

Penguatan Inklusi Keuangan pada Industri Kreatif Berskala Mikro Kecil di Sumatra Barat

Struggle for Financial Inclusion in Micro Small Creative Industry in West Sumatra

Widya Fitriana^{a,*}, Ernan Rustiadi^b, Akhmad Fauzi^c, & Lukytawati Anggraeni^c

^aSosial Ekonomi Pertanian (Agribisnis) Universitas Andalas dan Fakultas Ekonomi Manajemen, Institut Pertanian Bogor

^bPusat Pengkajian Perencanaan dan Pengembangan Wilayah (P4W), Institut Pertanian Bogor

^cFakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor

[diterima: 21 September 2018 — disetujui: 15 Januari 2019 — terbit daring: 20 Mei 2019]

Abstract

Creative industry is a strategic sector of national development. Lack of capital is a major obstacle to its development. This study analyzes financial inclusion of micro small creative industries (MSCI) relating to access and loan use. Both logit and Tobit models were employed for 1,367 MSCI from micro small survey data 2014. This study proved that women entrepreneurs who are less educated, limited asset and located in rural area tend to have greater constraints in financial inclusion. This study recommend the importance of financial education for women entrepreneurs in rural areas and expansion of internet uses and conduct digital finance.

Keywords: creative industry; financial inclusion; logistic regression

Abstrak

Industri kreatif merupakan sektor strategis pembangunan nasional. Keterbatasan akses keuangan menjadi kendala utama pengembangannya. Penelitian ini menganalisis inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank pada *micro small creative industry* (MSCI) di Sumatra Barat. Model logit dan Tobit digunakan untuk menganalisis 1.367 MSCI dari data survei industri mikro kecil 2014. Hasil penelitian membuktikan bahwa MSCI yang dikelola pengusaha wanita yang kurang berpendidikan, berskala kecil, aset terbatas dan berada di perdesaan cenderung memiliki informasi pembiayaan yang terbatas serta kendala besar dalam inklusi keuangan. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya edukasi keuangan bagi pengusaha wanita di perdesaan serta perluasan pemanfaatan internet dan keuangan digital.

Kata kunci: industri kreatif; inklusi keuangan; regresi logistik

Kode Klasifikasi JEL: G2; M21; M14

Pendahuluan

Industri kreatif muncul sebagai harapan baru perekonomian Indonesia saat ini karena mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. Industri kreatif mampu berkontribusi sebesar 7,1%

terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, bahkan pertumbuhannya mencapai 5,76% atau lebih tinggi di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5,74%. Di sisi tenaga kerja, sektor ini mampu menyerap 10,7% dari angkatan kerja nasional dengan 9,7% jumlah unit usaha dari total unit usaha (BPS-Bekraf, 2016). Ini membuktikan bahwa industri kreatif memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan.

Namun, sayangnya kontribusi terhadap PDB dinilai masih relatif rendah bila dibandingkan de-

*Alamat Korespondensi: Universitas Andalas, Jln. Universitas Andalas, Limau Manis, Pauh, Kota Padang, Sumatra Barat 25163 & Kampus IPB Dramaga, Jln. Raya Dramaga, Bogor, Jawa Barat 16680. E-mail: widyafitriana66@gmail.com.

ngan beberapa negara Asia lainnya seperti Thailand (9,5%) dan Korea Selatan (8,67%). Kajian yang dilakukan oleh Bank Indonesia (2015) menemukan bahwa ketersediaan pembiayaan yang sesuai, mudah diakses, dan kompetitif merupakan salah satu persoalan mendasar dalam pengembangan industri kreatif di Indonesia. Padahal pembiayaan eksternal merupakan faktor penting dalam pengembangan industri kreatif karena membantu dalam ekspansi usaha, investasi, dan pengembangan inovasi (Pasari et al., 2007).

Menurut Ahmed dan Hamid (2011), keuangan yang tidak mencukupi dapat menjadi hambatan utama bagi pertumbuhan perusahaan. Industri kecil biasanya mengalami tantangan yang lebih besar dalam memperoleh pembiayaan eksternal bila dibandingkan dengan perusahaan besar karena mengalami kesenjangan pembiayaan perusahaan (*firm-financing gap*) (Schiffer dan Weder, 2001). Hal ini salah satunya disebabkan karena ketiadaan agunan yang mencukupi untuk melakukan pinjaman.

Menurut Bank Indonesia (2015), Sumatra Barat merupakan 1 dari 10 provinsi yang menjadi wilayah pengembangan industri kreatif nasional selain Sumatra Selatan, Kepulauan Riau, Jawa Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, Banten, Kalimantan Timur, Sulawesi Tengah, dan Maluku. Sumatra Barat kaya akan sosial budaya serta karakteristik masyarakat lokal yang memiliki kewirausahaan (*entrepreneurship*) yang *genuine*. Howkins (2001) menegaskan bahwa sumber daya budaya yang kaya dapat dijadikan sebagai *platform* pengembangan industri kreatif di suatu wilayah. Industri kreatif diduga mampu menjadi ikon perekonomian Sumatra Barat di masa depan, namun rendahnya inklusi keuangan terutama dalam mengakses sumber pembiayaan formal (bank) menyebabkan industri kreatifnya sulit untuk berkembang.

Inklusi keuangan berdasarkan teori permintaan kredit (*demand theory for credit*) menyatakan bahwa karakteristik dari sisi permintaan (*demand*) me-

mengaruhi penyaluran kredit dari sisi penawaran (suplai). Menurut Laeven dan Woodruff (2007), Abor dan Biekpe (2009), Comunian et al. (2010), dan Fungáčová dan Weill (2015), karakteristik pengusaha dan perusahaan dapat memengaruhi penyaluran kredit dari sisi permintaan. Beberapa tahun terakhir, faktor wilayah mulai dipertimbangkan sebagai determinan inklusi keuangan (Granger dan Hamilton, 2010; Clare, 2013). Di Indonesia, penelitian inklusi keuangan untuk sektor industri kreatif yang menggabungkan determinan pengusaha, perusahaan, dan wilayah yang berbasis pada industri kreatif berskala mikro kecil masih sangat terbatas. Di samping itu, penelitian pengembangan industri kreatif di Indonesia masih terfokus pada wilayah yang bersifat penghasilan tinggi, sedangkan untuk wilayah yang bersifat penghasilan rendah/sedang masih sangat terbatas. Untuk itu, penelitian tentang pengembangan industri kreatif di wilayah yang bersifat penghasilan rendah/sedang sangat dibutuhkan mengingat bahwa potensi pengembangan industri kreatif di berbagai daerah di Indonesia perlu terus dimaksimalkan.

Berdasarkan kondisi di atas, maka tujuan penelitian ini adalah: (1) menganalisis inklusi keuangan industri kreatif di Sumatra Barat terkait akses ke lembaga keuangan formal (bank); dan (2) menganalisis inklusi keuangan industri kreatif di Sumatra Barat terkait penggunaan kredit bank sebagai modal kerja. Adapun ruang lingkup penelitian ini memfokuskan pada industri kreatif yang berskala mikro kecil di Sumatra Barat.

Tinjauan Literatur

Inklusi keuangan (*financial inclusion*) oleh beberapa peneliti seperti Honohan (2008), Efobi et al. (2014), Fungáčová dan Weill (2015), dan Chauvet dan Jacolin (2017) didefinisikan sebagai peningkatan akses terhadap jasa keuangan formal yang diukur dengan menggunakan tiga indikator utama yakni kepemilikan rekening tabung, kepemilikan rekening simpanan, dan kepemilikan rekening giro. *Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153*

likan rekening di bank (*ownership of bank account*), penggunaan kredit (*use of bank credit*), dan tabungan bank (*savings on bank account*). Inklusi keuangan menurut Pearce (2011) ditujukan untuk menarik “*unbanked population*” dalam sistem keuangan formal, sedangkan Chakravarty dan Pal (2013) lebih menekankan pada proses untuk menghilangkan hambatan dan mengatasi ketidakmampuan kelompok yang kurang beruntung. Menurut Chakravarty dan Pal (2013), inklusi keuangan adalah fenomena yang multidimensional dan beragam pada setiap daerah ataupun setiap sektor. Di sisi lain, *financial exclusion* dapat juga terjadi karena terhambat oleh kendala dari perusahaan itu sendiri seperti kepemilikan aset dan ketiadaan jaminan usaha.

Han (2008) berpendapat bahwa kemampuan untuk mengakses sumber-sumber pembiayaan eksternal sangat dipengaruhi oleh karakteristik pengusaha (wirausaha). Pendidikan dan pengalaman dalam mengelola usaha memiliki dampak yang kuat dalam meningkatkan akses terhadap perbankan. Pendapat yang serupa juga dikemukakan oleh Fungáčová dan Weill (2015), bahwa pendidikan berpengaruh positif terhadap kepemilikan rekening di bank. Pengusaha sebagai pengelola juga memiliki wewenang dan kesempatan yang luas untuk membangun jaringan dengan sumber-sumber pembiayaan eksternal. Hal ini sesuai dengan temuan Fatoki dan Smit (2011) yang menyatakan bahwa informasi bisnis dan jaringan sosial penting dalam menentukan akses kredit perbankan. Faktor lain seperti umur pengusaha, menurut temuan Nkuah *et al.* (2013) dan Nguyen dan Luu (2013) juga berkorelasi terhadap kemampuan mengakses sumber pembiayaan eksternal, bahwa pengusaha yang berada pada rentang umur produktif ternyata memiliki peluang yang lebih besar dalam mengakses pembiayaan eksternal dan meminimalisir risiko pinjaman.

Demircuc-Kunt *et al.* (2015) menemukan bahwa faktor gender turut memengaruhi inklusivitas keuangan

Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153

dengan laki-laki memiliki akses ke (permintaan) dan penggunaan (suplai) layanan keuangan yang lebih baik dibandingkan perempuan di India. Karakteristik kewirausahaan seperti pendidikan, umur, dan gender berpengaruh terhadap inklusivitas keuangan di Cina (Fungáčová dan Weill, 2015). Sementara di Afrika, pengusaha pria yang lebih mapan, lebih terdidik, dan berpengalaman memiliki inklusi keuangan yang lebih baik (Zins dan Weill, 2016). Menurut Klapper *et al.* (2016), laki-laki memiliki akses ke layanan keuangan yang lebih baik dibandingkan perempuan, sedangkan menurut Fungáčová dan Weill (2015), gender tidak berpengaruh terhadap institusi pembiayaan formal atau informal yang dipilihnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Bencheikh dan Taktak (2017) menemukan bahwa inklusi keuangan juga dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan antara lain pertumbuhan, skala usaha, dan profitabilitas usaha. Menurut Laeven dan Woodruff (2007), skala usaha (ukuran perusahaan) dan legalitas usaha berkorelasi positif dengan akses finansial usaha, yang mana industri kecil biasanya memiliki tantangan yang lebih besar dalam mengakses sumber pembiayaan dari institusi perbankan dibandingkan dengan industri besar dikarenakan terkendala agunan (*firm financing gap*). Temuan Bencheikh dan Taktak (2017) menunjukkan bahwa likuiditas agunan seperti tanah, bangunan, dan mesin, serta peralatan dapat memudahkan akses perusahaan terhadap sumber pembiayaan. Abor dan Biekpe (2009) juga menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh terhadap permintaan pembiayaan eksternal dengan perusahaan yang sudah beroperasi dalam jangka waktu yang lama memiliki permintaan kredit yang terus meningkat untuk pengembangan usahanya. Kendati demikian, menurut Fowowe (2017), akses terhadap keuangan justru dapat meningkatkan pertumbuhan yang lebih besar pada perusahaan pemula daripada perusahaan yang sudah mapan.

Menurut Granger dan Hamilton (2010), industri kreatif cenderung tumbuh pada daerah yang memiliki infrastruktur yang baik, terutama infrastruktur komunikasi. Daerah yang makmur dengan tingkat kemiskinan yang rendah serta memiliki infrastruktur yang memadai, terutama infrastruktur teknologi dan informasi, merupakan faktor pendorong untuk mewujudkan pertumbuhan industri kreatif yang inklusif. Clare (2013) juga menambahkan bahwa *creative industries are embedded in place*. Menurut Pearce (2011) dan Chakravarty dan Pal (2013), inklusi keuangan adalah fenomena yang multidimensional dan cenderung berbeda untuk tiap wilayah. Hal ini menguatkan dugaan bahwa faktor wilayah (spasial) juga memengaruhi inklusi keuangan industri kreatif.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah (1) karakteristik pengusaha (pendidikan, umur, *networking*, dan kemitraan) memiliki hubungan yang positif dengan inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank, sedangkan gender diduga memiliki hubungan yang negatif; (2) karakteristik usaha (ukuran, sektor, aset, *business experience* (BEX)¹, legal, profit, ekspor, dan konsumen) memiliki hubungan yang positif dengan inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank; dan (3) karakteristik wilayah (lokasi, rasio Gini, PDB, dan internet) memiliki hubungan yang positif dengan inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank.

Metode

Penelitian dilakukan dengan menggunakan data kerat lintang (*cross section*) dari *Survei Industri Mikro Kecil (SIMK) 2014* yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS). SIMK menyurvei 1.800 unit usaha Industri Mikro Kecil (IMK) di seluruh

kabupaten/kota di Sumatra Barat. Objek penelitian yang dipilih adalah industri manufaktur yang termasuk kriteria klasifikasi ekonomi kreatif dan cakupan subsektor ekonomi kreatif menurut Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI) Tahun 2015 yang dikeluarkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Berdasarkan hasil pengolahan data SIMK 2014 tersebut didapatkan 1.367 industri kreatif di Sumatra Barat yang menyebar pada 3 subsektor yakni kriya (40,02%), kuliner (36,21%), dan *fashion* (23,77%). Rinciannya terlihat pada Tabel 1.

Variabel terikat yang diamati ada dua yakni (1) terkait akses usaha ke perbankan (*relating to access*) dan terkait penggunaan kredit bank sebagai modal kerja (*relating to use*). Variabel bebas yang digunakan untuk mengukur inklusi keuangan yakni (a) karakteristik pengusaha: pendidikan, umur, jenis kelamin, kemitraan, dan *network*, (b) karakteristik perusahaan: skala usaha, pengalaman usaha, subsektor, aset, legalitas, profitabilitas, orientasi pasar, dan ekspor, dan (c) karakteristik wilayah: lokasi usaha, pendapatan per kapita, rasio Gini, dan penggunaan internet. Variabel yang digunakan merujuk pada penelitian terdahulu (Granger dan Hamilton, 2010; Fatoki dan Smith, 2011; Clare, 2013; Nguyen dan Luu, 2013; Zins dan Weill, 2016).

Analisis tujuan pertama terkait akses ke lembaga keuangan formal (bank) menggunakan analisis regresi logistik. Selanjutnya, analisis tujuan kedua terkait penggunaan kredit bank sebagai modal kerja menggunakan analisis regresi Tobit. Model persamaan yang digunakan merujuk pada model yang dikembangkan oleh Fatoki dan Smit (2011), Clare (2013), Nguyen dan Luu (2013), dan Zins dan Weill (2016). Persamaan logit untuk menganalisis inklusi keuangan industri kreatif terkait akses ke lembaga keuangan formal:

$$Y = \text{Log} \frac{P}{1 - P} \quad (1)$$

Nilai $Y=1$ jika industri kreatif memiliki akses ke *Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153*

¹pengalaman operasional perusahaan, diukur dalam tahun

Tabel 1: Cakupan dan Sebaran Data Industri Kreatif di Sumatera Barat

Subsektor	Jumlah	%	KBLI
Kuliner	495	36,21	10792, 10794, 10790, 10799, 10793, 10710, 10733, 10750
Kriya	547	40,02	16291, 16292, 31001, 31004, 32111, 32120, 32202, 32402, 32112, 32909, 13912, 13921, 13922, 13923, 13924, 16292, 16293, 16299, 13921, 32401, 23963, 23951, 13122, 17022, 23959, 23932
<i>Fashion</i>	325	23,77	14111, 14120, 14131, 14302, 15121, 15201
Jumlah	1.367	100	

Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

Tabel 2: Penjelasan Operasional Variabel

Indikator	Kode	Keterangan
Variabel bebas		
(1) Karakteristik Pengusaha		
Usia pengusaha	AGE	Umur pengusaha (tahun)
Jenis kelamin	GENDER	1=pengusaha berjenis kelamin perempuan; 0=lainnya
Pendidikan	EDU	Lama pendidikan formal yang ditamatkan pengusaha (tahun)
Kolaborasi	PARTNER	1=pengusaha pernah melakukan kolaborasi/kerja sama dengan pihak lain; 0=lainnya
<i>Network</i>	NETWORK	1=jika pengusaha tergabung dalam asosisasi usaha; 0=lainnya
(2) Karakteristik Usaha		
Jenis usaha	SECTOR	Kegiatan utama yang dilakukan industri kreatif: 1=kuliner, 2= kriya, dan 3= <i>fashion</i>
Umur perusahaan	BEX	Lama kegiatan operasional perusahaan (tahun)
Skala usaha	SIZE	Diukur berdasarkan jumlah tenaga kerja (orang)
Legalitas	LEGAL	1=usaha telah berbadan hukum; 0=lainnya
Ekspor	EXPORT	<i>Share</i> penjualan untuk pasar luar negeri/ekspor (persen)
Konsumen bisnis	CONS	<i>Share</i> penjualan untuk industri dan perdagangan (persen)
Aset	ASSET	Total aset usaha selama setahun (juta rupiah per tahun)
<i>Profitability</i>	PROFIT	Rasio antara laba usaha terhadap total aset perusahaan (persen)
(3) Karakteristik Wilayah		
Lokasi	LOC	1=jika lokasi perusahaan di wilayah perkotaan; 0=jika lokasi perusahaan di wilayah perdesaan
PDB per kapita	GDP	Nilai PDB per kapita di tiap lokasi usaha (juta rupiah per orang)
<i>Gini ratio</i>	GINI	Nilai rasio Gini di tiap lokasi usaha (point)
Internet	NET	Persentase penduduk yang mengakses internet di tiap lokasi usaha (persen)
Variabel terikat		
<i>Relating to access</i>	Y_{access}	1=perusahaan memiliki kemampuan untuk mengakses kredit bank; 0=lainnya
<i>Relating to use</i>	Y_{use}	Persentase modal kerja yang berasal dari kredit bank

Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

bank dan $Y=0$ jika tidak memiliki akses ke bank.

Persamaan Tobit untuk menganalisis inklusi keuangan industri kreatif terkait penggunaan kredit bank dalam modal kerja:

$$\begin{aligned}
 Y_i = & \alpha_0 + \alpha_1 EDU_{ij} + \alpha_2 GENDER_{ij} + \alpha_3 AGE_{ij} \\
 & + \alpha_4 PARTNER_{ij} + \alpha_5 NETWORK_{ij} \\
 & + \alpha_6 SECTOR_{ij} + \alpha_7 BEX_{ij} + \alpha_8 SIZE_{ij} \\
 & + \alpha_9 EXPORT_{ij} + \alpha_{10} LEGAL_{ij} + \alpha_{11} CONS_{ij} \\
 & + \alpha_{12} ASSET_{ij} + \alpha_{13} PROFIT_{ij} + \alpha_{14} LOC_{ij} \\
 & + \alpha_{15} GDP_{ij} + \alpha_{16} GINI_{ij} + \alpha_{17} NET_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (2)
 \end{aligned}$$

Model Tobit yang digunakan sama dengan Persamaan (1) model logit, namun memiliki nilai $Y=1$ *Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153*

jika industri kreatif menggunakan kredit bank dan $Y=0$ jika industri kreatif tidak menggunakan kredit bank.

Untuk menguji kelayakan model logit (*goodness of fit*) digunakan Metode *Pearson*, *Deviance*, dan *Hosmer-Lemeshow*. Uji ini dilakukan untuk melihat kesesuaian antara data yang dimasukkan dalam model dengan data yang diamati. Untuk melihat signifikansi model, maka dilakukan statistik uji G dan uji Wald. Uji G dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh peubah bebas yang digunakan dalam model secara bersama-sama terhadap peubah respons. Uji G dilakukan dengan membandingkan nilai α dengan *p-value*. Apabila *p-value* < α ,

hipotesis H_0 ditolak. Bila H_0 ditolak, artinya model yang digunakan signifikan secara statistik dengan tingkat signifikansi sebesar α . Sementara uji Wald dilakukan untuk melihat signifikansi tiap-tiap variabel (secara parsial). Bila $p\text{-value} < \alpha$, hipotesis H_0 ditolak, artinya variabel tersebut signifikan secara statistik dengan tingkat signifikansi sebesar α . Penafsiran koefisien regresi logistik berdasarkan nilai efek marginal yang diperoleh.

Analisis tobit pada tujuan kedua digunakan karena sebagian variabel terikat yang diobservasi bernilai nol, sedangkan sebagian observasi lainnya bernilai tertentu dan bervariasi. Model ini menggunakan *maximum likelihood* (ML) dan mengasumsikan bahwa variabel bebas tidak terbatas nilainya (*non-censored*), sedangkan variabel terikatnya bersifat *censored*, tidak terjadi autokorelasi, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan tidak terjadi multikolinearitas yang sempurna.

Hasil dan Analisis

Pada bagian ini dijelaskan gambaran umum industri kreatif di Sumatra Barat serta perbedaan karakteristik antara industri kreatif yang memiliki akses ke bank dengan industri kreatif yang tidak memiliki akses. Bagian ini juga menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi inklusi keuangan industri kreatif terkait akses ke lembaga keuangan formal dan terkait penggunaan kredit bank dalam modal kerja.

Karakteristik Industri Kreatif di Sumatra Barat

Struktur industri kreatif di Sumatra Barat cenderung menyerupai struktur industri kreatif nasional, yakni ditopang oleh 3 subsektor utama yaitu kriya (40,02%), kuliner (36,21%), dan *fashion* (23,77%). Struktur tenaga kerjanya didominasi oleh tenaga kerja wanita dan 78,42% pengusaha industri kreatif di Sumatra Barat adalah wanita. Berdasarkan lokasi

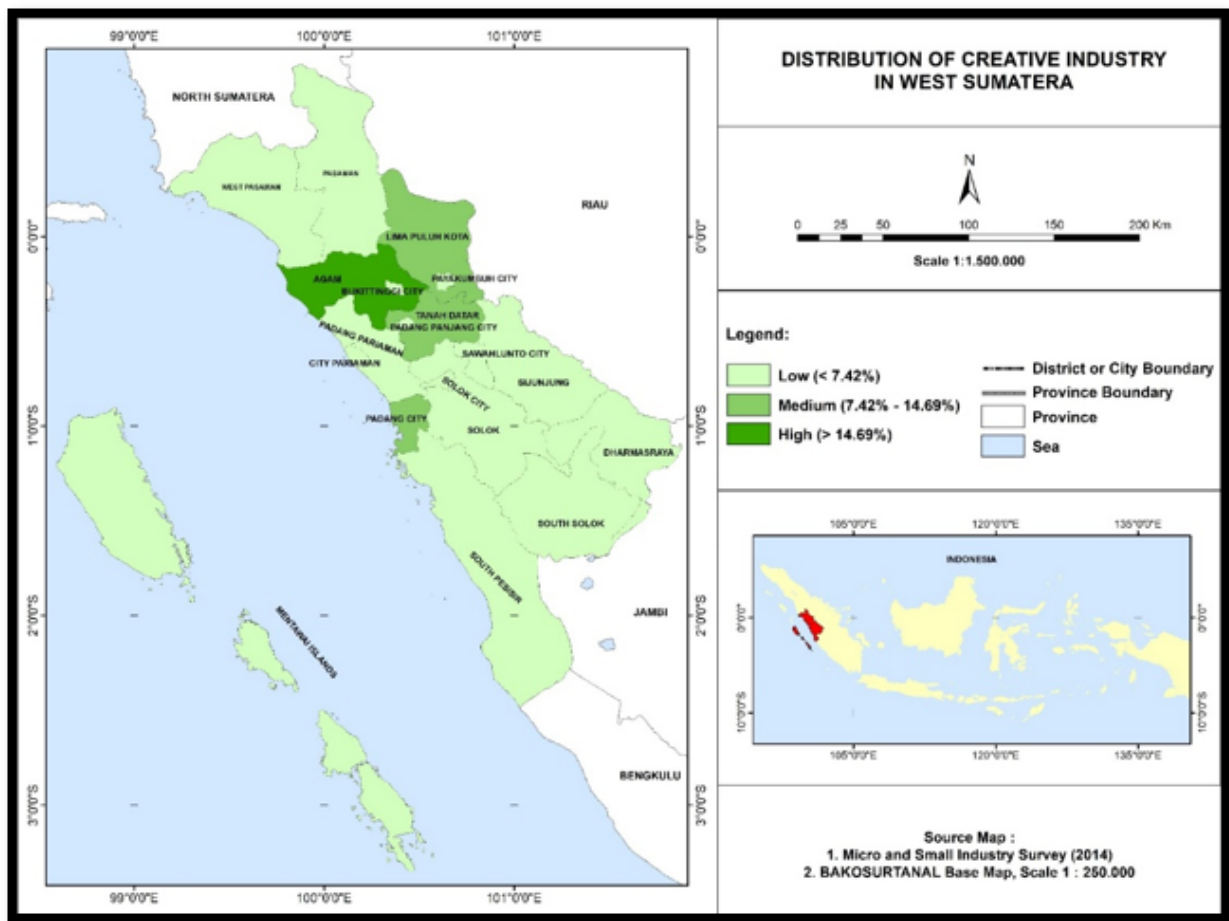
usahanya, mayoritas industri kreatif di Sumatra Barat berada di wilayah perdesaan yakni sebesar 62,63%. Hal ini kontras dengan situasi di negara maju yang 71,2% industri kreatifnya justru berada di perkotaan (Fahmi et al., 2016).

Di Sumatra Barat, umumnya industri kreatif yang berkembang bersifat industri budaya tradisional, yang keberadaan industri kreatif tersebut juga berpotensi terhadap kelangsungan kehidupan secara sosial dan ekonomi, terutama di pedesaan. Riset yang dilakukan oleh Fahmi et al. (2016) menemukan bahwa industri kreatif yang mengusung kegiatan budaya tradisional memiliki ketergantungan yang lebih rendah (*less dependent*) terhadap modal manusia dan ekonomi urbanisasi. Oleh karena itu, pengembangannya membutuhkan strategi yang berbeda dengan pengembangan industri kreatif yang berbasis kegiatan kreatif baru.

Industri kreatif tersebar hampir di seluruh kabupaten/kota di Sumatra Barat, kecuali Kepulauan Mentawai, namun penyebarannya cenderung tidak merata. Gambar 1 menunjukkan bahwa populasi industri kreatif terbesar ditemukan di Kabupaten Agam yakni sebesar 21,67%, diikuti oleh Kabupaten Limapuluh Kota (11,37%), Kota Padang dan Tanah Datar masing-masing sebesar 10,44%, diikuti oleh kabupaten/kota lain di Sumatra Barat yang relatif tidak terlalu besar yakni kurang dari 6,50%. Dilihat dari jenis industrinya, sebesar 21,36% industri kreatif di Sumatra Barat adalah industri kain sulaman dan bordir.

Berdasarkan tingkat pendidikannya, sebesar 61,63% pengusaha industri kreatif berpendidikan SLTP ke bawah dan hanya 5,40% pengusaha yang berpendidikan diploma ke atas. Pengusaha kreatif yang berpendidikan rendah cenderung memiliki kemampuan yang lebih rendah dalam memperoleh informasi dan pemahaman jasa perbankan dibandingkan pengusaha yang berpendidikan tinggi (*high/middle educated*).

Tabel 3 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan
Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153



Gambar 1: Sebaran Industri Kreatif di Sumatra Barat
 Sumber: *Survey Industri Mikro Kecil 2014*, diolah; dan *Peta dasar BAKORSUTANAL*

an yang signifikan antara karakteristik pengusaha kreatif yang memiliki akses ke bank dengan pengusaha kreatif yang tidak memiliki akses, yakni lama pendidikan formal, gender, dan kemitraan. Pendidikan yang tinggi serta kemampuan pengusaha untuk menjalin kemitraan dengan berbagai pihak dapat memengaruhi kemampuan pengusaha untuk memperoleh informasi yang cukup terkait jasa perbankan yang bisa dimanfaatkan. Industri kreatif yang memiliki akses perbankan memiliki rata-rata tingkat pendidikan pengusaha yang lebih tinggi serta kemampuan membangun kemitraan yang lebih baik.

Perbedaan karakteristik usaha yang signifikan ter-

Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153

dapat pada skala usaha dan orientasi pasar. Industri kreatif yang memiliki akses perbankan cenderung memiliki skala usaha yang lebih besar serta berorientasi pasar bisnis. Menurut Laeven dan Woodruff (2007), industri kecil biasanya memiliki tantangan yang lebih besar dalam mengakses sumber pembiayaan dari institusi perbankan dibandingkan dengan industri besar. Hal ini salah satunya karena terkendala agunan (*firm financing gap*). Likuiditas agunan seperti tanah, bangunan, mesin, serta peralatan yang dimiliki perusahaan dapat memudahkan akses perusahaan ke sumber pembiayaan formal (Bencheikh dan Taktak, 2017).

Perbedaan karakteristik wilayah yang signifikan

Tabel 3: Perbandingan Karakteristik Antara Industri Kreatif yang Memiliki Akses Bank dengan Industri Kreatif yang Tidak Memiliki Akses Bank

Variabel	Industri kreatif yang				Perbedaan	Uji t
	memiliki akses bank		tidak memiliki akses bank			
	Mean	Standar deviasi	Mean	Standar deviasi		
Karakteristik Pengusaha						
<i>Edu</i>	10,390	3,710	8,920	2,980	1,467	0,000***
<i>Gender</i>	0,658	0,475	0,820	0,384	-0,1621	0,000***
<i>Age</i>	43,400	10,800	43,600	11,700	-0,182	0,801
<i>Partner</i>	0,14	0,347	0,074	0,262	0,0654	0,003***
<i>Network</i>	0,113	0,317	0,086	0,281	0,0267	0,188
Karakteristik Usaha						
<i>Sector</i>	1,874	0,798	1,876	0,755	-0,0024	0,963
<i>BEX</i>	13,100	10,000	14,200	10,700	-1,145	0,085
<i>Size</i>	3,020	3,100	1,690	1,5100	1,330	0,000***
<i>Export</i>	0,090	1,110	0,0140	0,144	0,0715	0,267
<i>Legal</i>	0,020	0,140	0,0270	0,163	-0,00727	0,444
<i>Cons</i>	54,800	45,100	64,500	45,200	-9,710	0,001***
<i>Asset</i>	12,456	55,045	9,192	28,673	3,263	0,322
<i>Profit</i>	0,013	10,128	0,044	0,732	-0,0305	0,295
Karakteristik Wilayah						
<i>Loc</i>	0,432	0,496	0,364	0,481	0,067	0,035**
<i>GDP per capita</i>	33.863	8.596	33.276	8.383	587	0,93
<i>Gini ratio</i>	0,2969	0,0388	0,301	0,395	-0,0036	0,772
<i>Net</i>	17,840	8,590	17,210	8,620	0,636	0,258

Keterangan: Jumlah observasi: akses 301 perusahaan (22,02%), tidak akses 1.066 perusahaan (77,98%)

*** signifikan pada taraf 1%

Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

terdapat pada variabel lokasi usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif yang memiliki akses yang lebih baik umumnya berada di wilayah perkotaan. Menurut Hall (2000), pertumbuhan kota dengan intensitas kemajuan teknologi dan informasi yang tinggi dapat menciptakan lingkungan yang kondusif, terutama dalam hal ketersediaan informasi jasa layanan perbankan yang bisa dimanfaatkan.

Analisis Inklusi Keuangan Industri Kreatif Terkait Akses ke Lembaga Keuangan Fomal (Bank)

Hasil estimasi analisis logit pada Tabel 4 menunjukkan bahwa karakteristik pengusaha (pendidikan dan gender) berpengaruh signifikan terhadap akses ke bank. Pengusaha yang berpendidikan cenderung memiliki probabilitas yang lebih tinggi dalam mengakses kredit perbankan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Demirguc-Kunt *et al.* (2015) dan Zins

dan Weill (2016). Rendahnya tingkat pendidikan pengusaha menyebabkan terbatasnya pengetahuan terhadap akses perbankan serta rendahnya pemahaman tentang produk-produk perbankan yang bisa dimanfaatkan untuk menunjang usaha. Hasil penelitian ini juga menemukan bahwa industri kreatif di Sumatra Barat didominasi oleh pengusaha wanita yakni 78,42%, namun pengusaha wanita tersebut cenderung memiliki akses keuangan yang lebih rendah dibandingkan dengan pengusaha pria. Hal ini memperkuat temuan Han (2008) dan Demirguc-Kunt *et al.* (2015) bahwa gender berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan dan pengusaha wanita cenderung memiliki akses keuangan formal yang buruk.

Rendahnya inklusi keuangan yang dialami pengusaha wanita diduga terjadi karena terbatasnya pengetahuan dan pemahaman yang dimiliki pengusaha wanita terhadap jasa perbankan yang bisa dimanfaatkan. Hal ini terkait dengan rendahnya tingkat pendidikan pengusaha wanita. Hasil penelitian *Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018*, hlm. 140–153

menunjukkan bahwa rata-rata tingkat pendidikan pengusaha wanita di Sumatra Barat setara dengan SLTP, sedangkan rata-rata tingkat pendidikan formal yang ditamatkan oleh pengusaha pria setara dengan SLTA. Perbedaan tingkat pendidikan yang dimiliki tentu saja dapat memengaruhi perbedaan pengetahuan dan informasi yang dimiliki.

Industri kreatif di Sumatra Barat terbukti mampu memfasilitasi penyerapan yang lebih besar terhadap tenaga kerja wanita sehingga pengembangan industri kreatif dinilai juga mampu mempromosikan keseimbangan gender. Menurut Carter *et al.* (2014), kegiatan produksi industri kreatif yang berkaitan dengan kuliner, kerajinan tangan, dan *fashions* ataupun kegiatan produksi lainnya yang berhubungan erat dengan seni, estetika, dan aktivitas kultural lainnya memang lebih banyak dikelola oleh wanita. Penelitian Rutkauskas *et al.* (2014) dan OECD (2014) mengungkapkan bahwa industri kreatif yang berbasis nilai-nilai kultural dan sosial umumnya memiliki tingkat ketergantungan yang lebih rendah terhadap tenaga kerja berpendidikan tinggi dibandingkan industri kreatif yang berbasis nonkultural. Beberapa hasil penelitian tersebut menguatkan temuan penelitian ini bahwa rendahnya inklusi keuangan pada industri kreatif di Sumatra Barat salah satunya dikarenakan besarnya dominasi pengusaha wanita yang berpendidikan rendah.

Berdasarkan karakteristik usahanya, skala usaha, aset, dan konsumen terbukti berpengaruh signifikan terhadap akses ke bank. Aset usaha merupakan salah satu bentuk ketersediaan kolateral yang dapat digunakan dalam pasar kredit formal. Semakin besar nilai aset yang dimiliki, semakin besar peluang perusahaan untuk mengakses kredit. Industri kreatif berskala mikro dan kecil cenderung mengalami tantangan yang lebih besar dalam mengakses kredit dikarenakan ketiadaan agunan. Menurut Abor dan Biekpe (2009) dan Bencheikh dan Taktak (2017), likuiditas aset yang dimiliki dapat memudahkan akses perusahaan ke sumber pembiayaan formal

Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153

(bank). Industri kreatif yang memiliki akses perbankan cenderung memiliki skala usaha yang lebih besar. Menurut Laeven dan Woodruff (2007), industri kecil biasanya memiliki tantangan yang lebih besar dalam mengakses sumber pembiayaan dari institusi perbankan dibandingkan dengan industri besar. Hal ini salah satunya karena terkendala agunan (*firm financing gap*).

Berdasarkan karakteristik wilayah, lokasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap akses ke bank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif yang berada di pedesaan cenderung memiliki inklusi keuangan yang lebih rendah dibandingkan industri kreatif yang berada di perkotaan. Hal ini sejalan dengan temuan Fatoki dan Odeyemi (2010) bahwa perusahaan yang berlokasi dekat dengan pusat fasilitas cenderung memiliki akses yang lebih baik dibandingkan perusahaan yang jauh dari pusat fasilitas. Hall (2000) juga menemukan bahwa pertumbuhan kota dengan intensitas kemajuan teknologi dan informasi yang tinggi dapat menciptakan lingkungan yang kondusif terutama dalam hal ketersediaan informasi jasa layanan perbankan yang bisa dimanfaatkan.

Analisis Inklusi Keuangan Industri Kreatif Terkait Penggunaan Kredit Bank dalam Modal Kerja

Hasil estimasi tobit pada Tabel 5 menunjukkan bahwa proporsi penggunaan kredit bank dalam modal kerja pada industri kreatif yang dikelola oleh pengusaha pria cenderung lebih besar dibandingkan dengan proporsi penggunaan kredit bank pada industri kreatif yang dikelola oleh pengusaha wanita. Pengusaha wanita di Sumatra Barat cenderung lebih banyak memanfaatkan sumber pembiayaan informal bagi permodalan usahanya yakni sebesar 12,66% dibandingkan dengan pinjaman bank yakni sebesar 4,60%. Menurut Maksimov *et al.* (2017), pengusaha wanita cenderung lebih mahir dalam

Tabel 4: Hasil Estimasi Model Logit Variabel yang Memengaruhi Inklusi Keuangan Industri Kreatif Terkait Akses Perbankan

Variabel	Koefisien	<i>p-value</i>	<i>z</i>	Efek Marginal
Karakteristik Pengusaha				
<i>Edu</i>	0,116***	0,000	5,17	0,17
<i>Age</i>	-0,0028	0,719	-0,36	-0,0005
<i>Gender</i>	-0,558***	0,001	-3,30	-0,8288
<i>Partnership</i>	0,333	0,166	1,39	0,0541
<i>Network</i>	0,237	0,319	1,00	0,3393
Karakteristik Usaha				
<i>Size</i>	0,269***	0,000	6,61	0,40
<i>BEX</i>	-0,003	0,711	-0,37	-0,0003
<i>dummy fashion</i>	-0,021	0,918	-0,10	-0,0029
<i>dummy kriya</i>	-0,188	0,322	-0,99	-0,0258
<i>Asset</i>	0,006**	0,030	2,17	5,23E-10
<i>Legal</i>	-0,730	0,157	-1,42	-1,1103
<i>Profitability</i>	-0,0004	0,276	-1,09	-0,0005
<i>Consumer</i>	-0,007***	0,000	-4,29	-0,1008
<i>Export</i>	0,652	0,120	1,56	0,0178
Karakteristik wilayah				
<i>Location</i>	0,786**	0,047	1,99	0,113
<i>GDP per capita</i>	-0,00002	0,260	-1,13	-3,37E-06
<i>Gini ratio</i>	-0,185	0,656	-0,45	-0,0136
<i>Internet</i>	-0,004	0,811	-0,24	-0,0005
<i>Constant</i>	-1,37229	0,057	-1,90	1,12
<i>Pseudo R2</i>				0,741

Keterangan: Jumlah observasi: 1.367; *P-Value* = 0,000; *Log- Likelihood* = -633.719

** signifikan pada taraf 5%

*** signifikan pada taraf 1%

Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

melakukan eksploitasi bisnis lokal dan *societal relationships* termasuk dalam hal pengadaan keuangan untuk modal usahanya sehingga cenderung memanfaatkan sumber-sumber pembiayaan informal.

Tabel 5 memperlihatkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara nilai aset dengan proporsi kredit bank yang digunakan industri kreatif. Hal ini disebabkan karena peningkatan aset biasanya diikuti oleh perluasan usaha dan kebutuhan inovasi sehingga kebutuhan modal eksternal juga meningkat. Hal ini sejalan dengan temuan Abor dan Biekpe (2009) bahwa permintaan kredit untuk pengembangan usaha cenderung meningkat seiring dengan penambahan aset usaha.

Pemanfaatan internet melalui perbankan keuangan terbukti berpengaruh positif dan signifikan mendorong peningkatan inklusi keuangan pada industri kreatif di Sumatra Barat. Hal ini dapat terjadi bila persoalan informasi asimetris bisa ditekan melalui pemanfaatan teknologi, khususnya inter-

net. Selain itu, industri kreatif yang tumbuh pada daerah yang memiliki pendapatan per kapita lebih tinggi cenderung memiliki proporsi penggunaan kredit bank yang lebih rendah. Hal ini dapat terjadi bila di daerah tersebut memiliki sumber pembiayaan formal yang lebih beragam sehingga industri kreatif memiliki banyak alternatif pembiayaan yang bisa digunakan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inklusi keuangan pada industri kreatif di Sumatra Barat masih rendah. Industri kreatif yang memiliki akses ke bank hanya 22,02%, sedangkan yang menggunakan pinjaman bank hanya 6,22%. Terdapat 18,73% industri kreatif yang mengajukan pinjaman ke bank namun ditolak. Sistem perbankan yang sangat ketat dengan sejumlah persyaratan menyebabkan banyak industri kreatif yang beralih ke sumber pembiayaan informal.

Gambar 2 memperlihatkan bahwa pembiayaan informal yang digunakan industri kreatif di Sumatra Barat. *Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018, hlm. 140–153*

Tabel 5: Hasil Estimasi Model Tobit Variabel yang Memengaruhi Inklusi Keuangan Industri Kreatif Terkait Penggunaan Kredit Bank sebagai Modal Kerja

Variabel	Koefisien	Standard Error	t	P > t
Karakteristik Pengusaha				
<i>Edu</i>	-0,011784	0,0189506	-0,62	0,534
<i>Age</i>	-0,0036364	0,0061934	-0,59	0,557
<i>Gender</i>	-0,2981558**	0,1362692	-2,19	0,029
<i>Partnership</i>	-0,3727889	0,2494418	-1,49	0,135
<i>Network</i>	-0,178093	0,2199529	-0,81	0,418
Karakteristik Perusahaan				
<i>Size</i>	0,0106632	0,0298762	0,36	0,721
<i>BEX</i>	-0,0028712	0,0064376	-0,45	0,648
<i>dummy fashion</i>	0,0821238	0,1571598	0,52	0,601
<i>dummy kriya</i>	-0,0330834	0,1510083	-0,22	0,827
<i>Asset</i>	2,16e-09*	1,11E-09	1,94	0,052
<i>Legal</i>	-0,0525219	0,3665719	-0,14	0,886
<i>Profitability</i>	-0,0002294	0,00028	-0,82	0,413
<i>Consumer</i>	-0,1323556	0,1236489	-1,07	0,285
<i>Export</i>	-0,2327054	0,8534723	-0,27	0,785
Karakteristik wilayah				
<i>Location</i>	-0,2299098	0,3771756	-0,61	0,542
<i>GDP per capita</i>	-0,0000333*	0,0000186	-1,80	0,073
<i>Gini ratio</i>	-0,5660026	3,269,788	-0,17	0,863
<i>Internet</i>	0,0378248**	0,017854	2,12	0,034
<i>Constant</i>	-0,2646481	0,9215347	-0,29	0,774
<i>Number of observation</i>				1367
<i>Pseudo R2</i>				0,376

Keterangan: Jumlah observasi: 1.367; *P-Value* = 0,000; *Log- Likelihood* = -633.719

* signifikan pada taraf 10%

** signifikan pada taraf 5%

Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

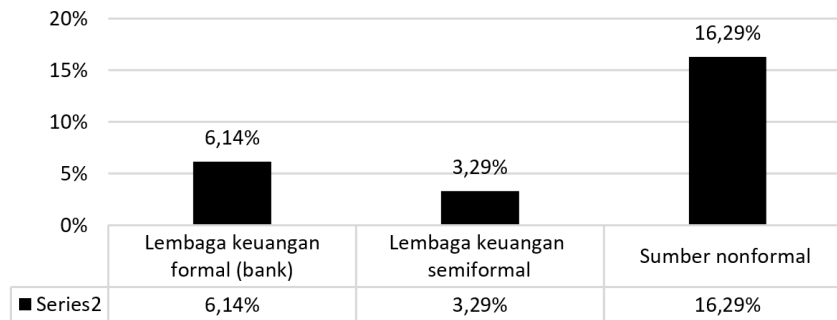
tra Barat mencapai 16,29% lebih besar dibandingkan bank yakni 6,14%. Sistem pembiayaan informal tersebut dibangun berdasarkan hubungan kontraktual implisit antara pengusaha kreatif dengan pemberi pinjaman. Hubungan sosial yang dilandasi pada kepercayaan untuk saling bekerja sama menjadi salah satu alternatif dalam mengatasi kurangnya modal, khususnya pada industri kreatif yang berada pada tahap memulai usaha (*young firm*). Sumber pembiayaan informal yang banyak berkembang di Sumatra Barat yakni mitra kerja atau mitra usaha serta modal yang diperoleh karena memiliki hubungan baik dengan *supplier* (pemasok). Meskipun demikian, sumber pembiayaan informal memiliki keterbatasan dalam hal volume dan daya jangkauan pinjaman. Ke depannya, industri kreatif di Sumatra Barat tetap harus didorong untuk dapat meningkatkan akses dan pemanfaatan kredit dari lembaga keuangan formal (bank), dengan harapan pening-

katan inklusi keuangan pada industri kreatif dapat mempercepat peningkatan produktifitas dan inovasi yang sangat penting bagi penguatan industri kreatif di Sumatra Barat.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. *Pertama*, keragaman karakteristik pengusaha (pendidikan dan gender) berpengaruh signifikan terhadap inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank. Rendahnya inklusi keuangan pada industri kreatif terutama disebabkan karena sebagian besar industri kreatif di Sumatra Barat dikelola oleh pengusaha wanita yang berpendidikan rendah/sedang.

Kedua, keragaman karakteristik usaha (skala usaha, aset, dan konsumen) berpengaruh signifikan



Gambar 2: Sumber Pembiayaan Eksternal Industri Kreatif di Sumatra Barat
Sumber: *Survei Industri Mikro Kecil 2014*, diolah

terhadap inklusi keuangan terkait akses dan penggunaan kredit bank. Industri kreatif yang berskala mikro kecil, kepemilikan aset, dan penguasaan pasar yang rendah dapat menjadi kendala dalam meningkatkan inklusi keuangan. *Ketiga*, keragaman karakteristik wilayah (lokasi, PDB per kapita, dan internet) signifikan secara statistik memengaruhi akses dan pemanfaatan jasa perbankan oleh industri kreatif. Industri kreatif yang berada di perkotaan memiliki fasilitas yang lebih memadai terutama dalam mendapatkan informasi perbankan, alternatif sumber pembiayaan yang lebih beragam, dan pemanfaatan internet melalui perbankan keuangan yang dapat mendorong peningkatan inklusi keuangan.

Berdasarkan temuan ini, beberapa hal yang disarankan dari penelitian ini adalah sebagai berikut. *Pertama*, peningkatan inklusi keuangan pada industri kreatif di Sumatra Barat perlu diprioritaskan pada pengusaha wanita. Penguatan edukasi keuangan melalui pelatihan dan pendampingan sangat diperlukan terutama bagi pengusaha wanita yang berpendidikan rendah. *Kedua*, penguatan usaha pada industri kreatif perlu didukung oleh kemampuan inovasi dan penguatan infrastruktur, khususnya teknologi informasi, yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku usaha kreatif terutama industri kreatif yang berada di wilayah perdesaan.

Daftar Pustaka

- [1] Abor, J., & Biekpe, N. (2009). How do we explain the capital structure of SMEs in sub-Saharan Africa? Evidence from Ghana. *Journal of Economic Studies*, 36(1), 83–97. doi: <https://doi.org/10.1108/01443580910923812>.
- [2] Ahmed, H., & Hamid, N. (2011). Financing constraints: determinants and implications for firm growth in Pakistan. *The Lahore Journal of Economics*, 16, 317–346.
- [3] Bank Indonesia. (2015). *Kajian Peningkatan akses pembiayaan bagi industri kreatif di Indonesia: Sektor industri kerajinan*. Bank Indonesia. Diakses 5 Oktober 2017 dari <https://www.bi.go.id/id/umkm/penelitian/nasional/kajian/Documents/Kajian%20Peningkatan%20Akses%20Pembiayaan%20Bagi%20Industri%20Kreatif%20di%20Indonesia.pdf>.
- [4] Bencheikh, F., & Taktak, N. B. (2017). Access to bank financing and the collateral channel: The case of Tunisian firms before and after the revolution. *Research in International Business and Finance*, 42, 874–886. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2017.07.023>.
- [5] BPS-Bekraf. (2016). *Profil usaha/perusahaan ekonomi kreatif 2016*. Sub Direktorat Statistik Komunikasi dan Teknologi Informasi - Direktorat Statistik Keuangan, Teknologi Informasi, dan Pariwisata - Badan Pusat Statistik & Badan Ekonomi Kreatif. Diakses 30 September 2017 dari <http://www.bekraf.go.id/berita/page/17/profil-usahaperusahaan-ekonomi-kreatif-2016>.
- [6] Carter, C., Steiner, L., & McLaughlin, L. (Eds.). (2014). *The Routledge companion to media and gender*. Routledge.
- [7] Chakravarty, S. R., & Pal, R. (2013). Financial inclusion in India: An axiomatic approach. *Journal of Policy modeling*, 35(5), 813–837. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2012.12.007>.
- [8] Chauvet, L., & Jacolin, L. (2017). Financial inclusion, bank concentration, and firm performance. *World Development*, 97, 1–13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.03.018>.
- [9] Clare, K. (2013). The essential role of place within the creative industries: Boundaries, networks and play. *Cities, Edisi Khusus Call for Paper JEPI 2018*, hlm. 140–153

- 34, 52–57. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2012.05.009>.
- [10] Comunian, R., Chapain, C., & Clifton, N. (2010). Location, location, location: exploring the complex relationship between creative industries and place. *Creative Industries Journal*, 3(1), 5–10.
- [11] Demircuc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., & Van Oudheusden, P. (2015). The Global Findex Database 2014: Measuring Financial inclusion around the world. *Policy Research Working Paper*, 7255. Washington D.C.: Finance and Private Sector Development Team - Development Research Group - World Bank Group. Diakses 30 September 2017 dari <http://documents.worldbank.org/curated/en/187761468179367706/The-Global-Findex-Database-2014-measuring-financial-inclusion-around-the-world>.
- [12] Efobi, U., Beecroft, I., & Osabuohien, E. (2014). Access to and use of bank services in Nigeria: Micro-econometric evidence. *Review of Development Finance*, 4(2), 104–114. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rdf.2014.05.002>.
- [13] Fahmi, F. Z., Koster, S., & van Dijk, J. (2016). The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia. *Cities*, 59, 66–79. doi: <https://doi.org/10.1016/j.cities.2016.06.005>.
- [14] Fatoki, O., & Odeyemi, A. (2010). The determinants of access to trade credit by new SMEs in South Africa. *African Journal of Business Management*, 4(13), 2763–2770.
- [15] Fatoki, O. O., & Smit, A. V. A. (2011). Constraints to credit access by new SMEs in South Africa: A supply-side analysis. *African Journal of Business Management*, 5(4), 1413–1425. doi: 10.5897/AJBM10.1335.
- [16] Fowowe, B. (2017). Access to finance and firm performance: Evidence from African countries. *Review of Development Finance*, 7(1), 6–17. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rdf.2017.01.006>.
- [17] Fungáčová, Z., & Weill, L. (2015). Understanding financial inclusion in China. *China Economic Review*, 34, 196–206. doi: <https://doi.org/10.1016/j.chieco.2014.12.004>.
- [18] Granger, R. C., & Hamilton, C. (2010). Re-spatializing the creative industries: a relational examination of underground scenes, and professional and organizational lock-in. *Creative Industries Journal*, 3(1), 47–60.
- [19] Hall, P. (2000). Creative cities and economic development. *Urban Studies*, 37(4), 639–649. doi: <https://doi.org/10.1080/02700420980050003946>.
- [20] Han, L. (2008). Bricks Vs Clicks: Entrepreneurial online banking behaviour and relationship banking. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 14(1), 47–60. doi: <https://doi.org/10.1108/13552550810852820>.
- [21] Honohan, P. (2008). Cross-country variation in household access to financial services. *Journal of Banking & Finance*, 32(11), 2493–2500. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2008.05.004>.
- [22] Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. The Penguin Press.
- [23] Klapper, L., El-Zoghbi, M., & Hess, J. (2016). *Achieving the sustainable development goals: The role of financial inclusion*. Washington, DC: Consultative Group to Assist the Poor (CGAP). Diakses 5 Oktober 2017 dari <https://www.cgap.org/research/publication/achieving-sustainable-development-goals>.
- [24] Laeven, L., & Woodruff, C. (2007). The quality of the legal system, firm ownership, and firm size. *The Review of Economics and Statistics*, 89(4), 601–614.
- [25] Maksimov, V., Wang, S. L., & Luo, Y. (2017). Reducing poverty in the least developed countries: The role of small and medium enterprises. *Journal of World Business*, 52(2), 244–257. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2016.12.007>.
- [26] Nguyen, N., & Luu, N. (2013). Determinants of financing pattern and access to formal -informal credit: The Case of small and medium sized enterprises in Viet Nam. *Journal of Management Research*, 5(2), 240–259. doi: <https://doi.org/10.5296/jmr.v5i2.3266>.
- [27] Nkuah, J. K., Tanyeh, J. P., & Gaeten, K. (2013). Financing small and medium enterprises (SMEs) in Ghana: challenges and determinants in accessing bank credit. *International Journal of Research in Social Sciences*, 2(3), 12–25.
- [28] OECD. (2014). *Tourism and the creative economy. OECD Studies On Tourism*. OECD Publishing, Austria. doi: <https://doi.org/10.1787/22239804>.
- [29] Pasaribu, S.M., Sayaza, B., Situmorang, J., Sejati, W.K., Setyanto, A., & Hestina, J. (2007). *Analisis Kebijakan Pembiayaan Sektor Pertanian [Laporan Akhir Penelitian TA 2007]*. Pusat Analisis Sosial Ekonomi dan Kebijakan Pertanian, Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian, Kementerian Pertanian. Diakses 30 September 2017 dari https://pse.litbang.pertanian.go.id/ind/pdffiles/LHP_SHT_2007.pdf.
- [30] Pearce, D. (2011). Financial inclusion in the Middle East and North Africa: analysis and roadmap recommendations. *Policy Research Working Paper*, 5610. Financial and Private Sector Development Unit, Middle East and North Africa Region, The World Bank. Diakses 30 September 2017 dari <http://documents.worldbank.org/curated/en/830211468051845285/Financial-inclusion-in-the-Middle-East-and-North-Africa-analysis-and-roadmap-recommendations>.
- [31] Rutkauskas, A., Levickaite, R., & Maknickiene, N. (2014). Creative economy: search for universally sustainable development possibilities in the context of Lithuanian creative and cultural industries. *Asian Journal of Business and Management*, 2(4), 246–257.
- [32] Schiffer, M., & Weder, B. (2001). Firm size and the business environment: Worldwide survey results. *IFC Discussion Papers, IFD43*. International Finance Corporation (IFC) - The World Bank. Diakses 5 Oktober 2017 dari <http://documents>.

worldbank.org/curated/en/574601468739143195/
Firm-size-and-the-business-environment-worldwide-
survey-results.

- [33] Zins, A., & Weill, L. (2016). The determinants of financial inclusion in Africa. *Review of Development Finance*, 6(1), 46–57. doi: <https://doi.org/10.1016/j.rdf.2016.05.001>.