JUMANSI : Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan
Volume : 7 | Nomor 2 | Juli 2025 | E-ISSN : 2797-6238|
https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi

Dinamika Daya Saing Produk Kreatif Indonesia Subsektor *Manufacturing Of Crafts And Design Goods* di Pasar Korea Selatan

Author:
Tubagus Arya Abdurachman[1]
Maman Darmansyah[2]

Afiliation:
Universitas Pamulang[1,2]

Corresponding email
dosen01872@unpam.ac.id

This is an Creative Commons License This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

Abstrak:
Latar belakang: Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia dalam dekade terakhir telah menjadi salah satu penggerak penting pertumbuhan ekonomi nasional. Lebih lanjut terkait perdagangan internasional, produk kreatif Indonesia mulai menunjukkan potensi untuk bersaing di pasar global, termasuk Korea Selatan. Fenomena ini didorong oleh perjanjian dagang Indonesia-Korea Selatan (IK-CEPA). Meski demikian, daya saing produk kreatif Indonesia, khususnya di sub-sektor *manufacturing of crafts and design goods*, masih menghadapi tantangan besar dalam menembus pasar Korea Selatan. Oleh karena itu, penting untuk menganalisis secara kuantitatif tingkat daya saing ekspor produk kreatif Indonesia ke Korea Selatan
Metode penelitian: Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berbasis data sekunder untuk mengukur daya saing produk kreatif Indonesia di pasar Korea Selatan. Metode utama yang digunakan adalah analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA) dan *Revealed Symmetric Comparative Advantage* (RSCA), yang mampu mengukur keunggulan komparatif dan stabilitas posisi daya saing suatu produk dalam perdagangan internasional. Nilai RCA di atas 1 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif terhadap produk tersebut, sedangkan nilai RSCA yang positif (antara 0 hingga +1) mengindikasikan bahwa Indonesia memiliki daya saing relatif yang kuat.
Hasil penelitian: Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor *manufacturing of crafts and design goods* Indonesia memiliki nilai RCA yang sangat tinggi pada periode 2018–2022, berada di kisaran 297 hingga 340.Mencerminkan daya saing puncak Indonesia di tengah adaptasi cepat terhadap digitalisasi. Namun, pasca 2020, terjadi penurunan tajam nilai RCA meskipun nilai total ekspor Indonesia ke Korea Selatan justru meningkat signifikan, yakni sebesar 38,02% pada 2021 dan 42,67% pada 2022. Fenomena ini mencerminkan adanya anomali struktural di mana ekspor agregat tumbuh, tetapi pangsa ekspor subsektor kreatif terhadap keseluruhan ekspor justru melemah. Selain itu, analisis RSCA menunjukkan nilai positif yang mendekati +1, yang berarti bahwa produk kerajinan Indonesia tetap memiliki keunggulan relatif yang kompetitif jika dibandingkan dengan negara pesaing.
Kesimpulan: Penelitian ini menyimpulkan bahwa subsektor *manufacturing of crafts and design goods* Indonesia memiliki potensi besar dalam perdagangan kreatif dengan Korea Selatan, yang tercermin dari nilai RCA tinggi (297–340) dan RSCA positif mendekati +1 selama periode 2018–2022.
.

Kata kunci: RCA, RSCA, Perdagangan Internasional, Ekonomi Kreatif

Pendahuluan

Ekonomi kreatif di Indonesia saat ini telah mencapai tingkat perkembangan yang signifikan, menjadi sektor kunci yang berkontribusi pada pertumbuhan PDB dan penciptaan lapangan kerja. Dalam dekade terakhir, transformasi sektor ini telah dipromosikan dengan berbagai kebijakan pemerintah, menjadikannya sebagai salah satu pilar ekonomi nasional. Berbagai sub-sektor, termasuk kriya, kuliner, dan fashion, telah menunjukkan daya saing yang kuat, yang mengindikasikan bahwa inovasi dan keunikan produk Indonesia memiliki potensi pangsa pasar yang semakin luas (Arsy Syafitri & Nisa, 2024). Riset menunjukkan bahwa industri kreatif, khususnya di sektor fesyen, kriya, dan kuliner, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap PDB nasional dan tingkat ketenagakerjaan (Sukma et al., 2018). Tren kontribusi sektor sektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia selama periode 2017 hingga 2022 dapat dicermati pada gambar 1. Pada awal periode, yakni tahun 2017 dan 2019, kontribusi sektor ini stabil di angka 7,28%, sebelum mencapai puncak kontribusi sebesar 7,35% pada tahun 2020. Kenaikan ini kemungkinan terkait dengan adaptasi cepat sektor-sektor kreatif terhadap digitalisasi pada masa pandemi COVID-19, yang mendorong lonjakan permintaan terhadap produk digital, hiburan daring, dan konten kreatif. Namun, tren tersebut tidak berlanjut. Pada tahun 2021, kontribusi menurun menjadi 7,02%, dan anjlok lebih jauh pada 2022 menjadi 6,54%, angka terendah dalam enam tahun terakhir. Penurunan ini mencerminkan adanya tantangan struktural yang dihadapi sektor kreatif, seperti ketergantungan pada pasar domestik, keterbatasan ekspor, serta belum pulihnya subsektor-sektor yang sangat terdampak pandemi, seperti seni pertunjukan, event, dan pariwisata budaya.

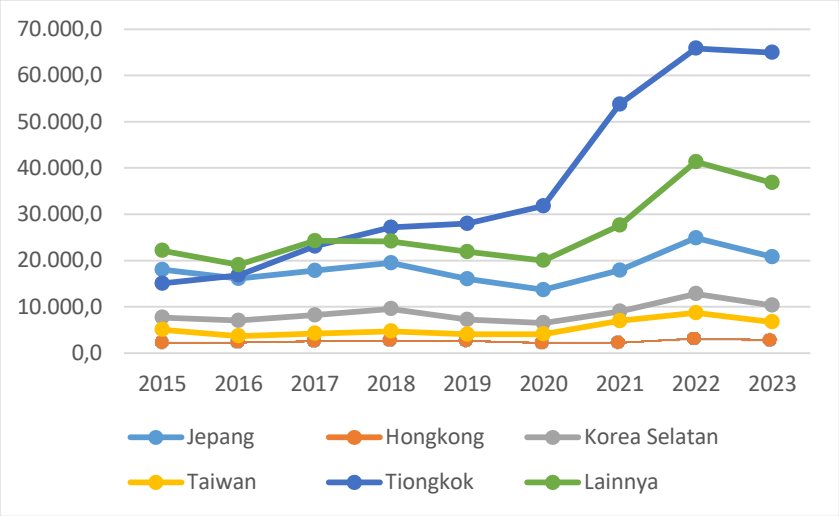


Gambar 1. Kontribusi GDP Ekonomi Kreatif Terhadap GDP Nasional Indonesia
Sumber : catalogdata.kemenparekraf.go.id

Pada tingkat global, termasuk di pasar Korea Selatan, daya saing produk kreatif Indonesia masih menghadapi tantangan, terutama karena keterbatasan dalam penguasaan teknologi dan pengembangan talenta kreatif. Indonesia dihadapkan pada tantangan untuk meningkatkan daya saing produk kreatifnya, terutama ketika berhadapan dengan produk-produk dari negara lain, termasuk Korea Selatan. Kemitraan antara kedua negara yang telah terjalin melalui diplomasi budaya dan ekonomi dapat menjadi dasar yang kuat bagi Indonesia untuk memperkuat daya saing produknya (Joisangadji & Rasyidah, 2021). Hubungan bilateral antara Indonesia dan Korea Selatan ditandai dengan perundingan Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA) mencerminkan upaya kedua negara dalam memperkuat hubungan ekonomi bilateral di berbagai sektor strategis. Proses ini dimulai pada tahun 2012 dengan tujuan untuk meningkatkan perdagangan dan investasi di antara kedua negara, khususnya dalam industri kreatif dan sektor-sektor penting lainnya (Bila & Wijayati, 2022). Meskipun terdapat potensi yang substansial untuk pertumbuhan perdagangan, dinamika politik dan ekonomi yang terjadi pada tahun 2014 menyebabkan terhentinya dialog tersebut (Triharyanti et al.,2023). Setelah periode stagnasi selama lima tahun, perundingan IK-CEPA dihidupkan kembali pada tahun 2019. Kenaikan kebutuhan untuk mengatasi hambatan perdagangan serta memaksimalkan potensi hubungan dagang antara Indonesia dan Korea

Selatan menjadi pendorong utama di balik reaktivasi ini (Abdullah, 2017). Fenomena faktual gelombang Korea, atau Hallyu, merujuk pada fenomena yang ditandai oleh penyebaran lintas budaya Korea Selatan, yang secara signifikan memengaruhi pasar global, termasuk Indonesia. Kebangkitan budaya Korea telah difasilitasi oleh demokratisasi media digital, yang memungkinkan akses mudah dan konsumsi produk budaya dari Korea Selatan (Valenciana & Kusna Pudjibudojo, 2022). Menariknya, dampak K-Pop tidak hanya terbatas pada hiburan, tetapi juga memengaruhi perilaku konsumen dan dinamika pasar di berbagai sektor sehingga berkontribusi pada ekonomi lokal tempat penyelenggaraan acara dan bisnis terkait (Andira et al., 2023).

Gambar 2 menunjukkan tren nilai ekspor Indonesia ke negara tujuan utama di kawasan Asia selama periode 2015 hingga 2023, berdasarkan nilai Free on Board (FOB) dalam juta US dolar. Data ini mengungkapkan bahwa Tiongkok (China) secara konsisten menjadi pasar ekspor terbesar, dengan lonjakan tajam sejak tahun 2020 yang mencapai puncaknya di atas 60 miliar US$ pada tahun 2022 dan stabil di angka yang sama pada tahun 2023. Peningkatan ekspor ke Tiongkok ini menunjukkan ketergantungan yang semakin besar terhadap pasar tersebut, khususnya di tengah pemulihan ekonomi pasca pandemi. Sebaliknya, ekspor ke negara lain seperti Jepang dan Hong Kong menunjukkan tren yang lebih fluktuatif namun relatif stabil, dengan nilai ekspor berkisar di angka 20.000 hingga 30.000 juta US$. Ekspor ke Jepang cenderung mengalami sedikit penurunan setelah tahun 2019, sementara ekspor ke Hong Kong sempat naik tajam pada 2022 sebelum kembali menurun pada 2023. Menariknya, ekspor ke Korea Selatan meskipun lebih kecil dibandingkan Tiongkok dan Jepang, menunjukkan tren pertumbuhan yang positif, khususnya mulai tahun 2021. Nilai ekspor ke Korea Selatan meningkat mendekati angka 10.000 juta US$, menandakan adanya potensi perluasan pasar yang lebih besar di negara ini. Sementara itu, negara tujuan lain seperti Taiwan cenderung menunjukkan pertumbuhan yang datar atau fluktuasi ringan.



Gambar 2. Nilai Ekspor Menurut Negara Tujuan Utama Asia (Nilai FOB : juta US$), 2000 - 2023
Sumber : Badan Pusat Statistik.go.id

Pada Tabel 1 dapat dicermati bahwa hal yang serupa juga terlihat pada tren ekspor Korea Selatan ke Indonesia juga mengalami hal yang serupa, dengan spesifikasi data untuk ekspor dan Impor produk kreatif. Dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pola pertumbuhan yang stabil, mencerminkan hubungan dagang bilateral yang semakin erat dan saling menguntungkan antara kedua negara. Data perdagangan kreatif global pun memperkuat hal ini. Dalam tabel Top 10 Export Partners for Creative Goods, Indonesia yang pada tahun 2003 berada di peringkat ke-9 dengan nilai ekspor sebesar 77,35 juta US$, berhasil naik ke peringkat ke 6 pada tahun 2012 dengan nilai ekspor yang melonjak menjadi 332,89

juta US$. Peningkatan yang signifikan ini mencerminkan pertumbuhan hubungan dagang yang pesat, khususnya dalam sektor barang-barang kreatif. Menariknya, tidak hanya ekspor dari Indonesia yang meningkat, tetapi nilai impor produk kreatif dari mitra dagang utama, termasuk Korea Selatan, juga menunjukkan tren yang stabil. Ini menandakan adanya arus perdagangan dua arah yang semakin kuat, di mana produk kreatif Indonesia mulai memperoleh pangsa pasar yang lebih besar, sementara pada saat yang sama, Indonesia juga menjadi pasar penting bagi ekspor kreatif Korea Selatan. Kondisi ini menegaskan bahwa hubungan dagang Indonesia-Korea Selatan kini telah berkembang menjadi hubungan yang lebih seimbang dan saling menguntungkan, yang membuka peluang lebih besar bagi pengembangan ekspor produk kreatif Indonesia ke pasar Korea yang terus tumbuh. Seiring dengan berlakunya perjanjian IK-CEPA pada tahun 2023, potensi peningkatan volume perdagangan di sektor kreatif diperkirakan akan semakin besar. Selain itu, tren global yang mendorong konsumsi produk-produk unik dan bernilai budaya memberikan keuntungan kompetitif bagi produk kreatif Indonesia. Oleh karena itu, penguatan kolaborasi antar pelaku industri kreatif kedua negara menjadi langkah strategis untuk memaksimalkan potensi pasar yang tersedia.

Tabel 1. Mitra Ekspor Barang Kreatif Tahun 2003 Dan 2012 Korea Selatan

2003			2012		
Nilai dalam jutaan US$			Nilai dalam jutaan US$		
Negara	Ekspor	Impor	Negara	Ekspor	Impor
United States	909	421	China	733	2.048
China (Hong Kong)	794	38	United States	687	536
Japan	345	283	Japan	608	406
China	266	587	China (Hong Kong)	530	70
Nigeria	162	0.12	Vietnam	498	138
UEA	137	1.06	Indonesia	332	104
Australia	114	23	China (Taiwan)	232	467
UK	86	80	UEA	179	2.95
Indonesia	77	52	India	154	26
France	75	106	Philippines	114	21.5

Sumber : Creative Economy Outlook And Country Profiles 2016, UNCTAD.

Pendekatan RCA *(Revealed Comparative Advantage)* dan RSCA (*Revealed Symmetric Comparative Advantage)* merupakan alat analisis yang signifikan untuk memahami dinamika daya saing ekspor suatu negara dalam konteks pasar global. RCA adalah metode untuk mengukur sejauh mana suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produk tertentu, dihitung dengan membandingkan kontribusi sektor ekspor dengan kontribusi total ekspor nasional (Falkowski, 2018). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa analisis daya saing menggunakan RSCA dan RCA sangat berguna dalam konteks sektor pertanian dan pangan, di mana fluktuasi harga dan permintaan pasar global sangat mempengaruhi kompetisi. Misalnya, dalam analisis daya saing ekspor krisan Indonesia, pendekatan RCA membantu mengidentifikasi potensi pertumbuhan dan area penyempurnaan yang diperlukan untuk bersaing di pasar internasional (Sukmayanti et al.,2022). Selain itu, studi yang dilakukan terhadap sektor pangan menunjukkan bagaimana indikator teknologi, seperti penggunaan internet, dapat mempengaruhi daya saing ekspor (Suroso et al., 2023). Analisis daya saing melalui pendekatan RCA dan RSCA sangat penting bagi negara-negara berkembang untuk meningkatkan posisi daya saing mereka di pasar internasional. Negara-negara seperti Indonesia, yang memiliki banyak produk unggulan dalam sektor

pertanian, perlu memanfaatkan analisis ini untuk mengidentifikasi keunggulan spesifik dan menerapkan strategi yang tepat dalam meningkatkan volume ekspor dan memperbaiki kondisi perdagangan internasional mereka secara keseluruhan (Aura et al., 2023). Begitupula dengan produk-produk ekonomi kreatif Indonesia yang semakin berkembang permintaannya dipasar global termasuk di pasar Korea Selatan.

Merujuk pada Tabel 1, di tengah dominasi produk-produk kreatif Korea yang telah mapan secara global, produk kreatif Indonesia perlu lebih dari sekadar keunggulan budaya, dibutuhkan inovasi, kualitas yang konsisten, serta kemampuan adaptasi terhadap selera konsumen Korea Selatan yang sangat dinamis. Meskipun hubungan dagang antara Indonesia dan Korea Selatan terus menunjukkan perkembangan yang positif, khususnya dalam sektor ekonomi kreatif, daya saing produk kreatif Indonesia di pasar Korea Selatan masih menghadapi berbagai tantangan. Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan permasalahan utama terkait bagaimana tingkat daya saing produk kreatif Indonesia di pasar Korea Selatan. Dengan mengidentifikasi permasalahan ini secara sistematis dan didukung oleh analisis kuantitatif melalui RCA dan RSCA, diharapkan hasil penelitian dapat memberikan kontribusi dalam merumuskan strategi yang tepat bagi pengembangan ekspor produk kreatif Indonesia ke Korea Selatan secara lebih terarah dan berbasis data.

Studi Literatur

Perdagangan Internasional

Perdagangan internasional adalah fenomena yang kompleks dan menyangkut kegiatan jual beli barang dan jasa antara negara, yang dapat mencakup individu, perusahaan, atau bahkan pemerintah (Florentina et al., 2023). Secara umum, kegiatan ini mencakup dua aspek utama, yaitu ekspor dan impor. Dengan demikian, perdagangan internasional tidak hanya melibatkan pertukaran barang saja, tetapi juga bisa mencakup jasa, investasi, dan bahkan transfer teknologi antar negara (Yoshida & Kriswandwitanaya, 2023). Definisi perdagangan internasional dapat lebih diperdalam dengan mempertimbangkan berbagai teori dan pendekatan yang telah ada. Misalnya, Teori Keunggulan Absolut, yang diutarakan oleh Adam Smith dalam "*The Wealth of Nations*," menyatakan bahwa suatu negara harus memproduksi dan mengekspor barang yang dapat diproduksi secara lebih efisien daripada negara lain, sehingga memaksimalkan produktivitasnya dan memperoleh keuntungan dari perdagangan.

Teori Adam Smith bertolak belakang dengan teori keunggulan komparatif David Ricardo, yang menyatakan bahwa negara harus mengkhususkan diri dalam memproduksi barang yang memiliki biaya peluang terendah. Fokus Smith pada efisiensi absolut dalam produksi menggambarkan peran mendasar dari sumber daya yang tersedia, pembagian kerja, dan produktivitas komparatif dalam membentuk lanskap perdagangan internasional (Winters, 2023). Teori keunggulan komparatif yang diajukan oleh David Ricardo menekankan bahwa negara akan mendapatkan keuntungan dari spesialisasi dalam produksi barang yang memiliki biaya kesempatan yang lebih rendah (Singh, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perdagangan internasional berfungsi tidak hanya untuk meningkatkan ketahanan ekonomi setiap negara, namun juga untuk memajukan perkembangan industri nasional dalam konteks global (Julianti Wibowo & Pramukty, 2023). Untuk mendukung berkembangnya perdagangan internasional, banyak negara kini menggunakan kebijakan perdagangan yang berfokus pada membangun aliansi dan kesepakatan perdagangan di dalam dan luar batas wilayah mereka. Contohnya adalah kerja sama di dalam forum seperti ASEAN yang membantu negara anggotanya dalam memperkuat posisi tawar mereka di pasar global (Effendi et al., 2024).

Teori keunggulan komparatif yang dikembangkan oleh Balassa (1965) adalah bentuk operasional dari konsep klasik Ricardo, yang disesuaikan untuk analisis perdagangan modern menggunakan data aktual. Balassa memperkenalkan metode kuantitatif untuk mengukur keunggulan komparatif suatu negara dalam perdagangan internasional, yang dikenal sebagai *Revealed Comparative Advantage* (RCA). Efek Ballassa-Samuelson pada dasarnya mengeksplorasi hubungan antara tingkat harga dan perbedaan produktivitas di berbagai negara, khususnya menekankan bagaimana faktor-faktor ini berkontribusi terhadap perbedaan inflasi. Teori ini, yang diperkenalkan oleh ekonom Bela Balassa dan Paul Samuelson,

mengartikulasikan bahwa negara-negara dengan produktivitas yang lebih tinggi di sektor barang yang dapat diperdagangkan cenderung menunjukkan tingkat harga yang lebih tinggi untuk barang-barang yang tidak dapat diperdagangkan. Hal ini mengakibatkan perbedaan inflasi di berbagai negara, sehingga memengaruhi status ekonomi dan posisi kompetitif mereka di pasar internasional.

Secara khusus, efek Ballassa-Samuelson menyatakan bahwa ketika produktivitas meningkat di sektor barang yang dapat diperdagangkan, upah secara umum meningkat sejalan dengan peningkatan produktivitas. Namun, sektor barang yang tidak dapat diperdagangkan tidak mengalami peningkatan produktivitas yang sama, yang menyebabkan kenaikan harga jasa dan barang yang tidak dapat diperdagangkan lainnya. Akibatnya, hal ini menyebabkan tingkat inflasi yang lebih tinggi secara keseluruhan di negara yang lebih produktif dibandingkan dengan negara yang kurang produktif (Liargovas & Argyrios, 2023).

Model Heckscher Ohlin (model HO) berfungsi sebagai kerangka dasar dalam teori perdagangan internasional, yang menyatakan bahwa perbedaan dalam faktor produksi, khususnya tenaga kerja, modal, dan tanah di berbagai negara menentukan pola perdagangan mereka. Model ini menunjukkan bahwa negara-negara akan mengekspor barang-barang yang memanfaatkan faktor produksi mereka yang melimpah secara intensif sambil mengimpor barang-barang yang memanfaatkan faktor-faktor produksi mereka yang langka. Akibatnya, dinamika perdagangan ditentukan oleh kelimpahan relatif faktor-faktor ini di setiap negara, yang mengarah pada keunggulan komparatif dalam kemampuan produksi masing-masing (Lu, 2024)). Landasan teoritis model Heckscher-Ohlin didukung oleh pengamatan empiris yang mencerminkan bagaimana negara-negara mengkhususkan diri dalam memproduksi barang-barang yang terkait dengan faktor-faktor yang dimilikinya. Misalnya, negara-negara yang kaya akan tenaga kerja cenderung mengekspor produk-produk padat karya, sementara negara-negara yang kaya akan modal berfokus pada barang-barang padat modal (Koch & Fessler, 2020). Lebih jauh, studi empiris tambahan menggaris bawahi pentingnya alokasi faktor-faktor produksi yang bervariasi ini dalam membentuk hubungan perdagangan internasional saat ini, yang memperkuat relevansi model yang bertahan lama (Bao, 2023). Merujuk pada ulasan diatas, maka perdagangan internasional dapat dimaknai sebagai tools penting bagi negara-negara untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan untuk memperkuat jaringannya di ekonomi global.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang menekankan pada nilai tambah yang dihasilkan dari kreativitas dan pengetahuan, yang berkontribusi signifikan terhadap perekonomian suatu negara atau kawasan. Definisi ini diperkuat melalui berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya sekadar kegiatan ekonomi, melainkan juga sebagai wadah untuk menghasilkan ide-ide inovatif yang memiliki potensi memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi (Sunarto et al., 2024). Dalam konteks Indonesia, ekonomi kreatif menjadi salah satu pendorong utama pertumbuhan ekonomi sejak diperkenalkan pada tahun 2006, dan terbukti memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menciptakan banyak lapangan kerja (Perdana & Utami, 2022). Konsep ekonomi kreatif juga menunjukkan peran penting generasi muda, yang diharapkan dapat berinovasi dan memanfaatkan kreativitas mereka dalam memajukan sektor ekonomi. Generasi muda memiliki potensi yang besar untuk menjadi agen perubahan dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif Indonesia di kancah global, melalui eksplorasi ide-ide baru dan produk-produk kreatif yang relevan dengan budaya lokal dan kebutuhan pasar (Maryam et al., 2022). Salah satu aspek penting dari ekonomi kreatif adalah integrasi antara kreativitas, pengetahuan, dan kekayaan budaya sebagai sumber daya yang memicu inovasi, serta berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan dalam berbagai sektor (Ma'ruf & Alhifni, 2022).Dalam pelaksanaannya, ekonomi kreatif mencakup beragam sektor, mulai dari seni dan budaya, pariwisata, desain, kuliner, hingga teknologi informasi yang semuanya berupaya mengangkat nilai-nilai lokal dan memperkenalkan Indonesia di dunia internasional (Vuspitasari et al., 2021).

Konsep ekonomi kreatif semakin populer dalam wacana ekonomi modern, khususnya terkait pertumbuhan dan inovasi berkelanjutan. Didefinisikan sebagai sistem ekonomi yang nilainya diperoleh dari masukan kreatif, bukan faktor tradisional seperti tanah, tenaga kerja, dan modal, ekonomi kreatif mencakup berbagai macam industri sebagaimana diuraikan oleh Howkins (Fazlagić & Szczepankiewicz, 2020). Lebih jauh Konsep "kelas kreatif" Richard Florida telah mengubah pemahaman kita tentang ekonomi perkotaan dan hubungan antara kreativitas dan pembangunan ekonomi secara mendasar. Tesis Florida menyatakan bahwa kota harus menarik individu yang sangat terampil—mereka yang termasuk dalam "kelas kreatif"—untuk mendorong inovasi, pertumbuhan ekonomi, dan lingkungan perkotaan yang dinamis. Ide ini berpusat pada tiga pilar penting: teknologi, bakat, dan toleransi, yang secara kolektif disebut sebagai kerangka kerja 3T, yang menurut Florida sangat penting bagi kemakmuran perkotaan dan munculnya "kota-kota kreatif" (Madbouly Khalil, 2020).

Keunggulan Komparatif

Revealed Comparative Advantage (RCA)

Indeks Keunggulan Komparatif (RCA), yang diperkenalkan oleh Béla Balassa pada tahun 1965, berfungsi sebagai alat penting untuk menilai kinerja perdagangan suatu negara relatif terhadap persaingan global di berbagai sektor. Indeks RCA mengevaluasi apakah suatu negara memiliki keunggulan komparatif dalam produk tertentu dengan membandingkan pangsa ekspornya dengan pasar global; nilai yang lebih besar dari satu menunjukkan keunggulan komparatif, sedangkan nilai yang kurang dari satu menunjukkan kerugian komparatif (Harpy et al., 2024). Metodologi ini mensintesis kerangka kerja teoritis dan empiris untuk memahami dinamika perdagangan internasional dan memberikan wawasan tentang daya saing sektoral dalam skala global.

Indeks RCA berasal dari rumus yang sederhana, membandingkan pangsa ekspor suatu negara untuk komoditas tertentu dengan pangsa komoditas tersebut dalam total ekspor dunia. Bila nilai indeks melebihi satu, hal itu menunjukkan keunggulan komparatif yang terungkap, yang menunjukkan bahwa negara tersebut mengekspor komoditas tersebut lebih banyak dari yang diharapkan berdasarkan portofolio perdagangan keseluruhannya. Sebaliknya, nilai RCA di bawah satu menandakan kerugian komparatif di sektor tersebut. Pengukuran semacam itu penting untuk pembuatan kebijakan, yang tidak hanya memandu perjanjian perdagangan tetapi juga investasi di sektor-sektor tertentu yang dianggap kompetitif.

Kebijakan perdagangan berdasarkan RCA dapat memengaruhi kinerja pasar global suatu negara secara signifikan. Analisis empiris berbagai sektor, seperti yang ditunjukkan oleh Huang dan Ottaviano, menggambarkan bagaimana data ekonomi makro dan RCA dapat diintegrasikan untuk lebih memahami konteks perdagangan suatu negara dalam lingkungan global yang dinamis (Huang & Ottaviano, 2023) . Lebih jauh, perbandingan lintas negara yang menggunakan metodologi RCA sering kali mengungkapkan wawasan tentang bagaimana perekonomian dapat menyesuaikan strategi perdagangan mereka untuk meningkatkan daya saing. Misalnya, perbandingan pasar ekspor pakaian jadi Bangladesh dan Tiongkok menggambarkan dinamika persaingan yang berbeda yang dibentuk oleh struktur ekonomi dan orientasi kebijakan perdagangan yang mendasarinya (Adnan et al., 2019).

Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA)

Untuk memperdalam analisis keunggulan perdagangan, para peneliti telah memperkenalkan berbagai modifikasi dan indeks pelengkap, seperti indeks Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA). Indeks RSCA beroperasi dengan menyesuaikan skor RCA untuk memperhitungkan simetri dalam data perdagangan, memastikan pandangan yang seimbang tentang keunggulan dan kerugian komparatif di berbagai komoditas (Maqbool et al., 2022) . Masing-masing indeks ini berupaya untuk meningkatkan ketahanan penilaian keunggulan komparatif dan mengurangi keterbatasan yang terkait dengan penggunaan langsung RCA. Keunggulan Komparatif Simetris Terungkap (RSCA) adalah alat analisis penting yang digunakan untuk mengevaluasi kinerja ekspor relatif suatu negara di berbagai sektor. RSCA memodifikasi indeks RCA dengan mengatasi sifat asimetris dari ukuran tradisional, di mana negara-negara mungkin tampak memiliki keunggulan komparatif dalam ekspor tertentu sementara

berada pada posisi yang kurang menguntungkan pada yang lain, terutama ketika nilai ekspor mereka rendah atau sama dengan nol. Penyesuaian ini memungkinkan perbandingan yang lebih seimbang dan adil di antara berbagai komoditas dan negara, mengurangi masalah yang terkait dengan asimetri dalam Indeks Keunggulan Komparatif Terungkap (RCA) asli, yang dapat menyebabkan interpretasi yang menyesatkan tentang kinerja perdagangan suatu negara (İzgi & KAVACIK, 2024)

Penerapan RSCA yang sangat penting dapat diamati dalam analisis kinerja ekspor sektor-sektor tertentu. Misalnya, penelitian telah menggunakan indeks RSCA untuk menilai daya saing berbagai industri, termasuk ekspor pertanian. Telah dicatat bahwa kinerja negara sendiri di sektor-sektor seperti teh dan perikanan dapat diukur secara efektif dengan RSCA, yang memungkinkan para pembuat kebijakan untuk mengidentifikasi sektor-sektor yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan untuk prioritas strategis (Islam et al., 2021). Metode ini telah menunjukkan relevansi dalam berbagai konteks geografis, seperti dalam menilai ekspor teh Sri Lanka dan perikanan Indonesia, sehingga memungkinkan kebijakan perdagangan yang disesuaikan yang memanfaatkan kekuatan sektoral tertentu sambil mengidentifikasi area yang membutuhkan peningkatan.

Indeks keunggulan komparatif seperti RSCA tidak hanya menyediakan data penting untuk analisis ekonomi, tetapi juga berperan penting dalam membentuk perjanjian perdagangan dan strategi ekspor. Misalnya, studi yang mengeksplorasi dinamika ekspor pertanian India dan Tiongkok telah menerapkan RSCA bersama dengan indeks lain untuk menjelaskan daya saing perdagangan mereka dalam jangka waktu yang lama(Shukla, 2023). Pendekatan ini membantu mengenali tren atau pergeseran yang stabil dalam keunggulan kompetitif, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti fluktuasi permintaan global, perubahan peraturan, dan kapasitas produksi dalam negeri. Implikasi RSCA meluas ke pengembangan kebijakan perdagangan strategis yang lebih luas. Pemerintah dapat memanfaatkan temuan dari analisis RSCA untuk menyusun struktur insentif yang mendukung sektor-sektor dengan keunggulan komparatif yang signifikan sambil mengevaluasi kembali investasi dalam industri yang kurang kompetitif. Misalnya, studi yang berfokus pada sektor pertanian dan industri di Bangladesh telah menerapkan RSCA untuk tidak hanya mengukur kinerja saat ini tetapi juga memproyeksikan potensi perdagangan masa depan berdasarkan data historis(Ali & Wang, 2019). Wawasan strategis tersebut penting untuk mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dengan menyelaraskan kemampuan produksi nasional dengan permintaan pasar global.

Lebih jauh lagi, RSCA terbukti berperan penting dalam memahami lanskap persaingan di antara pasar-pasar berkembang. Dengan membandingkan RSCA di berbagai negara pada berbagai tahap perkembangan, para peneliti dapat menyoroti pergeseran dalam keunggulan komparatif yang mungkin diakibatkan oleh perubahan kebijakan atau reposisi ekonomi geografis. Misalnya, RSCA telah digunakan secara efektif untuk membandingkan negara-negara dalam kerangka ASEAN (Maqbool et al., 2021) , yang memfasilitasi peningkatan dinamika perdagangan dan kerja sama intra-regional. Indikator kinerja masing-masing negara mengungkap struktur ekonomi yang mendasarinya dan memandu strategi kerja sama dan investasi internasional.

Metode Penelitian

Penelitian ini secara khusus diarahkan untuk mengkaji hubungan dagang antara Indonesia dan Korea Selatan dalam konteks kemitraan perdagangan bebas yang telah terjalin melalui Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA). Fokus pada Korea Selatan dipilih karena negara tersebut bukan hanya salah satu mitra ekonomi utama Indonesia di Asia Timur, tetapi juga memiliki pasar yang terus berkembang untuk produk-produk kreatif dengan nilai budaya tinggi. Dengan latar tersebut, studi ini mengambil pendekatan kuantitatif berbasis data sekunder, yang dikumpulkan dari laporan ekspor resmi dan publikasi perdagangan internasional. yang dipublikasikan dari sumber UN-Comtrade (*https://comtradeplus.un.org*), Trademap (*www.trademap.org*), maupun data dari kemenperekraf (https://satudata.kemenparekraf.go.id/) dan Badan Pusat Statistik (https://www.bps.go.id). Studi ini menggunakan data sekunder data tahunan dalam bentuk data time series, periode 2018 - 2022,

yang merupakan Creative economy product groups menurut kode HS2017 yang direlease UNCTAD dengan subsektor Manufacturing of crafts and design goods dengan kode HS CER021 (Carpets), CER022 (Fashion accessories), CER023 (Interior), CER024 (Jewellery) dan CER025 (toys), CER026 (Wickerware), dan CER027 (Yarn). dari Indonesia Korea Selatan. Penelitian ini menggunakan metode analisis Revealed Comparative Advantage (RCA) dan Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) sebagai alat untuk mengukur sejauh mana produk kriya dan desain Indonesia memiliki daya saing di pasar Korea Selatan. Selain analisis numerik, pendekatan ini juga diperkaya dengan penelusuran dokumen kebijakan dan perjanjian dagang sebagai dasar memahami dinamika kompetisi dan peluang ekspor dalam kerangka kerjasama bilateral tersebut. Adapun rumus untuk RCA (Abdurachman et al., 2024) dan RSCA (Putri & Hidayat, 2023) adalah sebagai berikut :

$$\frac{\{\quad\}}{\{\quad \sum \quad\}}$$

Dimana indeks RCA yang lebih besar dari 1 menunjukkan keunggulan kompetitif, sedangkan indeks di bawah 1 menunjukkan kerugian komparatif.
Keterangan :

		Units	*Source*
RCAij	:	Comparative advantage (competitiveness) produk Indonesia	*https://comtradeplus.un.org*
Xij	:	Nilai Ekspor produk i Indonesia ke Korea Selatan Tahun t	*https://comtradeplus.un.org*
∑iXij	:	Total Ekspor semua produk Indonesia ke Korea Selatan	*www.trademap.org*
∑jXij	:	Total nilai ekspor produk i ke dunia	*www.trademap.org*
∑i∑jXij	:	Total nilai ekspor semua produk ke dunia	*www.trademap.org*

RSCA = / …(2)

Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) berfungsi sebagai versi RCA yang dinormalisasi. Metode RSCA mengoreksi kemiringan yang sering kali melekat pada nilai RCA. Penyesuaian ini menghasilkan RSCA yang dibatasi dalam kisaran -1 dan +1, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas tentang keunggulan komparatif. Nilai RSCA yang lebih besar dari nol menunjukkan keunggulan komparatif, sedangkan nilai negatif menandakan kerugian komparatif.

Pembahasan

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia telah menunjukkan tren yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, menjadi pilar penting dalam mendukung produk domestik bruto (PDB) nasional. Sektor ekonomi kreatif tidak hanya berfungsi sebagai mesin pertumbuhan ekonomi tetapi juga sebagai sumber inovasi yang membawa nilai tambah bagi masyarakat. Menurut Syafitri dan Nisa, sejak diperkenalkan pada tahun 2006, ekonomi kreatif telah menjadi fokus utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan kontribusi terhadap PDB, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan ekspor (Arsy Syafitri & Nisa, 2024). Berdasarkan tabel 2, PDB ekonomi kreatif (ekraf) Indonesia menunjukkan tren kenaikan yang konsisten dari tahun 2010 hingga 2022. Meski secara nominal mengalami pertumbuhan yang signifikan, kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB nasional justru cenderung menurun. Pada tahun 2010, kontribusi ekraf tercatat sebesar 7,7%, namun terus menurun secara bertahap hingga mencapai titik terendah sebesar 6,5% pada tahun 2022. Penurunan kontribusi ini

tidak mencerminkan kinerja sektor ekraf yang melemah secara absolut, melainkan lebih kepada pertumbuhan PDB nasional yang relatif lebih cepat dibandingkan pertumbuhan sektor ekraf itu sendiri.

Berdasar data kontribusi pada tabel 2 yang tersaji menunjukkan adanya tantangan dalam mempertahankan daya saing ekonomi kreatif di tengah percepatan pertumbuhan sektor-sektor lain dalam perekonomian nasional. Tantangan dalam mempertahankan daya saing sektor ekonomi kreatif di Indonesia semakin meningkat seiring dengan percepatan pertumbuhan sektor-sektor lain yang juga berbasis pada inovasi dan teknologi. Ekonomi kreatif, yang mencakup subsektor seperti kriya, kuliner, fesyen, penerbitan, dan seni rupa, telah terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. sektor ekonomi kreatif harus menghadapi berbagai tantangan yang berasal dari sektor lain seperti industri manufaktur dan teknologi informasi yang juga berkembang pesat (Bangsawan, 2023). Keberadaan infrastruktur yang memadai juga menjadi faktor penting dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif. Banyak daerah di Indonesia masih mengalami keterbatasan infrastruktur yang mendukung sektor ini, termasuk akses ke teknologi, pelatihan, dan fasilitas pendukung lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa terdapat korelasi positif antara pengembangan infrastruktur dan pertumbuhan ekonomi kreatif di provinsi tertentu (Niode & Rahman, 2022). Oleh karena itu, diperlukan perhatian dari pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk meningkatkan kualitas infrastruktur yang mendukung sektor ini, sehingga pelaku ekonomi kreatif dapat lebih optimal dalam mengeksplorasi potensi mereka (Valeriani, 2019). Dengan pendekatan yang terpadu, tantangan-tantangan yang ada dapat dimitigasi, serta potensi besar yang dimiliki sektor ekonomi kreatif dapat dimanfaatkan secara optimal.

Tabel 2. Kontribusi PDB Ekonomi Kreatif Terhadap PDB Nasional Indonesia (ADHB) 2010-2022

Tahun	PDB Ekraf (Jutaan Rp)	PDB Nasional (Jutaan Rp)	Kontribusi (%)
2010	525960	6864133	7,7
2011	581535	7831726	7,4
2012	638385	8615704	7,4
2013	708268	9546134	7,4
2014	784868	10569705	7,4
2015	852543	11526332	7,4
2016	923052	12406774	7,4
2017	989153	13588797	7,3
2018	1066644	14838756	7,2
2019	1153384	15832657	7,3
2020	1134977	15438017	7,4
2021	1191000	16970789	7,0
2022	1280418	19588446	6,5

Sumber : katalog.satudata.go.id

Ekspor Indonesia ke Korea Selatan merupakan isu yang sangat penting dalam konteks perekonomian kedua negara. Data menunjukkan bahwa terdapat fluktuasi cukup tajam dalam nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan dari waktu ke waktu, yang seringkali dipengaruhi oleh berbagai faktor baik eksternal maupun internal. Dalam mencermati fluktuasi ini, kita perlu meninjau lebih jauh kebijakan perdagangan bilateral yang telah disepakati, seperti Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA), yang telah diterapkan untuk meningkatkan kerjasama ekonomi antara kedua negara sejak tahun 2019 (Triharyanti et al., 2023). Berdasarkan hasil penelitian yang dapat dilihat pada tabel 3, ekspor Indonesia ke Korea Selatan menunjukkan fluktuasi yang cukup tajam sepanjang periode 2019 hingga 2022. Setelah mengalami penurunan signifikan pada tahun 2019 sebesar 24,10%, dan kembali turun 10,06% pada tahun 2020 yang sebagian besar disebabkan oleh dampak pandemi COVID-19 dan gangguan rantai pasok global, ekspor Indonesia mulai pulih pada tahun 2021. Pemulihan

ini ditandai dengan lonjakan ekspor sebesar 38,02%, dan terus berlanjut pada 2022 dengan pertumbuhan yang lebih tinggi mencapai 42,67%. Kenaikan tajam ini mencerminkan perbaikan hubungan dagang bilateral dan semakin kuatnya permintaan produk Indonesia di pasar Korea Selatan, termasuk komoditas primer maupun produk manufaktur. Pemulihan ekonomi global, ditambah dengan perjanjian perdagangan seperti Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement (IK-CEPA), turut menjadi katalis dalam meningkatkan arus barang dari Indonesia. Selain itu, ekspor yang tumbuh pesat juga mengindikasikan adanya peluang yang semakin besar bagi produk-produk kreatif Indonesia untuk memasuki pasar Korea Selatan.

Tabel 3. Nilai Ekspor Indonesia Ke Korea Selatan (Semua Produk) Tahun 2018-2022

TOTAL ALL PRODUCT		
Tahun	**Nilai (Ribuan US$)**	**Pertumbuhan (%)**
2019	**7.234.409**	**(24,10)**
2020	**6.506.501**	**(10,06)**
2021	**8.980.877**	**38,02**
2022	**12.813.689**	**42,67**

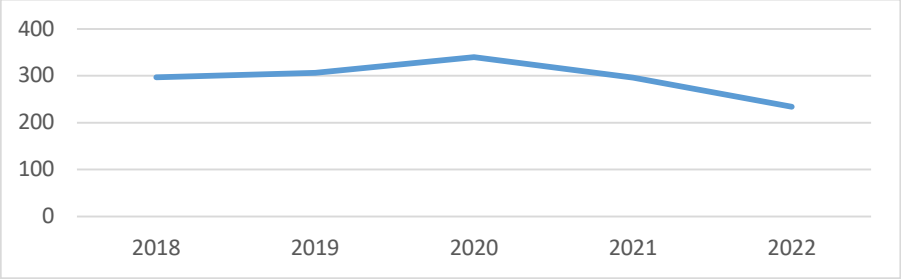
Sumber : Data diolah.

Kenaikan tajam nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan pasca tahun 2020 membuka peluang besar bagi peningkatan ekspor produk ekonomi kreatif, khususnya subsektor *manufacturing of crafts and design goods*. Momentum ini penting untuk dikaitkan dengan analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), yang mencerminkan keunggulan komparatif Indonesia dalam produk-produk tersebut. Jika nilai RCA untuk subsektor ini terhadap Korea Selatan berada di atas angka 1, maka Indonesia memiliki posisi yang menguntungkan secara struktural karena pangsa ekspornya lebih besar dibandingkan pangsa dunia untuk produk yang sama. Berdasarkan hasil olah data pada penelitian ini yang dapat dicermati pada gambar 3 menunjukkan tren nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) subsektor *manufacturing of crafts and design goods* Indonesia di pasar Korea Selatan selama periode 2018–2022 terlihat bahwa RCA Indonesia berada dikisaran 297 sampai dengan 340. Hal ini menandakan bahwa keunggulan Indonesia dalam produk kerajinan tidak hanya kompetitif secara global, tetapi juga relatif lebih kuat dibandingkan negara pesaing di pasar yang sama. Nilai RCA Indonesia dari tahun 2018 hingga mencapai puncaknya pada tahun 2020, yang mencerminkan daya saing ekspor produk kreatif Indonesia saat itu berada dalam kondisi optimal. Namun, setelah tahun 2020, nilai RCA menurun secara signifikan hingga tahun 2022.

Penurunan nilai *Revealed Comparative Advantage* (RCA) pada subsektor *manufacturing of crafts and design goods* Indonesia mencerminkan suatu anomali struktural yang layak mendapat perhatian, terutama karena terjadi di tengah tren peningkatan signifikan ekspor total Indonesia ke Korea Selatan. Secara teoritis, peningkatan nilai ekspor seharusnya turut mengangkat daya saing subsektor unggulan, namun kenyataan ini justru menunjukkan sebaliknya. Artinya, meskipun volume dan nilai perdagangan bilateral meningkat, proporsi ekspor subsektor kerajinan dan desain dalam keseluruhan ekspor Indonesia ke Korea mengalami penurunan relatif. Fenomena ini mengindikasikan bahwa subsektor lain seperti energi, mineral, atau industri manufaktur tumbuh lebih agresif dan mengambil porsi dominan dalam struktur ekspor nasional. Dapat dikatakan Subsektor kreatif menghadapi tantangan kompetitif yang semakin kompleks, baik dari sisi internal (kualitas, inovasi, kapasitas produksi) maupun eksternal (selera pasar Korea yang dinamis, tekanan dari negara pesaing, serta preferensi konsumen yang semakin berorientasi pada keberlanjutan dan teknologi). Untuk itu, diperlukan strategi adaptif dan terukur dalam meningkatkan daya saing, termasuk penguatan branding, diversifikasi produk, serta pemanfaatan perjanjian dagang seperti IK-CEPA secara lebih strategis agar subsektor ini tidak kehilangan relevansi di pasar internasional.

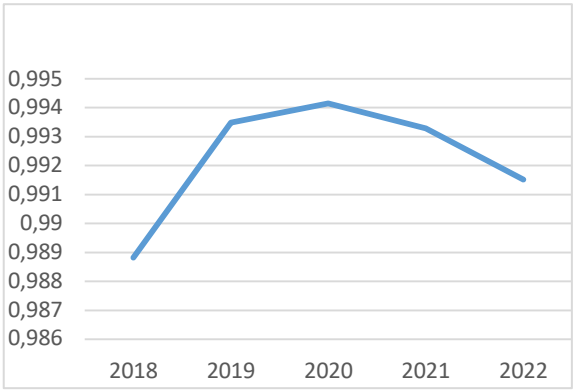
Hasil Penelitian ini selaras dengan hasil penelitian lain yang menemukan bahwa RCA Indonesia dalam komoditas CPO mengalami penurunan yang signifikan, meskipun volume ekspor meningkat

meskipun ekspor total Indonesia ke Korea Selatan naik, struktur pasar dan preferensi pembeli mungkin telah beralih, mempengaruhi daya saing produk Indonesia (Prasetyo et al., 2018). Begitu pula dengan hasil studi yang dilakukan oleh (Fadilah et al., 2024) menemukan bahwa meskipun ada volume ekspor yang signifikan, indikator RCA untuk kopi Indonesia menunjukkan fluktuasi yang membuat posisinya dalam pasar global menjadi tidak stabil. Hal ini menggambarkan bagaimana meskipun Indonesia dikenal sebagai salah satu produsen kopi terbesar, dinamika pasar dan tekanan internasional dapat menyebabkan kinerja yang tidak konsisten dalam daya saing.



Gambar 3. Nilai RCA Subsektor Manufacturing of Crafts and Design Goods di Pasar Korea Selatan 2018-2022.
Sumber : Data diolah.

Selain RCA, pendekatan *Relative Revealed Comparative Advantage* (RSCA) juga memperkuat analisis posisi daya saing Indonesia dalam perdagangan kreatif dengan Korea Selatan yang bisa dicermati pada gambar 4. Nilai RSCA yang positif mendekati angka satu. Hal ini menjadi modal penting dalam merumuskan strategi ekspansi ekspor kreatif ke Korea Selatan. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitan (Araz & Kusuma Wardani, 2019) yang menyatakan Nilai RSCA yang positif menandakan bahwa keunggulan Indonesia dalam produk kerajinan tidak hanya kompetitif secara global tetapi juga menonjol dibanding negara pesaing lainnya di pasar yang sama. Penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini tidak hanya menganalisis basis kekuatan dalam perdagangan tetapi juga mempertimbangkan dinamika dan preferensi pasar, yang dapat memberikan panduan berharga bagi strategi perdagangan Indonesia dalam konteks global. Penelitian yang dilakukan oleh Sulaiman et al. mengindikasikan bahwa negara yang memiliki nilai RSCA yang mendekati 1 menunjukkan stabilitas dalam perdagangan produk tertentu, sambil memanfaatkan keuntungan komparatif mereka (Sulaiman et al., 2024). Penelitian (Tandra et al., 2023) memberikan dukungan lebih lanjut dengan menemukan bahwa Indonesia memiliki RSCA yang lebih tinggi dibandingkan Malaysia dalam perdagangan minyak sawit, yang menggambarkan kekuatan komparatif Indonesia dalam produk-produk tertentu.



Gambar 4. Nilai RSCA Subsektor Manufacturing of Crafts and Design Goods di Pasar Korea Selatan 2018-2022.
Sumber : Data diolah

Kesimpulan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kontribusi sektor ekonomi kreatif Indonesia terhadap PDB nasional mengalami penurunan secara relatif, dari 7,7% pada tahun 2010 menjadi 6,5% pada tahun 2022, meskipun secara nominal mengalami pertumbuhan yang stabil. Hal ini menandakan bahwa sektor ekonomi kreatif mengalami perlambatan dalam mengejar laju pertumbuhan sektor ekonomi lainnya di Indonesia. Di sisi lain, nilai ekspor Indonesia ke Korea Selatan meningkat secara signifikan pasca-pandemi, dengan lonjakan sebesar 38,02% pada tahun 2021 dan 42,67% pada tahun 2022. Namun, meskipun nilai ekspor total meningkat, daya saing subsektor *manufacturing of crafts and design goods* Indonesia terhadap Korea Selatan justru mengalami penurunan. Nilai Revealed Comparative Advantage (RCA) subsektor ini tercatat sangat tinggi, berada dalam rentang 297 hingga 340 selama periode 2018–2022, yang mencerminkan keunggulan komparatif yang kuat. Namun, nilai RCA ini mencapai puncaknya pada 2020 dan menurun pada tahun-tahun berikutnya, mengindikasikan tantangan struktural dalam mempertahankan dominasi produk kreatif Indonesia di pasar Korea Selatan. Analisis menggunakan pendekatan Relative Revealed Comparative Advantage (RSCA) menunjukkan bahwa subsektor *crafts and design goods* Indonesia tetap berada dalam posisi kompetitif yang kuat. Nilai RSCA yang positif dan mendekati angka 1 memperkuat bukti bahwa Indonesia masih memiliki keunggulan struktural di pasar Korea Selatan untuk produk kreatif tertentu, meskipun dalam konteks kompetisi global yang semakin ketat. Nilai RSCA yang tinggi menandakan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang stabil dan menonjol dibanding negara pesaing lainnya di pasar yang sama.

Referensi

Abdullah, R. (2017). Analysis of Trade in Goods Between Indonesia and South Korea on Cooperation Forum IKCEPA. *Journal of Economics and Behavioral Studies*. https://doi.org/10.22610/jebs.v8i6(j).1491

Abdurachman, T., Ambya, A., Suparta, I. W., & Taher, A. R. (2024). Exploring of Competitiveness Edge of Indonesian Creative Products in the Chinese and Japanese Markets. *Proceedings of the 7th International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship, ICEBE 2024, 4-5 September 2024, Shah Alam, Selangor, Malaysia*. https://doi.org/10.4108/eai.4-9-2024.2353718

Ali, M., & Wang, Q. (2019). Revealed Comparative Advantage of Textile and Clothing Industry of Bangladesh in the North American Market. *Journal of Business Management and Economic Research*. https://doi.org/10.29226/tr1001.2019.100

Andira, N. P., Prasetyo, R. A., & Ananda, A. S. (2023). The Impact of K-Pop Idol on Brand Awareness, Hedonic Shopping Motivation, and Purchase Intention. *Kajian Branding Indonesia*. https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.1-15

Araz, S. S., & Kusuma Wardani, D. T. (2019). *Trade Performance Analysis of Indonesia and Malaysia to the Organization of Islamic Cooperation*. https://doi.org/10.2991/icosihess-19.2019.24

Arsy Syafitri, A. D., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*. https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810

Aura, C., Widayanti, S., & Idhoh Fitriana, N. H. (2023). Export Position of Indonesian Mango Commodities in the International Market (Case Study in Seven Destination Countries). *Buletin Penelitian Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian Universitas Haluoleo*. https://doi.org/10.37149/bpsosek.v25i1.470

Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*. https://doi.org/10.21787/jskp.2.2023.27-40

Bao, K. (2023). Impact of the Sino-Us Trade War on Factor Endowment in the China's GBA: A Theoretical Analysis From the Perspective of Factor Endowment Theory. *Advances in Economics Management and Political Sciences*. https://doi.org/10.54254/2754-1169/52/20230726

Bila, N. S., & Wijayati, H. (2022). The Impact of IK-CEPA (Indonesia-South Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement) for Indonesia. *Formosa Journal of Sustainable Research*. https://doi.org/10.55927/fjsr.v1i3.908

Effendi, S., Aisyah, S. M., Supli, N. A., & Soraida, S. (2024). Implikasi Kerjasama Sub Regional ASEAN IMT-GT Dalam Pengembangan Pariwisata Di Sumatera Selatan. *Jurnal Hubungan Internasional*. https://doi.org/10.20473/jhi.v17i1.50962

Fadilah, M. R., Tain, A., & Agustina, Y. (2024). Competitiveness Analysis of Indonesian Coffee Exports to the European Union Market. *International Journal of Multidisciplinary Research and Analysis*. https://doi.org/10.47191/ijmra/v7-i03-38

Falkowski, K. (2018). Trade Interdependence Between Russia vs. The European Union and China Within the Context of the Competitiveness of the Russian Economy. *Equilibrium Quarterly Journal of Economics and Economic Policy*. https://doi.org/10.24136/eq.2018.032

Fazlagić, J., & Szczepankiewicz, E. I. (2020). The Role of Local Governments in Supporting Creative Industries—A Conceptual Model. *Sustainability*. https://doi.org/10.3390/su12010438

Florentina, E. A., Gunawan, J., & Hakim, N. S. (2023). Analisis Daya Saing Produk Emas Indonesia Di Pasar Global. *Jurnal Sains Dan Seni Its*. https://doi.org/10.12962/j23373520.v11i5.89183

Harpy, M., Taufiq, M., & Utami, A. F. (2024). Analysis of Competitiveness and Export Performance: Indonesian Crude Palm Oil (HS 15111000) Commodity Against Major Competitor in Indian Market. *Journal of Business Management and Economic Development*. https://doi.org/10.59653/jbmed.v2i02.774

Islam, Md. S., Ema, N. S., Chakrobortty, S., Jahan, H., & Hossain, Md. E. (2021). Tea Export Competitiveness and the Nexus Between Tea Export and Economic Growth: The Cases of

Bangladesh, India and Sri Lanka. *Studies in Agricultural Economics*. https://doi.org/10.7896/j.2125

İzgi, F., & KAVACIK, M. (2024). Analyzing Global Competitiveness of Turkish Air Conditioning Industry. *Turkish Journal of Engineering*. https://doi.org/10.31127/tuje.1372141

Joisangadji, M. A., & Rasyidah, R. (2021). Diplomasi Publik Korea Selatan Melalui Kerjasama Industri Kreatif Sub Sektor Mode Dengan Indonesia. *Syntax Literate Jurnal Ilmiah Indonesia*. https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v6i10.4261

Julianti Wibowo, E. P., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Investasi, Ekspor, Dan Tenaga Kerja Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen Bisnis Dan Teknologi (Ambitek)*. https://doi.org/10.56870/ambitek.v3i2.93

Koch, P., & Fessler, C. (2020). *A Test for Heckscher-Ohlin Using Value-Added Exports*. https://doi.org/10.48550/arxiv.2009.11743

Liargovas, P., & Argyrios, A. (2023). Inflation Differentials of Euro Countries and Their Determinants. *Economies*. https://doi.org/10.3390/economies11100250

Lu, R. (2024). The Heckscher-Ohlin Model in Modern International Trade. *Advances in Economics Management and Political Sciences*. https://doi.org/10.54254/2754-1169/67/20241255

Madbouly Khalil, M. H. (2020). Protecting Silent Identities of Heritage From the Ruining Living Identities in Current and Futuristic Creative Cities: The Case of Egypt. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*. https://doi.org/10.1108/jchmsd-06-2019-0073

Maqbool, M. S., Rehman, H. U., & Bashir, F. (2022). Comparative Advantage in International Trade: A Study Based on Meat Exports in Pakistan. *Review of Applied Management and Social Sciences*. https://doi.org/10.47067/ramss.v5i1.207

Ma'ruf, F. F., & Alhifni, A. (2022). Sosialisasi Peningkatan Pengetahuan Masyarakat Mengenai Perbedaan Ekonomi Syariah Dan Ekonomi Konvensional Di Desa Padamulya. *Almujtamae Jurnal Pengabdian Masyarakat*. https://doi.org/10.30997/almujtamae.v2i1.2951

Maryam, S., Salmah, E., & Irwan, M. (2022). Penyuluhan Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Bagi Pemuda Di Desa Meninting Kecamatam Batulayar Kabupaten Lombok Barat. *Jurnal Abdimas Sangkabira*. https://doi.org/10.29303/abdimassangkabira.v2i2.208

Niode, I. Y., & Rahman, E. (2022). Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Bahari Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi Di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo). *Jurnal Ketahanan Nasional*. https://doi.org/10.22146/jkn.77943

Perdana, P., & Utami, A. F. (2022). Studi Komparatif Ekonomi Kreatif Di Dunia. *Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*. https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i1.5510

Prasetyo, A., Marwanti, S., & Darsono, N. (2018). Keunggulan Komparatif Dan Kinerja Ekspor Minyak Sawit Mentah Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Agro Ekonomi*. https://doi.org/10.21082/jae.v35n2.2017.89-103

Putri, L. A., & Hidayat, N. K. (2023). Analisis Komparasi Daya Saing Ekspor Arang Tempurung Kelapa ASEAN Di Pasar Jepang. *Indonesian Journal of Agricultural Resource and Environmental Economics*. https://doi.org/10.29244/ijaree.v2i1.50008

Shukla, S. (2023). Research on India-China Agriculture Trade Dynamics: A Comparative Advantage Analysis. *Plos One*. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294561

Singh, L. (2023). Trade and Development in Asia: An Introduction. *Millennial Asia*. https://doi.org/10.1177/09763996231196021

Sukma, M., Hartono, D., & Prihawantoro, S. (2018). The Impacts Analysis of Creative-Products Export on the Economy. *Jejak*. https://doi.org/10.15294/jejak.v11i1.11337

Sukmayanti, L. D., Mukson, M., & Roessali, W. (2022). Analisis Daya Saing Ekspor Krisan Indonesia Di Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*. https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2022.006.02.18

Sulaiman, A. A., Amiruddin, A., Bahrun, A. H., Yuna, K., & Keela, M. (2024). New Challenges and Opportunities of Indonesian Crude Palm Oil in International Trade. *Caraka Tani Journal of Sustainable Agriculture*. https://doi.org/10.20961/carakatani.v39i1.81957

Sunarto, N., Astuti, D., & Astari, Y. D. (2024). Penyusunan Panduan Sosialisasi Dan Literasi Ekonomi Kreatif Kabupaten Bengkalis. *Tanjak*. https://doi.org/10.35314/tanjak.v5i1.4101

Suroso, A. I., Fahmi, I., Tandra, H., & Haryono, A. (2023). Assessing the Effect of Internet Indicators on Agri-Food Export Competitiveness. *Economies*. https://doi.org/10.3390/economies11100246

Tandra, H., Suroso, A. I., Syaukat, Y., & Najib, M. (2023). Relative Export Competitiveness in Indonesian and Malaysian Palm Oil Downstream Products. *Jurnal Manajemen Dan Agribisnis*. https://doi.org/10.17358/jma.20.3.343

Triharyanti, N., Hergianasari, P., & Walangara Nau, N. U. (2023). Analisis Kepentingan Ekonomi Politik Indonesia Terhadap Reaktivasi Perjanjian IK-CEPA (Indonesia-Korea Comprehensive Economic Partnership Agreement) Tahun 2019-2022. *Administraus*. https://doi.org/10.56662/administraus.v7i3.196

Valenciana, C., & Kusna Pudjibudojo, J. K. (2022). Korean Wave; Fenomena Budaya Pop Korea Pada Remaja Milenial Di Indonesia. *Jurnal Diversita*. https://doi.org/10.31289/diversita.v8i2.6989

Valeriani, D. (2019). Komparasi Pengembangan Pariwisata Antar Wilayah Di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. *Jurnal Ekonomi*. https://doi.org/10.24912/je.v24i2.566

Vuspitasari, B. K., Deffrinica, D., & Br Siahaan, S. V. (2021). Menggali Peluang Ekonomi Kreatif Melalui Potensi Desa Suka Maju Kabupaten Bengkayang. *Sebatik*. https://doi.org/10.46984/sebatik.v25i1.1132

Winters, L. A. (2023). ADAM SMITH'S *WEALTH OF NATIONS* IS STILL RELEVANT TO UK TRADE POLICYMAKING ON INTERNATIONAL TRADE. *National Institute Economic Review*. https://doi.org/10.1017/nie.2023.19

Yoshida, Y. H., & Kriswandwitanaya, M. F. (2023). Strategi Diplomasi Ekonomi Indonesia Dalam Memajukan Pembangunan Ekonomi Nasional Melalui Kepemimpinan Indonesia Dalam Forum G-20 Tahun 2022. *Global Mind*. https://doi.org/10.53675/jgm.v5i1.1063