STRATEGI
PENGEMBANGAN
EKONOMI KREATIF

Dr. Asyhari, MM
Dra. Wasitowati, MM
KATA PENGANTAR

Assalamu’alaikum Wr.Wb,

Alhamdu lillahi Robbil’aalamiin, segala puji hanya bagi Allah Azza Wajalla, tempat bergantung segala urusan, Tuhan Yang Maha Esa, Maha Kuasa atas segala sesuatu, Pencipta dan Penguasa alam semesta ini. Sholawat serta salam senantiasa Allah limpahkan kepada kekasihNya, suri teladan kita, manusia paripurna Nabi Muhammad Rasulullah saw.

Buku ini mengupas tentang Model Pengembangan Inovasi dan Kreativitas Berbasis Triple Helix Untuk meningkatkan Kinerja Industri Kreatif dalam rangka menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan.

Inilah buku Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dikaji secara lengkap dan sangat dibutuhkan dalam peningkatan industri kreatif di Indonesia. Semoga buku ini bermanfaat, semoga Allah SWT memberi kita petunjuk dan kekuatan agar setiap langkah atau hal yang kita lakukan semata-mata hanya untuk mengharap ridha Allah SWT. Aamiin...Yaa Robbal’alamiin...

Wassalaamu’alaikum wr wb,

Penulis
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI ................................................................. 3

‡ PENDAHULUAN ............................................................ 5
   ▲ Latar Belakang Industri Kreatif ................................. 5
   ▲ Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia .......... 13

‡ KONSEP EKONOMI KREATIF ................................. 22
   ▲ Konsep Ekonomi Kreatif ........................................ 22
   ▲ Peran Ekonomi Kreatif ......................................... 24
   ▲ Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Tantangan .......... 30
   ▲ Alasan Pengembangan Ekonomi Kreatif ............. 35

‡ Model Dan Aktor Pengembangan Triple Helix .......... 42
   ▲ Intellectuals .......................................................... 44
   ▲ Business .............................................................. 45
   ▲ Government .......................................................... 45

‡ ENTERPRENEURSHIP ............................................. 49
   ▲ Arti Enterpreneurship ........................................... 49
   ▲ Objek Kewirausahaan .......................................... 51
   ▲ Pendorong Kewirausahaan .................................... 54
   ▲ Karakteristik Kewirausahaan ................................ 56
   ▲ Manfaat Kewirausahaan ....................................... 61
   ▲ Motivasi Kewirausahaan ....................................... 62
   ▲ Potensi Kekurangan Wirausaha ............................. 64
   ▲ Sumber Kegagalan ................................................ 66
   ▲ Fungsi Kewirausahaan .......................................... 70
   ▲ Pengetahuan dan Kapabilitas Wirausaha ............. 72
   ▲ Kompetensi Wirausaha ......................................... 76
   ▲ Budaya Wirausaha Muslim .................................... 77

‡ INOVASI ..................................................................... 88
Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

- Apa Itu Inovasi .................................................. 88
- Konteks Keinovasian ....................................... 95
- Manajemen Inovasi .......................................... 100

**KREATIVITAS** ................................................ 105
- Konsep dan Konteks Kreativitas .................... 105
- Menemukan Kreativitas ................................ 111
- Pola Pikir Kreatif Masa Depan ...................... 121
- Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif .... 124
- Kepribadian Pola Pikir Karakter .................... 126
- Hambatan Dalam Mengembangkan Kreativitas .. 133

**KEPRIBADIAN** .............................................. 137
- Kepribadian .................................................. 137
- Teori-Teori Kepribadian ................................. 138
- Gaya Hidup .................................................. 148
- Karakteristik Gaya Hidup dlm Strategi Pemasar 156

**KEMAMPUAN JUAL** ........................................ 159

**KINERJA TENAGA PENJUALAN** ..................... 161
- Konsep Kinerja .............................................. 161
- Kualitas Pelayanan ....................................... 164
- Model Kualitas Pelayanan Islami ................... 188

**KEUNGGULAN BERSAING** .............................. 192
- Orientasi Pasar ............................................ 195

DAFTAR PUSTAKA ............................................ 200
Lampiran ....................................................... 207
PENDAHULUAN

Latar Belakang Industri Kreatif

Industri kreatif muncul pada fase keempat setelah diawali era pertanian, industri dan informasi. Pada era ekonomi kreatif nilai barang dan jasa sangat ditentukan sejauh mana sumber daya manusia mampu memanfaatkan teknologi, kreativitas dan inovasi. Industri bersaing dipasar global tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas, tetapi bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi (Esti dan Suryani, 2008). Dalam era globalisasi, pemerintah menyadari bahwa perbaikan ekonomi yang lebih baik, untuk meraih keunggulan sangat diperlukan. Oleh karena itu industri kreatif yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, memiliki prospek yang cukup baik untuk dikembangkan.
REFERENSI


Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008, Studi Industri Kreatif Indonesia.


Esti, R.dan Suryani, D, 2008, Potret Industri Kreatif Indonesia, Economic Review, Nomor 212, Jakarta


http://citraindonesia.com/kemendag-genjot-industri-kreatif

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif


