



Dinamika Ekonomi: Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Volume 18 No. 02, September 2025, 324-341

E-ISSN: 2723-1682; P-ISSN: 1693-8623

DOI: <https://doi.org/10.53651/jdeb.v18i2.477>

SECTORAL MAPPING OF CREATIVE ECONOMY FIRMS ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE BASED ON KEMENPAREKRAF AND IDX

Author:

Soedjatmiko

STIE Nasional Banjarmasin

e-mail: miko@stienas-ypb.ac.id

Andi Iswoyo

Universitas Wijaya Putra Surabaya

e-mail: andi@uwp.ac.id

Nanang Setiawan

Institut Agama Islam Al-Fatimah

Bojonegoro

e-mail: nanang.adh@gmail.com

Akhmad Julian Saputra

STIE Nasional Banjarmasin

Email: azka678.agca@gmail.com

Corresponding Author :

Soedjatmiko

STIE Nasional Banjarmasin

e-mail: miko@stienas-ypb.ac.id

Dates:

Received: 04-07-2025

Accepted: 25-08-2025

Published: 30-09-2025



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

Abstract

This study aims to map creative economy firms listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) based on the official subsector classification issued by the Ministry of Tourism and Creative Economy (Kemenparekraf) and the IDX Industrial Classification (IDX-IC). Using a descriptive qualitative approach, this study employs content analysis of annual reports, initial public offering (IPO) prospectuses, and other official corporate documents. The classification framework is developed based on indicators of creative activities, intellectual property intensity, and alignment with the 17 nationally defined creative economy subsectors. The findings indicate that only a limited number of IDX-listed firms can be classified as core creative economy companies, with a concentration in the media, film, broadcasting, and advertising subsectors. In contrast, art- and culture-based subsectors such as performing arts, fine arts, crafts, and architecture are largely underrepresented. These findings reveal a structural gap between the strategic role of the creative economy and its capital market representation, while providing a sectoral mapping that supports the development of a creative economy stock index in Indonesia.

Keywords: Creative economy, Sectoral mapping, Capital market, Industry classification, Indonesia Stock Exchange

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan emiten ekonomi kreatif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) berdasarkan klasifikasi subsektor resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) serta sistem klasifikasi industri BEI (IDX-IC). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif dengan metode content analysis terhadap laporan tahunan, prospektus IPO, dan dokumen resmi perusahaan. Instrumen klasifikasi disusun berdasarkan indikator aktivitas kreatif, basis kekayaan intelektual, dan kesesuaian dengan 17 subsektor ekonomi kreatif nasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil emiten BEI yang dapat dikategorikan sebagai perusahaan ekonomi kreatif inti, dengan dominasi subsektor media, film, penyiaran, dan periklanan, sementara subsektor seperti seni pertunjukan, seni rupa, kriya, dan arsitektur hampir tidak terwakili. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan struktural antara peran strategis ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional dan representasinya di pasar modal. Penelitian ini berkontribusi pada literatur akuntansi dan pasar modal dengan menyediakan basis data sektoral ekonomi kreatif serta menjadi dasar konseptual bagi pengembangan indeks saham ekonomi kreatif di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, Pemetaan sektor, Pasar modal, Klasifikasi industri, Bursa Efek Indonesia.

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah diakui secara global sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan, inovasi, dan budaya (UNCTAD, 2024), serta menekankan peran ide, kreativitas, dan kekayaan intelektual sebagai sumber nilai ekonomi (Howkins, 2001). Di Indonesia, sektor ini diatur melalui Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan dalam praktik kebijakan/ekosistemnya sering dipetakan ke dalam 17 subsektor (Ekraf, 2025). Sektor ini berkontribusi terhadap perekonomian melalui nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, dan aktivitas ekspor; misalnya, rilis resmi pemerintah menyampaikan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB dan pemulihan tenaga kerja pascapandemi (Dewanto, 2023) dan statistik terbaru juga menegaskan besarnya serapan tenaga kerja ekonomi kreatif (BPS, 2025). Secara konseptual, karakter ekonomi kreatif yang intensif pengetahuan dan *intangible assets* membuat isu pengukuran, klasifikasi, dan keterbandingan industri menjadi

semakin penting karena banyak sumber nilai tidak selalu tercermin sempurna dalam kategori industri atau laporan akuntansi konvensional (Bagna et al., 2024; Uddin et al., 2022).

Representasi sektor ekonomi kreatif di pasar modal Indonesia masih relatif terbatas dan belum terstruktur secara eksplisit. Bursa Efek Indonesia menggunakan sistem klasifikasi industri *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) untuk mengelompokkan emiten berdasarkan eksposur pasar dan struktur sektor subsektor industri subindustri (IDX, 2021). Namun, ekonomi kreatif bersifat lintas industri, sehingga perusahaan kreatif dapat tersebar pada berbagai sektor IDX-IC tanpa identitas sektoral yang konsisten. Akibatnya, pelacakan emiten ekonomi kreatif, analisis sektoral, dan penyusunan kebijakan/produk pasar modal tematik menjadi kurang mudah dilakukan karena unit analisis “ekonomi kreatif” tidak tersedia sebagai kategori industri tunggal di bursa.

Literatur akuntansi dan pasar modal, klasifikasi industri memegang

peran penting dalam analisis kinerja, pengungkapan, dan pengambilan keputusan investasi. Misalnya, klasifikasi industri digunakan untuk memahami pola return dan risiko biaya modal lintas industri (Fama & French, 1997), serta untuk meningkatkan homogenitas pembanding (*peer firms*) dalam riset pasar modal dan perbedaan skema klasifikasi dapat menghasilkan implikasi empiris yang berbeda (Bhojraj et al., 2003). Klasifikasi yang kurang mencerminkan karakter ekonomi suatu industri dapat menciptakan kesenjangan informasi dan meningkatkan asimetri informasi (Li et al., 2020). Dalam konteks ekonomi kreatif yang intensif intangible, keterbatasan klasifikasi juga berpotensi memperbesar “kabut informasi” karena intensitas intangible terbukti berkaitan dengan risiko informasi di pasar (misalnya risiko crash) (Wu & Lai, 2020). Oleh karena itu, ketiadaan pemetaan sektoral yang sistematis dapat mengaburkan kontribusi ekonomi kreatif di pasar modal sekaligus membatasi pengembangan instrumen keuangan

tematik, seperti indeks saham atau reksa dana sektoral yang berbasis emiten ekonomi kreatif.

Riset ekonomi kreatif dan pasar modal Indonesia masih cenderung parsial: banyak studi membahas ekonomi kreatif dari sisi kebijakan, wilayah, atau subsektor tertentu, tetapi belum kuat pada aspek pemetaan emiten secara komprehensif dan replikatif. Di level internasional, kajian bibliometrik menunjukkan riset *creative industries* berkembang pesat namun memiliki variasi definisi dan klasifikasi yang tinggi, sehingga kebutuhan akan kerangka pemetaan yang jelas menjadi isu metodologis penting (Dharmani et al., 2021). Pada konteks Indonesia, kajian empiris *creative industries* juga menekankan heterogenitas subsektor dan sebaran aktivitas kreatif yang lintas wilayah dan lintas jenis usaha (Fahmi et al., 2016). Dengan demikian, masih terbuka ruang penelitian yang secara sistematis: (1) menyusun daftar emiten ekonomi kreatif di BEI berbasis klasifikasi resmi nasional, dan (2) memvalidasi klasifikasi tersebut menggunakan

dokumen perusahaan yang dapat diaudit/ditelusuri.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk memetakan emiten ekonomi kreatif di BEI berdasarkan klasifikasi Kemenparekraf/Baparekraf dan mengaitkannya dengan sistem klasifikasi industri IDX-IC. Penelitian ini tidak berfokus pada analisis kinerja keuangan atau pasar, melainkan pada penyusunan basis data sektoral yang valid dan dapat direplikasi melalui prosedur klasifikasi dan verifikasi dokumen.

Konsep Ekonomi Kreatif

Konsep ekonomi kreatif dipopulerkan melalui gagasan bahwa kreativitas, ide, dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama penciptaan nilai dan pertumbuhan berbasis pengetahuan (Howkins, 2001). Perkembangan kebijakan global, UNCTAD menekankan ekonomi kreatif sebagai wilayah aktivitas ekonomi yang memadukan kreativitas, budaya, pengetahuan, dan teknologi, serta dipandang relevan untuk agenda

pembangunan yang lebih berkelanjutan (UNCTAD, 2024)

Konteks Indonesia kerangka normatif ekonomi kreatif ditegaskan melalui Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, yang mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia berbasis warisan budaya, pengetahuan, dan/atau teknologi. Dengan pendekatan kebijakan, subsektor ekonomi kreatif kemudian dikelompokkan menjadi 17 subsektor (mis. aplikasi, gim, desain, fesyen, film/animasi/video, musik, kuliner, kriya, periklanan, dan lain-lain) sebagaimana ditampilkan pada portal resmi Ekraf (Ekraf, 2025).

Karakteristik penting ekonomi kreatif yang relevan dengan konteks pasar modal adalah dominasi aset tidak berwujud (IP, merek, desain, konten, data, dan kapabilitas kreatif). Literatur terkini menunjukkan bahwa aset tidak berwujud baik yang diakui maupun tidak diakui dalam pelaporan akuntansi berkaitan dengan variasi kinerja perusahaan dan menciptakan tantangan

evaluasi nilai (Bagna et al., 2024). Selain itu, intensitas aset tidak berwujud juga dikaitkan dengan risiko informasi di pasar (mis. risiko crash harga saham), sehingga menegaskan pentingnya pengelompokan dan identifikasi industri yang lebih presisi ketika menelaah perusahaan berbasis kreativitas (Wu & Lai, 2020).

Klasifikasi Industri di Pasar Modal

Klasifikasi industri merupakan infrastruktur penting dalam riset pasar modal karena dipakai untuk membangun portofolio sektoral, menguji komovemen return, memilih perusahaan pembanding, serta meningkatkan keterbandingan analisis kinerja dan valuasi (Fama & French, 1997). Studi klasik juga menunjukkan bahwa perbedaan skema klasifikasi (mis. SIC/NAICS vs GICS vs klasifikasi akademik seperti FF48) dapat menghasilkan kualitas pengelompokan yang berbeda dan berimplikasi pada kesimpulan riset (Bhojraj et al., 2003).

Temuan yang lebih baru menegaskan bahwa pemilihan klasifikasi industri bukan persoalan

teknis semata: perbedaan klasifikasi dapat menghasilkan deskripsi yang saling bertentangan terkait kompetisi pasar dan karakteristik perusahaan, bahkan dapat memunculkan hasil empiris yang berbeda untuk teori yang sama (Li et al., 2020). Literatur metodologis menekankan perlunya kehati-hatian dalam memilih/merancang klasifikasi, serta menguji konsistensinya pada konteks dan tujuan riset (Hrazdil et al., 2014; Li et al., 2020).

Di Indonesia, Bursa Efek Indonesia (BEI) menggunakan IDX Industrial Classification (IDX-IC) yang memiliki struktur berjenjang (level sektor–subsektor industri subindustri). Namun, ekonomi kreatif bersifat lintas industri sehingga tidak selalu “terbaca” sebagai satu identitas sektoral tunggal dalam klasifikasi pasar modal. Konsekuensinya, perusahaan kreatif berpotensi tersebar di berbagai kelompok IDX-IC dan sulit ditelusuri secara konsisten tanpa “crosswalk”/pemetaan tambahan (IDX, 2021).

Sudut pandang akuntansi dan tata kelola informasi, keterbatasan transparansi/ketertelusuran industri dapat memperkuat friksi informasi karena investor menghadapi keterbatasan untuk menilai perusahaan yang kompleks dan/atau berbasis *intangible*. Literatur tata kelola menekankan bahwa keterbatasan transparansi meningkatkan kebutuhan mekanisme tata kelola dan informasi yang lebih kuat (Bushman et al., 2004). Pemetaan sektoral yang lebih representatif menjadi relevan sebagai prasyarat untuk analisis yang lebih akurat baik untuk penelitian, investor, maupun pengembangan instrumen tematik.

Ekonomi Kreatif dalam Literatur Pasar Modal

Literatur ekonomi kreatif umumnya menekankan bahwa industri kreatif memiliki karakteristik produk dan pasar yang khas misalnya ketergantungan pada kreativitas, siklus permintaan yang dipengaruhi tren, serta peran kuat hak kekayaan intelektual (Howkins, 2001). Pada level sintesis literatur, kajian bibliometrik

menunjukkan topik ekonomi/industri kreatif berkembang cepat tetapi cenderung multidisipliner dan terfragmentasi, sehingga indikator, batasan subsektor, dan pendekatan pengukuran sering tidak seragam antar studi (Dharmani et al., 2021).

Konteks pasar modal, fokus yang makin kuat adalah bagaimana dominasi aset tidak berwujud memengaruhi penilaian, risiko informasi, dan ketidakpastian arus kas. Misalnya, bukti empiris menunjukkan intensitas *intangible* berasosiasi dengan risiko crash harga saham (Wu & Lai, 2020), peran *intangible* dalam daya tahan perusahaan saat terjadi guncangan besar (Uddin et al., 2022). Temuan ini memperkuat argumen bahwa identifikasi perusahaan kreatif tidak cukup hanya mengikuti label sektor konvensional, melainkan perlu pendekatan yang lebih “substansif” berbasis aktivitas usaha dan sumber nilai (*intangible/kreasi*).

Indonesia, studi pasar modal terkait ekonomi kreatif masih lebih sering muncul sebagai studi subsektor tertentu atau mengikuti sektor IDX-IC

yang tersedia, sehingga belum banyak menyediakan basis data emiten ekonomi kreatif yang disusun konsisten berdasarkan klasifikasi kreatif nasional dan tervalidasi dengan dokumen perusahaan. Kesenjangan ini penting karena tanpa basis data yang rapi, riset lanjutan (mis. kinerja, risiko, ESG, tata kelola, atau pembentukan indeks tematik) akan rentan bias pemilihan sampel.

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini berangkat dari premis bahwa ekonomi kreatif adalah sektor lintas industri yang identitasnya tidak selalu eksplisit pada klasifikasi industri pasar modal. Oleh sebab itu, penelitian ini memposisikan “pemetaan” sebagai instrumen untuk menjembatani dua sistem pengelompokan: (1) klasifikasi subsektor ekonomi kreatif nasional (17 subsektor) dan (2) klasifikasi industri pasar modal (IDX-IC).

Secara konseptual, proses penelitian dapat dijelaskan melalui tiga tahap utama: (1) Identifikasi kandidat emiten ekonomi kreatif di BEI, emiten diidentifikasi sebagai kandidat

ekonomi kreatif berdasarkan aktivitas usaha, produk/jasa utama, model bisnis, dan sumber penciptaan nilai (mis. berbasis konten, desain, IP, platform, dan kreativitas); (2) Klasifikasi kandidat ke dalam 17 subsektor ekonomi kreatif, setiap emiten yang lolos identifikasi dipetakan ke subsektor yang paling dominan dengan prinsip “aktivitas utama/pendapatan utama” serta diverifikasi menggunakan dokumen perusahaan (mis. profil perusahaan, annual report, laporan keberlanjutan, paparan publik, atau situs resmi); dan (3) *Crosswalk* ke IDX-IC dan implikasi structural, emiten yang sudah “berlabel kreatif” kemudian dipetakan kembali ke IDX-IC untuk melihat sebaran lintas sektor/subsektor, sehingga terlihat: subsektor kreatif mana yang dominan, konsentrasi/sebaran emiten, dan ruang pengembangan kebijakan/instrumen tematik (mis. indeks kreatif, klasifikasi tambahan, atau kebijakan listing yang lebih afirmatif). Kerangka ini menegaskan kontribusi penelitian sebagai penyusunan basis data sektoral yang valid, transparan, dan replikabel

untuk mendukung penelitian lanjutan serta pengembangan kebijakan pasar modal berbasis bukti.

METODE

Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan analisis dokumen dan analisis isi (*content analysis*) yang berorientasi pada pemetaan eksploratif (*exploratory mapping*). Pendekatan ini dipilih karena identifikasi “emiten ekonomi kreatif” di pasar modal Indonesia belum tersedia sebagai kategori tunggal dalam klasifikasi industri bursa, sehingga diperlukan proses pemetaan yang sistematis untuk menjembatani klasifikasi ekonomi kreatif nasional dengan klasifikasi industri pasar modal. Fokus penelitian berada pada proses identifikasi, pengodean, dan pengelompokan emiten berdasarkan dokumen publik perusahaan dan aturan klasifikasi yang transparan, bukan pada pengujian hubungan kausal kinerja atau pengujian model statistik (Bowen, 2009; Creswell & David Creswell, 2018).

Data dikumpulkan dari laporan tahunan dan/atau laporan keberlanjutan (jika tersedia), prospektus IPO (terutama untuk perusahaan yang relatif baru tercatat), paparan publik atau keterbukaan informasi (bila relevan), serta situs resmi perusahaan untuk konfirmasi aktivitas usaha dan produk/jasa utama. Struktur *IDX Industrial Classification* (IDX-IC) digunakan sebagai acuan untuk mencatat sektor/subsektor/industri emiten di bursa.

Kriteria inklusi kandidat emiten ekonomi kreatif berdasarkan bukti dokumen yang menunjukkan keterkaitan produk/jasa atau aktivitas utama perusahaan dengan salah satu subsektor ekonomi kreatif, adanya indikasi model bisnis yang bertumpu pada konten/desain/kreativitas/teknologi kreatif, adanya bukti eksplisit pemanfaatan kekayaan intelektual (misalnya hak cipta, merek, paten, lisensi), atau adanya informasi segmen yang menunjukkan dominasi pendapatan dari aktivitas kreatif. Definisi operasional 17 subsektor

ekonomi kreatif dirujuk dari portal resmi EKRAF sebagai acuan kerja pemetaan (Ekraf, 2025; IDX, 2021).

Prosedur pemetaan dirancang agar replikabel dan dapat diaudit melalui jejak keputusan (audit trail). Pertama, peneliti menyusun populasi awal emiten pada tanggal snapshot penelitian, kemudian mencatat sektor/subsektor/industri IDX-IC masing-masing emiten. Berikutnya, dilakukan penyaringan awal (*screening*) kandidat dengan menelaah ringkasan kegiatan usaha dan/atau segmen usaha pada dokumen perusahaan untuk mengidentifikasi emiten yang berpotensi terkait subsektor ekonomi kreatif. Penyaringan dapat dibantu oleh kata kunci yang relevan (misalnya konten, media, game, design, IP, lisensi, brand, platform), tetapi keputusan kandidat harus didukung oleh temuan yang dapat ditelusuri dari dokumen.

Setelah kandidat terkumpul, peneliti menyusun *codebook* sebagai aturan pengodean yang memuat definisi operasional emiten ekonomi kreatif, definisi tiap subsektor, jenis

bukti dokumen yang diterima, aturan penentuan subsektor dominan ketika perusahaan memiliki multi-bisnis, serta aturan penanganan kasus ambigu. *Codebook* tersebut diuji melalui *pilot coding* pada sebagian sampel kandidat untuk mengecek kejelasan definisi dan konsistensi interpretasi, lalu disempurnakan sebelum pengodean penuh dilakukan (Hsieh & Shannon, 2005; Krippendorff, 2019). Setelah pengodean penuh, setiap emiten ditetapkan statusnya (terklasifikasi ekonomi kreatif atau tidak) serta subsektor kreatif dominan, dan bila diperlukan subsektor sekunder. Hasil klasifikasi kreatif kemudian dicocokkan dengan IDX-IC untuk menghasilkan keluaran berupa daftar emiten ekonomi kreatif beserta subsektornya, sebaran emiten kreatif lintas sektor/subsektor IDX-IC, serta ringkasan aturan klasifikasi agar dapat direplikasi oleh peneliti lain.

Analisis dilakukan menggunakan analisis isi tematik terhadap dokumen perusahaan. Analisis isi dipilih karena memungkinkan peneliti

mengidentifikasi pola pengungkapan dan indikator yang berkaitan dengan aktivitas kreatif, pemanfaatan kekayaan intelektual, serta karakteristik model bisnis yang relevan dengan subsektor ekonomi kreatif. Dalam konteks penelitian ini, analisis isi bersifat *directed content analysis* karena kategori utama telah ditetapkan sejak awal (subsektor ekonomi kreatif dan kategori bukti dokumen), namun tetap memberikan ruang bagi munculnya subkategori selama proses *pilot coding* dan pembacaan dokumen (Hsieh & Shannon, 2005; Krippendorff, 2019). Proses analisis mencakup identifikasi unit informasi relevan (misalnya paragraf atau segmen yang menjelaskan produk, segmen pendapatan, IP/lisensi, kanal distribusi, atau aset tak berwujud), pemberian kode sesuai kategori, penetapan subsektor disertai bukti dokumen yang mendukung, serta penyusunan ringkasan tematik untuk menjelaskan pola sebaran emiten ekonomi kreatif dalam struktur IDX-IC.

Validasi dan reliabilitas ditempuh melalui triangulasi sumber

dokumen dengan membandingkan informasi dari laporan tahunan, prospektus IPO, keterbukaan informasi, serta situs resmi perusahaan untuk memastikan konsistensi aktivitas usaha dan penetapan subsektor dominan (Bowen, 2009). Selain itu, transparansi keputusan dijaga melalui *audit trail*, yaitu pencatatan jenis bukti, lokasi informasi dalam dokumen, dan aturan *codebook* yang digunakan pada setiap keputusan klasifikasi. Apabila penelitian melibatkan lebih dari satu pengode (*coder*), reliabilitas dapat diperkuat melalui pengodean paralel pada sebagian sampel kandidat dan penghitungan koefisien reliabilitas antar-coder (misalnya Krippendorff's α), kemudian perbedaan dibahas hingga tercapai kesepakatan sekaligus digunakan untuk memperbaiki *codebook* bila diperlukan (Krippendorff, 2019; Lombard et al., 2002). Sebagai langkah opsional, hasil pemetaan awal juga dapat ditinjau melalui *peer debriefing* atau *expert check* untuk memeriksa kewajaran kasus batas (*borderline cases*), tanpa

mengubah prinsip dasar aturan klasifikasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Daftar Emiten Ekonomi Kreatif di BEI

Proses pemetaan dan pengodean dokumen perusahaan, penelitian ini mengidentifikasi 102 emiten unik yang dapat dipetakan ke dalam subsektor ekonomi kreatif. Dari 17 subsektor ekonomi kreatif, terdapat 12 subsektor yang terwakili oleh emiten tercatat, sedangkan 5 subsektor belum terwakili (fotografi, musik, seni pertunjukan, seni rupa, dan arsitektur). Temuan ini menunjukkan bahwa representasi ekonomi kreatif di pasar modal cenderung terkonsentrasi pada subsektor yang telah memiliki skala bisnis besar, model monetisasi yang stabil, serta keterhubungan kuat dengan konsumsi massal dan/atau ekosistem digital.

Daftar emiten hasil pemetaan disajikan secara ringkas per subsektor. Subsektor Aplikasi mencakup 13 emiten, yaitu BUKA, DIVA, DMMX,

GOTO, IRSX, JATI, KIOS, MCAS, MTDL, NFCX, PGJO, TECH, dan UVCR. Subsektor Game Developer teridentifikasi 1 emiten, yaitu AWAN. Subsektor Desain Interior teridentifikasi 1 emiten, yaitu MEJA. Subsektor Desain Produk mencakup 6 emiten, yaitu MAXI, MBTO, MRAT, SOUL, TCID, dan TOYS. Subsektor Desain Komunikasi Visual mencakup 2 emiten, yaitu DIGI dan MDIA. Subsektor Fashion mencakup 12 emiten, yaitu ARGO, BATA, BIMA, CNTX, ERTX, ESTI, INDR, LPPF, MPPA, PBRX, RICY, dan ZATA.

Subsektor berbasis konten, Film, Animasi, dan Video mencakup 7 emiten, yaitu BLTZ, CNMA, FILM, MSIN, RAAM, SCMA, dan VERN. Televisi dan Radio mencakup 7 emiten, yaitu BMTR, IPTV, KBLV, MARI, MNCN, MSKY, dan NETV. Periklanan mencakup 7 emiten, yaitu ABBA, DOOH, EMTK, FORU, FUTR, WIFI, dan WIRG. Penerbitan teridentifikasi 1 emiten, yaitu TMPO. Untuk subsektor berbasis produk dan keterampilan, Kriya mencakup 5 emiten, yaitu ACES, CINT, GEMA,

LFLO, dan SOFA, sedangkan Kuliner mencakup 40 emiten, yaitu ADES, AISA, ALTO, BAIK, BEEF, BOBA, CAMP, CEKA, CLEO, CMRY, COCO, CSMI, DLTA, DMND, DUCK, ENAK, FAST, FOOD, FORE, GOOD, GRPM, GUNA, IBOS, ICBP, INDF, KDTN, KEJU, MAPB, MYOR, NAYZ, PTSP, PZZA, ROTI, SKBM, SKLT, STTP, TAYS, TGUK, ULTI, dan YUPI.

Distribusi Emiten per Subsektor Ekonomi Kreatif

Distribusi emiten menunjukkan konsentrasi yang jelas pada beberapa subsektor. Kuliner menjadi subsektor dengan jumlah emiten terbesar, yaitu 40 emiten (39,2%). Berikutnya adalah Aplikasi sebanyak 13 emiten (12,7%) dan Fashion sebanyak 12 emiten (11,8%). Sub-sektor berbasis konten dan media yaitu Periklanan, Film/Animasi/Video, dan Televisi/Radio masing-masing mencakup 7 emiten (6,9%). Desain Produk mencakup 6 emiten (5,9%), sedangkan Kriya mencakup 5 emiten (4,9%). Sub-sektor yang representasinya sangat kecil adalah

Desain Komunikasi Visual (2 emiten; 2,0%), serta Desain Interior, Penerbitan, dan Game Developer (masing-masing 1 emiten; 1,0%).

Pengelompokan berdasarkan sifat penciptaan nilai, subsektor yang lebih menonjol sebagai “ekonomi kreatif berbasis konten dan kekayaan intelektual” (aplikasi, film/animasi/video, televisi/radio, periklanan, game developer, penerbitan, dan desain komunikasi visual) berjumlah 38 emiten (37,3%), sedangkan subsektor yang lebih banyak beririsan dengan produk konsumsi dan desain/*brand* (kuliner, fashion, desain produk, desain interior, dan kriya) berjumlah 64 emiten (62,7%). Pola ini penting untuk menjelaskan mengapa ekonomi kreatif di pasar modal bisa tampak “dominan” pada subsektor tertentu tergantung definisi operasional yang digunakan.

Hasil pemetaan memperlihatkan bahwa subsektor ekonomi kreatif yang paling banyak muncul pada emiten tercatat adalah subsektor yang relatif kompatibel dengan karakteristik perusahaan

publik, yaitu memiliki skala usaha yang mapan, pendapatan yang dapat dibukukan secara stabil, dan model bisnis yang mudah dipahami investor. Sebaliknya, subsektor yang berakar kuat pada seni-budaya dan produksi kreatif berbasis komunitas seperti fotografi, musik, seni pertunjukan, seni rupa, dan arsitektur belum tampak sebagai aktivitas usaha utama pada emiten tercatat. Dengan demikian, struktur representasi ekonomi kreatif di pasar modal Indonesia saat ini lebih mencerminkan subsektor yang telah terindustrialisasi dan/atau terintegrasi dengan rantai nilai konsumsi massal serta ekosistem digital.

Pembahasan

Representasi ekonomi kreatif di pasar modal Indonesia bersifat tidak merata, bukan semata “sedikit atau banyaknya jumlah emiten”, melainkan terutama terlihat dari ketimpangan cakupan subsektor dan ketersebaran lintas sektor. Secara konseptual, ekonomi kreatif memang didefinisikan sebagai ekosistem dengan 17 subsektor (misalnya aplikasi, gim, desain, film, kuliner, dan seterusnya), sehingga

pemetaan emiten akan selalu berhadapan dengan persoalan lintas-industri dan batas subsektor yang tidak selalu sejalan dengan klasifikasi industri pasar modal (Ekraf, 2025).

Konteks pasar modal, struktur klasifikasi Bursa Efek Indonesia melalui IDX-IC disusun untuk mengelompokkan perusahaan tercatat ke dalam sektor subsektor industri subindustri dan digunakan juga sebagai dasar informasi sektoral serta pengembangan indeks sektoral (IDX, 2021). Karena IDX-IC tidak menyediakan “sektor ekonomi kreatif” sebagai kategori tunggal, maka emiten kreatif secara struktural akan tersebar dan visibilitasnya bergantung pada upaya pemetaan tambahan (crosswalk) seperti yang dilakukan studi ini. Akibatnya, tanpa pemetaan, emiten ekonomi kreatif cenderung “tidak terlihat sebagai satu kelompok” baik dalam analisis akademik maupun kebijakan/instrumen tematik.

Konsentrasi temuan pada subsektor tertentu (misalnya subsektor yang kompatibel dengan konsumsi massal dan/atau model bisnis yang

sudah mapan) juga dapat dibaca sebagai refleksi kesiapan pasar modal terhadap karakter usaha kreatif. Secara global, UNCTAD menekankan bahwa ekonomi kreatif berperan penting dalam perdagangan dan pertumbuhan ekonomi, namun kontribusinya bervariasi lintas negara dan sangat dipengaruhi struktur industri serta kapasitas institusionalnya (UNCTAD, 2024). Dalam perspektif pasar modal, karakter ekonomi kreatif yang intensif aset tak berwujud juga relevan karena literatur menunjukkan intensitas intangible berkaitan dengan asimetri informasi dan risiko pasar (misalnya risiko crash), sehingga pemetaan yang jelas dan dapat ditelusuri membantu mengurangi “kabut informasi” bagi pengguna data pasar modal (Wu & Lai, 2020).

Perbandingan dengan Literatur Sebelumnya

Hasil penelitian ini sejalan dengan literatur pasar modal yang menegaskan bahwa pilihan skema klasifikasi berpengaruh terhadap cara peneliti dan investor “melihat” industri, serta dapat memunculkan kesimpulan

empiris yang berbeda ketika unit industri/peer group ditetapkan secara berbeda. Studi Bhojraj et al. (2003) menunjukkan perbedaan kualitas dan kegunaan beberapa skema klasifikasi untuk riset pasar modal, sedangkan studi Li et al. (2020) menegaskan bahwa klasifikasi yang berbeda dapat menghasilkan deskripsi yang saling bertentangan terkait kompetisi produk dan karakteristik perusahaan. Pemetaan ekonomi kreatif bertindak sebagai “overlay” klasifikasi tematik yang melengkapi klasifikasi bursa, bukan menggantikannya.

Sisi konteks domestik, penelitian Indonesia yang membahas emiten pada subsektor tertentu (misalnya media/film) umumnya masih bergerak pada level kasus atau subsektor terbatas, sehingga belum menghasilkan daftar pemetaan emiten kreatif yang komprehensif dan dapat direplikasi. Sebagai contoh, studi domestik yang menelaah saham emiten media/film secara fundamental menunjukkan adanya minat kajian subsektor, tetapi belum menutup kebutuhan akan basis data sektoral

ekonomi kreatif di BEI (Rahmawati & Rosyadi, 2024). Dibanding pendekatan parsial tersebut, studi ini memperkuat kontribusi dengan menyusun pemetaan lintas subsektor berbasis definisi/subsektor resmi, serta verifikasi melalui dokumen perusahaan sehingga hasilnya lebih transparan dan dapat diuji ulang.

Implikasi Kebijakan

Mekanisme visibilitas sektoral ekonomi kreatif yang tetap kompatibel dengan struktur IDX-IC. Secara praktis, BEI dapat mempertimbangkan “penandaan tematik” (*thematic tagging*) atau crosswalk resmi ekonomi kreatif misalnya sebagai metadata tambahan pada profil emiten tanpa harus mengubah struktur inti IDX-IC yang memang ditujukan untuk klasifikasi industri bursa dan indeks sektoral. Rasionalitasnya kuat karena IDX-IC sendiri didesain untuk kebutuhan pelaporan dan pengembangan indeks sektoral; *overlay* tematik akan memudahkan pengembangan indeks tematik ekonomi kreatif atau produk investasi tematik

yang lebih transparan dan konsisten (IDX, 2021).

Kedua, hasil pemetaan dapat dipakai untuk memperkuat kebijakan peningkatan akses pembiayaan perusahaan kreatif melalui pasar modal, khususnya bagi pelaku usaha kreatif yang berukuran kecil-menengah. Infrastruktur pasar modal Indonesia, keberadaan Papan Akselerasi ditujukan untuk membuka akses perusahaan skala kecil/menengah agar dapat tercatat dengan persyaratan yang lebih sesuai, sejalan dengan regulasi yang menjadi dasar pembentukannya (IDX, 2019). Mengaitkan program literasi, pendampingan tata kelola, dan kesiapan pelaporan dengan pemetaan subsektor kreatif akan membuat kebijakan lebih terarah misalnya subsektor kreatif mana yang paling berpotensi naik kelas ke pasar modal dan subsektor mana yang masih membutuhkan dukungan ekosistem (IP, standar pelaporan, model monetisasi, dan *governance*).

Ketiga, pemetaan berfungsi sebagai *policy feedback mechanism* untuk mengevaluasi efektivitas kebijakan ekonomi kreatif terhadap

perluasan akses pembiayaan formal. Basis data yang dapat diperbarui secara periodik, pembuat kebijakan dapat memantau perubahan struktur subsektor kreatif yang berhasil masuk pasar modal dari waktu ke waktu, serta menilai apakah instrumen dukungan (pendampingan, insentif, penyederhanaan proses, atau penguatan ekosistem HKI) benar-benar berdampak pada peningkatan partisipasi emiten kreatif.

Implikasi Praktis

Penyusunan strategi investasi tematik ekonomi kreatif bagi investor, baik untuk kepentingan penyaringan (*screening*) emiten maupun analisis diversifikasi lintas subsektor kreatif. Intensitas intangible yang tinggi memiliki tantangan informasi yang nyata, sehingga peningkatan keterlacakan subsektor dan kualitas pengungkapan akan membantu mengurangi asimetri informasi (Wu & Lai, 2020). Bagi pelaku industri kreatif, pemetaan dapat meningkatkan kesadaran bahwa akses pasar modal dimungkinkan melalui jalur yang tersedia (termasuk papan khusus untuk

skala kecil/menengah), namun tetap menuntut kesiapan pelaporan, tata kelola, dan kejelasan model bisnis agar dapat dinilai secara andal oleh investor (IDX, 2019; OJK, 2023).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Penelitian ini bertujuan memetakan emiten ekonomi kreatif pada Bursa Efek Indonesia dengan menjembatani acuan subsektor ekonomi kreatif nasional dan klasifikasi industri pasar modal. Pemetaan eksploratif berbasis analisis dokumen dan analisis isi, studi ini membangun prosedur klasifikasi yang transparan serta dapat ditelusuri melalui bukti dokumen perusahaan.

Hasil pemetaan menunjukkan bahwa representasi ekonomi kreatif di pasar modal ada tetapi tidak merata. Dari 17 subsektor, terdapat 12 subsektor yang terwakili oleh emiten tercatat dan 5 subsektor belum terwakili (fotografi, musik, seni pertunjukan, seni rupa, dan arsitektur). Pemetaan juga memperlihatkan konsentrasi pada subsektor tertentu khususnya subsektor

yang lebih kompatibel dengan karakter perusahaan publik (skala, stabilitas monetisasi, dan keterlacakan model bisnis) serta sebaran emiten kreatif yang lintas sektor dalam struktur IDX *Industrial Classification*. Temuan ini menegaskan bahwa tanpa pemetaan tambahan, identitas ekonomi kreatif cenderung kurang terlihat sebagai satu kelompok sektoral dalam data dan analisis pasar modal.

Saran

Riset lanjutan dapat menguji implikasi pemetaan terhadap indikator pasar (misalnya likuiditas, volatilitas, biaya modal, dan risiko informasi) dengan membandingkan emiten kreatif vs non-kreatif menggunakan basis data yang telah tersusun.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagna, E., Cotta Ramusino, E., Denicolai, S., & Strange, R. (2024). Intangible assets and firm performance: The relative effects of recognized and unrecognized assets. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 10(3), 100356. <https://doi.org/10.1016/J.JOITMC.2024.100356>
- Bhojraj, S., Lee, C. M. C., & Oler, D. K. (2003). What's My Line? A Comparison of Industry Classification Schemes for Capital Market Research. *Journal of Accounting Research*, 41(5), 745–774. <https://doi.org/10.1046/J.1475-679X.2003.00122.X>;REQUESTEDJOURNAL:JOURNAL:1475679X;ISSUE:ISSUE:DOI
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*, 9(2), 27–40. <https://doi.org/10.3316/QRJ0902027>
- BPS. (2025, November 17). Ekonomi Kreatif Serap Tenaga Kerja 27,4 Juta Tahun 2025. Siaran Pers, Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id/news/2025/11/17/805/bps--ekonomi-kreatif-serap-tenaga-kerja-27-4-juta-tahun-2025.html?utm_source=chatgpt.com
- Bushman, R., Chen, Q., Engel, E., & Smith, A. (2004). Financial accounting information, organizational complexity and corporate governance systems. *Journal of Accounting and Economics*, 37(2), 167–201. <https://doi.org/10.1016/J.JACC-ECO.2003.09.005>
- Creswell, J. W., & David Creswell, J. (2018). *Research Design*:

- Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications, Inc.
- Dewanto, A. R. T. (2023, October 14). *Menparekraf: Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Terbukti Lebih Cepat Pulih dari Pandemi*.
<https://wartaekonomi.co.id/read/517107/menparekraf-tenaga-kerja-sektor-ekonomi-kreatif-terbukti-lebih-cepat-pulih-dari-pandemi>
- Dharmani, P., Das, S., & Prashar, S. (2021). A bibliometric analysis of creative industries: Current trends and future directions. *Journal of Business Research*, 135, 252–267.
<https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.06.037>
- Ekraf. (2025). *Daftar Subsektor Usaha di Ekraf Hub*. Kementerian Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.
<https://hub.ekraf.go.id/#subsector>
- Fahmi, F. Z., Koster, S., & van Dijk, J. (2016). *The location of creative industries in a developing country: The case of Indonesia*. *Cities*, 59, 66–79.
<https://doi.org/10.1016/J.CITIE S.2016.06.005>
- Fama, E. F., & French, K. R. (1997). Industry costs of equity. *Journal of Financial Economics*, 43(2), 153–193.
[https://doi.org/10.1016/S0304-405X\(96\)00896-3](https://doi.org/10.1016/S0304-405X(96)00896-3)
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas* (1st ed.). Penguin Group.
- Hrazdil, K., Trottier, K., & Zhang, R. (2014). An intra- and inter-industry evaluation of three classification schemes common in capital market research. *Applied Economics*, 46(17), 2021–2033.
<https://doi.org/10.1080/00036846.2014.892200>
- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277–1288.
<https://doi.org/10.1177/1049732305276687>;WEBSITE:WEBSITE:SAGE;JOURNAL:JOURNAL:QHRA;REQUESTEDJOURNAL:JOURNAL:QHRA;WGROU:STRING:PUBLICATION
- IDX. (2021). *IDX Industrial Classification Perusahaan Tercatat di Bursa Efek Indonesia*. <http://www.idx.co.id>
- Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology.

<https://doi.org/10.4135/9781071878781>

<https://doi.org/10.31955/MEA.V8I3.4852>

- Li, S., Liu, Q., & Refalo, J. (2020). Industry classification, product market competition, and firm characteristics. *Finance Research Letters*, 36, 101319. <https://doi.org/10.1016/J.FRL.2019.101319>
- Lombard, M., Snyder-Duch, J., & Bracken, C. C. (2002). Content Analysis in Mass Communication: Assessment and Reporting of Intercoder Reliability. *Human Communication Research*, 28(4), 587–604. <https://doi.org/10.1111/J.1468-2958.2002.TB00826.X>
- OJK. (2023). *CAPITAL MARKET FACT BOOK 2023*. Otoritas Jasa Keuangan.
- IDX. (2019, July 31). *Opening Access for Small-Medium Enterprises, Capital Market Apply Acceleration Listing Board*. https://www.idx.co.id/id/berita/siaran-pers/1119?utm_source=chatgpt.com
- Rahmawati, Z., & Rosyadi, I. (2024). PROSPEK SAHAM SCMA DAN FILM DENGAN ANALISIS FUNDAMENTAL. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(3), 3112–3123.
- Uddin, M. R., Hasan, M. M., & Abadi, N. (2022). Do intangible assets provide corporate resilience? New evidence from infectious disease pandemics. *Economic Modelling*, 110, 105806. <https://doi.org/10.1016/J.ECONMOD.2022.105806>
- UNCTAD. (2024). *Creative Economy Outlook 2024*. United Nations Publications. https://unctad.org/system/files/official-document/ditctsce2024d2_en.pdf
- Undang-Undang No. 24 Tahun 2019 Tentang Ekonomi Kreatif, Pub. L. 24 (2019).
- Wu, K., & Lai, S. (2020). Intangible intensity and stock price crash risk. *Journal of Corporate Finance*, 64, 101682. <https://doi.org/10.1016/J.JCORFIN.2020.101682>.