

ANALYSIS OF FINANCING CHARACTERISTICS FOR CREATIVE INDUSTRIES IN BANDUNG CITY

Rivani^{1*}, Muhammad Rizal², Rudi Saprudin Darwis³.

^{1,2} Department of Business Administration, Padjadjaran University

³ Department of Social Welfare, Padjadjaran University

E-mail : rivani@unpad.ac.id¹, muhamad.rizal@unpad.ac.id², rudi.darwis@unpad.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to find the main problems, especially in the field of financing for the creative industry sector, to find alternative of financing models, and finally to try to analyze the characteristics of financing for the creative industry sector. The research method used is quantitative with explorative studies and uses simple linear regression analysis. Based on the results of the calculations of the two variables, it can be concluded that indeed the characteristics of the creative industry have no significant effect on the characteristics of banking business loans in general. Thus, it can be concluded that indeed the characteristics of the creative industry require alternative financing models that are different from the general financing pattern of banking, which is more in line with the characteristic needs of the creative industry itself which among them generally do not have large assets for financing guarantees, more involving creativity, and have a high level of business competition.

Key words: Financing, Creative Industry

ANALISIS KARAKTERISTIK PEMBIAYAAN UNTUK INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari permasalahan utama khususnya bidang pembiayaan untuk sektor industri kreatif, lalu mencari alternatif model pembiayaannya, dan terakhir untuk mencoba menganalisis karakteristik pembiayaan untuk sektor industri kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan studi eksploratif serta menggunakan analisis statistik regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil kalkulasi, dapat disimpulkan bahwa memang karakteristik industri kreatif tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik kredit usaha perbankan secara umum. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik industri kreatif ini memerlukan alternatif model pembiayaan yang berbeda dengan pola pembiayaan dari perbankan secara umum. Karakteristik industri kreatif itu sendiri diantaranya adalah umumnya tidak punya aset besar untuk jaminan pembiayaan, lebih banyak melibatkan unsur kreativitas, serta tingkat persaingan usaha yang tinggi.

Kata kunci: Pembiayaan, Industri Kreatif

PENDAHULUAN

Saat ini industri kreatif di berbagai negara maju dan berkembang sedang tumbuh. Di Indonesia sendiri, Hasil survey BPS di tahun 2015 menunjukkan industri kreatif tumbuh 4,38 persen. Kontribusi industri kreatif terhadap perekonomian Indonesia mencapai 7,38 persen dari total perekonomian nasional. Jika dirupiahkan, nilainya mencapai Rp 852,24 triliun. Industri ini mampu memberikan lapangan kerja bagi sedikitnya 15,9 juta orang serta berkontribusi terhadap nilai ekspor sebesar US\$ 19,4 Miliar.



(Bekraf, 2017)

Berdasarkan riset (Bekraf, 2017) ada beragam masalah yang dapat menghambat pertumbuhan ekonomi kreatif, yakni: kualitas-kuantitas SDM, aspek teknologi, akses pasar, kolaborasi stakeholder, dan yang cukup dominan adalah akses permodalan yang minim. Minimnya akses modal dikarenakan karakteristik industri kreatif yang unik dan berisiko ini menyebabkan mayoritas pelaku harus memodali usahanya sendiri, sedikit sekali yang mampu



(Bekraf & BPS, 2017)

mengakses bank, dan kurang dari 1% dibiayai dari modal ventura. Oleh karena itu, bisnis kreatif ini membutuhkan tipe akses permodalan yang tidak biasa, dimana hal ini tidak memerlukan jaminan, tingkat kepercayaan penuh, serta dapat mentolerir tingkat resiko kegagalan usaha yang tinggi. Umumnya alternatif permodalan untuk startup bisnis kreatif ini didapat dari *angel investor*, ataupun memanfaatkan dana hibah dari pemerintahan / CSR (*Corporate Social Responsibility*) dari

perusahaan besar.

Oleh karena itu diperlukan penelitian mengenai analisis model pembiayaan industri kreatif, sehingga diharapkan ditemukan suatu alternatif model pembiayaan yang dapat lebih sesuai dengan karakteristik industri kreatif yang unik ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Industri Kreatif

Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kemendag, 2008). Lebih sederhana dapat disebutkan bahwa adanya suatu inovasi dalam suatu perusahaan dapat dikategorikan industri kreatif (Green et al, 2007). Definisi Industri Kreatif berdasarkan UK DCMS Task force 1998 (dalam Siti Nurjanah, 2013) adalah : *“Creatives Industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content”*. Berdasarkan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif telah mengklasifikasi ulang sub-sektor industri kreatif 16 sub-sektor, yaitu :

1. Aplikasi dan Game
2. Arsitektur
3. Desain Interior
4. Desain Komunikasi Visual
5. Desain Produk
6. Fashion
7. Film, Animasi dan Video
8. Fotografi
9. Kriya
10. Kuliner
11. Musik
12. Penerbitan
13. Periklanan
14. Seni Pertunjukan
15. Seni Rupa
16. Televisi dan Radio

Jenis Sumber Pembiayaan

Menurut Riyanto (2002) jenis sumber pembiayaan itu secara garis besar ada dua : Dari internal (dari dalam perusahaan), dan dari eksternal (dari luar perusahaan). Lebih spesifik dijelaskan bahwa jenis-jenis pembiayaan usaha itu adalah sebagai berikut :

1. Dana sendiri
2. Patungan (join saham)
3. Pinjaman, baik itu dari sektor formal (bank, lembaga keuangan mikro, dsb) maupun informal (pinjaman dari saudara, dsb).
4. Hibah, baik itu dari sektor formal (program pemerintah, dsb) maupun informal (hibah dari keluarga, dsb).

Alternatif Pembiayaan di Era Digital.

Salah satu alternatif sumber pembiayaan di era sekarang ini adalah : crowdfunding, dimana proses penggalangan dana yang difasilitasi oleh platform digital. Adapun *Crowdfunding* dapat dibedakan menjadi 4 kategori utama, yaitu (Husain & Root, 2015):

1. *Donation-based*, berbasis donasi biasanya untuk kepentingan sosial.
2. *Reward-based*, mirip donasi, tetapi pembuat proyek menawarkan hadiah atas donasinya.
3. *Lending-based*, galang dana ini bersifat pinjaman yang menawarkan keuntung bunga atau bagi hasil.
4. *Equity-based*, galang dana ini menawarkan keuntungan sebagian saham perusahaannya.

Faktor Keputusan Pembiayaan

Menurut Riyanto (2002) faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pendanaan adalah tingkat bunga, stabilitas earning, susunan aktiva, kadar risiko dari aktiva, jumlah modal yang diperlukan, keadaan pasar modal, sifat manajemen dan ukuran perusahaan. Weston dan Brigham (1997) mengungkapkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pendanaan adalah stabilitas penjualan, likuiditas, struktur aktiva, *operating leverage*, tingkat pertumbuhan, profitabilitas, produktivitas, pajak, pengendalian, sikap manajemen, kondisi pasar keuangan dan fleksibilitas keuangan. Menurut Sartono (2001), faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan

pendanaan adalah tingkat penjualan, struktur aset, tingkat pertumbuhan perusahaan, profitabilitas, variabel laba dan pajak, skala perusahaan, kondisi internal perusahaan, dan ekonomi makro.

METODE PENELITIAN

Rancangan Riset

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif, dimana fokus dari penelitian ini adalah untuk mencari dan mengukur pola keterkaitan korelasi antar variabel. Jenis pendekatan yang digunakan adalah analisis deskripsi kuantitatif dengan penelitian *explanatory research* (Kuncoro, 2007:56). Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel X dan Y. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995:5) penelitian explanatori adalah penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Kemudian metode penelitian yang digunakan adalah metode survey, dimana biasanya dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau wawancara, dengan tujuan untuk mengetahui: siapa mereka, apa yang mereka pikir, rasakan, atau kecenderungan suatu tindakan. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995:5) metode survey adalah metode yang mengambil data dari satu populasi dan menggunakan kuisisioner sebagai pengumpulan alat data yang pokok sehingga penelitian survey bertujuan untuk mengetahui pendapat responden, data yang akan diperoleh dari pengambilan sampel dalam populasi yang akan diteliti.

Data, Teknik Pengumpulan Data, dan Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder, dimana menurut Sumarsono (2004:77) data primer adalah seluruh data dan informasi yang didapat langsung pada obyek penelitian, sedangkan data sekunder adalah data pendukung terkait dengan tema riset yang sumbernya didapat secara tidak langsung dari obyek riset, baik itu online maupun offline seperti misalnya : laporan,

jurnal, buku literatur, peraturan, dan sebagainya. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi langsung ke lapangan, menyebarkan angket, dan wawancara kepada responden.

Pengambilan dan Pemilihan Sampel

Instrumen penelitian utama dari riset ini adalah wawancara dengan informan yang kompeten, diantaranya dari pelaku industri kreatif, pejabat dinas terkait, perwakilan komunitas industri kreatif, serta pakar pembiayaan dari akademisi. Pada penelitian ini, populasinya adalah seluruh industri kreatif di Kota Bandung, dimana jumlahnya belum diketahui secara pasti. Sementara jumlah sampel yang diambil adalah 120 responden yang diambil dengan cara *cluster sampling*, dimana pengambilan sampling diambil dengan cara membagi populasi menjadi beberapa kelompok bagian (Jogianto, 2016).

Analisis Data

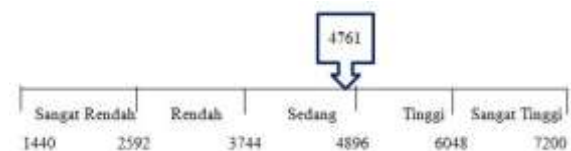
Analisis data pada dasarnya yaitu memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan atau meramalkan kejadian lainnya. Kejadian (event) dapat dinyatakan sebagai perubahan nilai variabel. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana, karena variabel yang terlibat dalam penelitian ini ada dua, yaitu kemampuan karakteristik industri kreatif sebagai variabel bebas dan dilambangkan dengan X serta karakteristik modal usaha sebagai variabel terikat dan dilambangkan dengan Y serta berpagkat satu.

Analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan membuat persamaan regresi sederhananya, dan menguji keberartian dan kelinieran regresi. Semua tahap analisis data kuantitatif yang dilakukan oleh peneliti akan dilakukan dengan menggunakan teknik statistik uji dengan SPSS 16.0 untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara 2 variabel yang telah dijelaskan di atas. Hal ini untuk memperkuat analisis yang dilakukan oleh peneliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Industri Kreatif

Industri kreatif memiliki karakteristik yang berbeda dengan industri – industri yang lainnya. Pada penelitian ini telah diambil responden sebanyak 120 orang dari kalangan industri kreatif. Selanjutnya akan dipaparkan mengenai hasil tanggapan responden mengenai item – item pernyataan terkait karakteristik industri kreatif berikut ini, sehingga nanti dapat dilihat apakah para industri skala UKM yang diambil sebagai responden ini memiliki karakteristik industri kreatif yang dominan atau tidak. Untuk memudahkan pembahasan, maka pemaparan hasil tanggapan responden ini akan dimulai dari menampilkan posisi skor total tiap item pada garis internal yang terdiri dari skala Sangat Rendah sampai dengan Sangat Tinggi, serta membandingkan hasil tersebut dengan hasil wawancara dengan beberapa responden. Rekapitulasi variabel karakteristik industri kreatif ini kemudian diolah dimana didapat hasil total nilainya adalah 4761. Total skor ini apabila diposisikan pada garis interval kategori, maka hasilnya akan terlihat pada gambar berikut ini :



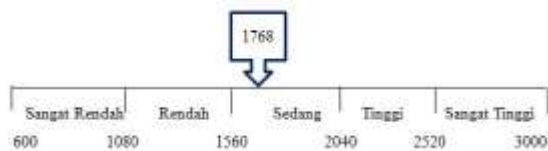
Gambar 1. Posisi Kategori Total Skor karakteristik industri kreatif

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa total skor 4761 masih berada pada kategori

sedang. Hal ini berarti tingkat karakteristik industri kreatif pada mayoritas responden penelitian ini ada pada kategori sedang cenderung tinggi.

Karakteristik Kredit Usaha

Kebutuhan industri kreatif akan model pembiayaan ini erat kaitannya dengan karakteristik kredit usaha yang ada dalam sektor bisnis. Pada sub-bab ini, akan dipaparkan mengenai hasil tanggapan item – item pernyataan terkait variabel karakteristik kredit usaha, utamanya kredit usaha perbankan secara umum, sehingga nanti dapat dilihat karakteristik kredit usaha perbankan secara umum ini melalui persepsi responden industri kreatif. Untuk memudahkan pembahasan, maka pemaparan hasil tanggapan responden ini akan dimulai dari menampilkan posisi skor total tiap item pada garis internal yang terdiri dari skala Sangat Rendah sampai dengan Sangat Tinggi, serta membandingkan hasil tersebut dengan hasil wawancara dengan beberapa responden. Rekapitulasi variabel karakteristik kredit usaha ini kemudian diolah dimana didapat hasil total nilainya adalah 1768. Total skor ini apabila diposisikan pada garis interval kategori, maka hasilnya akan terlihat pada gambar berikut ini :



Gambar 2. Posisi Kategori Total Skor karakteristik kredit usaha

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa total skor 1768 masih berada pada kategori sedang. Hal ini berarti tingkat karakteristik kredit usaha pada mayoritas responden penelitian ini ada pada kategori sedang.

Pengaruh Karakteristik Industri Kreatif Terhadap Karakteristik Kredit Usaha

Pada sub-bab ini, akan dipaparkan mengenai kalkulasi pengaruh karakteristik industri kreatif sebagai variabel dependen terhadap karakteristik kredit usaha sebagai

variabel independen dengan menggunakan analisis regresi sederhana berbasis aplikasi SPSS ver 16. Perhitungan ini akan melihat apakah karakteristik kredit usaha dipengaruhi oleh karakteristik industri kreatif atau tidak. Berikut hasil output dari perhitungan analisis regresi kedua variabel tersebut :

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Industri Kreatif ^a		Enter

Tabel tersebut menerangkan tentang variabel yang dimasukkan atau dibuang dan metode yang digunakan. Dalam hal ini variabel yang dimasukkan adalah variabel nilai industri kreatif sebagai predictor dan metode yang digunakan adalah metode enter.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.097 ^a	.009	.001	3.35825

a. Predictors: (Constant), Industri Kreatif

Tabel di atas menjelaskan besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,097 dan dijelaskan besarnya prosentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R. Dari hasil output tersebut diperoleh koefisiensi determinasi (R²) sebesar 0,009, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (industri kreatif) terhadap variabel terikat (kredit) adalah sebesar 0,9%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya.

ANOVA

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.679	1	12.679	1.124	.291 ^a
	Residual	1330.780	118	11.278		
	Total	1343.467	119			

a. Predictors: (Constant), Industri Kreatif

b. Dependent Variable: Kredit

Pada tabel di atas menjelaskan bahwa apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel industri kreatif (X) terhadap variabel kredit (Y)

dengan ketentuan, jika Nilai Sig. < 0,05, maka model regresi adalah linier, dan berlaku sebaliknya. Dari output tersebut terlihat bahwa F hitung = 1,124 dengan tingkat signifikansi / probabilitas 0,291 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,523	1,716		9,631	,000
	Industri Kreatif	-,046	,043	-,097	-1,060	,291

a. Dependent Variable: Kredit

Pada tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa pada kolom B di constant (a) adalah 16,523, sedangkan nilai industri kreatif (b) adalah -0,046. Dengan demikian persamaan regresinya dapat ditulis :

$$Y = a + bX \text{ atau } 16,523 - 0,046X$$

Koefisien b dinamakan koefisien arah regresi dan menyatakan perubahan rata-rata variabel Y untuk setiap perubahan variabel X sebesar satu satuan. Perubahan ini merupakan pertambahan bila b bertanda positif dan penurunan bila b bertanda negatif. Sehingga dari persamaan tersebut dapat ditafsirkan sebagai berikut :

1. Konstanta sebesar 16,523 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai industri kreatif maka nilai kredit adalah 16,523.
2. Koefisiensi regresi X sebesar - 0,046 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai industri kreatif, maka nilai kredit akan berkurang sebesar 0,046.

Selain menjelaskan persamaan regresi output ini juga menampilkan uji signifikansi dengan uji t yaitu untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang nyata (signifikan) variabel industri kreatif (X) sendiri (partial) terhadap variabel kredit (Y).

HIPOTESIS :

1. H0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel industri kreatif terhadap variabel kredit
2. H1 = Ada pengaruh yang signifikan antara variabel industri kreatif terhadap variabel kredit

Dari output tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai t hitung = -0,060 dan t tabel = 1,979

dengan nilai signifikansi 0,291 > 0,05, maka t hitung < t tabel dimana artinya H0 diterima dan H1 ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara industri kreatif terhadap kredit.

Berdasarkan hasil kalkulasi regresi linier sederhana tersebut, dapat disimpulkan bahwa memang karakteristik industri kreatif tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik kredit usaha perbankan secara umum. Sehingga dapat disimpulkan bahwa memang karakteristik industri kreatif ini memerlukan alternatif model pembiayaan yang berbeda dengan pola pembiayaan dari perbankan yang umum, yang lebih sesuai dengan kebutuhan karakteristik dari industri kreatif itu sendiri yang diantaranya adalah umumnya tidak punya aset untuk jaminan, lebih banyak melibatkan unsur kreativitas, serta tingkat persaingan usaha yang tinggi.

KESIMPULAN

Pada tahap awal ini, penelitian tentang model alternatif pembiayaan untuk sektor industri kreatif, sudah berhasil memetakan kondisi awal dari sektor industri kreatif di Kota Bandung. Selain itu, berdasarkan paparan hasil dan pembahasan, ada beberapa hal yang dapat disimpulkan, yaitu :

1. Berdasarkan perbandingan rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terkait karakteristik industri kreatif dengan garis interval kategori terhitung bahwa total skor 4761 ini masih berada pada kategori sedang. Hal ini berarti tingkat karakteristik industri kreatif pada mayoritas responden penelitian ini ada pada kategori sedang cenderung tinggi.
2. Berdasarkan perbandingan rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap item-item pernyataan terkait karakteristik kredit usaha perbankan dengan garis interval kategori terhitung bahwa bahwa total skor 1768 ini masih berada pada kategori sedang. Hal ini berarti tingkat karakteristik kredit usaha perbankan pada mayoritas responden penelitian ini ada pada kategori sedang.
3. Berdasarkan hasil kalkulasi regresi linier sederhana pada kedua variabel, dapat disimpulkan bahwa memang karakteristik

industri kreatif tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap karakteristik kredit usaha perbankan secara umum. Sehingga dapat disimpulkan bahwa memang karakteristik industri kreatif ini memerlukan alternatif model pembiayaan yang berbeda dengan pola pembiayaan dari perbankan yang umum, yang lebih sesuai dengan kebutuhan karakteristik dari industri kreatif itu sendiri dimana diantaranya adalah umumnya tidak punya aset besar untuk jaminan pembiayaan, lebih banyak melibatkan unsur kreativitas, serta tingkat persaingan usaha yang tinggi.

Berdasarkan beberapa kesimpulan tersebut, ada beberapa saran rekomendasi yang dapat disampaikan, yaitu :

1. Karakteristik industri kreatif yang menonjol di Kota Bandung adalah pelibatan bakat dan aspek kreatif yang tinggi, serta tingginya tingkat persaingan pada sektor bisnis mereka. Sehingga dalam hal ini, perlu dirancang strategi keunggulan bersaing dari para pelaku sektor industri ini, agar pertumbuhan bisnisnya dapat berlangsung lebih berkesinambungan.
2. Pelaku fungsi intermediari utama dari fungsi pembiayaan bisnis adalah perbankan. Sementara penelitian ini memaparkan bahwa karakteristik pembiayaan perbankan umumnya tidak begitu sesuai dengan karakteristik industri kreatif yang ada, terutama untuk syarat lama usaha dan kebutuhan jaminan aset yang bernilai besar. Untuk itu sektor perbankan perlu merancang model pembiayaan yang lebih sesuai dengan karakteristik sektor industri kreatif, sehingga peran perbankan dalam meningkatkan proses pengembangan bisnis sektor industri kreatif ini dapat lebih ditingkatkan lagi.
3. Perlu dirancang alternatif model pembiayaan yang lebih sesuai dengan karakteristik industri kreatif secara umum, sehingga sektor industri kreatif mempunyai tambahan alternatif akses pembiayaan yang lebih sesuai untuk pengembangan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

Bekraf. (2017). Outlook Ekonomi Kreatif Indonesia. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. Jakarta.

- Brigham E.F. Dan Weston J.Fred. (1997). Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, Edisi Sembilan Jilid 1, Jakarta; Erlangga.
- Green, L., I. Miles, J. Rutter (2007), Hidden Innovation In The Creative Industries, Nesta Working Paper, London
- Husain, S., & Root, A. (2015). Crowdfunding For Entrepreneurship. Alliedcrowds. London: Alliedcrowds.
- Riyanto, Bambang (2002) Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Sartono, Agus. (2001). Manajemen Keuangan Teori Dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta; Bpfe-Yogyakarta
- Siti Nurjanah (2013) Analisis Pengembangan Program Bisnis Industri Kreatif Penerapannya Melalui Pendidikan Tinggi, Jma Vol. 18 No. 2.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Departemen Kementerian Perdagangan RI (2008), "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia", Studi Industri Kreatif Indonesia, Departemen Perdagangan RI, Jakarta
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2015 Tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif