan digital.

Perkembangan ekonomi digital di dunia sedemikian pesat yang tergambar pada beberapa indikator. Nilai investasi dalam bidang telekomunikasi cukup tinggi dan dalam tren yang masih terus meningkat. OECD (2015) mencatat bahwa nilai investasi bidang telekomunikasi di dunia sejak tahun 2000 mencapai rata-rata 200 miliar dolar AS per tahun, total sambungan telekomunikasi yang terdiri dari telepon analog, digital, modern, serat fiber, dan selular mencapai sekitar 2,1 miliar sambungan pada tahun 2013. Hal ini menandakan preferensi

masyarakat dunia terhadap telepon seluler semakin tinggi. Jumlah pengguna internet mengalami peningkatan terutama Asia. Pada tahun 2009 pengguna internet di Asia berjumlah 713 juta orang, ditahun 2015 meningkat lebih dari 200% yaitu 1.445 juta orang. Data pengguna Internet bisa dilihat pada diagram.

4.3 Diagram Pengguna Internet

(dalam juta orang)



Dilihat dari segi konsumen, Indonesia juga merupakan pasar yang sangat potensial. Sebagai negara dengan jumlah populasi terbanyak ke-4 dunia, kekuatan pasar domestik tentu tidak dapat dipandang transaksi konvensional dan elektronik. Ini tentu menyebabkan pemerintah akan kehilangan potensi penerima negara. Untuk itu penting rasanya bagi pemerintah untuk melakukan inovasi terkait pemungutan pajak yang baru dan lebih aplikatif untuk transaksi ekonomi digital.

Penerapan teknologi digital meningkatkan produktivitas dan mengurangi biaya produksi. Berbisnis secara konvensional pada umumnya menyerap tenaga kerja lebih banyak. Penerapan teknologi digital berpotensi menggantikan bisnis konvensional sehingga dapat mengurangi penyerapan tenaga kerja. Dalam hal ini diperlukan kebijakan pemerintah untuk memastikan perkembangan ekonomi digital berdampak positif pada perekonomian secara keseluruhan.

4.4 Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif bertujuan untuk melihat frekuensi data independen data dependen, serta sebaran data dan peningkatan maksimum dan minimum dari data. Adapun hasil dari pengujian berikut.

Tabel 4.4
Statiska Deskriptif Pertumbuhan Ekonomi

	PE	JPI	NTE	JW
Mean	5.110000	1.11E+08	5.38E+13	10941612
Median	5.030000	1.10E+08	4.25E+13	10406759
Maximum	5.560000	1.43E+08	1.08E+14	14040000
Minimum	4.880000	82000000	2.37E+13	8802129.
Std. Dev.	0.261438	26820375	3.55E+13	2115606.
Skewness	1.210395	0.075593	0.689292	0.520954
Kurtosis	2.939774	1.377421	1.999387	1.867459
Jarque-Bera	1.221636	0.553254	0.604525	0.493380
Probability	0.542907	0.758337	0.739144	0.781383
Sum	25.55000	5.56E+08	2.69E+14	54708058
Sum Sq. Dev.	0.273400	2.88E+15	5.05E+27	1.79E+13
Observations	5	5	5	5

Dari hasil statiska deskriptif model pertumbuhan ekonomi yang telah di log untuk yang lebih signifikan, menunjukkan bahwasanya dalam rentang tahun 2013 sampai 2016, nilai mean Pertumbuhan Ekonomi (PE) sebesar 5,110000 artinya bahwa

dalam setahun laju pertumbuhan ekonomi yang dilakukan sebesar 5,11%, sementara nilai mean dari Jumlah Pengguna Internet (JPI) sebesar 1,11 artinya dalam kurun waktu 5 tahun JPI mengalami kenaikan sebesar 1,11%, nilai mean dari variabel jumlah Nilai Transaksi *e-Commerce* (NTE) sebesar 5,38 Tiliun artinya dalam kurun waktu 5 tahun Nilai Transaksi *e-Commerce* (NTE) mengalami kenaikan sebesar 5,38% dan rata-rata Jumlah Wisata (JW) sebesar 1,0941612 artinya jumlah wisata mengalami kenaikan sebesar 1,09% yang akan terus meningkat pertumbuhannya ekonominya.

4.5 Hasil Analisis Regresi

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan aplikasi E-Views 9 untuk pengolahan data yaitu pengujian model mencari tiap variabel, pengujian dan hipotesis.

Gambar 4.5
Regresi Berganda

Dependent Variable: LOG(PE)
Method: Least Squares
Date: 03/14/19 Time: 18:37
Sample: 2013 2017
Included observations: 5

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(JPI)	-0.965241	0.467552	-2.064459	0.2872
LOG(NTE)	0.593130	0.317556	1.867798	0.3129
LOG(JW)	-0.941722	0.804562	-1.170479	0.4501
C	16.09003	7.308395	2.201582	0.2714
R-squared	0.856620	Mean dependent var		1.630188
Adjusted R-squared	0.426479	S.D. dependent var		0.049851
S.E. of regression	0.037753	Akaike info criterion		-3.724968
Sum squared resid	0.001425	Schwarz criterion		-4.037417
Log likelihood	13.31242	Hannan-Quinn criter.		-4.563552
F-statistic	1.991486	Durbin-Watson stat		3.182330
Prob(F-statistic)	0.470337			

Sumber : E-Views 9 dan diolah

Dari hasil uji logaritma natural diatas dapat dilihat bahwasanya semua vaiabel bebas pada modal ini tidak signifikan pada derjat 5%, 10 %, dan 15%. Akan tetapi masih ditemukan masalah autokorelasi.

4.6 Penaksiran

4.6.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Kofisien determinan (R Square) berarti proporsi presentase variabel total dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) yang menjelaskan oleh variabel bebas (indenpenden) secara bersama-sama. Berdasarkan dari model estimasi yang pertamma yaitu variabel-variabel yang mempengaruhi PE dapat dilihat bahwa nilai R^2 adalah sebesar 8,56%. Artinya secara bersama-sama variabel JPI, NTE, dan JW memberi variasi penjelasan terhadap PE. Sedangkan nilai 91,44% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model estimasi.

4.6.2 Kolerasi (R)

Kofisien kolerasi digunakan untuk menunjukan kuat atau tidaknya hubungan linier dua variabel. Nilai korelasi yang mendekati -1 atu +1 menunjukan hubungan yang kuat antara variabel. Dan jika nilai r mendekati nilai 0 bahwa akan mengindikasikan lemahnya hubungan anatar variabel tersebut. Dari hasil regresi pada model tersebut diperoleh nilai R^2 0,6530535966yang artinya dapat disimpulkan bahwa hubungan anatar variabel belum memiliki pengaruh yang kuat dan signifikan karena nilai r belum mencapai 1.

4.7 Interpretasi Hasil

Dari data yang telah diperoleh maka persamaan regresi berikut ini dan kemudian akan dianalisis dengan menggunakan hasil Autogregresi model sebagai berikut :

$$PE_r = 16.09003 - 0,965241 JPI_r + 0,593130 NTE_r - 0,941722 JW_r$$

Dari hasil estimasi yang diperoleh dapat dibuat sebuah interpretasi model atau hipotesa yang diambil melalui regresi ini, yaitu :

- a. Bahwa variabel jumlah pengguna internet (JPI) mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan nilai koefisien variabel JPI sebesar -0,965341. Artinya, apabila nilai jumlah pengguna internet dinaikin 1 Juta, maka akan menambah pertumbuhan sebesar -9,65% (*ceteris paribus*).
- b. Bahwa variabel Nilai Transaksi *e-Commerce*(NTE) mempunyai pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan nilai koefisien variabel NTE sebesar 0,593130. Artinya, apabila nilai transaksi *e-Commerce* dinaikin 1 Triliun maka akan menambah pertumbuhan ekonomi 5,93% (*ceteris paribus*).
- c. Bahwa variabel jumlah wisata (JW) mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan ekonomi, dengan nilai koefisien variabel JW sebesar -0,941722. Artinya, apabila jumlah wisata dinaikin 1 Juta maka akan menambah -9,41% (*ceteris paribus*).

4.8 Konstanta dan Intersep

Dalam hasil estimasi data dalam model regresi, terdapat nilai konstanta sebesar 16.09003 yang bersifat positif. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat nilai rata-rata pertumbuhan ekonomi berkecenderungan turun ketika variabel penjelas tetap. Untuk interpretasi hasil regresi variabel independen, akan dijelaskan sebagai berikut :

4.8.1 Jumlah Pengguna Internet (JPI)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel jumlah pengguna internet (JPI) adalah -0,965241 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = -2,06$ dan *probability* sebesar 0,2872 (dibawah 5%, 10%, 15%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan JPI dengan PE adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika jumlah pengguna internet 1 juta maka pertumbuhan ekonomi akan mengalami kenaikan sebesar -96,53% dengan asumsi ceteris paribus. Oleh sebab itu variabel JPI terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap PE maka hipotesis ditolak.

4.8.2 Nilai Transaksi e-Commerce (NTE)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel nilai transaksi (NTE) adalah 0,593130 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 1,86$ dan nilai *probability* sebesar 0,2934 (dibawah 5%, 10%, 15%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan NTE dengan PE adalah negatif dan signifikan. Sehingga dapat

dikatakan bahwa jika nilai transaksi *e-Commercemaka* pertumbuhan akan mengalami kenaikan sebesar 59,32% dengan asumsi *ceteris paribus*. Oleh sebab itu variabel NTE terbukti berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap PE maka hipotesis ditolak .

4.8.3 Jumlah Wisata (JW)

Dari hasil regresi, nilai koefisien untuk variabel jumlah wisata (JW) adalah 1,713348 dimana variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Hal ini menunjukkan dengan nilai $t_{hitung} = 1,713348$ dan nilai *probability* sebesar 0,2471 (dibawah 5%, 10%, 15%). Hal ini menunjukkan bahwa hubungan JW dengan pertumbuhan adalah positif dan signifikan. Sehingga dapat dikatakan bahwa jika jumlah wisata 1 juta maka pertumbuhan akan mengalami kenaikan sebesar 171.34% dengan asumsi *ceteris paribus*. Oleh sebab itu variabel JW terbukti berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap PE maka hipotesis ditolak.

4.9 Uji Statistik

4.9.1 Pengujian

a. Pengujian Signifikan Simultan (Uji F)

Uji-f statistic bertujuan untuk pengujian signifikan semua variabel independen secara bersama-sama terhadap nilai variabel JPI (jumlah pengguna Internet), NTE (*nilai transaksi e-commerce*), JW (jumlah wisata) terhadap PE (pertumbuhan ekonomi) maka nilai F_{tabel} adalah sebesar 0,470337 (dibawah 5%, 10%, 15%), sedangkan nilai F_{hitung} adalah sebesar 19,91%. Hal ini

menunjukkan bahwa variabel independen secara bersama-sama berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji-t)

Uji-t statistic dilakukan untuk menunjukkan seberapa besar berpengaruh variabel independen secara individual menjelaskan variasi variabel dependen. Regresi pengaruh variabel JPI, NTE dan JW di Indonesia. Adapun dalam penelitian ini untuk melihat t_{tabel} yaitu :

Model pertama : $df (n)-k = 5-4 = 1$, 5% maka nilai 12,706.

4.9 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan terdapat adanya korelasi antara variabel bebas (independen) Syarat model regresi yang baik adalah seharusnya terbebas dari multikolinearitas, dan dapat dilihat dari hasil analisis model tersebut masih ada ditemukan adanya multikolinearitas, karena adanya tanda koefisien yang berubah (tidak sesuai dengan hipotesa). Ada beberapa variabel dependen yang tidak signifikan terhadap variabel terikat dalam uji parsial.

b. Uji Heterokedastitas

Uji heterokedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut terjadi heterokedastitas dan jika berbeda heterokedastitas. Untuk melihat ada tidaknya heterokedastitas, dapat dilakukan dengan melihat dasar analisis heterokedastitas sebagai berikut.

Gambar 4.6
Uji Heterokedastisitas dengan Uji White

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	0.741323	Prob. F(3,1)	0.6705
Obs*R-squared	3.449117	Prob. Chi-Square(3)	0.3274
Scaled explained SS	0.086820	Prob. Chi-Square(3)	0.9934

Sumber : E-Views 9 dan dioalah

Karena uji heterokedastisitas dengan *uji whitedi* atas menghasilkan nilai Prob.*CHI-Square(3)* pada Obs* *R-squared* sebesar 0,3274 lebih dari5 persen (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa tidkak terjadi heterokedastisitas pada model diatas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi anantara kesalahan pengguna pada periode t dengan kesalahan pada periode t_{-1} . Untuk menguji apakah suatu model terdapat autokorelasi dalam penelitian ini maka digunakan uji statistic *Durbin Watsonyaiyu* dengan cara melihat nilai (D-W) yang diperoleh.

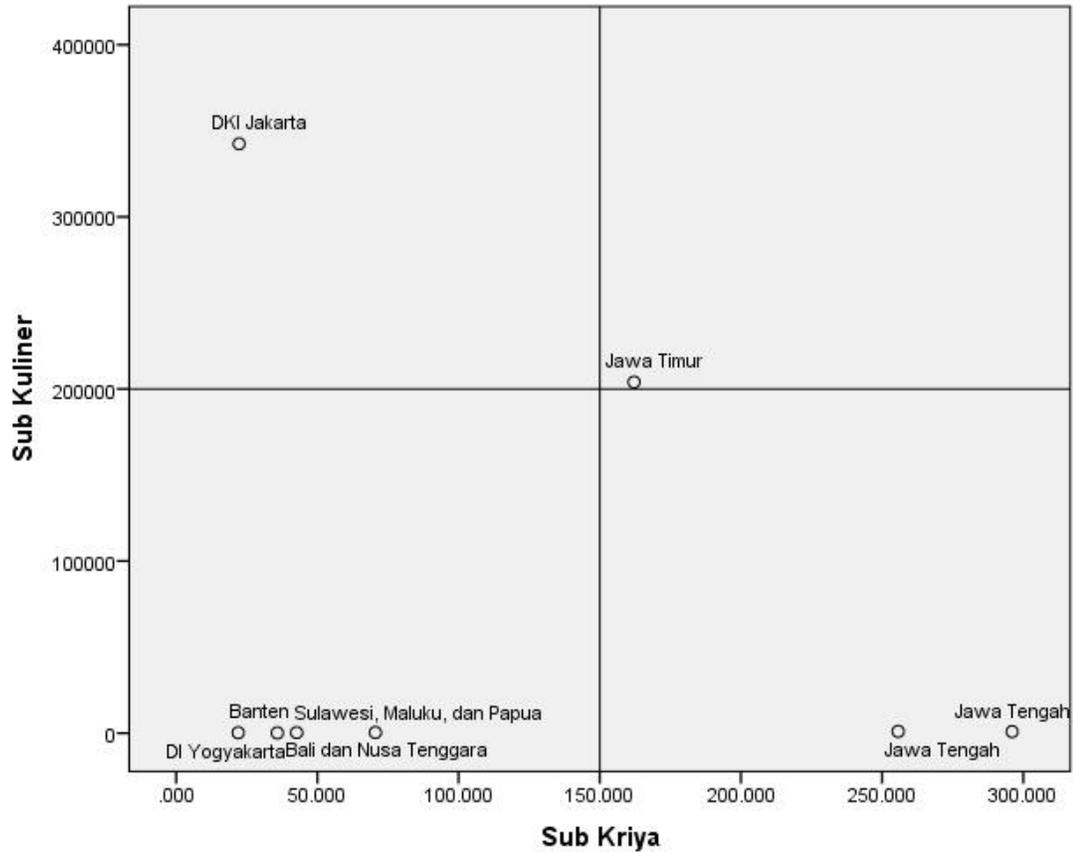
Pada model ini telah diperoleh *Durbin Watson* sebesar 3.182330 artinya 3.182330 artinya pada model yang digunakan sudah terbebas dari masalah autokorelasi. Dimana standar suatu model dikatakan tidak terdapat autokorelasi apabila D-W yang diperoleh $< D-W , 2,46$.

d. Analisis Tipologi Klassen

Analisis tipologi kelas digunakan untuk menganalisis pertumbuhan ekonomi daerah dan bertujuan untuk memetakan atau mendapatkan gambaran tipologi kelas daerah terutama tentang pola dan struktur pertumbuhan ekonomi daerah. Penelitian ini membandingkan Pertumbuhan Ekonomi per provinsi di Indonesia dengan perkembangan ekonomi digital dan perkembangan ekonomi kreatif per provinsi di Indonesia menggunakan data subsektor ekonomi kreatif (kuliner). Selanjutnya membandingkan antara variabel subsektor ekonomi kreatif (kriya) per provinsi di Indonesia dengan jumlah penduduk yang produktif per provinsi di Indonesia.

1. Analisis Tipologi Klassen Pertumbuhan Ekonomi dan Perkembangan Subsektor Ekonomi Kreatif di Indonesia.

Untuk mengetahui tipologi provinsi antara pertumbuhan ekonomi dan perkembangan subsektor di Indonesia peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 18.00. Dimana hasil dari data yang diolah di Spss akan memetakan letak kuadran untuk provinsi-provinsi di Indonesia dan dapat menarik kesimpulan dari hasil. Adapun hasil dari olahan data di SPSS adalah sebagai berikut.



**Gambar 4.9 Diagram Kartesius Analisis Topologi Klassen
Perkembangan Subsektor Kuliner dan Perkembangan Subsektor Kriya**

Dari diagram diatas dapat diklafikasikan provinsi-proovinsi di Indonesia menjadi 4 klafikasi dan untuk lebih jelasnya disajikan dalam bentuk tabel sebagai berikut.

**Tabel 5.1 Hasil Tipologi Klassen Perkembangan subsektor Kriya dan
Perkembangan Subsektor Kuliner**

<p align="center">Kuadran I (Subsektor Kuliner tinggi tetapi Subsektor Kriya tinggi)</p> <p>Provinsi ° DKI Jakrta</p>	<p align="center">Kuardran II (Subktor Kuliner tinggi tetapi Sebsektor Kriya Rendah)</p> <p>Provinsi ° Jawa Timur</p>
<p align="center">Kuadran III (Subsektor Kuliner rendah dan Kriya Tinggi)</p> <p>Provinsi ° Banten Sulawesi ° Maluku ° Papua ° DI Yogyakarta ° Bali ° Nusa Tenggara</p>	<p align="center">Kuardran IV (Subsektor Kuliner Rendah dan Subsektor Kriya Rendah)</p> <p>Provinsi ° Jawa Tengah</p>

- a. Kuadran I : Provinsi yang berada pada kuadran ini berarti Subsektor Kuliner Tinggi dan subsektor Kriya juga Tinggi. Maka Provinsi yang berada di kuadran ini hanya perlu mempertahankan untuk meningkatkan subsektor kuliner dan subsektor kriya nya. Salah satu contohnya DKI Jakarta.
- b. Kuadran II : Provinsi yang berada pada kuadran II ini menjelaskan bahwa provinsi tersebut memiliki subsektor kuliner tinggi tetapi subsektor kriya rendah. Dari hasil analisis Provinsi Jawa Timur.

- c. Kuadran III : Provinsi yang berada pada kuadran ini menjelaskan bahwa provinsi tersebut memiliki subsektor kuliner rendah tetapi subsektor kriya tinggi. Provinsi-provinsi yang berada pada kuadran ini termasuk Banten, Sulawesi, Maluku, dan Papua, DI Yogyakarta, Bali, Nusa Tenggara.
- d. Kuadran VI : Selanjutnya kuadran ini menjelaskan bahwa provinsi yang berada pada kuadran ini subsektor kuliner dan subsektor kriya rendah. Sehingga pemerintah harus memperhatikan provinsi-provinsi yang berada kuadran IV termasuk Jawa Tengah.

4.9.1 Pembahasan

penelitian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya bahwa pengaruhnya sangat signifikan pada jangka panjang, sedangkan pada jangka pendek tidak signifikan. Meskipun variabel-variabel telah diregresi namun masih tidak signifikan meskipun ada variabel yang telah ditambahkan namun hasilnya tetap tidak signifikan. Hasil Analisis regresi atau estimasi model Pertumbuhan Ekonomi pengaruh. Laju Pertumbuhan Ekonomi terhadap Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (NTE), Jumlah Wisata (JW) 69% sedangkan sisanya 31% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model estimasi atau berada pada *disturbance error term*. Secara bersama-sama Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce*, Jumlah Wisata (JW) berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Secara parsial variabel Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (NTE), Jumlah Wisata (JW). Jika terjadi peningkatan Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (NTE), Jumlah Wisata (JW) maka akan meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh hanya signifikan pada jangka panjang, sedangkan pada jangka pendek tidak signifikan. Meskipun variabel-variabel telah diregresi namun masih tidak signifikan meskipun ada variabel yang telah ditambahkan namun hasilnya tetap tidak signifikan.
2. Hasil Analisis regresi atau estimasi model Pertumbuhan Ekonomi pengaruh. Laju Pertumbuhan Ekonomi terhadap Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce*(NTE), Jumlah Wisata (JW) 69% sedangkan sisanya 31% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam model estimasi atau berada pada *disturbance error term*.
3. Secara bersama-sama Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce*, Jumlah Wisata (JW) berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi.
4. Secara parsial variabel Pertumbuhan Ekonomi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Jumlah Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (NTE), Jumlah Wisata (JW).
5. Jika terjadi peningkatan Pengguna Internet (JPI), Nilai Transaksi *E-commerce* (NTE), Jumlah Wisata (JW) maka akan meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan kesimpulan penelitian ini , maka peneliti mencoba memberi beberapa saran kepada pihak-pihak yang tertarik pada penelitian ini. Adapun saran-saran dapat peneliti dapat memeberikan pada skripsi ini adalah

1. Bagi dunia penelitian, penelitian dapat menjadi referensi untuk peneitian selanjutnya, yaitu faktor-faktor mempengaruhi perkembangan ekonomi digital terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia.
2. Bagi pemerintah, meskipun masih banyak tantangan yang harus dihadapi kedepan, pemerintah dapat menjalankan yang berupa perkembangan ekonomi digital untuk mengatur permasalahan yang menghambat perkembangan ekonomi digitaldan ekonomi kreatif.
3. Terdapat kesulitan untuk mencari data lengkap terhdap jumlah nilai transaksi dan yang berhubungan dengan ekonomi digital karena sampai saat ini belum ada kelembagaan di Indonesiia yang menaungi seluruh data yang mengenai *e-Commerce*alagi Indonesia sudah nenasuki era ekonomi digital.

DAFTAR PUSTAKA

Ekonomi Digital, Indonesia Memiliki Modal Dasar untuk Menegembangkan.

Ekonomi Digital Jadi Perhatian Utama Pertemuan.

Bekraf (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia). Togak Baru Ekonomi Kreatif Indonesia.

Asosiasi Jasa Penyelenggara Internet Indonesia & Pusat Kajian komunikasi Universitas Indonesia (2015).'' Profil Penggunaan Internet Indonesia 2014.''

Badan Pusat Sstatistik (2014) Laju Pertumbuhan Produk Dosmetik Bruto (PDB).

Phindyck, Robert's & Daniel L. Rubinfiels, 2012 Mikro, Edisi Kesembilan Jakarta Erlangga.

Manurung Mandala dan Prathama Rahardja, 2008. Pengantar Ilmu Ekonomi Universitas Indonesia.

Kuncoro, Mudarajad. (2013, Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis ? (edisi VI). Jakarta : Erlangga

Todaro, Michael P.(2011), Pembangunan Ekonomi Jilid 1 Edisi Kesebelas Jakarta : Erlanga.

Wirarno Wing. Wahyu, (2015). Analisa Ekonometrika dan Statistik Dengan EVIEWS (edisi IV). Yogyakarta : UUP STIM YKPN.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Lengkap : MUCHTIA HAJARI MUKTAR
 N.P.M : 1505180066
 Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
 Judul Skripsi : ANALISIS PERKEMBANGAN EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
16/2-2019	Bab II diarahkan Paraweb Ekonomi Digi itu di Indonesia sampai sektoral nya.		
24/2-2019	Tanahdulu dgn Ekonomi Kreatif di Indonesia plus sektoral		
2/3-2019	Struktur Paraweb Bab II hrs disesuaikan dgn yg sdh sy rmb.		
7/3-2019	Buang Data Model OLS 4 variabel nama msh ke-2		
14/3-2019	Tuang Model Data di log kean dan sumbu msh sgt kurang		
13/3-2019	Analisis Ekonomi 4 hasil rumus Data, hrs bulun msh "BLUE" 4 Treatment + Model		
14/3-2019	Link kean kean dgn rumus msh 4 lebih lengkap.		
15/3-2019	Acc sdh all rumus 4 di Ujikan		

Medan, Maret 2019
 Diketahui /Disetujui
 Ketua Program Studi
 Ekonomi Pembangunan

Pembimbing Skripsi

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : MUTIA HAJARI UKTAR
NPM : 1505180066
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Proposal : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Proposal	Paraf	Keterangan
3/11-2018	judul dan latar belakang masalah revisi Mayor dan disesuaikan dgn kornews terbaru		
10/12-2018	Bab I, tambahkan data yg menjelaskan statistik di latar belakang masalah.		
7/1-2019	Peminan + Tugan Panchitan Nan Ulu pilus pd Eko Dint dan kengf		
11/1-2019	Bab II revisi sesuai dgn standar yg sy kengf		
14/1-2019	Bab II sesuai kengf Moct. Bab III Tahapan Analisis + Maltan		
16/1-2019	Ura all nini 11 Acc Sem-Prop.		

Dosen Pembimbing

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Medan, 16 Januari 2019
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

Pada hari ini **MUTIA HAJARI MUKTAR** tanggal **Senin, 28 Januari 2019** telah diselenggarakan seminar jurusan **MUTIA HAJARI MUKTAR** menerangkan bahwa :

Nama : MUTIA HAJARI MUKTAR
N.P.M. : 1505180055
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 18 Mei 1998
Alamat Rumah : Pelita II Gg.Tangga Batu II No.65
JudulProposal : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	
Bab I	- ket. Dak. : - -
Bab II	- Kenapa Model.
Bab III	- Analisis Dak.
Lainnya	
Kesimpulan	<input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, *Senin*, 28 Januari 2019

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS., S.E., M.Si.

Pembimbing

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS., S.E., M.Si.

Sekretaris

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.

Pemanding

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Jurusan Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari *Senin, 28 Januari 2019* menerangkan bahwa:

Nama : MUTIA HAJARI UKTAR
N.P.M. : 1505180055
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 18 Mei 1998
Alamat Rumah : Pelita II Gg.Tangga Batu II No.65
JudulProposal :ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

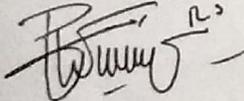
Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan

pembimbing : *Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE.,M.Si.*

Medan,Senin, 28 Januari 2019

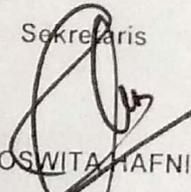
TIM SEMINAR

Ketua



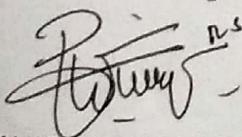
Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE., M.Si.

Sekretaris



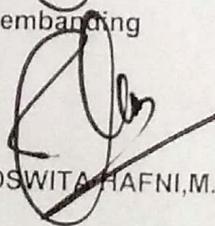
Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.

Pembimbing



Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE.,M.Si.

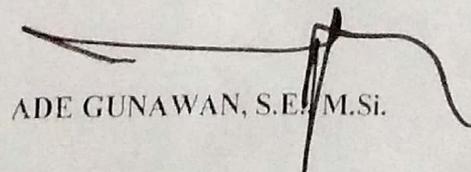
Pembimbing



Dra.Hj.ROSWITA HAFNI,M.Si.

Diketahui / Disetujui

A.n. Dekan
Wakil Dekan - I



ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 47/JDL/SKR/EP/FEB/UMSU/21/11/2018

Medan, 21/11/2018

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Dengan hormat.
Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muchtia Hajari Muchtar
NPM : 1505180066
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : -

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

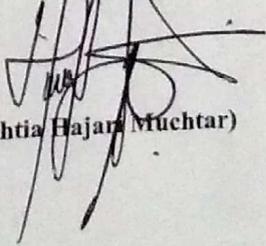
Identifikasi Masalah : -

Rencana Judul : 1. Analisis Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia
2. -
3. -

Objek/Lokasi Penelitian : Indonesia

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon


(Muchtia Hajari Muchtar)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
**FAKULTAS EKONOMI DAN
 BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 47/JDL/SKR/EP/FEB/UMSU/21/11/2018

Nama Mahasiswa : Muchtia Hajari Muchtar
 NPM : 1505180066
 Program Studi : Ekonomi Pembangunan
 Konsentrasi : -
 Tanggal Pengajuan Judul : 21/11/2018
 Judul yang disetujui Program Studi : Nomor atau;
 Alternatif judul lainnya.....
(Diisi dan diparaf oleh Program Studi)
 Nama Dosen pembimbing : Prawidya Hariani RS(Diisi dan diparaf oleh Program Studi)
 Judul akhir disetujui Dosen Pembimbing :
 (Diisi dan diparaf oleh Dosen Pembimbing)

Medan,

Disahkan oleh:
 Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

Dosen Pembimbing

(Dr. Prawidya Hariani RS., SE., M.Si.)

(.....)

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : MUTIA HAJARI M.
NPM : 1505180066
Konsentrasi :
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/Ekonomi
Pembangunan
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 12. 01. 2019.
Pembuat Pernyataan



[Handwritten Signature]
MUTIA HAJARI M.

NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.



BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Lengkap : MUTIA HAJARI UKTAR
NPM : 1505180066
Program Studi : EKONOMI PEMBANGUNAN
Judul Proposal : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Tanggal	Deskripsi Bimbingan Proposal	Paraf	Keterangan
3/11-2018	judul dan latar belakang masalah revisi Mayor dan disesuaikan dgn hotnews terbaru		
10/11-2018	Bab I, tambahkan data yg menjelaskan struktur di latar belakang masalah.		
7/1-2019	Purusan + Tujuan Penelitian dan Uraian fokus pd Eko Dngb dan kreatif		
11/1-2019	Bab II revisi susuai dgn standar yg sy koms		
14/1-2019	Bab II susuai ke kerangka Mochl Bab III Tahapan Analisis + Metode		
16/1-2019	bla all nun 11 Ace Sum-Prop		

Dosen Pembimbing

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS

Medan, 16 Januari 2019
Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi
Ekonomi Pembangunan

Dr. PRAWIDYA HARIANI RS



MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Ext: 304 Medan 20238

BERITA ACARA SEMINAR JURUSAN EKONOMI PEMBANGUNAN

Pada hari ini MUTIA HAJARI MUKTAR tanggal Senin, 28 Januari 2019 telah diselenggarakan seminar jurusan MUTIA HAJARI MUKTAR menerangkan bahwa :

Nama : MUTIA HAJARI MUKTAR
 N.P.M. : 1505180055
 Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 18 Mei 1998
 Alamat Rumah : Pelita II Gg.Tangga Batu II No.65
 JudulProposal : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Disetujui / tidak disetujui *)

Item	Komentar
Judul	
Bab I	- ket. Dak, " - -
Bab II	- Kenapa Model.
Bab III	- Analisis Dak.
Lainnya	
Kesimpulan	<input type="checkbox"/> Lulus <input type="checkbox"/> Tidak Lulus

Medan, Senin, 28 Januari 2019

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS., S.E., M.Si.

Pembimbing

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS., S.E., M.Si.

Sekretaris

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.

Pemanding

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Jurusan Ekonomi Pembangunan yang diselenggarakan pada hari *Senin, 28 Januari 2019* menerangkan bahwa:

Nama : MUTIA HAJARI MUKTAR

N .P.M. : 1505180055

Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 18 Mei 1998

Alamat Rumah : Pelita II Gg.Tangga Batu II No.65

JudulProposal : ANALISIS EKONOMI DIGITAL TERHADAP PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan

pembimbing : *Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE.,M.Si.*

Medan,Senin, 28 Januari 2019

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE., M.Si.

Pembimbing

Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE.,M.Si.

Sekretaris

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI, M.Si.

Pembanding

Dra.Hj.ROSWITA HAFNI,M.Si.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan - I



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERMOHONAN JUDUL PENELITIAN

No. Agenda: 47/JDL/SKR/EP/FEB/UMSU/21/11/2018

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
di Medan

Medan, 21/11/2018

Dengan hormat.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Muchtia Hajari Muchtar
NPM : 1505180066
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : -

Dalam rangka proses penyusunan skripsi, saya bermohon untuk mengajukan judul penelitian berikut ini:

Identifikasi Masalah : -

Rencana Judul : 1. Analisis Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia
2. -
3. -

Objek/Lokasi Penelitian : Indonesia

Demikianlah permohonan ini saya sampaikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya
Pemohon

(Muchtia Hajari Muchtar)



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
**FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS**

Jl. Kapten Mukhtar Basri No. 3. Medan, Telp. 061-6624567, Kode Pos 20238

PERSETUJUAN JUDUL PENELITIAN

Nomor Agenda: 47/JDL/SKR/EP/FEB/UMSU/21/11/2018

Nama Mahasiswa : Muchtia Hajari Muchtar
NPM : 1505180066
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Konsentrasi : -
Tanggal Pengajuan Judul : 21/11/2018
Judul yang disetujui Program Studi : Nomor, atau;
Alternatif judul lainnya.....
.....(Diisi dan diparaf oleh Program Studi)
Nama Dosen pembimbing : Prawidya Hariani RS (Diisi dan diparaf oleh Program Studi)
Judul akhir disetujui Dosen Pembimbing :
..... (Diisi dan diparaf oleh Dosen Pembimbing)

Disahkan oleh:
Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan

(Dr. Prawidya Hariani RS., SE., M.Si.)

Medan,

Dosen Pembimbing

(.....)

Nama : MUTIA HAJARI M.
NPM : 1505180066
Konsentrasi :
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/Ekonomi Pembangunan)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha-saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 12. 01. 2019.
Pembuat Pernyataan



MUTIA HAJARI M.

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

**PENETAPAN DOSEN PEMBIMBING
PROPOSAL / SKRIPSI MAHASISWA**

NOMOR : 7896/ TGS / IL.3-AU / UMSU-05 / F / 2018

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, berdasarkan Persetujuan permohonan judul penelitian Proposal / Skripsi dari Ketua / Sekretaris :

Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Pada Tanggal : 04 Desember 2018

Dengan ini menetapkan Dosen Pembimbing Proposal / Skripsi Mahasiswa :

Nama : MUCHTIA HAJARI MUKTAR
N P M : 1505180066
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Ekonomi Pembangunan
Judul Proposal / Skripsi : Analisis Ekonomi Digital Terhadap Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia
Dosen Pembimbing : Dr.PRAWIDYA HARIANI RS,SE.,M.Si.

Dengan demikian di izinkan menulis Proposal / Skripsi dengan ketentuan :

1. Penulisan berpedoman pada buku panduan penulisan Proposal/ Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.
2. Pelaksanaan Sidang Skripsi harus berjarak 3 bulan setelah dikeluarkannya Surat Penetapan Dosen Pembimbing Skripsi
3. **Proyek Proposal / Skripsi dinyatakan " BATAL " bila tidak selesai sebelum Masa Daluarsa tanggal : 04 Desember 2019**
4. Revisi Judul.....

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ditetapkan di : Medan
Pada Tanggal : 26 Rabiul Awwal H
04 Desember 2018 M


Dekan 
H. JANURI, SE., MM., M.Si.