

**ANALISIS KREATIFITAS DAN INOVATIF PENGUSAHA  
INDUSTRI KREATIF SUB SEKTOR KERAJINAN DI  
PEKANBARU**

**Sri Zuliarni<sup>1</sup>**

***ABSTRACT***

*This study aims to analyze the creativity and innovative entrepreneurs in the creative industries in Pekanbaru (case in craft sub sector). Questioner method was used to get data and analyzed through descriptive quantitative. Creative industry entrepreneurs has creativity and innovative in order to develop their business. This research also shows that entrepreneur creativity as well as innovative power for entrepreneurs at very high and moderate high level.*

*Keywords: creativity, innovative, creative industry, craft sub-sector*

---

<sup>1</sup> Program Studi Administrasi Bisnis. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Kampus Bina Widya KM. 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru 28293. Telp. 0761-63277. Email: srizuliarni.ur@gmail.com

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kreativitas dan inovatif pengusaha industri kreatif di Pekanbaru (studi kasus pada sub sektor kerajinan). Metode pengumpulan data yang digunakan adalah melalui kuesioner. Analisis data menggunakan metode deskriptif dan kuantitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa pengusaha industri kreatif memiliki daya kreatif dan inovatif dalam upaya kelangsungan usahanya. Daya kreativitas dalam diri pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan dinilai sangat tinggi ada di diri pengusaha. Selain daya kreatifitas, keinovatifan juga sangat penting dan akan memberikan manfaat bagi pengusaha dalam keberlangsungan usahanya sehingga tujuan usaha tercapai secara efisien dan efektif, namun daya inovatif dinilai cukup tinggi sehingga mendesak untuk ditingkatkan.

Kata kunci: kreativitas, inovatif, industri kreatif, sub-sektor kerajinan

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Pergeseran dari era pertanian lalu era industrialisasi, disusul oleh era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi infokom serta globalisasi ekonomi, telah menggiring peradaban manusia kedalam suatu arena interaksi sosial baru yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Globalisasi

di bidang media dan hiburan juga telah mengubah karakter, gaya hidup dan perilaku masyarakat menjadi lebih kritis dan lebih peka atas rasa serta pasar pun menjadi semakin luas dan semakin global. Sisi lain yang muncul dari fenomena tersebut adalah kompetisi yang semakin keras. Kondisi ini mengharuskan perusahaan mencari cara agar bisa menekan biaya semurah mungkin dan se-efisien mungkin.



**Gambar 1: Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia Barat**

**Sumber: Pangestu (2008a)**

Pada tahun 1990-an dimulailah era ekonomi baru yaitu masa yang mengintensifkan informasi dan kreativitas, yang populer disebut Ekonomi Kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang disebut industri kreatif.

Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif, di berbagai negara di dunia saat ini, diyakini dapat

memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Indonesia pun mulai melihat bahwa berbagai subsektor dalam industri kreatif berpotensi untuk dikembangkan, karena Bangsa Indonesia memiliki sumberdaya insani kreatif dan warisan budaya yang kaya. Wakil Menteri Perdagangan, Bayu Krisnamurthi (viva.co.id, 22 November 2012) mengatakan, dari

total ekspor Indonesia, sebanyak 9,25 persennya adalah produk dari industri kreatif. Pada 2010, sebanyak 7,3% produk domestik bruto Indonesia adalah kontribusi dari bisnis kreatif dan menyerap 8,5 juta tenaga kerja"

Pada tahun 2013 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyiapkan anggaran Rp33 miliar untuk mendorong pengembangan usaha kreatif di Indonesia. Anggaran tersebut merupakan stimulus pendanaan bagi pengembangan ekonomi kreatif di setiap provinsi, yang meliputi 15 sektor yakni periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion, film, video, fotografi, permainan kreatif, musik, dan seni pertunjukan.

Di beberapa kota di Indonesia, perkembangan industri kreatif terlihat mengalami perkembangan yang pesat. Hal ini ditunjukkan oleh semakin banyaknya industri kreatif baru yang muncul ke permukaan. Contohnya Bandung yang dikenal sebagai pusat industri kreatif. Di sana berkembang

distro-distro yang telah dikenal oleh masyarakat luas. Usaha itu telah menghasilkan berbagai jenis pakaian dan telah digunakan oleh kalangan anak-anak sampai dewasa (Primanta, 11 Oktober 2009). Begitupun dengan Denpasar yang dinobatkan sebagai kota kreatif berbasis budaya unggulan (Mantra, 2011).

Pemerintah Provinsi Riau sendiri tengah fokus menggarap ekonomi kreatif yang diakui sangat berpotensi membuka lapangan kerja yang bisa memberikan sumbangan devisa bagi negara. Menurut Kepala Balitbang Riau (riaupos.com, 23 Juni 2012), ekonomi kreatif dinilai akan menjadi salah satu upaya untuk mengatasi masalah kemiskinan di Riau. Potensi kekayaan seni budaya yang kuat menjadi fondasi tumbuhnya industri kreatif di Pekanbaru. Serta keragaman budaya sebagai bahan baku industri kreatif, akan mampu memunculkan aneka ragam kerajinan di Pekanbaru.

Dalam perkembangan industri kreatif di Pekanbaru juga sedang mengalami sorotan mata masyarakat, terlihat dari beberapa bagian industri

kreatif dapat ditemukan di Pekanbaru, walaupun tidak semuanya. Pemerintah Pekanbaru sendiri sedang berupaya untuk meningkatkan perkembangan industri kreatif. Seperti yang disampaikan Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Riau Indra Bangsawan mengatakan, bahwa Pemerintah akan berusaha melakukan perkembangan industri kreatif dengan ikut campur dibagian permodalan, dengan melakukan pendirian koperasi untuk usaha kecil kreatif yang ada di Pekanbaru, karna dilihat dari minimnya koperasi untuk industri kreatif yang sebagian besar hanya ada untuk perkebunan. Selain itu menurut Bapak Indra Bangsawan ini, hal ini juga berguna untuk mempermudah pemerintah dalam pembinaan kreatifitas dan mengucurkan modal (bisnis.com, 12 Mei 2013).

Timbulnya suatu pertanyaan bahwa dengan adanya beberapa kebijakan baik dari pihak Pemerintah Provinsi Riau, maupun Pemerintah Kota Pekanbaru melalui beberapa dinas terkait maupun organisasi lain yang peduli akan industri kreatif sub-

sektor kerajinan yang sudah cukup besar ingin melakukan kontribusi untuk perkembangan usaha kerajinan ini, mengapa usaha ini terlihat kurang berkembang pada akhir-akhir ini.

Salah satu industri kerajinan yang ada di Pekanbaru dan merupakan industri kerajinan khas Pekanbaru, yaitu kerajinan rotan menunjukkan adanya stagnansi bahkan penurunan dalam perkembangan usahanya dalam beberapa tahun terakhir. Dari tahun 2007 sd. tahun 2011 perkembangan usaha rotan mengalami stagnansi tercermin dari jumlah usaha yang tetap berjumlah 35 unit dan nilai investasi yang juga tidak bertambah, yaitu Rp.177.000.000,-. Namun, pada tahun 2012 dan tahun 2013 jumlah pengrajin usaha ini mengalami penurunan jumlah usaha menjadi 30 usaha, diikuti dengan penurunan investasi menjadi Rp.132.000.000,- (Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, 2014).

Adapun wawancara yang dilakukan dengan Kepala Bidang Perindustrian Bapak Askardi, S.Sos (2013) yang mengatakan, bahwa salah

satu penyebabnya dikarenakan semangat kreatifitas yang dimiliki para pengusaha perlahan semakin berkurang, karena barangkali pengusaha merasa tidak ada yang harus diperbaharui atau ditingkatkan semuanya dianggap sudah cukup. Padahal, menurut Winardi (2008) dalam dunia global saat ini yang penuh persaingan dan berkembang dengan cepat, kreativitas bukan saja merupakan sumber penting guna menciptakan sebuah keunggulan kompetitif, tetapi ia juga merupakan sumber keharusan untuk perkembangan dan ketahanan usaha.

Setiap bisnis saat ini dihadapi oleh persaingan yang semakin ketat, tidak terkecuali industri kreatif sub-sektor kerajinan. Untuk memenangkan persaingan, maka seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi oleh cara berpikir yang maju, penuh dengan gagasan-gagasan baru yang *different* dengan produk yang telah ada di pasar selama ini.

Berdasarkan alasan-alasan di atas, maka industri kreatif ini sudah selayaknya menjadi sektor industri yang menarik untuk dikembangkan dan dikaji dalam suatu penelitian yang berjudul “pengaruh kreativitas terhadap perkembangan usaha (kasus pada industri kreatif sub sektor kerajinan di Pekanbaru)”.

## **Landasan Teori**

### Industri Kreatif

Definisi industri kreatif yang saat ini banyak digunakan oleh pihak yang berkecimpung dalam industri kreatif adalah definisi berdasarkan *UK DCMS Task Force 1998, 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.*

Studi pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2007 pun menggunakan acuan definisi industri kreatif yang sama, sehingga

industri kreatif di Indonesia dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Pangestu, 2008b).

Klasifikasi industri kreatif yang digunakan dalam studi mengikuti klasifikasi industri kreatif yang telah dipetakan. Pemetaan industri kreatif terdahulu dalam Studi Industri Kreatif 2007 (Pangestu, 2008b) telah mengklasifikasikan sektor industri kreatif menjadi 14 subsektor industri kreatif. *Base study* klasifikasi industri kreatif Indonesia ini mengacu pada studi pemetaan industri kreatif yang dilakukan oleh DCMS Inggris, yang disesuaikan dengan KBLI (Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia) tahun 2005. Ke-14 subsektor tersebut adalah: periklanan; arsitektur; pasar dan barang seni; kerajinan; desain; fesyen; film, video&fotografi; permainan interaktif ; music; seni pertunjukan; penerbitan&percetakan; layanan komputer dan piranti lunak;

televisi dan radio serta riset&pengembangan.

Industri kreatif subsektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari: batu berharga, serat alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur (Pangestu, 2008b).

### Kreativitas dan Inovasi

Menurut Suryana (2003) kreativitas adalah kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan cara-cara baru dalam pemecahan masalah dan menemukan peluang. Jadi kreativitas adalah kemampuan untuk memikirkan sesuatu yang baru dan berbeda.

Kreativitas menurut Alma (2008) adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru atau melihat hubungan-hubungan baru

antara unsur variabel data variabel yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan menurut Supriadi dalam Alma (2008) kreativitas merupakan kemampuan seorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya.

Menurut Zimmerer (1996), *creativity is the ability to develop new ideas and to discover new ways of looking at the problems and opportunities*, yaitu kreativitas diartikan sebagai kemampuan mengembangkan ide-ide dan menemukan cara-cara baru dalam memecahkan persoalan dan menghadapi peluang.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik pengusaha kreatif adalah punya rasa ingin tau yang dimanfaatkan semaksimal mungkin, mau bekerja keras, berani, kemampuan intelektual dimanfaatkan semaksimal mungkin, mandiri, dinamis, penuh inovasi/gagasan dan daya cipta, bersedia

menerima informasi, menghubungkan ide dan pengalaman yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda, cenderung menampilkan berbagai alternatif terhadap subyek tertentu.

Menurut Suryana (2013) kreativitas adalah kemampuan untuk berpikir yang baru dan berbeda, sedangkan inovasi adalah kemampuan untuk bertindak yang baru dan berbeda. Sementara itu, menurut Harvard's dalam Suryana (2013) kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan dan menemukan cara baru dalam melihat permasalahan dan peluang yang ada, sedangkan inovasi adalah kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih mengmakmurkan kehidupan masyarakat. Jadi kreativitas adalah kemampuan menciptakan gagasan baru, sedangkan inovasi adalah melakukan sesuatu yang baru.

Menurut Leonardus (2011) perbedaan kreatif dan inovatif, diringkas menjadi seperti pada tabel 1 berikut :

**Tabel 1 Perbedaan Kreatif dan Inovatif**

Kreatif = berdaya cipta	Inovatif = berdaya perubahan/ pembaharuan
a. Menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain. b. Menghubungkan ide-ide/ hal-hal yang tadinya tidak berhubungan.	a. Menciptakan sesuatu yang belum ada menjadi ada b. Pembaruan/menciptakan sesuatu yang sama sekali berbeda.
Contoh ide <i>kreatif</i> : Grup 2 Tang menghasilkan produk air putih dengan kemasan plastik yang berbeda (tutup anti tumpah).	Contoh <i>Inovasi</i> : Tirto Utomo mengemas air putih dalam kemasan plastik yang diberi merek Aqua.

**Sumber : Leonardus (2011)**

Menurut *etimologi*, inovasi berasal dari kata *innovation* yang bermakna ‘pembaharuan, perubahan (secara) baru’. Menurut Goman (1991), *inovasi merupakan penerapan secara praktis gagasan kreatif*. Inovasi tercipta karena adanya kreativitas yang tinggi. Kreativitas adalah kemampuan untuk membawa sesuatu yang baru ke dalam kehidupan.

Menurut seseorang yang bernama Theodore dalam Winardi (2008) menyatakan bahwa kreativitas adalah memikirkan hal-hal baru (*thinking new thing*), sedangkan inovasi adalah

melaksanakan hal-hal baru (*doing new things*).

Menurut Nasution dkk (2007) kreativitas dibedakan dari inovasi dalam proses atau hasilnya. Kreativitas berhubungan dengan proses penemuan ide/ gagasan baru, sedangkan inovasi lebih kepada implementasi ide/ gagasan tersebut. Kreativitas lebih berasosiasi dengan struktur dan kebijaksanaan organisasi serta pengaruhnya terhadap kemampuan untuk menghasilkan produk atau jasa yang inovatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk mengetahui daya kreativitas pengusaha industri kreatif, sub sektor kerajinan dapat dilihat dari 5 item pertanyaan, yaitu (1) Selalu berusaha untuk memproduksi produk yang bervariasi dalam ukurannya, (2) Selalu berusaha membuat produk dengan desain yang berbeda dan mampu bersaing dengan produk sejenis, (3)

Berusaha menciptakan produk yang memiliki motif yang berbeda dengan motif pesaing, (4) Melakukan promosi berusaha menggunakan cara-cara baru yang efektif (5) Berusaha mencari peluang usaha baru untuk mengembangkan usaha sehingga meningkatkan volume penjualan. Tabel 2 berikut menggambarkan kreatifitas pengusaha industri kreatif, sub sektor kerajinan di Pekanbaru.

**Tabel 2 Tanggapan Responden tentang Kreativitas**

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1.	0	0	0	0	0	0	19	63,33	11	36,67	131
2.	0	0	0	0	2	6,67	15	50	13	43,33	131
3.	0	0	0	0	0	0	16	53,33	14	46,67	134
4.	2	6,67	0	0	4	13,33	14	46,67	10	33,33	120
5.	0	0	0	0	0	0	17	56,67	11	36,67	129
<b>Total Skor</b>											<b>645</b>
<b>Kategori: Sangat Tinggi</b>											

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tanggapan responden yang tertera pada Tabel 2, terlihat bahwa indikator (3) paling baik tingkat kreatifitas para pengusaha, yaitu pengusaha berusaha untuk menciptakan produk yang memiliki motif yang berbeda dengan motif pesaing. Contohnya, pengusaha industry kreatif sub sektor kerajinan di

Pekanbaru berkompetisi secara sehat di sentra kerajinan rotan Rumbai, Pekanbaru sehingga hal tersebut dapat memicu mereka untuk bisa mengkreasikan motif produk yang berbeda dengan pengusaha kerajinan rotan lain.

Sementara kreatifitas pengusaha pada indikator (4) dinilai belum

optimal, yaitu melakukan promosi berusaha menggunakan cara-cara baru yang efektif. Pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan Pekanbaru masih belum mengeksplorasi taktik pemasaran yang baru, dan bertahan dengan taktik pemasaran lama yaitu memajang di rumah produksi mereka atau pemasaran dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Mereka menganggap taktik tersebut masih efektif untuk mencapai penjualan mereka, namun mereka tidak resisten dengan berbagai taktik pemasaran baru yang efektif, hanya belum memahami benar mengenai taktik pemasaran lain yang baru dan efektif tersebut. Namun, secara keseluruhan daya kreatifitas pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan di Pekanbaru sangat tinggi dinilai dari lima indikator.

Untuk mengetahui daya inovatif pengusaha industri kreatif sub sektor

kerajinan di Pekanbaru, dapat dilihat dari 5 item pertanyaan lanjutan, yaitu (6) *Channel* distribusi dalam komersialisasi produk terus berinovasi misal: galeri, retailer besar, trading house, broker export, dll) (7) Pembungkusan dan pelabelan barang menggunakan teknologi baru sehingga menarik minat konsumen (8) Promosi mengikuti teknologi informasi yang baru (misal: website, social media, brosur, dll) (9) Sistem pembayaran/ transaksi penjualan menggunakan teknologi perbankan yang ada (misal: SMS banking, Internet banking, dll.) (10) Sistem pembayaran/ transaksi penjualan menggunakan teknologi perbankan yang ada (misal: SMS banking, Internet banking, dll.). Tabel 3 berikut menggambarkan keinovatifan pada pengusaha industri kreatif, sub sektor kerajinan di Pekanbaru.

**Tabel 3 Tanggapan Responden tentang Inovatif**

Item Pertanyaan	1		2		3		4		5		Total Skor
	STS		TS		R		S		SS		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
6.	2	6,67	1	3,33	10	33,33	11	36,67	6	20,00	108
7.	2	6,67	5	16,67	13	43,33	6	20,00	4	13,33	95
8.	3	10,00	2	6,67	10	33,33	10	33,33	5	16,67	102
9.	4	13,33	3	10,00	15	50,00	6	20,00	2	6,67	89
10.	1	3,33	0	0	8	26,67	18	60,00	3	10,00	112
<b>Total Skor</b>											<b>506</b>
<b>Kategori: Cukup Tinggi</b>											

Sumber: Data Olahan, 2013

Berdasarkan tanggapan responden yang tertera pada Tabel 3, terlihat bahwa indikator (10) paling tinggi tingkat kreatifitas para pengusaha, yaitu *men-supply* bahan baku dan bahan penunjang dengan menggunakan inovasi baru. Pengusaha berusaha untuk menjalankan produksi setiap harinya dari beberapa daerah dan mengandalkan keinovatifan mereka agar kebutuhan produksi yang utama ini, yaitu bahan baku dan penunjang mencukupi dan menjamin utk berproduksi setiap hari.

Sementara keinovatifan pengusaha pada indikator (9) dinilai belum optimal, yaitu system pembayaran/transaksi penjualan menggunakan teknologi perbankan yang ada (misal: kartu kredit, bank transfer, Internet atau *mobile banking*). Bahwa para

pengusaha masih nyaman dengan system pembayaran dari konsumen via *cash* saja, demikian pula system pembayaran kepada konsumen atau catatan keuangan hanya menggunakan jasa-jasa perbankan yang dasar saja melalui *bank branch*. Jika dinilai keinovatifan pengusaha industri kreatif secara keseluruhan cukup tinggi dinilai melalui lima indicator yang dirincikan sebelumnya.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Jiwa kreativitas dalam diri pengusaha industri kreatif sub sektor kerajinan dinilai sangat tinggi ada di diri pengusaha. Tentu hal ini merupakan kunci awal yang sangat baik dan seharusnya selalu melekat

dan ditingkatkan sehingga dapat sukses dalam mengelola usahanya secara berkelanjutan. Selain daya kreatifitas, keinovatifan dinilai sangat penting dan akan memberikan manfaat bagi pengusaha dalam keberlangsungan usahanya sehingga tujuan usaha tercapai secara efisien dan efektif, namun daya inovatif dinilai cukup tinggi sehingga mendesak untuk ditingkatkan.

Kreatifitas dan inovatif merupakan dua faktor yang sangat penting dan menjadi modal dasar bagi setiap pengusaha terutama pada fase pembukaan usaha baru dan senantiasa ditingkatkan, dapat dilakukan melalui mengunjungi industri sejenis di wilayah lain, melakukan evaluasi dan perbaikan atas produk yang sudah ada, menganjurkan bagi setiap elemen dalam usaha untuk membuka pikiran dan mengikuti perkembangan industri sejenis melalui Internet. Karena industri kreatif perlu terus dikembangkan terutama di Kota Pekanbaru, sehingga daya kreatifitas juga keinovatifan perlu ditingkatkan sehingga menjadi lem perekat dalam keberlanjutan usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (2008). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta
- bisnis.com (12 Mei 2013). *UMKM Pekanbaru: Pelaku Industri Kreatif Didorong Bentuk Koperasi*. Diakses pada 18 Desember 2013.
- Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Pekanbaru, 2014.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Mantra, I.B. Rai Dharmawijaya. (2011). *Denpasar: Kota Kreatif Berbasis Budaya Unggulan*. Diakses melalui Warta Ekspor pada September 2013.
- Pangestu, Mari Elka. (2008a). *Buku 1: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009:2015*. Jakarta: Kelompok Kerja Indonesia Design Power: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Pangestu, Mari Elka. (2008b). *Buku 2: Rencana Pengembangan 14 Sub Sektor Industri Kreatif 2009:2015*. Jakarta: Kelompok Kerja Indonesia

- Design Power: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Primanta, I GNM Mulia. (11 Oktober 2009). *Kembangkan Industri Kreatif untuk Menghadapi Globalisasi*. Diakses melalui <http://kem.ami.or.id/2011/10/kembangan-industri-kreatif-untuk-menghadapi-globalisasi/> pada 25 September 2013
- riaupos.com. (23 Juni 2012). *Ekonomi Kreatif Perlu Terus Dikembangkan*. Diakses melalui <http://m.riaupos.co/berita.php?act=full&id=13696&kat=6#.UkNapVMjUXw> pada 25 September 2013
- Suryana (2003). *Kewirausahaan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Tjiptono, Fandy (1996). *Strategi Bisnis dan Manajemen*. Yogyakarta: Andi.
- viva.co.id. (22 November 2012). *Industri Kreatif Serap 8 Persen Tenaga Kerja Indonesia*. Diakses melalui <http://bisnis.news.viva.co.id/news/read/369272-industri-kreatif-serap-8-persen-tenaga-kerja-indonesia-pada-20-September-2013>.
- Winardi, J (2008). *Entrepreneur & Entrepreneurship*. Jakarta: Kencana
- Zimmerer, T.W., N.M. Scarborough (1996). *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*. Jakarta: Salemba Empat