

Ekonomi Politik Sinema: Analisis Liberalisasi Industri Pertunjukan Film di Indonesia

Ferdiansyah R¹⁾, Gunawan Lestari Elake²⁾, Yuniarsih Manggarsari³⁾

1), 2,) 3) Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Sriwijaya

[Jalan Palembang-Prabumulih KM.32 Inderalaya Sumatera Selatan]

Email :ferdiansyah@unsri.ac.id¹⁾, goen.elake@gmail.com²⁾, yuniarsihmanggarsari@fisip.unsri.ac.id³⁾

ABSTRACT

This study aims to find out how the condition of the national film industry was after the liberalization carried out by the Indonesian government in 2016. This paper also discusses the government's strategy in taking advantage of opportunities and overcoming the negative impacts brought about by policies. Using qualitative methods, the authors collect data through in-depth interviews and reading of available documents. The results of this study indicate that liberalization has not succeeded in creating competitive conditions in the film industry in Indonesia, and has instead created an oligopoly market.

Keywords : *Liberalizations, Film Industry, Creative Economy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana kondisi industri pertunjukan film nasional pasca liberalisasi yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia di tahun 2016. Tulisan ini juga membahas dan strategi pemerintah dalam memanfaatkan peluang serta menganggulangi dampak buruk yang dibawa oleh kebijakan. Dengan menggunakan metode kualitatif, penulis mengumpulkan data melalui wawancara mendalam dan pembacaan terhadap dokumen-dokumen yang tersedia. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa liberalisasi belum berhasil menciptakan iklim yang kompetitif di dalam industri pertunjukan film di Indonesia, dan justru malah menciptakan pasar yang oligopoli.

Kata Kunci : *Liberalisasi, Industri Film, Ekonomi Kreatif*

1. Pendahuluan

Film merupakan sebuah objek kajian penelitian sosial yang sangat menarik, karena ia bisa ditinjau dari berbagai macam sudut pandang. Sebagai bagian dari entitas besar kesenian, film seringkali disebut sebagai seni paling adiluhung di antara seni-seni yang lain, karena ia adalah gabungan semua unsur-unsur yang pernah ada di dalam seni: yaitu seni visual, seni gerak dan seni suara. Dari sudut pandang kebudayaan, film sering dianggap sebagai garda terdepan dalam arus besar bernama globalisasi. Film sering dituduh sebagai medium yang membawa tren gaya hidup ke masyarakat di seluruh penjuru dunia. Dari sisi komunikasi, film sering dikaji sebagai alat propaganda politik dan budaya yang digunakan oleh banyak aktor.

Dari sisi ekonomi dan bisnis pun tak kalah menarik, sejarah film yang dimulai sejak akhir abad 19 terus mengalami perkembangan –baik secara estetis maupun teknologi-. Hingga hari ini, film telah tumbuh menjadi sebuah industri penghasil komoditas ekonomi yang menopang perekonomian dunia. Jutaan pekerja terlibat di dalamnya. Mata rantai industrinya sangat panjang: dari mulai produksi, distribusi, hingga eksebis. Sebagai gambaran bagaimana besarnya nilai ekonomi industri film, penulis akan menghadirkan 10 film dengan pendapatan terbesar tahun 2018 di dunia.

Tabel 1 Daftar Film Dengan Pendapatan Terbesar Tahun 2018

No	Judul Film	Pendapatan (USD)
1	Avengers: Infinity War	2,4 miliar
2	Black Panther	1,80 miliar
3	Jurassic World: Fallen Kingdom	1,30 miliar
4	The Incredibles 2	1,24 miliar
5	Venom	854 juta
6	Mission: Impossible – Fallout	791 juta
7	Deadpool 2	735 juta
8	Bohemian Rhapsody	643 juta
9	Ant Man and The Wasp	622 juta
10	Fantastic Beasts: The Crimes of Grindelwald	597,7 juta

Sumber: IDNTimes (2019)

Dari tabel di atas kita bisa melihat bahwa perputaran uang yang ada di Industri film sangat besar. Bahkan sebuah

penelitian menjelaskan bahwa total pendapatan Top 20 Film terlaris pada 2009 adalah: USD 10.486 juta. Pendapatan ini lebih tinggi dari pendapatan 94 negara di dunia (Sasono, 2011). Jumlah pendapatan top 20 film internasional ini *seluruhnya* diraup oleh film-film AS produksi Hollywood. Jumlah tersebut belum termasuk pendapatan total seluruh film produksi AS/Hollywood. Juga belum digabungkan dengan bisnis-bisnis turunannya, seperti *merchandise* dan sebagainya.

Hari ini, hampir semua Negara memiliki produksi industri filmnya sendiri. Namun tetap yang menonjol adalah Hollywood dari Amerika Serikat. Akan tetapi, secara produksi Hollywood masih kalah jumlahnya dengan Bollywood di India yang saat ini merupakan produsen film nomor satu di dunia. Selain Amerika Serikat dan India, hari ini dunia sedang menyaksikan kebangkitan industri film Korea Selatan yang dikenal dengan nama K-Movie. Jepang, Hongkong dan Taiwan juga massif memproduksi film. Sementara untuk kawasan Asia Tenggara, saingan utama Indonesia adalah Thailand, yang produksi-produksi filmnya juga cukup digemari di tanah air.

Negara-negara produsen film ini terus melakukan invasi produk-produknya ke seluruh penjuru dunia, termasuk Indonesia. Dan dengan jumlah penduduknya yang hampir mencapai 300 juta, Indonesia tentu menjadi pangsa pasar yang menarik bagi para pengeksport film. Apalagi Indonesia juga sedang mendapat Bonus Demografi, yaitu keadaan dimana sebuah negara memiliki komposisi jumlah penduduk usia produktif yang lebih banyak dibandingkan dengan jumlah penduduk usia non produktif (Srihadi, 2012). Hal ini apabila dikelola dengan baik oleh Negara, tentu akan berimplikasi positif bagi perekonomian sebuah negara. Bonus demografi tentu mengisyaratkan melimpahnya anak muda, dan anak muda adalah konsumen utama produk film. Secara kasat mata terlihat, bagaimana pergi menonton ke bioskop sudah menjadi kebutuhan anak muda minimal satu minggu sekali.

Di Indonesia, bisnis film sudah berjalan bahkan sejak tahun 1950an. Trennya terus menanjak sampai tahun 1980an, namun kemudian sempat meredup di era 1990an akibat banyak faktor, yang salah satunya adalah krisis ekonomi. Ketika industri ini mulai bangkit lagi di awal tahun 2000an, terjadi sebuah perubahan besar, terutama di rantai bisnis eksebis.

Sebelum tahun 2000an, bioskop biasanya dimiliki oleh pengusaha-pengusaha lokal. Akibatnya, bioskop ada di mana-mana, bahkan di sebuah kecamatan yang berada di kabupaten pun bisa terdapat bioskop. Namun hal ini berubah pasca tahun 2000an, dimana bioskop umumnya terintegrasi dengan pusat perbelanjaan/Mal (Sasono, 2012). Akibatnya, bioskop hanya berada di pusat-pusat kota. Dan di masa-masa ini, bioskop hanya didominasi oleh jaringan XXI. Sangat sedikit eksistensi bioskop dari

jaringan lain, ataupun bioskop yang dimiliki oleh pengusaha lokal.

Pada Hari Film Nasional 30 Maret 2016, Presiden Jokowi menyatakan bahwa Indonesia membutuhkan tambahan 4.000 layar film, karena saat itu hanya tersedia 1.000 layar. Sementara jika mengacu pada jumlah penduduk Indonesia hari ini, idealnya Indonesia memiliki 5.000 hingga 6.000 layar. Fakta bahwa bioskop memiliki layar yang sangat sedikit tentu membuat para produser film tidak total dalam memproduksi fil. Belum lagi fakta di lapangan, film Indonesia harus bersaing dengan film dari luar negeri (Suhendra, 2016).

Pada 11 Februari 2016, Menteri Koordinator Perekonomian Dalmin Nasion menerbitkan Paket Kebijakan Jilid X. Paket ini berisi revisi DNI yang sebelumnya diatur dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 39 Tahun 2014 tentang Daftar Wilayah Usaha Tertutup dan Terbuka Bersyarat. Perpres Nomor 44 Tahun 2016 yang ditandatangani Jokowi pada 12 Mei 2016, tidak termasuk usaha pertunjukkan film. Dengan kata lain, bisnis film terbuka untuk investor asing. Selain itu, bisnis jasa teknologi film, seperti jasa studio dan pembuatan film, telah dibatalkan berdasarkan DNI. Arahan pres ini efektif membuka peluang asing secara hulu hingga hilir dalam bisnis perfilman.

Setelah resmi masuk sebagai sektor yang halal bagi investasi asing di tahun 2016, industri film nasional memang mengalami kemajuan pesat, terutama jika dilihat dari jumlah penonton dan jumlah bioskop yang tersedia. Sebelum tahun 2016 (dari tahun 2000-2015). Jumlah penonton 15 film terlaris di bioskop Indonesia tidak pernah mencapai angka 10 juta penonton. Akan tetapi di rentang waktu 2016-2019, jumlah penonton 15 film terlaris di bioskop Indonesia selalu hampir mencapai 30 juta penonton (filmindonesia.or.id, 2019). Di tahun 2018, jumlah uang yang didapat 10 film terlaris hampir mencapai 900 Milyar rupiah. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pertumbuhan sub sektor film, animasi, dan video meningkat dari 3,42% pada 2015 menjadi 10,1% pada 2016. Pertumbuhannya merupakan tertinggi kedua setelah sub sektor televisi dan radio, yang sebesar 10,3% pada 2016.

Tabel 2 Jumlah Pendapatan 10 Film Terlaris di Indonesia Tahun 2018

No	Judul Film	Jumlah Pendapatan (Rupiah)
1	Dilan 1990	233 Milyar
2	Suzzana Bernafas Dalam Kubur	123 Milyar
3	Danur 2: Maddah	95,1 Milyar
4	Si Doel: The Movie	65 Milyar
5	Asih	63,4 Milyar
6	Teman Tapi Menikah	61,2 Milyar

7	Wiro Sableng: Pendekar Kapak Maut Nagageni 212	57,4 Milyar
8	Jailangkung 2	55,4 Milyar
9	A Man Called Ahok	53,9 Milyar
10	Sabrina	49,4 Milyar

Sumber: filmindonesia.or.id (2019)

Dari sini jelas sangat tampak bahwa liberalisasi yang dilakukan pemerintah terhadap sektor perfilman memang berhasil meningkatkan pertumbuhan ekonomi sektor ini. Faktor yang secara kasat mata terlihat adalah saat ini XXI bukan lagi satu-satunya jaringan bioskop yang menguasai sektor pertunjukan film. Saat ini sudah ada pesaingnya yaitu Cinemaxx, CGV, dan beberapa lain yang lebih kecil. Perlu dicatat CGV adalah jaringan bioskop milik CJ Entertainment yang berasal dari Korea Selatan.

Pada tahun 2012, Indonesia hanya memiliki 145 bioskop dengan 609 layar. Jumlah ini meningkat tajam menjadi 343 bioskop dengan 1.756 layar pada Desember 2018. Artinya, dalam waktu enam tahun terakhir, jumlah bioskop bertambah hingga 136,5 persen dan jumlah layar bertambah hingga 188,34 persen. Hingga Desember 2018, Bioskop sudah tersebar di 32 provinsi di Indonesia. Hanya Provinsi DI Aceh dan Provinsi Kalimantan Utara yang saat penelitian ini ditulis tidak memiliki bioskop (Bekraf, 2019). Contoh kecil lain di Palembang, dalam rentang 2 tahun belakangan, berdiri 3 bioskop CGV. Selain itu, bisnis bioskop pun kembali merambah kota-kota satelit. Kota seperti Prabumulih, Baturaja, Lahat dan Lubuk Linggau sudah memiliki bioskop.

Ini semua tentu saja kabar baik. Hanya saja tetap perlu diingat, bahwa liberalisasi tentu tetap harus diwaspadai. Salah satu yang terpenting adalah harus dipastikan bahwa ia justru meningkatkan geliat industri lokal, dan bukan justru memberangusnya. Aturan perdagangan jasa di dalam World Trade Organization, tertuang di dalam perjanjian *General Agreement on Trade in Services* (GATS). Di dalam perjanjian GATS, prinsip *Most Favoured Nation* –beserta ketentuan *transparency*-berlaku secara umum bagi setiap jasa yang dibuka perdagangannya ataupun tidak. Sedangkan prinsip *National Treatment* –beserta ketentuan *Market Access*-hanya berlaku untuk sektor dan subsektor yang dibuka dan juga harus dinegosiasikan. Negara-negara yang memberi komitmennya juga boleh menetapkan syarat-syarat dan pembatasan-pembatasan berlakunya prinsip *National Treatment* dan *Market Access*. Lalu, diperbolehkan juga menentukan “*exemptions*” untuk *Most Favoured Nation* (Hawin, 2012).

Regulasi ini berbeda dengan perdagangan di sektor lain. Misalnya, dalam perdagangan barang berdasarkan GATT (*General Agreement on Tariffs and Trade*), WTO umumnya menerapkan prinsip-prinsip *most favored nation and national treatment* terhadap semua barang

(baik yang termasuk dalam komitmen atau tidak). Prinsip ini secara otomatis dan universal diterapkan tanpa negosiasi.

Perbedaan yang ada antara General Agreement on Trade in Services (GATS) dan regulasi perdagangan di sektor lain tentu saja mempengaruhi strategi pemerintah yang berperan dalam kebijakan perdagangan dunia. Tentu saja, negara tidak dapat memblokir akses layanan dari luar negeri setelah komitmennya, tetapi setidaknya negara telah mengembangkan strategi untuk mempertahankan kepentingan penyedia layanan dalam negeri, terutama untuk industri yang baru mulai tumbuh.

Sayangnya pemerintah belum mengambil tindakan strategis. Misalkan terkait porsi film lokal di bioskop. Di dalam Undang-undang Nomor 33 Tahun 2009 tentang Perfilman di pasal 32, dikatakan pelaku usaha pertunjukan film, yakni eksebitor atau pihak bioskop, wajib mempertunjukkan film Indonesia sekurang-kurangnya 60 persen dari seluruh jam pertunjukan film yang dimilikinya selama enam bulan berturut-turut. Aturan ini dalam pengamatan penulis belum benar-benar berlaku, karena seringkali di masa-masa tertentu ketika ada film Hollywood yang sangat ditunggu tayang di Indonesia (seperti Avengers, Spiderman, dan film-film dari Marvel), hampir 80 persen layar bioskop menayangkan film tersebut.

Belum lagi bioskop seperti CGV, yang terlihat lebih banyak menayangkan film-film asal Korea Selatan (dan sudah barang tentu juga film Hollywood). Dan tentu saja, apa yang tertuang di UU Film ini belum bisa dijadikan jaring pengaman bagi produksi film nasional. Yang perlu dicari tahu juga apakah kebijakan liberalisasi industri film ini akan meningkatkan geliat pengusaha-pengusaha bioskop lokal seperti di era 50an sampai 80an. Jika liberalisasi ini hanya memberikan jalan bagi bioskop dari luar negeri saja, tentu ini perlu dikoreksi dan dicari jalan keluarnya,

Penelitian ini kemudian bertujuan untuk mencari tahu itu semua. Bagaimana kondisi ekonomi produk-produk film lokal pasca liberalisasi serta bagaimana siasat pemerintah dalam menganggulangi dampak buruk dari liberalisasi. Penulis kemudian akan berusaha memberikan rekomendasi strategi yang tepat bagi pemerintah dalam menyelesaikan persoalan ini.

2. Pembahasan

Peta Kepentingan Korporasi

Pada bagian ini, penulis berusaha untuk mengetahui bagaimana proses kebijakan liberalisasi berlangsung dan siapa yang berkepentingan dengannya. Secara umum, kebijakan ini ditunggu-tunggu oleh para aktor yang benar-benar terlibat dalam pembuatan film. Salah satunya adalah sutradara Joko Anwar. Dalam akun Twitternya, Joko mengatakan penanaman modal asing

akan berdampak positif bagi pertumbuhan industri perfilman dalam negeri. Dalam serangkaian kicauannya di tahun 2016, ia mengatakan bahwa investasi asing telah mempengaruhi peningkatan jumlah bioskop, membuat film Indonesia lebih banyak ditonton oleh publik. Sutradara Indonesia sering mengeluhkan sedikitnya jumlah bioskop dan layar di Indonesia. Hal ini menyulitkan pembuat film untuk menemukan jadwal yang tepat dan ramah bisnis untuk memutar film mereka. Selain itu, film-film Indonesia ini harus bersaing dengan film-film impor Hollywood yang datang ke Indonesia dengan modal besar dan peminat yang mapan.

Selain para produsen film, kepentingan untuk liberalisasi ini juga datang dari para pelaku Industri Pertunjukan Film (Bioskop) baik yang ada di dalam negeri, maupun luar negeri. Hal ini tampak dari beberapa pemberitaan media massa yang menyatakan bahwa adanya komunikasi intensif yang berlangsung antara Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) dan Motion Picture Association, yaitu sebuah konsorsium yang terdiri dari beberapa korporasi besar di bidang hiburan, yaitu, Walt Disney Studios Motion Pictures, Netflix Studios, LLC, Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Universal City Studios LLC, Warner Bros. Entertainment Inc. Hal ini kemudian juga ditegaskan dengan adanya kunjungan Kepala BKPM Indonesia Franky Sibarani ke Hollywood, Amerika Serikat.

Dalam pemberitaan di media massa, Franky mengatakan, dengan pengesahan Perpres Nomor 44 Tahun 2016 tentang Daftar Bidang Usaha Tertutup dan Bidang Usaha Penanaman Modal yang Terbuka dengan persyaratan, maka sektor perfilman terbuka 100 persen untuk asing mulai dari sektor produksi, distribusi dan ekshibisi. Ia juga menyatakan kepada para calon investor di Amerika Serikat bahwa banyak peluang bisnis sektor perfilman yang masih terbuka lebar, seperti layar bioskop yang hanya terfokus di Pulau Jawa sebesar 87 persen dan 35 persen diantaranya berlokasi di Jakarta. Lalu juga mengenai jumlah rumah produksi profesional yang sudah ada di angka 50, dan rumah produksi animasi yang jumlahnya 30 lebih, dan kesemuanya siap menjadi mitra para investor (Julianto, 2016).

Perusahaan asal Korea Selatan, CJ CGV Corporation, kemudian menjadi pemain utama yang melakukan ekspansi besar-besaran ke Indonesia pasca dihapuskannya Industri Pertunjukan Film dari daftar investasi negatif. Ini merupakan bagian dari agenda ekspansi perusahaan tersebut ke Kawasan Asia. Pada kurun waktu 2015-2019, Selain investasi di Indonesia, CJ CGV juga mengucurkan dana kepada CJ CGV Vietnam Holdings Co Ltd sebanyak 99,46 miliar won atau setara Rp 1,19 triliun. Sebagai informasi, berdasarkan data terbaru, CJ CGV memiliki sebanyak 1.059 layar di Tiongkok dan 453 layar di Vietnam (Firdaus, 2019). Di Indonesia, saat ini jaringan CGV Blitz telah memiliki hampir 60 Bioskop dengan jumlah pekerja sebanyak 333 pegawai tetap dan 1568 pegawai kontrak (CGV Blitz, 2018).

Selain CGV Blitz, beberapa Investor Asing juga ikut meramaikan Industri pertunjukan film. PT Nusantara Sejahtera Raya yang merupakan operator bioskop terkemuka di Indonesia untuk bioskop Cinema 21, Cinema XXI dan The Premiere, menandatangani kontrak senilai 3,5 Triliun Rupiah dengan *Sovereign Wealth Fund* asal Singapura, GIC, pada tahun 2016 (Melani, 2016). Sampai saat ini, PT Nusantara Sejahtera Raya sudah memiliki 186 Bioskop di seluruh Indonesia dan merupakan pemain terbesar sejauh ini. Sayangnya penulis tidak menemukan bagaimana komposisi kepemilikan saham, karena perusahaan ini belum *go public*.

Dan terakhir, pada 2019, perusahaan Meksiko, Cinepolis, mengakuisisi 40% saham jaringan bioskop Cinemaxx milik Grup Lippo dengan perkiraan nilai US\$110 atau sekitar Rp1,5 triliun. Cinepolis saat ini mengoperasikan 691 bioskop di 17 negara dan memiliki 5.609 layar. Dengan sejarah 50 tahun, perusahaan ini merupakan jaringan film terbesar kedua di dunia dalam hal penayangan, mencapai 338 juta per tahun (Aria, 2019). Cinemaxx dan Cinepolis kini memiliki 50 bioskop di seluruh Indonesia dan merupakan salah satu perusahaan yang aktif berekspansi di bawah aturan yang sebelumnya tidak memiliki bioskop.

Pasar Pertunjukan Film: Dari Kompetitif ke Oligopoli

Sejarah menunjukkan bahwa kehidupan masyarakat Indonesia pernah sangat dekat dengan bioskop. Bukan berarti hari ini tidak dekat, hanya saja saat ini keberadaan bioskop menjadi lebih eksklusif ketimbang 30-40 tahun yang lalu. Di sebelum medio 2000an, tidak banyak orang Indonesia belum mengenal bioskop sebagai bagian yang terintegrasi dengan pusat perbelanjaan modern. Bioskop berdiri dalam wujud bangunan yang besar, kecil, maupun misbar (gerimis bubar) di setiap sudut kota-kota bahkan desa di Indonesia.

Silakan simak kesaksian Andrea Hirata pada buku “Sang Pemimpi”, dimana sebuah kampung bernama Manggar di Pulau Belitung, terdapat bioskop yang rutin memutar film-film baik dari Indonesia maupun luar negeri. Hari ini tidak satu pun bioskop di Pulau Belitung. Begitu juga di Jambi, di sebuah desa bernama Tempino yang berada sekitar 30 Km dari Kota Jambi, terdapat sebuah bioskop yang konon selalu ramai di masanya.

Ini semua menandakan bahwa bioskop adalah unit usaha yang dulunya sangat kompetitif. Di Kota Palembang misalkan, di rentan waktu 1970-2000an terdapat sedikitnya 18 bioskop (belum termasuk bioskop yang berkonsep gerimis bubar).

1	Mahkota	10	Jaya
2	Mustika	11	Pusri
3	Garuda	12	Pertamina
4	Saga	13	Cineplex
5	Internasional	14	Keramat
6	Mawar	15	Majestic
7	Makmur	16	Rex
8	Sekanak	17	Capitol

9	Sanggar	18	Intium
---	---------	----	--------

(Sumber: Hasil Observasi Penulis)

Begitu pula dengan Kota Jambi, kota tetangga Palembang. Penulis menjadi saksi bagaimana di rentan tahun 1990an, bioskop menjadi ruang publik yang sangat penting bagi masyarakat Jambi. Bioskop menjadi saksi bagi banyak sekali kenangan-kenangan yang hidup lama di kepala warga masyarakat Jambi. Setidaknya penulis bisa mengingat ada 9 Bioskop besar di Kota Jambi dan sekitarnya (belum termasuk bioskop dengan konsep gerimis bubar).

1	Murni	6	Sumatra
2	Presiden	7	Ria
3	Duta	8	Bajubang
4	Mega	9	Tempino
5	Telanai		

(Sumber: Hasil Observasi Penulis)

Data ini hanya secuil dari apa yang bias digali di seluruh tempat di Indonesia. Dan kesemuanya menunjukkan bahwa usaha bioskop bisa bersaing secara kompetitif di sebuah daerah. Yang perlu digarisbawahi dari data di atas, kepemilikan bioskop tidak terkonsentrasi pada segelintir pemilik modal. Tidak seperti gambaran hari ini, dimana bioskop hanya diisi oleh 4 pemain besar:

1. Cinema 21
2. CGV
3. Cinemaxx/Cinepolis
4. Platinum

Bahkan sebelum 2014, industri bioskop masih didominasi, bahkan bisa dikatakan dimonopoli oleh Cineplex 21. Baru setelah 2014, datang pemain baru yang juga merupakan konglomerat bisnis yang ada di Indonesia, yaitu Cinemaxx (Lippo Group). Lalu disusul Platinum di tahun 2017.

Liberalisasi ekonomi sesungguhnya diperuntukkan untuk membentuk ekosistem bisnis kompetitif. Hanya saja ini semua belum terwujud sejak dicabutnya Industri Film dari Daftar Investasi Negatif. Pemerintah seharusnya juga memikirkan strategi agar mengaktifkan kembali iklim kompetitif yang pernah terbentuk, agar kemudian para pelaku usaha lokal juga ikut menikmati kue industri ini. Seperti yang sudah penulis jelaskan di pendahuluan mengenai GATS, pemerintah sebenarnya bisa melakukan beragam model intervensi untuk kemudian memberikan keistimewaan bagi para pelaku usaha lokal.

Minimnya Intervensi Pemerintah

Perdagangan jasa di Organisasi Perdagangan Dunia (WTO) yang diatur oleh GATS, memungkinkan intervensi negara dalam penyertaan produk lokal. Misalnya, Prancis telah memperkenalkan kuota pemutaran film sejak 1928. Lalu di Inggris, ada kebijakan subsidi investasi atau insentif pajak untuk pembuatan film dalam negeri, dengan kewarganegaraan yang ditentukan

berdasarkan berbagai kriteria. (Sasano, 2011). Di Mesir, seorang produser film baru diizinkan mendistribusikan 5 film asing apabila ia telah memproduksi film lokal. (Sasano, 2011). Banyak negara anggota WTO juga memberikan hibah besar untuk industri audiovisual lokal. Prancis dikatakan sangat murah hati dalam hal mensubsidi industri film. India juga memberikan subsidi US\$ 170,8 juta untuk sektor industri audiovisual pada tahun 2012 (Voon, 2007).

Kebijakan subsidi ini secara umum mengacu pada kebijakan atau alokasi untuk memasukkan produk budaya asing ke dalam negeri. Negara juga berhak untuk menentukan prinsip-prinsip yang harus dipatuhi oleh semua penyedia layanan yang ingin berbisnis di negara mereka. Oleh karena itu, bahkan jika perdagangan jasa dunia diliberalisasi, negara-negara tampaknya masih memiliki kekuatan untuk melindungi produk mereka.

Di Indonesia, pada tahun 2015, pemerintah membentuk Bekraf yaitu Badan Ekonomi Kreatif, untuk mendorong percepatan pembangunan ekosistem ekonomi kreatif. Bekraf fokus pada beragam bidang ekonomi kreatif, tidak hanya film. Namun film dikategorikan sebagai bidang prioritas. Dalam bidang film, peran utama pemerintah adalah terkait dengan mendorong terbangunnya infrastruktur yang layak untuk pertunjukan film.

Langkah Bekraf untuk memajukan ekosistem perfilman nasional terlihat dari dukungan hibah pembangunan dan perbaikan bioskop yang sudah tidak aktif. Bekraf juga memberikan hibah infrastruktur seni setiap tahun. Hibah ini akan diberikan kepada para pelaku film yang mengajukan proposal ke Bekraf. Beasiswa diberikan setiap tahun selama proses seleksi (Ferdiansyah, 2021). Badan Ekonomi Kreatif menghabiskan Rp42 miliar pada 2018 untuk merevitalisasi infrastruktur industri kreatif. Program hibah yang disponsori pemerintah sangat sesuai dengan anggaran tahun 2017 sebesar Rp 45,5 miliar.

Pembiayaan terdiri dari tiga paket: Revitalisasi Ruang Kreatif, Fasilitas Ruang Kreatif, Fasilitas Teknologi dan Informasi. Infrastruktur merupakan salah satu kunci terpenting bagi kreativitas dan pertumbuhan ekonomi yang kompetitif. Sejak 2017, pemerintah telah menghidupkan kembali 35 ruang kreatif, lebih dari 10.000 fasilitas, dan lebih dari 1.500 fasilitas teknologi informasi dan komunikasi. Penerima hibah ini mencapai 92 lembaga dari Sabang hingga Merauke dalam dua tahun. Bekraf telah mengidentifikasi pendukung dalam lima kategori: komunitas kreatif, pemerintah provinsi, pemerintah kabupaten/kota, pemerintah desa, dan lembaga adat. Kegiatan kreatif membutuhkan waktu setidaknya dua tahun untuk mengajukan proposal.

Hal ini sebetulnya sebuah langkah progresif, terutama apabila dikaitkan dengan banyaknya bermunculan komunitas pemutar film yang ada di Indonesia. Hanya saja dalam praktiknya, komunitas ini tetap sulit

mengakses dana tersebut. Misalkan pengalaman Palembang Movie Club yang di tahun 2017 mengajukan dana tersebut. Komunitas ini gagal masuk daftar penerima, dikarenakan belum memiliki badan hukum (Day, 2020). Hal ini membuktikan bahwa pemerintah tidak memiliki kesadaran bahwa komunitas-komunitas pemutar film di Indonesia memang tidak memiliki legalitas -makanya dinamakan komunitas-, padahal secara kegiatan mereka bisa menghasilkan perputaran uang layaknya unit bisnis pada umumnya. Jika pemerintah memiliki kesadaran ini, seharusnya diberikan jalan keluar, misalkan berupa pendampingan pembentukan badan hukum. Sehingga puluhan bahkan ratusan komunitas pertunjukan film ini bisa menjadi motor baru dalam menggerakkan lagi industri pertunjukan film di Indonesia..

3. Kesimpulan

Liberalisasi Industri Film bertujuan untuk menggairahkan kembali Industri Pertunjukan Film yang dirasa oleh banyak pelaku belum maksimal. Apalagi dalam kurun waktu 2000-2015, pasar pertunjukan film Indonesia dimonopoli oleh satu perusahaan.

Dihapusnya Industri Film dari Daftar Investasi Negatif telah membawa pertumbuhan jumlah bioskop yang sangat luar biasa. Hanya saja, pertumbuhan ini ternyata juga hanya dinikmati oleh pemain yang bisa dihitungkan dengan jari. Artinya Pasar Industri Film Indonesia masih berbentuk oligopoli. Padahal sebelum tahun 2000an, pasar industry ini sangat kompetitif dengan pelaku-pelaku usaha lokal yang sangat banyak, dan menyebar ke pelosok-pelosok daerah.

Liberalisasi ekonomi sesungguhnya diperuntukkan untuk membentuk ekosistem bisnis kompetitif. Hanya saja ini semua belum terwujud sejak dicabutnya Industri Film dari Daftar Investasi Negatif. Pemerintah seharusnya juga memikirkan strategi agar mengaktifkan kembali iklim kompetitif yang pernah terbentuk, agar kemudian para pelaku usaha lokal juga ikut menikmati kue Industri ini. Padahal di dalam regulasi GATS, pemerintah sebenarnya bisa melakukan beragam model intervensi untuk kemudian memberikan keistimewaan bagi para pelaku usaha lokal.

Daftar Pustaka

- BEKRAF, BPS (2017). *Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif*. http://www.bekraf.go.id/downloadable/pdf_file/170475-data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif.pdf diakses 23 Maret 2019.
- Dicken, Peter (2007). *Global Shift: Clothing Industries*, Sage Publications: London.
- Farid Firdaus (2018). *Ekspansi: CJ CGV Restrukturisasi Saham Graha Layar*. <https://investor.id/market-and-corporate/ekspansi-cj-cgv-restrukturisasi-saham-graha-layar> diakses 15 Oktober 2020.
- Ferdiansyah R, Indra Tamsyah, Yuniarsih Manggarsari (2021). *Intervensi Pemerintah Indonesia dalam Penetrasi Musik Lokal ke Pasar Global melalui*

- Badan Ekonomi Kreatif. Jurnal Syntax Literate* Vol.6 No.4
- Hawin, M. (2012). GATS dan Pendidikan. Bahan Kuliah Hukum Perdagangan Internasional (pp. 3-4). Yogyakarta: Fakultas Hukum UGM
- Ikbar, Y. (2014). *Metode Penelitian Sosial Kualitatif*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Joni Day (2020). *Wawancara langsung dengan Palembang Movie Club*.
- Julianto, Paramadia Arhandia (2016). *Dorong Investasi di Indonesia, Kepala BKPM Temui Produsen Film Hollywood*.
<https://money.kompas.com/read/2016/05/27/111500026/Dorong.Investasi.di.Indonesia.Kepala.BKPM.Temui.Produsen.Film.Hollywood> diakses 10 November 2020
- Pingit Aria (2019), *Cinepolis Akuisisi 40 Persen Saham Grup Lippo di Cinemaxx*.
<https://katadata.co.id/pingitaria/berita/5e9a51a624330/cinepolis-akuisisi-40-saham-grup-lippo-di-cinemaxx> diakses 10 November 2020.
- Sasono, Eric (2011). *Menjegal Film Indonesia: Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia*. Jakarta: Perkumpulan Rumah Film Indonesia dan Yayasan TIFA.
- Situmorang, Eva Kristina (2003). *Analisa Distribusi Film di Indonesia Ditinjau dari Perspektif UU No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Studi Kasus: 21 Cineplex Group)*. Tesis Magister FEUI, tidak dipublikasikan.
- Srihadi, Endang (2012). Bonus Demografi: Jendela Kesempatan atau Jendela Bencana. Retrieved August 25, 2013 from [theindonesianinstitute.com /Bonus Demografi Jendela Kesempatan atau Jendela Bencana.htm](http://theindonesianinstitute.com/Bonus-Demografi-Jendela-Kesempatan-atau-Jendela-Bencana.htm)
- Suhendra (2016). *Pintu Lebar Bisnis Layar Lebar*.
<https://tirto.id/pintu-lebar-di-bisnis-pertunjukan-layar-lebar-bljE> diakses 5 Januari 2020
- Sumarno, Marselli (2008). *Suatu Sketsa Perfilman Indonesia*. Lembaga Studi Film bekerjasama dengan Pemuda Panca Marga, 1994. Tjasmadi, HM Johan. *100 Tahun Bioskop di Indonesia (1900- 2000)*. Penerbit Megindo, Bandung.
- Tim Peneliti Jurusan Ilmu Hubungan Internasional Universitas Gadjah Mada bekerjasama dengan BPPK Kementerian Luar Negeri, 2011, Strategi Penguatan Diplomasi Ekonomi Indonesia terhadap Pasar Non-Tradisional.
- Triadanti (2019). *10 Film Hollywood Terlaris 2018*.
<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/10-film-hollywood-terlaris-di-2018-dengan-penghasilan-fantastis>. Diakses 8 Januari 2020
- Van Heeren, Katinka (2011). "Film 'Side-Stream' Indonesia". Dalam Michalik, Yvonne/Coppens, Laura (ed.). *Asian Hot Shots: Sinema Indonesia*, Penerbit Bentang, Jakarta.
- Voon, Tania (2007). *Cultural Products and the World Trade Organization*. Cambridge University Press, Cambridge.