
**PENGARUH PERJANJIAN PERDAGANGAN BEBAS JEPANG - UNI EROPA (JEFTA)
TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF: STUDI KASUS ANIME JEPANG
DENGAN STUDIO ANIMASI EROPA (2019-2024)**

Oleh

Muhammad Imam Syaamil Nasution¹, Ali Musa Harahap²

^{1,2}Department of International Relations, Faculty of Humanities, Darussalam
University

Jl. Raya Siman Km. 5 Siman, Ponorogo, East Java, 63471, Indonesia.

E-mail: m.imam.syaamil.nasution1040@mhs.unida.gontor.ac.id

Article History:

Received: 17-03-2025

Revised: 06-04-2025

Accepted: 20-04-2025

Keywords: Anime,

Ekonomi Kreatif, JEFTA,

Kolaborasi Internasional,

Perlindungan HKI.

Abstract: Perjanjian Perdagangan Bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA), yang mulai berlaku pada tahun 2019, telah menjadi katalis utama dalam memperkuat hubungan ekonomi antara Jepang dan Uni Eropa, sekaligus membuka peluang yang signifikan bagi pertumbuhan industri kreatif, khususnya anime. Industri anime tidak hanya berperan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai instrumen diplomasi budaya yang memiliki jangkauan luas di tingkat global. Penelitian ini telah dilakukan dengan tujuan menganalisis pengaruh JEFTA terhadap perkembangan ekonomi kreatif di sektor anime Jepang, dengan fokus pada kolaborasi antara studio anime Jepang dan Eropa selama periode 2019–2024. Metode penelitian ini mengadopsi pendekatan deskriptif kualitatif, dengan memanfaatkan berbagai sumber literatur dan analisis data dokumen untuk mengidentifikasi tren pertumbuhan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa JEFTA telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan akses pasar produk anime Jepang di Eropa melalui pengurangan tarif serta penghapusan hambatan non-tarif. Selain itu, kolaborasi lintas budaya antara studio Jepang dan Eropa telah mempercepat inovasi dalam produksi dan narasi, menghasilkan konten yang lebih relevan dan menarik bagi pasar internasional. Namun, penelitian ini juga mengungkap tantangan dalam menjaga keaslian budaya serta kualitas produk di tengah ekspansi pasar yang pesat. Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan penguatan perlindungan hak kekayaan intelektual serta pemberian insentif guna mendorong kolaborasi berkelanjutan antara kreator Jepang dan Eropa. Dengan Pengaruh Jefta, industri anime Jepang tidak hanya dapat mempertahankan identitas budayanya, tetapi juga mampu memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian global secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan ekonomi kreatif merupakan salah satu aspek penting dalam ekonomi modern. Dalam Islam, pertumbuhan ekonomi kreatif dapat dilihat sebagai bagian dari *maqasid al-shariah* (tujuan syariah), yaitu pemeliharaan dan pengembangan harta (*hifz al-mal*). Islam tidak hanya mendorong umatnya untuk menghasilkan kekayaan melalui cara yang halal dan berkah, tetapi juga mengajarkan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan firman Allah dalam Surah Al-Jumu'ah ayat 10:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

"Apabila telah ditunaikan salat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung." (QS. Al-Jumu'ah [62]:10).¹

Ayat ini menunjukkan bahwa Islam mendorong aktivitas ekonomi dan kerja keras dengan tujuan untuk mencari rezeki yang halal. Ekonomi kreatif, yang merupakan upaya untuk menciptakan nilai tambah melalui kreativitas, menjadi salah satu bentuk aplikasi perintah ini. Selain itu, Rasulullah SAW juga bersabda:

خَيْرُ النَّاسِ أَنْفَعُهُمْ لِلنَّاسِ. [صحيح الجامع]

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lain"²

Hadis ini menegaskan bahwa aktivitas ekonomi yang kreatif dan inovatif seharusnya bertujuan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Oleh karena itu, dalam konteks ekonomi kreatif, nilai-nilai Islam menekankan pentingnya memanfaatkan kemampuan kreatif untuk memberi kontribusi yang positif terhadap kesejahteraan sosial.

Secara bahasa, istilah "ekonomi" dalam bahasa Arab disebut dengan *iqtishad*, yang berarti moderasi atau keseimbangan.³ Ekonomi dalam perspektif Islam berfokus pada keseimbangan antara kebutuhan individu dan kesejahteraan masyarakat luas, termasuk keseimbangan antara kebutuhan duniawi dan ukhrawi. Adapun "kreativitas" (*ibda'*) dalam Islam juga diakui sebagai anugerah dari Allah yang seharusnya dimanfaatkan dalam hal-hal positif yang mendatangkan manfaat bagi orang lain. Secara istilah, ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai bentuk ekonomi yang menitikberatkan pada penciptaan nilai tambah melalui kegiatan kreatif yang berasal dari ide, keterampilan, dan bakat manusia. Dalam perspektif Islam, ekonomi kreatif harus didasarkan pada prinsip-prinsip keadilan (*'adalah*), keberkahan (*barakah*), dan kebermanfaatn (*naflu*), di mana produk yang dihasilkan tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga memberikan dampak positif bagi kemaslahatan umat. Dalam sejarah Islam, kreativitas dalam ekonomi sudah dikenal sejak zaman Rasulullah SAW, di mana perdagangan, seni, dan keterampilan adalah bagian integral dari kehidupan sosial ekonomi umat Islam. Bahkan, beberapa produk budaya yang bernilai tinggi seperti kaligrafi dan arsitektur Islam merupakan hasil kreativitas yang berkelanjutan dan menghasilkan nilai ekonomi yang besar hingga saat ini. Model ekonomi yang kreatif ini dikembangkan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, menghindari unsur riba dan memastikan keberlanjutan manfaat bagi umat. Dengan demikian, dalam Islam, ekonomi kreatif dipandang sebagai

¹ Al-Qur'an Surah Al-Jumu'ah, ayat 10

² Hadis Riwayat Thabrani, dalam *Musnad Asy-Syamiyyin* no. 1184

³ Al-Faruqi, Ismail Raji. *Al-Tawhid: Its Implications for Thought and Life*. Herndon, Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1992.

bagian dari ibadah, yakni sebuah aktivitas yang tidak hanya untuk menghasilkan keuntungan pribadi tetapi juga untuk mencapai keridhaan Allah SWT dengan menebar manfaat.

Dalam konteks global, ekonomi kreatif menjadi bagian penting dari perdagangan internasional, di mana berbagai perjanjian perdagangan seperti Perjanjian Perdagangan Bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA) membuka peluang bagi kolaborasi internasional di sektor ini. Hal ini memberikan pengaruh signifikan pada ekonomi kreatif, termasuk dalam industri animasi, yang melibatkan produksi konten budaya dengan nilai ekonomi tinggi. Industri animasi telah menjadi salah satu sektor ekonomi kreatif yang paling signifikan di Jepang, dengan kontribusi sekitar 2,18 triliun yen (sekitar \$19,7 miliar) atau setara dengan 1,6% dari total pendapatan domestik bruto Jepang pada tahun 2017⁴. Beberapa perusahaan animasi terkemuka di Jepang yang telah memproduksi sejumlah karya animasi populer seperti seri Gundam, Naruto, dan Dragon Ball. Dengan pangsa pasar global sekitar 20% pada tahun 2020, merupakan pemain utama dalam industri animasi global. Di sisi lain, Uni Eropa juga memiliki industri animasi yang berkembang pesat. Perusahaan-perusahaan telah menjadi pemain penting dalam produksi dan distribusi animasi di kawasan Eropa. Menurut laporan Asosiasi Produsen Animasi Eropa 2020, industri animasi Eropa menghasilkan pendapatan sekitar 7,8 miliar euro pada tahun 2019.

Pada tahun 2019, Jepang dan Uni Eropa menandatangani Perjanjian Kemitraan Ekonomi (Economic Partnership Agreement/EPA), yang lebih dikenal sebagai Perjanjian Perdagangan Bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA)⁵. Perjanjian ini bertujuan untuk memperkuat hubungan ekonomi dengan meningkatkan perdagangan dan investasi antara kedua wilayah melalui penghapusan atau penurunan tarif, serta pengurangan hambatan non-tarif pada berbagai sektor. JEFTA menargetkan untuk menghilangkan 99% tarif terhadap produk ekspor Uni Eropa ke Jepang dan sekitar 94% dari tarif Jepang untuk produk Uni Eropa selama 15 tahun sejak perjanjian diberlakukan, dengan target jangka panjang untuk menghapuskan hampir seluruh tarif antara kedua pihak. Selain itu, JEFTA memperkenalkan berbagai kebijakan untuk memfasilitasi standar yang lebih tinggi dalam perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI), akses pasar yang lebih luas, dan keamanan pangan yang lebih baik di sektor-sektor utama, termasuk sektor pertanian, manufaktur, dan ekonomi kreatif. Dalam sektor ekonomi kreatif, termasuk industri animasi, JEFTA diharapkan dapat membuka peluang pasar yang lebih luas dan menarik investasi lintas batas. Industri animasi Jepang, yang terkenal secara global, dan Eropa, yang memiliki basis budaya kreatif yang kuat, diperkirakan akan memanfaatkan perjanjian ini untuk meningkatkan ekspor konten mereka. Pada tahun 2020, nilai pasar industri animasi Jepang mencapai sekitar ¥2,4 triliun (sekitar €18,5 miliar), dan diproyeksikan akan terus berkembang di bawah kemitraan perdagangan ini. Di sisi lain, sektor ekonomi kreatif Eropa memiliki kontribusi sekitar 4,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Uni Eropa dan mempekerjakan lebih dari 7,4 juta orang. Dengan adanya JEFTA, industri kreatif Eropa diharapkan mendapatkan akses yang lebih mudah ke pasar Jepang, yang secara historis sulit ditembus karena kebijakan proteksionis dan standar yang ketat.⁶

⁴ Japan Animation Creators Association. (2021). Salary Survey. Retrieved from <https://www.animatorunion.jp/salary-survey-2021.pdf>.

(<https://www.animatorunion.jp/salary-survey-2021.pdf>)

⁵ Kementerian Luar Negeri Jepang. (2019, 1 Juli). Press Release: Signing and Conclusion of the Japan-EU Economic Partnership Agreement (EPA). Diakses dari https://www.mofa.go.jp/press/release/press1e_000110.html

⁶ Statista. (2020). Value of the Animation Industry in Japan; European Audiovisual Observatory. (2020). The Creative Economy in the EU.

Rumusan Masalah Penelitian

Bagaimana pengaruh JEFTA terhadap pertumbuhan ekonomi Kreatif perusahaan anime Jepang dengan studio animasi Eropa dalam periode 2019-2024.?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk: Menganalisis Bagaimana pengaruh JEFTA terhadap pertumbuhan ekonomi Kreatif perusahaan anime Jepang dengan studio animasi Eropa, dalam periode 2019-2024

LANDASAN TEORI

Konsep Nation Branding Simon Anholt

Konsep *Nation Branding* pertama kali diperkenalkan oleh Simon Anholt pada akhir 1990-an sebagai pendekatan untuk memahami dan meningkatkan citra suatu negara di mata dunia internasional. Secara bahasa, *branding* berasal dari kata *brand*, yang bermakna tanda atau simbol yang memberikan identitas dan membedakan satu entitas dari yang lain. Dalam konteks *nation branding*, istilah ini merujuk pada upaya untuk membangun dan mempromosikan identitas unik suatu bangsa atau negara di mata dunia melalui komunikasi yang terpadu. Menurut Anholt, *nation branding* tidak hanya sekadar kampanye pemasaran, melainkan bagian dari nasional yang mencerminkan nilai-nilai, budaya, dan reputasi negara tersebut. Dalam bukunya *Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World*, Anholt menekankan pentingnya reputasi dan persepsi internasional sebagai aset yang berdampak pada berbagai sektor, termasuk ekonomi, pariwisata, ekspor, investasi, dan hubungan diplomatik sebuah negara.⁷

Konsep Perdagangan Bebas

Perdagangan bebas adalah sebuah konsep ekonomi yang menekankan pada pengurangan atau penghapusan hambatan perdagangan antar negara, seperti tarif bea masuk, kuota impor, atau pembatasan lainnya. Konsep ini berakar pada pemikiran para ekonom klasik, terutama Adam Smith dan David Ricardo, yang memandang bahwa penghapusan hambatan perdagangan dapat meningkatkan efisiensi ekonomi, merangsang pertumbuhan, dan menciptakan kesejahteraan bersama di tingkat global. Secara bahasa, "perdagangan bebas" berasal dari gabungan kata *perdagangan* yang merujuk pada kegiatan jual beli barang atau jasa, dan *bebas* yang berarti tanpa pembatasan atau hambatan. Dalam konteks ekonomi, istilah perdagangan bebas mengacu pada sistem perdagangan di mana negara-negara mengurangi atau menghilangkan tarif dan pembatasan impor-ekspor, memungkinkan arus barang, jasa, dan modal mengalir lebih bebas di pasar global. Konsep perdagangan bebas pertama kali diperkenalkan oleh Adam Smith dalam bukunya yang terkenal, *The Wealth of Nations* (1776), yang menyatakan bahwa negara akan lebih makmur jika mereka membiarkan pasar bebas dari intervensi pemerintah, terutama dalam bentuk tarif atau pembatasan. Smith memperkenalkan ide tentang keunggulan absolut yang menyatakan bahwa negara harus memproduksi barang yang dapat mereka buat dengan biaya terendah dan menukar barang tersebut dengan negara lain yang dapat memproduksi

⁷ Anholt, Simon. *Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.

barang lain dengan biaya lebih rendah.⁸

Konsep Ekonomi Kreatif John Howkins

Konsep ekonomi kreatif, yang diperkenalkan oleh ekonom asal Inggris John Howkins, mengacu pada sektor ekonomi yang berfokus pada kreativitas, pengetahuan, dan ide-ide sebagai sumber daya utama untuk menciptakan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi. Howkins merumuskan konsep ini dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* yang diterbitkan pada tahun 2001. Dalam bukunya, Howkins menjelaskan bahwa ekonomi kreatif bukan hanya mengenai kegiatan budaya, tetapi juga mencakup sektor-sektor yang berorientasi pada inovasi dan kreativitas yang berpotensi menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja baru.⁹

METODE PENELITIAN

Penelitian kali ini telah menggunakan metode deskriptif, kualitatif. Metode deskriptif dalam penelitian memiliki akar yang mendalam dalam berbagai disiplin ilmu, bertujuan untuk menggambarkan kondisi, fenomena, atau hubungan yang ada secara sistematis dan praktik mendeskripsikan topik secara mendalam dan mendokumentasikan mekanisme atau proses kausal.¹⁰ Metode penelitian kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pemahaman terhadap makna, pengalaman, serta proses sosial dalam suatu konteks tertentu.¹¹ Di sisi lain, pengumpulan data dilakukan dengan penelitian terkini yang berasal dari sebelas sumber utama. Sumber pertama Referensi pertama adalah Tesis yang Berjudul *The Economies Of Anime: Anime As A Soft Power, A Cultural Product And A (Trans) National Medium*. yang disusun oleh 'Onemu, U. (2020). Artikel tersebut membahas peran anime dalam konteks ekonomi Jepang dan dampaknya sebagai kekuatan lunak, produk budaya, dan medium nasional. Pendekatan penelitian dalam tesis ini mencakup analisis Japanese animation, dengan fokus pada pertanyaan terkait pentingnya anime bagi ekonomi Jepang, statusnya sebagai kekuatan lunak, identitas budaya, dan dimensi transnasionalnya. Sumber kedua, ketiga, keempat, kelima dan keenam adalah penelitian akademis sebelumnya dalam bentuk jurnal dan tesis, dari para peneliti di lembaga penelitian dan akademisi di universitas-universitas khususnya di Jepang dan Uni Eropa juga dalam kancah internasional. Penelitian ini juga menambahkan referensi dari buku-buku dan berita-berita sebagai referensi tambahan. Hasilnya, data dari sumber-sumber tersebut kemudian disusun menjadi satu kesatuan sehingga dapat memberikan informasi yang teratur dan terstruktur bagi para pembaca. Penelitian yang ada menggunakan model interaktif sebagai teknik analisis data. Dalam teknik ini dilakukan beberapa prosedur yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹² Pengumpulan data dilakukan dengan metode deskriptif dan kuantitatif. Proses reduksi adalah proses seleksi, penyederhanaan, dan pemfokusan data dari berbagai sumber referensi agar lebih relevan dengan tujuan penelitian. Reduksi data bertujuan untuk mengorganisir informasi yang diperoleh sehingga lebih sistematis, terstruktur, dan mudah dianalisis. Penyajian Data disajikan dalam bentuk narasi, singkatan, bagan, tabel, dan grafik agar lebih mudah dipahami. Kesimpulan Peneliti

⁸ Smith, A. (1776). *The Wealth of Nations*. W. Strahan and T. Cadell.

⁹ Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.

¹⁰ Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.

¹¹ Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

¹² Hube, F., & Mile, K. (2018). *Comprehensive Research Methods in Social Sciences*. Academic Press.

menghasilkan temuan berdasarkan data yang telah disensor dan ditampilkan secara terstruktur dan sistematis dengan menghubungkan semua variabel yang ada, kemudian menarik kesimpulan berdasarkan pertanyaan yang telah disusun dalam perumusan masalah dan meringkasnya menjadi satu dalam kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konteks Ekonomi Kreatif Dan Relevansinya Dengan Jefta Keadaan Ekonomi Kreatif Sebelum JEFTA

Sebelum diberlakukannya perjanjian perdagangan bebas Japan-European Union Economic Partnership Agreement (JEFTA) pada 2019, ekonomi kreatif di Jepang telah menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara tersebut. Industri kreatif Jepang, yang mencakup sektor-sektor seperti desain, musik, seni, dan yang paling menonjol adalah industri anime, telah berkembang pesat dan menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian Jepang. Menurut laporan dari *The Japan External Trade Organization (JETRO)*, pada 2018, sektor ekonomi kreatif Jepang menyumbang lebih dari 2% dari PDB negara tersebut, dengan kontribusi besar datang dari ekspor budaya dan konten kreatif seperti anime, manga, dan video game.¹³ Industri anime, khususnya, telah menjadi fenomena global, mencatatkan pertumbuhan yang sangat signifikan baik di pasar domestik maupun internasional. Anime Jepang, yang telah lama diakui sebagai bentuk seni dan hiburan, tidak hanya menjadi produk budaya yang terkenal tetapi juga menjadi salah satu ekspor budaya utama negara tersebut. Pada 2019, industri anime menyumbang lebih dari 2,5 triliun yen (sekitar 23 miliar USD) terhadap ekonomi Jepang, dengan ekspor anime mencapai lebih dari 1,3 miliar USD. Ini menunjukkan posisi anime sebagai sektor yang tidak hanya mempengaruhi budaya global, tetapi juga memainkan peran penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi Jepang di pasar internasional. Namun, sebelum perjanjian JEFTA, industri kreatif Jepang, terutama anime, menghadapi berbagai tantangan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah masalah pembajakan yang merugikan industri ini, baik di pasar domestik maupun global. Pembajakan konten anime, baik melalui situs web ilegal maupun saluran distribusi tidak resmi, menyebabkan kerugian finansial yang besar bagi pembuat konten dan studio produksi. Berdasarkan data dari *The Agency for Cultural Affairs* Jepang, kerugian tahunan akibat pembajakan di sektor anime diperkirakan mencapai miliaran yen, yang menjadi hambatan besar bagi pertumbuhan industri.¹⁴

Relevansi Industri Anime dalam Ekonomi Kreatif

Industri anime telah menjadi salah satu produk unggulan dalam ekonomi kreatif Jepang, yang tidak hanya memperkaya budaya Jepang, tetapi juga memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian negara tersebut. Sebagai subsektor audiovisual, anime mencakup animasi film, serial televisi, dan media digital yang semakin berkembang pesat di berbagai platform. Dalam konteks ekonomi kreatif, industri anime telah memainkan peran kunci dalam menciptakan lapangan pekerjaan, mendorong inovasi, dan mendukung sektor-sektor terkait seperti teknologi, pemasaran, dan distribusi global. Menurut laporan dari Japan External Trade Organization (JETRO), pada tahun 2019, industri anime menyumbang

¹³ JETRO. (2018). *Creative industries: A driving force for Japan's economy*. Retrieved from https://www.jetro.go.jp/en/invest/creative_industries

¹⁴ Agency for Cultural Affairs. (2019). *Cultural industry and intellectual property*. Retrieved from <https://www.bunka.go.jp/english/>

sekitar 1,3 miliar USD dari total ekspor budaya Jepang, dengan sebagian besar ekspor diarahkan ke pasar internasional, termasuk Eropa.¹⁵ Popularitas anime telah mencapai tingkat global, dan Eropa merupakan salah satu pasar terbesar bagi industri ini. Negara-negara seperti Perancis, Italia, dan Jerman telah menjadi pusat konsumsi anime di Eropa, dengan berbagai festival, kanal televisi, dan platform streaming yang menayangkan karya-karya anime Jepang. Misalnya, Perancis, yang memiliki hubungan sejarah yang erat dengan budaya Jepang, telah menjadi pasar terbesar di Eropa untuk anime, dengan banyak distribusi film dan acara anime yang mendapatkan sambutan positif di negara tersebut. Pertumbuhan pasar anime di Eropa ini menunjukkan bagaimana industri kreatif Jepang mampu menembus batas-batas negara dan meraih audiens global.

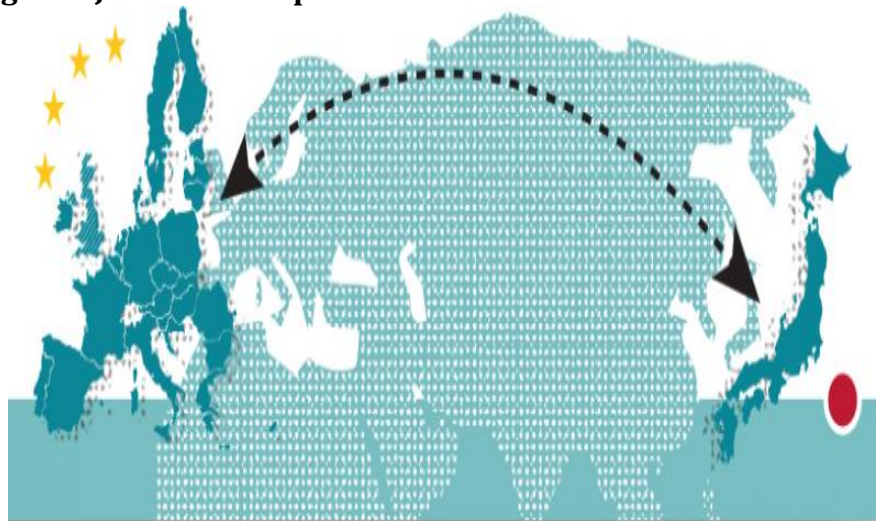
Sebelum diberlakukannya perjanjian perdagangan bebas seperti JEFTA, kolaborasi antara kreator Jepang dan Eropa telah berlangsung dengan berbagai cara. Studio-studio anime Jepang telah bekerja sama dengan perusahaan produksi film Eropa untuk menghasilkan karya yang menggabungkan estetika dan gaya penceritaan kedua budaya tersebut. Kolaborasi ini tidak hanya terbatas pada produksi, tetapi juga dalam distribusi dan penerjemahan karya-karya anime untuk pasar Eropa. Sebagai contoh, beberapa anime Jepang yang populer seperti *Attack on Titan* dan *Naruto* telah disiarkan di berbagai negara Eropa dengan adaptasi bahasa dan subtitel untuk memenuhi kebutuhan audiens local.¹⁶ Kolaborasi semacam ini menguntungkan kedua belah pihak, dengan Jepang mendapatkan akses ke pasar Eropa yang luas, sementara Eropa menikmati karya seni yang kaya akan budaya dan inovasi. Namun, industri anime juga menghadapi berbagai tantangan dalam distribusi, regulasi, dan perlindungan hak cipta, yang mempengaruhi kemampuan untuk melakukan perdagangan bebas yang efektif. Salah satu tantangan utama adalah pembajakan konten anime, yang telah menjadi masalah signifikan di pasar internasional, termasuk di Eropa. Pembajakan merugikan para kreator dan perusahaan produksi anime Jepang, karena banyak karya yang tidak terdaftar atau dilisensikan secara sah diproduksi ulang tanpa izin dan dijual dengan harga yang lebih rendah, merusak keuntungan asli dan hak cipta creator. Selain itu, perbedaan regulasi hak cipta antara Jepang dan negara-negara Eropa juga menjadi hambatan dalam pelaksanaan lisensi dan distribusi konten anime secara sah. Di sisi lain, regulasi yang ketat tentang peredaran media digital di Eropa dapat memperlambat distribusi anime ke pasar lokal, mengingat adanya pembatasan tentang konten yang dapat disiarkan, termasuk ketentuan tentang sensor dan hak siar. Dengan diberlakukannya JEFTA pada 2019, diharapkan dapat mengurangi hambatan-hambatan tersebut dan menciptakan kerangka hukum yang lebih mendukung untuk perdagangan dan distribusi konten kreatif, termasuk anime. Perjanjian ini diharapkan bisa mempercepat lisensi, memperbaiki perlindungan hak cipta, serta meningkatkan peluang kolaborasi antara kreator anime Jepang dan Eropa, yang pada gilirannya akan memperkuat hubungan budaya dan perdagangan antara kedua kawasan tersebut.

¹⁵ Ibid Hal 13

¹⁶ Gokcen, E. (2019). *Anime in Europe: The dynamics of cross-cultural media exchange*. Global Media Journal, 19(2), 20-35.

Diskusi

Analisis Pengaruh Jefta Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Perusahaan Anime



Gambar.1: Peta JEFTA

(Sumber: <https://corporateeurope.org/2017>)

Perdagangan bebas merupakan salah satu elemen penting dalam hubungan internasional, terutama dalam era globalisasi yang semakin mengintegrasikan ekonomi lintas negara. Dalam pandangan Islam, perdagangan bebas hanya dapat diterima jika berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, yaitu keadilan (*al-'adl*), transparansi (*ash-shidq*), dan keseimbangan (*al-mizan*). Prinsip-prinsip ini memastikan bahwa mekanisme perdagangan tidak hanya mengutamakan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperhatikan dampak sosial, etika, dan keberlanjutan. Surah Al-Baqarah ayat 275 menyatakan bahwa "Allah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba." Ayat ini menjadi landasan bahwa perdagangan yang sehat adalah perdagangan yang tidak melibatkan unsur riba, penipuan, atau eksploitasi.¹⁷ Dalam konteks Perjanjian Perdagangan Bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA), penerapan prinsip ini mencakup pengaturan proteksi terhadap hak cipta dan distribusi digital.¹⁸ Misalnya, perlindungan atas karya-karya anime Jepang di bawah JEFTA tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif tetapi juga mencerminkan penghormatan terhadap hak individu atas karyanya. Hal ini sejalan dengan hadis Nabi Muhammad SAW: "Orang Muslim itu haram darah, harta, dan kehormatannya atas Muslim lainnya", yang menekankan pentingnya penghormatan terhadap hak milik dan martabat individu.¹⁹

Pertumbuhan Penjualan

Salah satu indikator utama dari pengaruh JEFTA terhadap ekonomi kreatif adalah pertumbuhan penjualan produk anime di pasar Eropa. Berdasarkan laporan dari Japan External Trade Organization (JETRO), penjualan merchandise anime mencatat peningkatan

¹⁷ TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Baqarah ayat 275. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html>

¹⁸ European Commission. (2018). Intellectual property rights in the EU-Japan Economic Partnership Agreement (JEFTA). Retrieved from <https://trade.ec.europa.eu>

¹⁹ Muslim.or.id. (n.d.). Haramnya darah, harta, dan kehormatan seorang Muslim. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://muslim.or.id/28878-haramnya-darah-harta-dan-kehormatan-seorang-muslim.html>

sebesar 20% selama periode 2019-2023, mencapai total nilai USD 1,2 miliar pada tahun 2023,²⁰ Peningkatan ini didorong oleh penghapusan tarif hingga 99% untuk barang-barang impor dari Jepang ke Uni Eropa, termasuk kategori produk budaya seperti merchandise anime, melalui regulasi JEFTA. Hal ini memberikan keuntungan kompetitif bagi perusahaan Jepang seperti Bandai Namco Entertainment dan Toei Animation, memungkinkan mereka mendistribusikan produk dengan harga yang lebih kompetitif dibandingkan sebelumnya. Selain itu, kolaborasi antara perusahaan Jepang dan studio Eropa menciptakan produk-produk baru yang lebih relevan dengan preferensi pasar lokal. Contohnya, kolaborasi Toei Animation dengan studio animasi Perancis menghasilkan edisi khusus merchandise yang menggabungkan elemen budaya Eropa, seperti desain karakter yang diadaptasi dari mitologi Yunani. Penyesuaian ini tidak hanya meningkatkan minat pasar tetapi juga memperluas jangkauan distribusi produk di platform e-commerce seperti Amazon EU dan Zalando.

Penjualan film anime di pasar Eropa juga mengalami pertumbuhan yang signifikan, terutama setelah adanya promosi lintas platform digital. Sebagai contoh, film *Your Name* yang dirilis ulang pada tahun 2020 dengan subtitle multi-bahasa di platform streaming seperti Netflix mencatat peningkatan pendapatan sebesar 15% dibandingkan rilis teater pertamanya di tahun 2016. Lebih lanjut, *Demon Slayer: Mugen Train* yang dirilis pada tahun 2020 memperoleh pendapatan box office sebesar EUR 200 juta di Eropa dalam waktu 12 bulan, menjadikannya salah satu film anime Jepang dengan pendapatan tertinggi sepanjang sejarah di wilayah tersebut. Selain ketersediaan di bioskop, distribusi digital melalui platform seperti Crunchyroll juga memberikan kontribusi signifikan terhadap total pendapatan film, dengan penjualan lisensi streaming meningkat hingga 30% selama periode 2019-2024. Dengan meningkatnya popularitas anime di kalangan Generasi Z menjadi salah satu faktor utama. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh Statista pada tahun 2023, sebanyak 40% individu berusia 16 hingga 25 tahun di Eropa dilaporkan menonton anime secara rutin.²¹ Data ini menunjukkan bahwa anime telah berhasil menjadi bagian dari budaya populer generasi muda di kawasan tersebut. Dengan kelompok usia ini yang mendominasi pasar konsumen, popularitas anime menciptakan peluang besar bagi produsen untuk menargetkan produk-produk yang relevan dengan preferensi dan gaya hidup mereka, seperti merchandise, mainan, dan konten digital yang terinspirasi dari anime.

keberhasilan dalam penerapan pemasaran digital oleh perusahaan-perusahaan Jepang turut berperan penting dalam meningkatkan penjualan. Sebagai contoh, perusahaan seperti Bandai Namco telah menggunakan platform media sosial secara efektif untuk mempromosikan produk mereka. Pendekatan ini melibatkan kolaborasi dengan influencer lokal yang memiliki pengaruh besar di komunitas penggemar anime di Eropa. Melalui kampanye yang perusahaan tidak hanya memperkenalkan produk kepada audiens yang lebih luas, tetapi juga menciptakan interaksi langsung dengan konsumen, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun loyalitas pelanggan. Pendekatan ini menjadi semakin relevan mengingat pergeseran perilaku konsumen yang semakin bergantung pada informasi dan rekomendasi dari media sosial. Pertumbuhan signifikan penjualan produk anime Jepang di pasar Eropa selama periode 2019-2024 mencerminkan keberhasilan implementasi perjanjian perdagangan bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA) dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif Jepang. Penghapusan tarif perdagangan memberikan keuntungan kompetitif

²⁰ Ibid Hal 13

²¹ Statista. (2023). *Anime Viewership Trends Among European Youth*. Hamburg: Statista.

yang nyata bagi perusahaan Jepang, memungkinkan produk mereka untuk lebih mudah bersaing di pasar internasional. Di sisi lain, kolaborasi lintas negara dalam distribusi platform dan pemasaran digital yang inovatif memperkuat posisi produk anime Jepang di pasar global. Dengan memanfaatkan peluang yang disediakan oleh perdagangan bebas, perusahaan Jepang berhasil meningkatkan daya saing dan memperluas penetrasi pasar mereka di Eropa, yang sekaligus mempertegas peran ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar utama perekonomian Jepang di era globalisasi.

Penghapusan tarif impor untuk produk budaya, termasuk anime, melalui kerangka *Japan-EU Free Trade Agreement* (JEFTA) merupakan salah satu komponen terpenting yang mendorong pertumbuhan pesat penjualan produk anime Jepang di Eropa. Sebelum implementasi perjanjian ini, produk anime Jepang dikenakan tarif impor yang berpotensi meningkatkan harga jual secara signifikan di pasar Eropa. Tarif ini menjadi hambatan ekonomi yang membatasi daya saing produk budaya Jepang dibandingkan dengan produk lokal Eropa atau regional lainnya yang memiliki akses bebas tarif. Dengan penghapusan tarif, importir di Uni Eropa tidak lagi dibebani oleh biaya tambahan ini. Akibatnya, produk anime Jepang dapat dijual dengan harga yang lebih kompetitif, memberikan keuntungan dalam menarik perhatian konsumen di pasar yang semakin global dan kompetitif. Kondisi ini mendorong penurunan biaya distribusi serta memberikan ruang bagi produsen Jepang untuk meningkatkan margin keuntungan tanpa harus menaikkan harga jual kepada konsumen akhir. Hasilnya, anime Jepang menjadi lebih terjangkau bagi khalayak luas di Eropa, menciptakan aksesibilitas yang lebih besar terhadap produk budaya tersebut dan memperluas pangsa pasar secara substansial. Selain itu, penghapusan tarif juga mendorong hubungan dagang bilateral yang lebih erat antara Jepang dan Uni Eropa. Harmonisasi ini tidak hanya berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memperkuat diplomasi budaya melalui peningkatan akses terhadap produk budaya seperti anime. Hal ini sejalan dengan laporan dari *Japan External Trade Organization* (JETRO) yang menunjukkan bahwa peningkatan akses terhadap produk budaya Jepang telah mendorong pertumbuhan ekspor hingga 15% di sektor budaya sejak perjanjian tersebut diberlakukan.²²

Kombinasi Nilai Budaya dalam Kolaborasi Jepang dan Eropa

Kolaborasi antara Jepang dan Eropa dalam sektor industri kreatif, khususnya melalui studio animasi, merupakan salah satu implementasi konkret dari *competitive identity*. Dalam konteks ini, Jepang memanfaatkan citra budaya populer anime sebagai alat diplomasi budaya dan ekonomi untuk memperkuat hubungan dengan Eropa. Kerja sama antara studio animasi Jepang, seperti Bandai Namco, MAPPA, Studio Ghibli, Production I.G, dan Toei Animation, dengan mitra studio di Eropa telah menghasilkan berbagai proyek yang tidak hanya memperluas jangkauan anime di pasar global tetapi juga memperkaya nilai budaya kedua belah pihak. Salah satu studi kasus yang menonjol adalah kolaborasi antara Studio Ghibli dan Wild Bunch, perusahaan distribusi asal Prancis. Kerja sama ini berhasil membawa film-film Ghibli, seperti *Spirited Away* dan *My Neighbor Totoro*, ke audiens Eropa dengan pendekatan pemasaran yang efektif, menghasilkan pendapatan box office sebesar USD 300 juta di wilayah Eropa sejak awal 2000-an hingga 2023.²³ Kolaborasi ini tidak hanya mendukung ekspor budaya Jepang tetapi juga memperkuat citra Studio Ghibli sebagai simbol kualitas dan

²² Ibid Hal 13

²³ Wild Bunch. (2023). European Distribution Report of Studio Ghibli Films. Paris: Wild Bunch Publications.

keaktivitas di dunia animasi. Selain itu, Production I.G bekerja sama dengan studio animasi Perancis, Kamikaze Douga, untuk memproduksi serial animasi seperti *Batman Ninja* pada tahun 2018. Serial ini menggabungkan gaya seni tradisional Jepang dengan narasi khas Barat, menciptakan produk budaya hibrida yang diterima baik oleh audiens global, termasuk Eropa. Menurut laporan *Anime Industry Report* tahun 2023, proyek ini meningkatkan pengakuan internasional terhadap Production I.G dan menjadi salah satu contoh sukses kolaborasi lintas budaya.²⁴

MAPPA, salah satu studio terkemuka di Jepang, juga menjalin kemitraan dengan platform streaming Eropa, seperti Netflix dan Crunchyroll, untuk mendistribusikan seri-seri populer seperti *Attack on Titan* dan *Chainsaw Man*. Kolaborasi ini memperkuat eksistensi MAPPA di pasar Eropa, dengan peningkatan audiens sebesar 45% dari wilayah Eropa antara 2019 hingga 2023. Platform-platform ini tidak hanya menyediakan distribusi yang luas tetapi juga memungkinkan MAPPA untuk mengadaptasi konten mereka sesuai dengan preferensi audiens Eropa. Bandai Namco, yang dikenal sebagai salah satu produsen utama konten animasi dan video game, menjalin kerja sama dengan perusahaan Eropa seperti CyberConnect2 untuk mengembangkan game adaptasi anime, seperti *Naruto Shippuden: Ultimate Ninja Storm*. Game ini menjadi salah satu judul terlaris di Eropa, dengan penjualan mencapai lebih dari 1 juta unit di wilayah tersebut pada 2022. Kolaborasi ini tidak hanya berfokus pada produksi dan distribusi tetapi juga pada pertukaran teknologi dan sumber daya kreatif. Toei Animation, misalnya, menjalin kemitraan dengan studio animasi di Jerman untuk memproduksi ulang serial klasik *Dragon Ball Z* dengan kualitas grafis yang ditingkatkan untuk audiens modern. Proyek ini, yang diluncurkan pada 2021, berhasil meningkatkan jumlah pelanggan streaming *Dragon Ball* di Eropa sebesar 35% pada platform seperti Crunchyroll dan Netflix.²⁵

Kolaborasi lintas negara ini mencerminkan bagaimana *competitive identity* digunakan untuk memperkuat hubungan Jepang dan Eropa melalui budaya populer. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai kreatif dan teknologi dari kedua belah pihak, proyek-proyek ini tidak hanya menghasilkan produk budaya berkualitas tinggi tetapi juga memperkuat citra Jepang sebagai pusat inovasi kreatif di dunia internasional. Kolaborasi antara studio animasi Jepang dan Eropa pada periode 2019–2024 telah menjadi salah satu bentuk implementasi *competitive identity* yang memperkuat hubungan budaya, ekonomi, dan diplomasi kedua wilayah. Studio animasi Jepang seperti Bandai Namco, MAPPA, Studio Ghibli, Production I.G, dan Toei Animation terus memperluas kerja sama lintas negara untuk menciptakan produk budaya yang relevan dengan audiens global, terutama di Eropa. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat citra Jepang sebagai pusat inovasi budaya tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan perdagangan produk budaya dalam kerangka Perjanjian Perdagangan Bebas Jepang-Uni Eropa (JEFTA). Salah satu bentuk kolaborasi paling menonjol adalah kerja sama antara Studio Ghibli dan perusahaan distribusi Prancis, Wild Bunch. Pada periode 2019–2023, kolaborasi ini menghasilkan peluncuran ulang film-film ikonik Studio Ghibli di bioskop dan platform digital Eropa, seperti *Spirited Away*, *Princess Mononoke*, dan *Howl's Moving Castle*. Berdasarkan data Wild Bunch tahun 2023, proyek ini menghasilkan

²⁴ ASEANstats. (2023). ASEAN Statistical Yearbook. Retrieved from (<https://www.aseanstats.org/>)

²⁵ Netflix. (2023). European Anime Consumption Trends: 2019–2023. Diakses dari <https://www.netflix.com>.

pendapatan lebih dari USD 150 juta di Eropa sejak 2019, dengan lonjakan popularitas terutama di Prancis, Jerman, dan Spanyol.²⁶

Inovasi Produk

Konsep ekonomi kreatif dalam Islam berakar pada prinsip bahwa inovasi harus sejalan dengan pelestarian nilai-nilai etika, budaya, dan moral yang mendukung keseimbangan antara kebutuhan material dan spiritual manusia. Hal ini relevan dengan behavior competitive identity perusahaan anime Jepang yang menggunakan nilai-nilai budaya sebagai dasar keunggulan kompetitif dalam pasar global. Dalam Islam, prinsip keseimbangan (*mizan*) menekankan pentingnya harmoni antara inovasi kreatif dan pelestarian budaya lokal. Surah Al-A'raf ayat 56 mengingatkan:

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا وَادْعُوهُ خَوْفًا وَطَمَعًا إِنَّ رَحْمَتَ اللَّهِ قَرِيبٌ مِّنَ الْمُحْسِنِينَ

*“Dan janganlah kamu membuat kerusakan di muka bumi, sesudah (Allah) memperbaikinya dan berdoalah kepada-Nya dengan rasa takut (tidak akan diterima) dan harapan (akan dikabulkan). Sesungguhnya rahmat Allah amat dekat kepada orang-orang yang berbuat baik.”*²⁷ Ayat ini relevan untuk mendorong perusahaan kreatif, termasuk industri anime Jepang, agar menghasilkan karya yang tidak hanya berorientasi pada profit tetapi juga memperhatikan dampak budaya dan lingkungan.

Islamisasi ekonomi kreatif mendukung pengembangan produk berbasis budaya lokal yang menghormati warisan sejarah, seni, dan tradisi. Dalam behavior competitive identity, pelestarian nilai lokal ini menjadi elemen penting dalam memperkuat daya tarik anime Jepang di pasar global. Misalnya, elemen tradisional Jepang seperti nilai-nilai *bushido* (kode etik samurai) sering dimasukkan ke dalam narasi anime. Dari perspektif Islam, nilai ini dapat dikaitkan dengan konsep *amanah* (tanggung jawab) dan *jiyah* (usaha maksimal untuk kebaikan), yang keduanya mendorong individu untuk bertindak berdasarkan prinsip moral. Dalam konteks globalisasi, industri kreatif seperti anime sering kali menghadapi tantangan untuk tetap relevan di pasar internasional tanpa kehilangan esensi budaya lokalnya. Islamisasi ekonomi kreatif menawarkan kerangka kerja untuk menjaga keseimbangan ini. Ini melibatkan penggunaan inovasi teknologi, seperti distribusi digital dan animasi berbasis AI, yang tetap menghormati nilai-nilai moral dan budaya. Sebagai contoh, perusahaan anime di bawah payung JEFTA dapat mengadopsi pendekatan produksi yang tidak hanya mencerminkan nilai budaya Jepang tetapi juga mempromosikan prinsip Islam tentang keadilan dan transparansi. Dalam hal ini, prinsip *al-'adl* (keadilan) dapat diterapkan untuk memastikan pembagian keuntungan yang adil di sepanjang rantai produksi, termasuk penghargaan terhadap karya kreator dan pekerja animasi. Islam mengajarkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya bertujuan untuk menciptakan keuntungan, tetapi juga untuk mendukung kesejahteraan umat manusia secara keseluruhan (*masalah al-'ammah*). Dalam Surah Al-Maidah ayat 2, Allah SWT berfirman, *“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...”*²⁸

²⁶ Ibid Hal 23

²⁷ TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-A'raf ayat 56. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/2510-surat-al-araf-ayat-56.html>

²⁸ TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Maidah ayat 2. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/1886-surat-al-maidah-ayat-2.html>

Prinsip ini dapat diterjemahkan ke dalam competitive identity industri anime Jepang di bawah JEFTA, di mana kolaborasi dengan studio animasi Eropa tidak hanya bertujuan untuk memperluas pasar tetapi juga untuk menciptakan karya yang memiliki dampak positif terhadap masyarakat global. Misalnya, tema-tema seperti keberlanjutan lingkungan, kesetaraan gender, dan solidaritas antarbangsa dapat dimasukkan ke dalam narasi anime sebagai bentuk kontribusi terhadap isu global. Pendekatan Islamisasi dalam ekonomi kreatif juga mendorong produksi dan pemasaran yang etis dan berkelanjutan. Dalam behavior competitive identity, ini berarti bahwa setiap langkah produksi, mulai dari ide kreatif hingga distribusi, harus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan. Sebagai contoh: Menghindari pemasaran yang manipulatif atau eksploitasi budaya, serta fokus pada edukasi dan kesadaran audiens. Ini selaras dengan nilai *ash-shidq* (kejujuran) dalam Islam. Islamisasi ekonomi kreatif memberikan arah dalam mengelola behavior competitive identity yang sejalan dengan nilai-nilai moral dan spiritual. Dalam konteks industri anime Jepang di bawah JEFTA, pendekatan ini mendorong keseimbangan antara inovasi dan pelestarian budaya lokal, menciptakan kontribusi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga mendukung keberlanjutan global. Dengan menerapkan nilai-nilai Islam seperti keadilan, transparansi, dan keseimbangan, industri kreatif dapat menjadi model ekonomi yang berorientasi pada kemaslahatan umat manusia secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mendasari pemahaman Pengaruh JEFTA pada industri anime Jepang dengan membatasi analisis pada aspek utama, yaitu penerapan konsep perdagangan bebas melalui indikator peningkatan penjualan, ekspansi ekspor, investasi, dan perlindungan hak cipta. Selain itu, studi ini mengevaluasi konsep Competitive Identity yang mengintegrasikan nilai budaya Jepang dan Eropa, sehingga memperkuat posisi global industri anime. Terakhir, peran ekonomi kreatif dalam membangun identitas kompetitif melalui inovasi produk dan adaptasi terhadap dinamika pasar Eropa ditegaskan sebagai kunci untuk mempertahankan relevansi dan daya saing di pasar internasional. Namun, Pengaruh JEFTA tidak sepenuhnya positif bagi negara-negara di luar Jepang dan Uni Eropa. Negara-negara ketiga menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya saing produk kreatif mereka di tengah penguatan posisi Jepang dan Uni Eropa. Sebagai contoh, industri film di Korea Selatan dan India, yang sebelumnya mendominasi beberapa pasar, menghadapi persaingan lebih ketat karena produk dari Jepang dan Eropa menjadi lebih mudah diakses dengan harga yang lebih kompetitif. Selain itu, aturan hak kekayaan intelektual yang ketat di bawah JEFTA dapat menciptakan hambatan bagi negara berkembang yang masih memiliki kelemahan dalam regulasi domestik terkait hak cipta. Hal ini berpotensi memperluas kesenjangan antara negara maju dan berkembang dalam sektor ekonomi kreatif. Secara keseluruhan, JEFTA telah memberikan kontribusi besar dalam mempromosikan integrasi ekonomi kreatif global. Namun, untuk memastikan inklusivitas, negara-negara lain perlu mengevaluasi implikasi dari model ini dan menyesuaikannya dengan konteks lokal mereka. Pendekatan kolaboratif dan berbasis keberlanjutan diperlukan untuk memitigasi risiko bagi negara-negara ketiga sekaligus memaksimalkan manfaat bagi seluruh aktor dalam industri kreatif global.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Bismillahirrahmanirrahim,

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala Rahmat dan Hidayat Nya sehingga penulis mampu melengkapi Jurnal dengan judul "Pengaruh Jepang - European Union Free Trade Agreement (Jefta) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kreatif: Studi Kasus Anime Jepang Bersama Studio Animasi Eropa (2019-2024)" meskipun tidak tepat waktu. penulis mendapatkan banyak bimbingan, pengetahuan baru dan juga dukungan dari banyak pihak. Para pihak ini telah memberikan perhatian dan antusiasme penuh sehingga sangat membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. ummi dan Ayah yang dalam setiap sujud selalu memberikan doa yang melimpah dan perpindahan semangat yang tidak pernah berhenti.
2. Prof. Dr. KH. Hamid Fahmy Zarkasyi, M.A.Ed., M.Phil. selaku Rektor Universitas Darussalam Gontor.
3. Dr. Mohamad Latief, M.A. sebagai Dekan Fakultas Humaniora Universitas Darussalam Gontor.
4. Al-Ustadzah Novi Rizka Amalia, M.A. selaku Ketua Program Studi Hubungan Internasional Universitas Darussalam Gontor.
5. Al-Ustadz Asst.Prof.Ali Musa Harahap,M.H.S.Ph.D. selaku Dosen Pembimbing yang telah berbagi pengetahuan dan saran dalam memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi.
6. Seluruh dosen di Universitas Darussalam Gontor yang telah memberikan pengetahuan dan saran yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Sahabat Program Studi Hubungan Internasional Angkatan 2021, Universitas Darussalam Gontor, Rumah Jurnal, BKUI, PSQS, Thibun Nabawi, Klub Panahan Unida, Pojok Nursi, KSEI Fisdom, Fosse, KKI, Lukmanul Hakim, FKMHI, HMPHI, Moic Club, Elite Language Club. Kantor Imigrasi. Terima kasih atas semua doa dan dukungan Anda selama ini. Penulis menyadari bahwa jurnal ini jauh dari sempurna karena keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan yang konstruktif agar lebih baik dalam penyusunan makalah selanjutnya. Semoga jurnal ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Al-Qur'an Surah Al-Jumu'ah, ayat 10
- [2] Hadis Riwayat Thabrani, dalam *Musnad Asy-Syamiyyin* no. 1184
- [3] Al-Faruqi, Ismail Raji. *Al-Tawhid: Its Implications for Thought and Life*. Herndon, Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1992.
- [4] Japan Animation Creators Association. (2021). Salary Survey. Retrieved from (<https://www.animatorunion.jp/salary-survey-2021.pdf>).
- [5] Kementerian Luar Negeri Jepang. (2019, 1 Juli). Press Release: Signing and Conclusion

- of the Japan-EU Economic Partnership Agreement (EPA). Diakses dari https://www.mofa.go.jp/press/release/press1e_000110.html
- [6] Statista. (2020). Value of the Animation Industry in Japan; European Audiovisual Observatory. (2020). The Creative Economy in the EU.
- [7] Anholt, Simon. Brand New Justice: How Branding Places and Products Can Help the Developing World. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2003.
- [8] Smith, A. (1776). The Wealth of Nations. W. Strahan and T. Cadell.
- [9] Howkins, J. (2001). The creative economy: How people make money from ideas. Penguin Books.
- [10] Neuman, W. L. (2014). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. Pearson.
- [11] Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.
- [12] Hube, F., & Mile, K. (2018). Comprehensive Research Methods in Social Sciences. Academic Press.
- [13] JETRO. (2018). Creative industries: A driving force for Japan's economy. Retrieved from https://www.jetro.go.jp/en/invest/creative_industries
- [14] Agency for Cultural Affairs. (2019). *Cultural industry and intellectual property*. Retrieved from <https://www.bunka.go.jp/english/>
- [15] Ibid Hal 13
- [16] Gokcen, E. (2019). Anime in Europe: The dynamics of cross-cultural media exchange. *Global Media Journal*, 19(2), 20-35.
- [17] TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Baqarah ayat 275. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/1041-surat-al-baqarah-ayat-275.html>
- [18] European Commission. (2018). Intellectual property rights in the EU-Japan Economic Partnership Agreement (JEFTA). Retrieved from <https://trade.ec.europa.eu>
- Muslim.or.id. (n.d.). Haramnya darah, harta, dan kehormatan seorang Muslim. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://muslim.or.id/28878-haramnya-darah-harta-dan-kehormatan-seorang-muslim.html>
- Ibid Hal 13
- [19] Statista. (2023). Anime Viewership Trends Among European Youth. Hamburg: Statista
Ibid Hal 13
- [20] Wild Bunch. (2023). European Distribution Report of Studio Ghibli Films. Paris: Wild Bunch Publications. Ibid Hal 42
- [21] Netflix. (2023). European Anime Consumption Trends: 2019–2023. Diakses dari <https://www.netflix.com>. Ibid Hal 23
- [22] TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-A'raf ayat 56. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/2510-surat-al-araf-ayat-56.html>
- [23] TafsirWeb. (n.d.). Surat Al-Maidah ayat 2. Diakses pada 18 Januari 2025, dari <https://tafsirweb.com/1886-surat-al-maidah-ayat-2.html>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN