

MENJAWAB TANTANGAN INDUSTRI KREATIF DI BIDANG PENERBITANDAN PERCETAKAN DALAM RANGKA MENINGKATKAN BUDAYA BACA MASYARAKAT

Bambang Wasito Adi

Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif

"... we now must look at the creative and culture industry as the way to our economic future" (Presiden Susilo Bambang Yudhoyono - 2007)

1. Pengantar

Dunia mengenal tiga gelombang basis perekonomian yang dimulai dari perekonomian berbasis pertanian, berbasis industri dan yang baru saja di lewati dan masih berlangsung adalah perekonomian berbasis teknologi informasi. Belum lagi kita selesai terkagum dengan kedahsyatan gelombang ekonomi berbasis teknologi informasi yang telah mampu mengubah tata peradaban dunia pada saat ini, di waktu yang bersamaan, secara tidak sadar telah hadir ditengah masyarakat kita, apa yang oleh **Richard Florida** disebut sebagai *Creative Society* (kelas masyarakat kreatif), yaitu kelompok masyarakat yang mata pencahariannya berbasis kepada kreatifivitas individu, sehingga memunculkan perekonomian kreatif.

Apa itu ekonomi kreatif? Adalah nilai tambah ekonomi yang bersumber dari kretivitas individu yang mempunyai kemampuan pengetahuan, teknologi dan seni-budaya sebagai penghasil barang, jasa ataupun karya seni. Kelas masyarakat kreatif inilah yang saat ini telah tumbuh dengan subur di berbagai Negara, tak terkecuali di Indonesia. oleh **Florida**, masyarakat kelas inilah yang diprediksi akan memberikan warna baru dalam tata kehidupan ekonomi, sosial, dan kemasyarakatan di masa depan, dan inilah yang disebutnya sebagai *'The rise of the creative class'* atau disebut sebagai munculnya gelombang perekonomian kreatif.

Paper ini akan mendiskusikan bagaimana menjawab tantangan kedepan dalam upaya kita bersama untuk mendorong pengembangan sektor industri kreatif nasional dengan sorotan kepada ekonomi kreatif bidang percetakan dan penerbitan dalam rangka upaya peningkatan industri perbukuan nasional serta budaya baca masyarakat. Tema diskusi ini kami pilih karena pada saat ini kita sedang mengalami sebuah proses dimana pemerintah mulai sadar akan peran dan fungsinya untuk menyediakan buku teks pelajaran sekolah, yang ditulis sendiri oleh Tim yang dibentuk oleh Pemerintah d.h.i Kemendikbud, untuk menyediakan buku sekolah yang (ber)Mutu, Murah dan Merata, yang di lengkapi dengan fasilitas Multimedia (konsep 4-M), untuk membantu proses pembelajaran dikelas. Namun demikian, karena tema konferensi ini adalah fokus kepada konsep Inovasi dan Technopreneurship, dalam pemikiran kami, tentu cukup relevan apabila konsep tersebut dapat di integrasikan dengan kebijakan nasional untuk pengembangan sektor ekonomi kreatif.

Semenjak dicanangkan oleh Pemerintah, kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestic Bruto (PDB) nasional amat nyata yaitu sekitar 6,3% (tahun 2007) dan pada tahun 2011 naik menjadi sekitar 8,9% dan pada tahun

2014/2015 diprediksi akan mencapai sekitar 14% dari PDB nasional. Harian Kompas tanggal 14 Februari 2013 lalu, menyebutkan nilai rata-rata kontribusi salah satu bidang ekonomi kreatif yaitu industri mode terhadap PDB nasional pada lima tahun terakhir telah mencapai 5,9% atau 70,1 triliun, dengan jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 4 juta orang serta mampu memasukan devisa kenegara sebesar 50,3 triliun, dan diprediksi pada tahun 2025 kontribusi sektor industri kreatif dari bidang mode akan mampu mencapai 10-11%.

Sektor Industri kreatif yang mencakup 15 bidang industri kreatif yaitu penerbitan dan percetakan, desain, periklanan, arsitektur, riset dan pengembangan, permainan interaktif, film dan video, fesyen, layanan komputer dan piranti lunak, kerajinan, seni pertunjukan, televisi dan radio, musik, pasar seni dan barang antik, serta kuliner. Hasil studi yang dilakukan Departemen Perdagangan pada tahun 2007, dari kelimabelas kelompok industri kreatif tersebut tujuh diantaranya dapat menjadi alternative prioritas untuk dikembangkan yaitu arsitektur, fesyen, periklanan, permainan interaktif, layanan computer dan piranti lunak, riset dan pengembangan dan kerajinan. Dari kacamata Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, industri penerbitan dan percetakan tentu amat terkait karena memang hampir tidak mungkin pendidikan tanpa kehadiran buku. Di sisi lain, sebuah industri tidak akan mungkin tumbuh tanpa ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang terdidik dan memiliki kompetensi, dan ketersediaan SDM hanya dapat di tempuh melalui proses pendidikan yang dipersiapkan dengan baik.

Paper ini akan mendiskusikan bagaimana perkembangan industri kreatif dewasa ini, peran dunia pendidikan dalam menjawab tantangan kebutuhan industri kreatif nasional, terutama dalam penyediaan sumber daya manusia (SDM) dan terakhir akan di bahas peran industri percetakan dan penerbitan nasional dan implikasi terhadap program minat baca.

2. Perkembangan Industri Kreatif nasional

Kalau kita simak amanat Presiden SBY sebagaimana ditulis diawal paper ini, adalah cermin betapa pemerintah telah amat sadar dan memosisikan industri kreatif nasional sebagai salah satu pilar ekonomi nasional. Pernyataan tersebut tentulah dilandaskan pada asumsi kedepan serta landasan yang kuat, bahwa warisan kekayaan budaya nasional yang ada disetiap wilayah tanah air akan dapat menjadi fondasi kokoh dalam upaya mengembangkan industri nasional. Harapan kedepan tentu industri kreatif tidak hanya berkembang di beberapa kota besar saja seperti pada saat ini, tetapi juga mampu menjadi penyokong ekonomi di tingkat daerah kabupaten/kota di seluruh wilayah Indonesia.

Data studi industri kreatif Indonesia yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan menyebutkan bahwa kontribusi dari sektor industri kreatif terhadap PDB nasional hingga tahun 2007 cukup signifikan yaitu sekitar 6,3% dengan daya serap tenaga kerja sekaitar 5,4 juta, serta jumlah perusahaan yang bergerak di sektor ini pada tahun 2006 mencapai 2,2 juta atau sekitar 5,17% dari jumlah perusahaan di Indonesia dan memberikan kontribusi sekitar 9,13% (sekitar 81,5 triliun) dari total ekspor nasional. Setelah lima tahun kemudia (2012) angka tersebut telah mengalami pertumbuhan yang amat nyata, yaitu PDB dari sektor ekonomi kreatif telah mampu menembus angka 8,9%, dengan pertumbuhan

serapan tenaga kerja naik sekitar 2-2,5% pertahun, demikian pula dari jumlah perusahaan yang bergerak disektor industri kreatif telah mengalami lonjakan sekitar 1,5-2%.

Beberapa tahun belakangan ini, telah cukup banyak negara-negara yang menempatkan industri kreatif sebagai pilar ekonomi untuk terus dikembangkan, karena telah cukup terbukti bahwa sektor industri kreatif mampu memberikan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional yang signifikan. Sebagai contoh misalnya di Inggris pada tahun 2000, sektor industri kreatif mereka mampu menyumbang 7,90% PDB, saat ini sudah meembus angka sekitar 12%, sementara negara-negara lainnya seperti Selandia Baru, Australia, Singapura, dan Taiwan masing-masing sebesar 3,10%; 3,30%; 2,80%; dan 5,90%, dengan angka-angka pertumbuhan yang terus meningkat dari tahun ketahun.

Benarkah industri kreatif di Indonesia mempunyai potensi yang kuat untuk dikembangkan sebagai pilar pertumbuhan ekonomi kreatif di masa depan, sebagaimana tersirat dari pernyataan Presiden di atas? Coba kita amati bagaimana perkembangan mode dan industri musik Indonesia, kiat semua pasti mengakui bahwa mode dan industri musik di Indonesia yang di motori oleh para desainer mudan dan musisi muda kita telah amat sangat kreatif dan mampu menyajikan kualitas mode dan musik yang sungguh sangat tidak kalah dibanding mode dan musik dari luar. Betapa berbagai rumah desain serta kelompok band baru tumbuh dengan amat subur dan benar-benar mampu menghidupkan industri mode dan musik di tanah air dan telah mampu menjadi raja di negeri sendiri, di tengah derasnya persaingan industri musik dari luar. Di sisi lain, kita juga melihat industri periklanan kita konon telah mencapai omzet tidak kurang dari 100 triliun per tahun, belum lagi industri kerajinan, permainan interaktif (animasi) dll, yang kesemuanya masuk dalam kelompok sektor industri kreatif.

Dari sisi jumlah perusahaan, secara rata-rata pertumbuhan jumlah perusahaan ke 15 sub sektor kreatif Indonesia pada tahun 2007-2011 mencapai 11,17%. Bahkan untuk sub sektor periklanan, arsitektur, layanan komputer & piranti lunak, permainan interaktif, riset & pengembangan dan musik mampu tumbuh diatas pertumbuhan jumlah perusahaan nasional yang tercatat hanya 7,18%. Dari sisi serapan ketenaga kerjaan, pada periode 2002-2006 penyerapan tenaga kerja dari sektor industri kreatif menduduki peringkat ke 5 dari sepuluh sektor lainnya dengan rata-rata serapan tenaga kerja sebesar 5,4 juta (table 1). Kelompok industri kreatif yang mampu menyerap diatas rata-rata kelompok industri kreatif pada periode 2002-2006 adalah mode atau fesyen 2,8 juta pekerja atau (51,9%) dan kerajinan 1,8 juta (33,4%). Secara keseluruhan, komposisi jumlah tenaga kerja yang dapat diserap pada masing-masing kelompok industri kreatif pada periode 2002-2006 dapat dilihat pada table II. Untuk periode 2007-2011, serapan tenaga kerja disektor kreatif telah menduduki peringkat ke 4 dengan serapan tenaga kerja sekitar 7,2 juta dengan bidang industri mode menduduki peringkat tertinggi dengan serapan tenaga kerja sekitar 4 juta. Industri kreatif yang diperkirakan akan terus meningkat adalah bidang broscasting (film, TV dan radio), permainan interaktif (animasi), serta periklanan.

Sebagai industri yang bahan bakunya berasal dari gagasan atau ide-ide baru, Indonesia tentunya tidak akan kekurangan karena sebagai bangsa yang berlimpah warisan budaya dan sumber daya alam menjadi sebagai sumber ide

atau gagasan, sehingga memberikan potensi yang luar biasa dalam menumbuhkan kembangan ekonomi kreatif nasional. Dengan demikian adalah amat tepat apa yang telah diamanatkan oleh Presiden SBY yang kemudian ditindaklanjuti oleh Departemen Perdagangan yang telah menempatkan industri kreatif menjadi salah satu kebijakan untuk dikembangkan tentu dengan suatu keyakinan bahwa kreativitas anak-anak bangsa dapat disejajarkan dengan kreativitas bangsa lain, hal ini dapat dilihat dari *economic creativity index ranking* yang dipublikasikan oleh *world economic forum* dimana Indonesia menempati posisi ke-43.

3. Peran Dunia Pendidikan

Hasil studi industri kreatif yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan menunjukkan bahwa kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian di Indonesia sudah cukup signifikan, namun disisi lain kita melihat belum cukup banyak lembaga pendidikan di Indonesia yang membuka program studi yang terkait dengan industri kreatif. Dimana kita bisa belajar sampai tingkat S1 tentang periklanan, teknik kemasan, atau mode (fesyen), atau teknik grafika, penerbitan, broscasting, kerajinan dll? Sangat sedikit sekali perguruan tinggi di Indonesia yang membuka jurusan/program studi yang terkait dengan industri kreatif sampai pada jenjang S1, kalau toh ada hanya pada tingkat pendidikan menengah/SMK atau maksimal hanya sampai program D3. Dengan kata lain, perguruan tinggi kita belum cukup adaptif dengan kebutuhan SDM dibidang industri kreatif.

Di sisi lain untuk mengembangkan sebuah bidang industri yang berskala nasional tentu diperlukan SDM yang relevan dengan bidang industri tersebut. Disinilah peran dunia pendidikan di Indonesia diharapkan mampu memberikan jawabannya, yaitu bagaimana menyediakan tenaga terdidik untuk mendukung upaya pemerintah dalam mendorong perkembangan industri kreatif nasional. Proses pendidikan dan pembelajaran yang dilaksanakan oleh lembaga pendidikan tinggi harus mampu mengeluarkan lulusan yang kompeten, mampu melakukan produksi secara mandiri dengan dibekali wawasan kewirausahaan dibidang industri kreatif yang akan ditekuninya. SDM yang terdidik, trampil, kreatif dan mempunyai kemampuan kewirausahaan adalah SDM yang diperlukan oleh dunia kerja industri kreatif nasional.

Depdiknas dalam hal ini Direktorat Jenderal Pendidikan tinggi, sebagai institusi yang bertanggung jawab terhadap penyediaan tenaga terdidik telah melakukan langkah-langkah antisipatif dalam menanggapi perkembangan industri kreatif nasional terutama terkait dengan tuntutan kebutuhan pasar tenaga kerja dibidang industri kreatif, yaitu dengan membentuk perguruan tinggi negeri baru yang secara khusus untuk menyiapkan tenaga terdidik dan trampil dibidang industri kreatif.

Pada tahun 2008, Depdiknas telah memutuskan merevitalisasi Pusat Grafika Indonesia menjadi Politeknik Negeri Media Kreatif (Polimedia). Politeknik baru yang berlokasi di Sawangan, Jakarta Selatan, secara khusus di rancang untuk melaksanakan proses pendidikan/pembelajaran dengan standar internasional yang berbasis pada produksi dan kewirausahaan, dengan menerapkan kurikulum berbasis kompetensi (KBK). Polimedia menyelenggarakan program pendidikan sampai tingkat D3/D4, pada tahap awal telah dibuka program D3 untuk tiga program studi yaitu Teknik Grafika, Desain Grafis dan Penerbitan. Pada tahun

2013 ini ada sepuluh (10) program studi telah beroperasi yang kesemuanya relevan dengan industri kreatif dengan jumlah mahasiswa sekitar 1400 orang. Melaluisepuluh program studi yang telah dibuka tersebut diharapkan Polimedia mampu menyediakan tenaga-tenaga trampil dibidang percetakan dan penerbitan dengan kualifikasi pendidikan D3/D4, sehingga akan mampu memenuhi kebutuhan SDM dibidang industri kreatif di masa depan.

Semenjak beroperasi pada bulan September 2008, Polimedia telah bertekad untuk menjadi lembaga pendidikan vokasi dibidang industri kreatif yang mampu menghasilkan kompetensi lulusan berstandar internasional yang tidak hanya siap bekerja tetapi juga siap berwirausaha dibidang industri kreatif. Untuk mencapai harapan tersebut, Polimedia menerapkan konsep pembelajaran yang berbasai kepada kompetensi produksi dan kompetensi kewirausahaan. Kompetensi produksi dicapai melalui penerapakan kurikulum 30 persen teori dan 70 persen praktek industri baik dikampus maupun di dunia industri, sedangkan kompetensi kewirausahaan di capai melalui menerapkan teori maupun praktek kewirausahaan selama 3 semester. Mahasiswa diwajibkan untuk mampu melakukan portofolio produksi sesuai dengan program studi yang diambilnya dan harus mampu menjualnya dengan strategi pembuatn *businis plan* serta strategi pemasaran produk.

Pada tahun ini, Depdiknas juga sedang mempersiapkan untuk membuka Politeknik yang sama di Makassar dan di Medan, yang masing-masing diarahkan agar dapat mendorong pertumbuhan industri kreatif untuk wilayah Indonesia Timur dan wilayah Indonesia Barat. Dengan tiga politeknik negeri baru yang khusus dirancang untuk memenuhi kebutuhan tenaga dibidang industri kreatif tersebut diharapkan akan mampu menyediakan kebutuhan tenaga trampil siap pakai yang memiliki wawasan kewirusahaan dibidang industri kreatif di dapat terpenuhi. Selain itu, kehadiran tiga Politeknik baru tersebut diharapkan mampu menjadi ujung tombak dalam upaya pemerintah mendorong pertumbuhan industri kreatif di seluruh wilayah Indonesia secara optimal, sehingga target pencapaian PDB 8% dari sektor industri kreatif pada tahun 2013 dapat tercapai, yaitu dengan mendorong tumbuhnya sentra-sentra industri kreatif berbasis kearifan dan budaya lokal melalui berbagai penelitian terapan, yang mampu dilakukan oleh komunitas intelektual yang ada di perguruan tinggi vokasi tersebut.

Dari berbagai kegiatan penelitian yang dilaksanakan diharapkan akan muncul karya-karya inovatif yang teruji untuk di manfaatkan oleh kalangan industri kreatif, sehingga akan mampu meningkatkan kreativitas termasuk peningkatan jumlah hak paten di bidang industri kreatif di Indonesia dan peningkatan berbagai kegiatan penelitian yang dapat diterbitkan dalam berbagai jurnal nasional/internasional, serta pengembangan teknologi tepat guna yang bermanfaat bagi perkembangan industri kreatif di Indonesia. Pada titik inilah kami melihat terdapat keterkaitan antara konsep inovasi dan technopreneurship yang digagas oleh RAM-IPB dapat di integrasikan dengan konsep kebijakan pengembangan industri kreatif nasional. Harapan kedepan adalah, melalui pengintegrasian dua konsep tersebut, di Indonesia akan tumbuh dan berkembang masyarakat kreatif Indonesia, sebagaimana diprediksi oleh Richard Florida, yaitu sebuah kelas masyarakat kreatif yang mampu memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional demi terwujudnya kesejahteraan bangsa.

4. Mendorong Program Minat Baca dan Industri Buku Nasional

Pengembangan minat baca dan ketersediaan buku bacaan adalah dua hal yang amat mendasar dalam menentukan kemajuan budaya sebuah bangsa, sayang sekali untuk kedua hal tersebut kondisi yang ada di negara kita masih jauh dari yang kita harapkan. Potret ini dapat kita lihat dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengunjung perpustakaan di wilayah Jakarta yang berpenduduk lebih dari 13 juta, untuk perpustakaan perharinya hanya dikunjungi oleh sekitar 200 orang, dan dari jumlah pengunjung tersebut hanya sekitar 20% yang meminjam buku. Kalau di asumsikan kebiasaan membaca itu ada pada mereka yang meminjam buku, berarti tingkat kebiasaan membaca kita hanya mencapai 20% dari pengunjung perpustakaan dan bukan dari jumlah penduduk. Di negara maju rasio pengunjung perpustakaan dan peminjam buku sudah mencapai 80%, sangat jauh jika dibandingkan dengan Indonesia.

Masih rendahnya minat baca masyarakat kita juga dapat kita lihat dari perbandingan jumlah surat kabar yang dikonsumsi masyarakat kita. Idealnya, satu surat kabar dikonsumsi oleh 10 orang. Data yang ada menunjukkan bahwa rata-rata surat kabar di Indonesia dibaca oleh 45 orang. Rasio tersebut masih di bawah Filipina yang sudah mencapai 1:30 dan Sri Lanka 1:38. Dari sisi produktifitas buku, data dari International Publisher Association, produksi buku paling tinggi di dunia adalah Inggris, yaitu mencapai rata-rata 100 ribu judul buku pertahun, disusul Jerman dengan 80 ribu judul pertahun dan Jepang dengan 65 ribu judul buku pertahun, Indonesia masih cukup jauh di bawah yaitu kurang dari 10 ribu judul buku pertahun, sementara Vietnam sudah mencapai sekitar 15 ribu judul buku baru pertahun yang jumlah penduduknya jauh lebih sedikit dari Indonesia. Rendahnya minat baca suatu negara juga dapat kita lihat dari jumlah perpustakaan yang ada di negara tersebut. Di Indonesia jumlah perpustakaan yang kondisinya memadai atau ideal juga masih sangat kurang, termasuk perpustakaan sekolah, dari sekitar 300 ribu sekolah dari SD sampai dengan SLTA, baru sekitar 5% yang memiliki perpustakaan yang relatif memadai.

Pemerintah telah berupaya untuk mendorong peningkatan minat baca salah satunya dengan mengeluarkan Undang-Undang Perpustakaan, yaitu Undang-Undang No 43 Tahun 2007, yang di dalamnya mewajibkan bahwa setiap lembaga pendidikan dari tingkat sekolah dasar hingga pendidikan tinggi harus memiliki perpustakaan serta menganggarkan secara khusus untuk membeli buku-buku baru bagi penambahan koleksi perpustakaan. Selain itu juga mewajibkan bahwa setiap Pemerintah provinsi/kabupaten/kota wajib mengembangkan perpustakaan daerah. Undang-undang tersebut juga mengatur standar nasional perpustakaan yang antara lain terdiri atas: standar koleksi perpustakaan; standar sarana dan prasarana; standar pelayanan perpustakaan; standar tenaga perpustakaan; standar penyelenggaraan dan standar pengelolaan. Dengan dikeluarkannya Undang-Undang perpustakaan tersebut diharapkan keberadaan dan kehadiran perpustakaan di Indonesia dapat secara lebih kuat untuk mendorong upaya peningkatan minat baca masyarakat Indonesia.

Dari sisi industri perbukuan yang didalamnya termasuk buku sekolah (text book) maupun buku bacaan (reading book), masyarakat terutama untuk golongan menengah kebawah tentu sangat merasakan betapa harga buku masih diluar jangkauan. Mahalnya harga buku bagi sebagian besar masyarakat kita disebabkan

oleh dua sisi yaitu harga buku yang relatif masih cukup mahal dan daya beli masyarakat yang juga relatif rendah. Mahal dan murahnya buku di ditentukan oleh beberapa faktor antara lain oleh biaya produksi cetak dan biaya distribusi atau pengiriman, sedangkan untuk biaya hak cipta relatif tidak terlalu besar, kurang dari 12%. Biaya cetak mencakup biaya/harga kertas, tinta, biaya pra-cetak, cetak, pasca cetak. Untuk kondisi geografis seperti Indonesia, biaya distribusi terutama untuk wilayah daerah terpencil dan wilayah kepulauan seringkali amat tinggi bahkan bisa sama atau lebih dari harga bukunya sendiri. Untuk menurunkan harga kertas bisa ditempuh dengan memberikan subsidi oleh pemerintah terhadap harga kertas, terutama bagi pencetakan dan penerbitan buku pelajaran sekolah. Upaya untuk mengurangi biaya distribusi, tidak ada cara lain kecuali menumbuhkan industri percetakan di tingkat kabupaten dan kota, terutama untuk wilayah-wilayah daerah terpencil dan kepulauan. Industri percetakan daerah harus dikembangkan oleh daerah tersebut dengan menyiapkan tenaga-tenaga cetak serta manajemen percetakan, untuk hal ini Polimedia sebagai Politeknik yang mewarisi *track-record* panjang dibidang kegrafikaan dan penerbitan dari Pusat Grafika Indonesia siap untuk memberikan berbagai pelatihan yang diperlukan oleh daerah, sehingga percetakan wilayah/daerah dapat memenuhi sendiri berbagai kebutuhan bahan cetak yang diperlukan termasuk buku-buku untuk pelajaran di sekolah. Apalagi saat ini pemerintah dalam hal ini Depdiknas telah melakukan pembelian Hak Cipta penerbitan buku baik untuk buku pelajaran sekolah maupun buku bacaan, sehingga biaya produksi buku akan lebih murah dan harapannya tentu akan dapat lebih terjangkau oleh masyarakat. Dalam upaya untuk menciptakan percetakan daerah, pemerintah daerah (kabupaten kota) perlu mengeluarkan investasi awal untuk pengadaan mesin cetak dengan biaya sekitar 5 milyar, namun biaya investasi tersebut akan segera dapat kembali, dibandingkan apabila kebutuhan bahan cetak harus selalu di datangkan dari daerah lain, karena biaya pengiriman bahan cetakan ke wilayah terpencil dan wilayah kepulauan relatif cukup mahal. Sehingga untuk perhitungan jangka panjang pendirian percetakan daerah diperkirakan dapat meningkatkan ketersediaan buku, baik untuk pelajaran sekolah maupun untuk penyediaan buku bacaan, yang pada akhirnya tentu akan dapat meningkatkan industri percetakan dan penerbitan di daerah sekaligus tentu meningkatkan upaya pengembangan minat baca. Dari hasil kajian yang dilakukan oleh Polimedia pada tahun 2011, untuk dua propinsi yaitu Aceh Darusalam dan Jawa Barat, terdapat penghematan yang hampir mencapai 60% apabila buku dibeli dari penerbit/percetakan dengan dibandingkan apabila dicetak oleh unit percetakan di daerah.

Peluang industri percetakan dan penerbitan di Indonesia masih amat besar, oleh sebab itu kebijakan pembelian Hak Cipta terhadap buku pelajar sekolah diperhitungkan tidak akan berdampak secara mendasar terhadap industri perbukuan nasional. Selama ini kalangan industri percetakan dan penerbitan buku sekolah selalu melihat bahwa siswa dan lembaga sekolah adalah merupakan segmen pasar yang sangat *captive*, dengan jumlah siswa sekitar 60 juta siswa dengan omset sekitar 6 trilyun pertahun. Selama ini sebagian besar masyarakat masih amat merasakan betapa harga buku pelajaran sekolah dirasakan masih cukup mahal. Pembelian Hak cipta buku pelajaran sekolah melalui Permendiknas No 2 Tahun 2008, adalah salah satu upaya untuk meringankan harga buku sekolah,

dan sama sekali bukan untuk mematikan industri perbukuan nasional. Dalam hal industri perbukuan, siswa atau sekolah tidak seharusnya di lihat sebagai segmen pasar, apalagi untuk untuk menimba keuntungan. Sepanjang industri perbukuan nasional masih melihat siswa atau sekolah sebagai segmen pasar, sejauh itu pula harga buku di Indonesia masih tetap mahal, ujungnya adalah ketersediaan buku bacaan akan sulit tersedia, yang pada akhirnya minat baca masyarakat tidak dapat berkembang sebagaimana yang kita harapkan. Siswa dan sekolah tidak boleh dilihat sebagai pasar.

Dalam kaitannya dengan pengembangan industri percetakan dan penerbitan, aspek kreatifitas baik dari sisi pengarang, desain buku dan perluasan pasar termasuk pengembangan toko buku diwilayah kabupaten kota harus dilihat sebagai potensi kunci untuk mendorong pengembangan perbukuan nasional. Bersamaan dengan itu, perlu kiranya untuk mulai dipikirkan bersama secara terencana adanya perlindungan dan penghargaan atas hak cipta atas produk-produk kreativitas termasuk terhadap produk cetak dan penerbitan, hal ini untuk menghindari maraknya pembajakan yang melemahkan semangat berkreasi masyarakat percetakan dan penerbitan. Perlindungan hak cipta atau hak kekayaan intelektual akan memberikan rasa keadilan termasuk keadilan ekonomi bagi pelaku sektor industri kreatif. Keadilan ini merupakan kunci peningkatan insentif untuk berkarya dan memicu pertumbuhan industri kreatif di Indonesia.

Table 1. Penyerapan tenaga kerja periode 2002-2006

No	Sektor	JUMLAH TENAGA KERJA					
		2002	2003	2004	2005	2006	Rata-rata
1	Pertanian, Peternakan, Kehutanan, Periklanan	40.633.271	42.001.437	40.608.019	41.814.197	40.136.200	41.038.625
2	Perdagangan, Hotel dan Restoran	13.427.596	13.290.360	14.792.182	15.125.156	15.973.193	14.521.697
3	Jasa Kemasyarakatan/ Public Services	10.189.263	9.571.794	10.315.509	10.383.053	11.151.743	10.322.272
4	Industri Pengolahan	10.861.614	9.710.163	9.846.967	10.372.605	10.551.426	10.268.555
5	Industri Kreatif	5.862.497	5.056.337	5.847.968	5.335.371	4.902.378	5.400.910
6	Pengangkutan dan Komunikasi	4.672.584	4.973.928	5.480.527	5.552.525	5.664.000	5.269.313
7	Bangunan	4.273.914	4.106.597	4.540.102	4.417.087	4.697.400	4.407.020
8	Keuangan, Real Estate dan Jasa Perusahaan	916.346	1.185.897	1.025.177	952.481	1.229.060	1.061.792
9	Pertambangan dan Penggalian	631.802	729.047	1.034.716	808.842	923.600	825.601
10	Listrik, Gas, dan Air Bersih	178.279	156.358	230.869	186.801	228.000	196.061
	JUMLAH TENAGA KERJA	91.647.166	90.784.917	93.722.036	94.948.118	95.457.000	93.311.847

Catatan:

1. Dari data di atas tampak bahwa penyerapan tenaga kerja industri kreatif sampai dengan tahun 2006 menduduki peringkat ke 5 dari 10 sektor industri yaitu 5,8%
2. Dari beberapa sumber bahwa kebutuhan tenaga kerja pada sektor industri kreatif diperkirakan antara 35000 sampai dengan 50000 orang per tahun

Sumber: Dept. Perdagangan 2007

Daftar Pustaka

- Departemen Perdagangan. *Survey Industri Kreatif di Indonesia tahun 2007*
 Jhon Howkins. *Economy Creative*
 Richard Florida. *The Rise of Creative Class*
 Robert Woods. *Printing Production for Promotional Materials*