

Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perkembangan Industri Kreatif pada 10 Kota di Indonesia

Alfath Prannisa

Universitas Pasundan, Bandung, Indonesia
alfath.pr@gmail.com

ABSTRACT

Creative industries can be interpreted as economic activities related to innovation, creativity, ideas and ideas originating or relying on human resources (human activities), so that their products, both goods and services, have greater added value. According to the Indonesian Creative Economy Agency, there are 16 creative industry sub-sectors and 10 creative cities. This study analyzes the factors that influence the added value of the creative industry in the classification of creative cities in Indonesia in 2005-2015. This study uses quantitative analysis with a secondary data approach to the classification of creative cities in Indonesia according to the Creative Economy Agency, namely Jakarta, Bali, Surabaya, Bandung, Padang, Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Surakarta and Banyuwangi. The data obtained were analyzed using classical assumption test and statistical test. The data analysis technique used is panel data regression analysis because it is a combination of cross section and time series data. The results of the analysis show that the development of the creative industry in Indonesia fluctuates. The development of value added, capital and labor has mixed results. Statistical results show that the labor variable has a significant effect on the added value of the creative industry at the national level either simultaneously or partially, while the capital variable does not significantly affect the added value partially. At the city-district or provincial level, the results vary partially, in some areas there are variables of capital and labor that have a significant effect on added value, either partially or simultaneously. While in other areas the capital variable does not have a significant effect on added value partially.

Keywords: *New Growth Theory, Creative Economy, Knowledge Spillover*

LATAR BELAKANG

Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu indikator keberhasilan pembangunan suatu negara, meskipun bukan satu-satunya indikator keberhasilan pembangunan (Todaro, 2006). Pertumbuhan ekonomi akan dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain tenaga kerja, modal dan kemajuan teknologi. Sebuah teori Klasik sebelum Robert M Solow (Behind the Solow Model) mengatakan bahwa sebuah negara berkembang atau terbelakang hanya perlu meningkatkan akumulasi capital fisik (C), tenaga kerja (L), sumber daya manusia (H) dan efisiensi alokasi dalam penggunaannya. Hal ini, peran teknologi belum dipandang sebagai pemacu dalam pertumbuhan ekonomi.

Selanjutnya, pandangan pemikiran baru dari teori Neo-Klasik setelah model Solow (Behind the Solow Model) mengatakan bahwa, pentingnya transformasi dalam proses pembangunan yang baik tidak hanya terbatas pada peningkatan efisiensi alokasi dan

akumulasi faktor (C, L dan H) saja. Hal ini telah memandang bahwa pendidikan dan keterampilan adalah penting, karena pendidikan tidak hanya mampu meningkatkan faktor H, tetapi juga mampu meningkatkan wawasan faktor H untuk menerima perubahan dan peningkatan pertumbuhan ekonomi. Peran teknologi sudah mulai nampak walaupun baru secara implisit melalui parameter pendidikan dari faktor sumber daya manusia (H).

Model Solow tersebut mengatakan bahwa variabel teknologi ini masih dianggap sebagai variabel endogen. Selanjutnya, setelah model Solow variabel teknologi sudah mulai nampak sebagai variabel eksogen yang dapat menentukan kualitas pertumbuhan ekonomi. Model teoritis peran human capital dan teknologi sebagai pemacu pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan berkualitas dapat ditelusuri mulai dari model Solow (Romer, 1996). Pemikiran Robert M Solow sejak 1956 telah memasukan unsur human capital dan teknologi sebagai faktor penentu pertumbuhan ekonomi. Sumbangan pemikiran Solow ini kemudian dikembangkan oleh Romer dan telah membawa revolusi besar dalam teori pertumbuhan ekonomi yang kini sering dikenal dengan "The New Growth Theory". David Romer (1996) telah membuat model stok human capital dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi. Human capital, pengetahuan dan kreativitas yang cepat menjadi mesin pendorong pertumbuhan ekonomi yang kuat. Ini akan memiliki implikasi yang mendalam untuk perdagangan dan pembangunan.

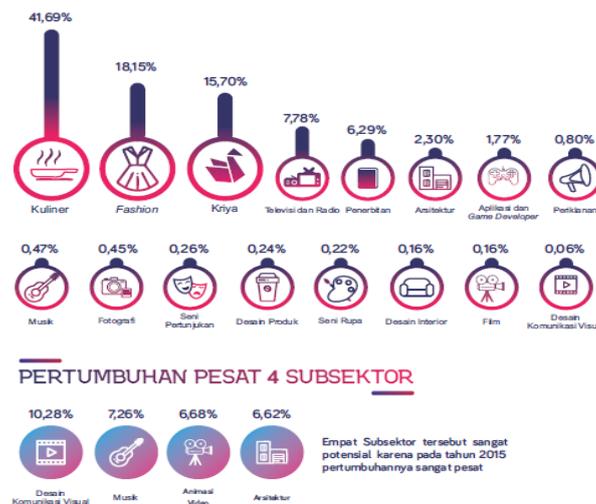
Semakin maraknya persaingan global dalam pertumbuhan ekonomi baru, banyak negara yang menjadikan ekonomi kreatif sebagai model utama pengembangan ekonomi. Modal utama yang dibutuhkan di bidang industri kreatif bukan modal fisik skala besar atau mesin besar, melainkan modal tenaga kerja yang kreatif dan tahan banting, penggabungan antara kreativitas, keahlian dan bakat individu. Pengembangan ekonomi kreatif di negara-negara seperti China, Korea, Malaysia, Singapura, Thailand, Jepang dan Inggris telah menjadi prioritas utama. Hal tersebut ditandai dengan semakin besarnya dana yang digelontorkan dalam industri ini. Negara-negara tersebut telah mengembangkan ekonomi kreatif sebagai alat ketahanan nasional, seperti China mengurangi infiltrasi budaya asing dengan mewajibkan tayang animasi dan sinetron lokal. Kemudian, di negara tersebut, ekonomi kreatif juga sebagai brand maker yakni ujung tombak yang bisa menggerakkan sektor ekonomi lainnya.

Ekonomi atau industri kreatif juga kini banyak dilakukan oleh negara-negara berkembang termasuk di Indonesia. Indonesia memiliki basis sumber daya manusia cukup banyak bagi pengembangan ekonomi kreatif. Industri kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan.

Industri kreatif di Indonesia sudah diakomodir dengan adanya Badan Ekonomi Kreatif yang menyatakan bahwa industri kreatif adalah industri untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya

cipta individu tersebut. Hal ini dapat dicapai dengan peningkatan daya saing produk dan jasa kreatif. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2017), terdapat 10 daerah yang termasuk sebagai kota kreatif yaitu Jakarta, Surabaya, Bandung, Padang, Yogyakarta, Malang, Bali, Pekalongan, Surakarta dan Banyuwangi.

Gambar 1.
Kontribusi Industri Kreatif Terhadap PDB Tahun 2015



Sumber: Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2017

Berdasarkan gambar 1 ekonomi kreatif pada tahun 2015 didominasi oleh 3 subsektor industri kreatif yang pertama didominasi oleh industri kuliner sebesar 41,69%, kedua disusul oleh industri fashion sebesar 18,15% dan ketiga oleh industri kriya sebesar 15,70%. Tahun 2015 terdapat pula subsektor industri kreatif yang tumbuh secara pesat yang didominasi oleh industri desain komunikasi visual sebesar 10,28%, musik sebesar 7,26%, animasi video sebesar 6,68% dan arsitektur sebesar 6,62%. Hal tersebut menunjukkan bahwa industri kreatif berpotensi untuk terus meningkatkan dan memberikan kontribusi yang signifikan bagi PDB Indonesia dan pemerintah pun sudah mulai meningkatkan pertumbuhan ekonomi dari adanya industri kreatif yang ada di Indonesia ini.

Melihat perkembangan aktivitas kreatif yang semakin marak di berbagai wilayah disertai dengan semakin antusiasnya berbagai kota dan daerah untuk menjadi kota kreatif turut mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif telah mengambil peran dalam aktivitas perekonomian. Setiap daerah atau wilayah pada umumnya memiliki potensi produk yang bisa diangkat dan dikembangkan, namun kita harus mengetahui apa saja yang dapat mempengaruhi industri kreatif tersebut berkembang.

STUDI PUSTAKA

Istilah “Ekonomi Kreatif” mulai dikenal secara global sejak munculnya buku “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” (2001) oleh John Howkins. Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk-produk Hak Kekayaan Intelektual (HKI) senilai 414 Miliar Dollar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 Amerika Serikat. Howkins dengan ringkas mendefinisikan Ekonomi Kreatif, yaitu “The creation of value as a result of idea”.

Buku “Creative Economy, How People Make Money from Ideas”, John Howkins mendefinisikan bahwa ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi di mana input dan output adalah gagasan atau dalam satu kalimat yang singkat, esensi dari kreativitas adalah gagasan. Maka dapat dibayangkan bahwa hanya dengan modal gagasan, seseorang yang kreatif dapat memperoleh penghasilan yang relatif tinggi (John Howkins 2007).

Industri kreatif di Indonesia didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu. Pemanfaatan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut. Fokus pemerintah Indonesia terhadap industri kreatif dimulai tahun 2006.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan data sekunder, karena ingin menguji hipotesis dari relasi variabel yang diteliti dengan berbagai literatur yang digunakan seperti buku, jurnal dan hasil publikasi yang terkait. Penelitian ini menggunakan sample selection, karena data ini menggunakan data sekunder yang diambil dari hasil survey oleh Badan Pusat Statistik dan Badan Ekonomi Kreatif, lalu data subsektor ekonomi dipilih hanya untuk daerah - daerah yang teridentifikasi dalam klaster kota – kota kreatif yang telah ditentukan sebelumnya.

Data yang digunakan adalah data time series selama periode dari tahun 2005-2015. Penelitian seperti ini lebih tepat adalah entitasnya pada kota. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (2017) kota-kota yang teridentifikasi sebagai kota kreatif adalah Pekalongan, Bandung, Yogyakarta, Surakarta, Jakarta, Bali, Banyuwangi, Surabaya, Malang dan Padang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PERKEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA

Secara umum perkembangan industri kreatif di Indonesia tahun 2005-2015 berkembang secara fluktuatif, hal tersebut bisa disebabkan karena terjadinya pengurangan ataupun penambahan jumlah industri kreatif yang terdapat pada masing-masing daerah. Selain itu, tidak semua industri menengah dan besar mendapatkan persentase permodalan, baik dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta nasional maupun luar negeri. Keadaan internal

pada masing-masing industri menengah dan besar bisa menjadi salah satu faktor yang menyebabkan perbedaan nilai tambah industri pada masing-masing daerah seperti terjadinya gulung tikar maupun keadaan lainnya yang menyebabkan industri tersebut tidak mampu memberikan kontribusi kepada perekonomian daerah masing-masing.

Industri yang memiliki nilai tambah terbesar terdapat pada industri makanan dan minuman selain itu terdapat pada industri pakaian jadi. Secara umum hal ini bisa disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok sehari-hari dalam kehidupan masyarakat, selain itu cara mempromosikannya tidak begitu sulit, makanan dan minuman pada tiap daerah beragam dan menjadi ciri khas. Selain itu pakaian merupakan kebutuhan pokok masyarakat juga dengan berbagai macam model atau kreasi yang dapat memikat para konsumen untuk membelinya, bahkan dengan berbagai macam model baju maupun ciri khas pada masing-masing daerah yang membuat masyarakat tertarik untuk membeli pakaian tersebut.

PERKEMBANGAN NILAI TAMBAH, KAPITAL DAN TENAGA KERJA INDUSTRI KREATIF PADA TINGKAT KOTA-KABUPATEN ATAU PROVINSI

Nilai tambah, kapital dan tenaga kerja pada masing-masing daerah setiap tahunnya mengalami perbedaan. Hal tersebut bisa disebabkan adanya penambahan jumlah industri maupun pengurangan jumlah industri yang ada dimasing-masing kota, maupun tidak kembalinya kuisoner yang telah Badan Pusat Statistik Indonesia pada industri, selain itu terdapatnya gulung tikar dari beberapa industri dan kehilangan sumber daya manusianya akibat meninggal dunia dan resign. Hasilnya menunjukkan bahwa perkembangan industri kreatif di berbagai kota mengalami fluktuasi yang berbeda beda, namun pada umumnya nilai tambah terbesar berada pada industri makanan dan minuman yang terdapat pada daerah Jakarta pada tahun 2009 sebesar Rp 4,84 Triliun, Surabaya pada tahun 2009 Rp 2,63 Triliun dan Bali pada tahun 2015 sebesar Rp 1,29 Triliun. Kemudian diikuti oleh industri pakaian jadi yang terdapat pada daerah Jakarta pada tahun 2014 mencapai Rp 5,49 Triliun dan Bandung pada tahun 2012 sebesar Rp 1,89 Triliun.

Nilai kapital terbesar berada pada industri makanan dan minuman yang terdapat pada daerah Jakarta pada tahun 2010 sebesar Rp 1,48 Triliun. Selain itu kapital terbesar juga terdapat pada industri pakaian jadi yang ada di daerah Jakarta pada tahun 2015 sebesar Rp 569 Miliar dan Bandung pada tahun 2008 sebesar Rp 287 Miliar.

Jumlah tenaga kerja terbanyak pada industri pakaian jadi di daerah Jakarta pada tahun 2006 sebesar 108 juta orang dan Bandung pada tahun 2012 sebesar 31 juta orang. Selain itu jumlah tenaga kerja terbanyak juga terdapat pada industri makanan dan minuman di daerah Surabaya pada tahun 2014 sebesar 36 juta orang, Jakarta pada tahun 2014 sebesar 27 juta orang, Banyuwangi pada tahun 2014 sebesar 17 juta orang dan Bali pada tahun 2015 sebesar 7 juta orang.

PENGARUH KAPITAL DAN TENAGA KERJA TERHADAP NILAI TAMBAH INDUSTRI KREATIF

Tabel 1

Hasil Kapital dan Tenaga Kerja di Industri Kreatif Pada Tingkat Nasional Tahun 2005-2015

Daerah	Koef Y	Koef K	Koef L	R ²
Nasional	14,29	0,16	0,39*	0,84*

Sumber: Data diolah

*Keterangan: Signifikan pada 5%

Hasil estimasi seperti yang ditunjukkan pada tabel 2, didapatkan bentuk persamaan sebagai berikut:

$$\text{LogY} = 14,29 + 0,16 \text{ LogX1} + 0,39 \text{ LogX2}$$

$$\text{p-Value} = \quad (0,11) \quad (0,03)$$

Keterangan :

LogY = Nilai tambah (Rp/unit usaha/tahun)

LogX1 = Kapital (Rp/unit usaha/tahun)

LogX2 = Tenaga Kerja (Orang/unit usaha/tahun)

Hasil estimasi pengaruh kapital terhadap nilai tambah pada industri kreatif tingkat nasional tahun 2005-2015 memiliki koefisien sebesar 0,16 yang berarti jika kapital (X1) mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai tambah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,16% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap atau konstan. Berdasarkan hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel kapital (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai tambah. Hasil estimasi pengaruh tenaga kerja terhadap nilai tambah pada industri kreatif tingkat nasional tahun 2005-2015 memiliki koefisien sebesar 0,39 yang berarti jika tenaga kerja (X2) mengalami kenaikan sebesar 1% maka nilai tambah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,39% dengan asumsi variabel lain dianggap tetap atau konstan. Berdasarkan hasil estimasi menunjukkan bahwa variabel tenaga kerja (X2) berpengaruh signifikan terhadap nilai tambah. Hasil estimasi model regresi data panel, besarnya R² yang diperoleh untuk nilai tambah adalah sebesar 0,84. Artinya variabel nilai tambah (Y) dalam model sebesar 84% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas atau varian-varian yang ada di dalam

model yaitu kapital (X1) dan tenaga kerja (X2). Sementara 16% sisanya dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak terdapat dalam model, ceteris paribus.

Sama halnya seperti yang ada pada kota-kabupaten atau provinsi sebagai berikut :

Tabel 2

Hasil Kapital dan Tenaga Kerja di Industri Kreatif Pada Tingkat Kota-Kabupaten atau Provinsi Tahun 2005-2015

Daerah	Koef Y	Koef K	Koef L	R ²
Jakarta	13,09	0,14 *	0,53 *	0,93 *
Bali	14,05	0,13	0,31 *	0,76 *
Surabaya	9,95	0,20 *	0,74 *	0,66 *
Bandung	18,26	-0,06	0,27 *	0,92 *
Padang	13,27	0,09	0,34 *	0,94 *
Yogyakarta	12,97	0,15 *	0,28 *	0,91 *
Malang	9,66	0,12	0,89 *	0,51 *
Pekalongan	11,36	0,00	0,81 *	0,74 *
Surakarta	8,98	0,30 *	0,57 *	0,58 *
Banyuwangi	6,99	0,39 *	0,60 *	0,70 *

Sumber: Data diolah

*Keterangan: Signifikan pada 5%

Pada hasil yang diperoleh berbagai kota-kabupaten atau provinsi ternyata memiliki hasil yang beragam. Variabel kapital dan tenaga kerja ada yang berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap nilai tambah seperti pada daerah Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Surakarta dan Banyuwangi. Sedangkan pada daerah Bali, Bandung, Padang, Malang dan Pekalongan hanya variabel tenaga kerja saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap nilai tambah, sedangkan variabel kapital tidak berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap nilai tambah. Secara simultan variabel kapital dan tenaga kerja berpengaruh secara signifikan terhadap nilai tambah industri kreatif.

SIMPULAN

1. Perkembangan industri kreatif di Indonesia tahun 2005-2015 berkembang secara fluktuatif, industri kreatif yang memiliki nilai tambah terbesar terdapat pada industri makanan dan minuman, kemudian disusul oleh industri pakaian jadi.
2. Perkembangan industri kreatif pada masing masing kota-kabupaten atau provinsi mengalami perkembangan yang tidak seragam, hal ini bisa dikarenakan ketidaklengkapan data yang peneliti terima seperti tidak tercantumnya jumlah kapital pada

daerah Pekalongan pada industri PPR dari tahun 2005-2010 dan 2012-2015. Terdapat beberapa faktor internal yang menyebabkan perkembangan kapital, tenaga kerja dan nilai tambah menjadi berbeda setiap tahunnya seperti tidak semua industri kreatif mendapatkan persentase permodalan ataupun terdapatnya gulung tikar pada beberapa industri kreatif.

3. Secara nasional nilai tambah industri kreatif hanya dipengaruhi oleh variabel tenaga kerja saja, sedangkan variabel kapital dan variabel tenaga kerja pada kota-kabupaten atau provinsi berpengaruh secara signifikan pada beberapa daerah saja, terdapat pada derajat nyata bahwa beberapa persen sebagian dari nilai tambah industri kreatif dipengaruhi oleh faktor lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiansyah, Yandra., 2015, Makna Ekonomi Batik Fractal Bagi Bandung Sebagai Kota Kreatif, Universitas Pasundan.
- Andika, Sari Puteri., 2013, Pengembangan EkonoI Kreatif Berbasis Human Capital. STIE EKUITAS.
- Bakhtira Arfan dkk., 2009, Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Kreativitas Industri Kerajina, Vol IV, No 1.
- Departemen Perdagangan RI., 2008, Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2015
- Gurajati, Damodar., 2006, Ekonometrika Dasar, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Gunaryo., dkk. (Kelompok Kerja Indonesia Design Power), 2008., Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025. Jakarta: Studi Industri Kreatif Indonesia. Departemen Perdagangan.
- Herawati, Efi., 2008. "Analisis Pengaruh Faktor Produksi Modal, Bahan Baku, Tenaga Kerja dan Mesin terhadap Produksi Glycerine Pada PT. Flora Sawita Chemindo Medan". Universitas Sumatera Utara.
- Howkins, J., 2001, The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. London-England: Penguin Books Ltd. 80 Strand.
- <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-1/>
- <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/10-kota-kreatif-di-indonesia-2/>
- <http://indonesiakreatif.bekraf.go.id/iknews/industri-kreatif-sebagai-industri-antikrisis/>
- <http://industri.bisnis.com/read/20170510/87/652587/jakarta-creative-hub-hipmi-jaya-sebarkan-virus-kreatif-pada-anak-muda>
- <http://suryamalang.tribunnews.com/2016/03/31/ini-kendala-pemkot-malang-kembangkan-industri-kreatif>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/10146/Kemenperin-Gelar-Pameran-Industri-Kreatif-Yogyakarta>
- <http://www.kemenperin.go.id/artikel/12794/Membangun-Ekosistem-Industri-Kreatif-di-Bali-Creative-Industry-Center-->
- <http://www.pikiranrakyatnews.com/2017/08/ukm-kota-padang-digenjot-kembangkan.html>

<http://www.surabaya.go.id/pemerintahan/2341-pemkot-dukung-perkembangan-industri-kreatif>

<https://daerah.sindonews.com/read/1096993/23/kota-kreatif-meningkatkan-daya-saing-indonesia-1459344887>

<https://jatengprov.go.id/beritadaerah/bekraf-ajak-umkm-kota-pekalongan-manfaatkan-aplikasi-bisma/>

<https://olahraga.kompas.com/read/2011/05/28/03015613/.Industri.Kreatif.Ikon.Ekspor>

<https://news.detik.com/berita/d-3316724/bekraf-dampingi-3-desadi-banyuwangi-jadi-pilot-project-industri-kreatif>

<https://www.bps.go.id/>

Instruksi Presiden Republik Indonesia No 6 Tahun 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.

Jhingan, M.L. 2014. Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Lee, Neil., 2013, The Creative Industries and Urban Economic Growth in The UK. Environment and Planning A, Vol 46, Pages 455-470

Nugroho, P.Setyo. dan Cahyadi, Malik, Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia, https://www.academia.edu/30250973/ANALISIS_PERKEMBANGAN_INDUSTRI_KREATIF_DI_INDONESIA

Pindyck, Robert S dan Daniel L Rubinfeld. 2009. Mikroekonomi, Edisi Keenam : PT Indeks, Jakarta.

Prasetyo, P.Eko., 2008, The Quality Of Growth: Peran Teknologi dan Investasi Human Capital Sebagai Pemacu Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas, Vol 1, Nomor 1.

Sukirno, Sadono., 2013. Mikro Ekonomi, Teori Pengantar. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Qomariyah, Siti., 2017, Limpan Pengetahuan Pada Klaster Industri Animasi di Cimahi, Universitas Pasundan.

Romer, David., 1996, Advances Macroeconomics, Singapore: McGraw-Hill Interntional Edition.

Sugiyono., 2016, Metode Penelitian Kombinasi, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Sukirno, Sadono. 2010. Teori Pengantar Makro Ekonomi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada Edisi Ketiga.

Yi, Chen. dan Bin Chen., 2011, A Model of Creative Spillover and Economic Growth, Xiamen University