

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI BERKELANJUTAN DI ERA DIGITAL

Fakia Wani^{1*}, Safrina², Nurjaijah Lingga³, Devi Lianda⁴

^{1,2,3,4}IAIN Lhokseumawe, Lhokseumawe

Email Koresponden : wanifakia@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif memainkan peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di era digital. Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah membuka peluang baru bagi pelaku industri kreatif untuk berinovasi dan meningkatkan daya saing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung keberlanjutannya di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis data sekunder, hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan nilai tambah, dan diversifikasi sumber pendapatan. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital memungkinkan akses pasar yang lebih luas dan efisiensi dalam produksi serta distribusi produk kreatif. Namun, tantangan seperti literasi digital, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan akses pembiayaan masih menjadi kendala yang perlu diatasi. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang mendukung ekosistem ekonomi kreatif agar dapat berkontribusi secara optimal terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Pertumbuhan Ekonomi, Keberlanjutan, Digitalisasi, Inovasi

ABSTRACT

The creative economy plays a strategic role in driving sustainable economic growth in the digital era. The development of technology and digitalization has opened up new opportunities for creative industry players to innovate and increase competitiveness. This study aims to analyze the contribution of the creative economy to sustainable economic growth and identify factors that support its sustainability in the digital era. Using a qualitative approach and secondary data analysis, the results of the study show that the creative economy contributes to job creation, increased added value, and diversification of income sources. In addition, the use of digital technology allows for wider market access and efficiency in the production and distribution of creative products. However, challenges such as digital literacy, protection of intellectual property rights, and access to financing are still obstacles that need to be overcome. Therefore, policies are needed that support the creative economy ecosystem so that it can contribute optimally to inclusive and sustainable economic growth.

Keywords: Creative Economy, Economic Growth, Sustainability, Digitalization, Innovation

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, ekonomi global telah mengalami transformasi fundamental yang dipicu oleh kemajuan teknologi digital. Salah satu sektor yang menunjukkan pertumbuhan signifikan dalam konteks ini adalah ekonomi kreatif, yang mengandalkan kreativitas, inovasi, serta pemanfaatan teknologi sebagai elemen utama dalam menciptakan nilai tambah (UNCTAD, 2018). Ekonomi kreatif mencakup beragam bidang industri, seperti seni rupa, desain, musik, film, kuliner, fashion, teknologi informasi, dan media digital (DCMS, 2021).

Ekonomi kreatif dinilai memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Berbeda dengan pendekatan ekonomi konvensional yang berfokus pada ekspansi ekonomi jangka pendek, ekonomi berkelanjutan menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam konteks ini, sektor ekonomi kreatif dapat berkontribusi melalui penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan daya saing industri lokal, serta pemberdayaan komunitas kreatif untuk menghasilkan produk dan layanan bernilai tambah tinggi (Howkins, 2013).

Di Indonesia, ekonomi kreatif telah diakui sebagai sektor strategis yang menopang pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), secara aktif mengembangkan berbagai inisiatif untuk memperkuat ekosistem industri kreatif yang kompetitif, antara lain melalui fasilitasi akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, dan pembangunan creative hub di berbagai wilayah. Percepatan digitalisasi turut memperluas akses pasar dan mempercepat transformasi sektor ini, memungkinkan pelaku usaha kreatif menjangkau konsumen global secara lebih efektif (Kemenparekraf, 2023). Tujuan penelitian untuk menganalisis kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di era digital, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku industri kreatif dalam menghadapi dinamika persaingan global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif-analitis. Data dikumpulkan melalui studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, laporan industri, buku akademik, serta dokumen resmi dari institusi terkait. Teknik analisis yang digunakan bertujuan untuk menelaah berbagai studi kasus yang menunjukkan dinamika pertumbuhan ekonomi kreatif di era digital dan kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (UNCTAD, 2018).

Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan perkembangan sektor ekonomi kreatif, termasuk tren dan pola pertumbuhannya. Sementara itu, analisis kualitatif difokuskan untuk mengevaluasi dampak ekonomi kreatif terhadap aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Studi kasus dari berbagai negara, seperti Korea Selatan, Inggris, dan Indonesia, serta dari berbagai subsektor ekonomi kreatif digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendorong pertumbuhan dan tantangan yang dihadapi, termasuk dalam hal akses pasar, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan transformasi digital (DCMS, 2021; Kemenparekraf, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di berbagai negara. Menurut laporan United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD,2022), ekonomi kreatif menyumbang sekitar 3% dari PDB global dan menciptakan lebih dari 30 juta lapangan kerja di seluruh dunia. Di Indonesia, sektor ekonomi kreatif menyumbang lebih dari Rp1.100 triliun terhadap PDB nasional pada tahun 2022. Industri kreatif seperti kuliner, fashion, dan kriya menjadi tiga sektor dengan kontribusi terbesar. Selain itu, ekonomi kreatif juga berperan dalam meningkatkan ekspor produk-produk kreatif ke pasar global, terutama melalui platform digital dan e-commerce (Indonesia.go.id,2025).

Fakta ini mencerminkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya sekadar industri berbasis seni atau budaya, tetapi merupakan bagian dari strategi pembangunan ekonomi nasional yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Salah satu kekuatan utama ekonomi kreatif adalah kemampuannya untuk merespon pasar dengan cepat melalui inovasi produk, layanan, dan model bisnis berbasis ide.

Selain kontribusi terhadap PDB, ekonomi kreatif juga berperan dalam membuka peluang usaha baru, terutama bagi UMKM dan individu dengan keterampilan kreatif. Ini sejalan dengan tren global di mana sektor ini menjadi solusi atas tantangan pengangguran, terutama di kalangan generasi muda. Pertumbuhan ekonomi kreatif juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dengan berkembangnya industri kreatif, banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) mendapatkan peluang untuk mengembangkan bisnisnya dan meningkatkan pendapatan mereka. Selain itu, ekonomi kreatif juga membantu memperkuat identitas budaya lokal dengan menghadirkan produk dan layanan yang berbasis kearifan lokal dan nilai-nilai tradisional.

Digitalisasi sebagai Pendorong Ekonomi Kreatif

Teknologi digital telah menjadi faktor utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif. Transformasi digital telah memungkinkan para pelaku ekonomi kreatif untuk mengakses pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi produksi, dan mengembangkan model bisnis yang lebih inovatif. Beberapa teknologi yang berperan penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di era digital antara lain: a) E-commerce dan Marketplace: Platform e-commerce seperti Tokopedia, Shopee, dan Bukalapak telah membantu banyak pelaku usaha kreatif dalam memasarkan produk mereka ke konsumen yang lebih luas. Selain itu, platform global seperti Etsy dan Amazon juga memungkinkan produk kreatif lokal untuk dipasarkan ke pasar internasional, b) Media Sosial dan Digital Marketing: Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube telah menjadi alat pemasaran utama bagi pelaku ekonomi kreatif.

Melalui konten visual yang menarik, para pelaku usaha dapat membangun merek mereka, meningkatkan engagement dengan konsumen, dan memperluas jangkauan pasar, c) Teknologi Blockchain dan NFT: Dalam industri seni dan musik, teknologi blockchain dan Non-Fungible Tokens (NFT) telah membuka peluang baru bagi seniman untuk memonetisasi karya mereka secara langsung tanpa melalui perantara, d) Artificial Intelligence (AI) dan Augmented Reality (AR): Teknologi AI

dan AR telah digunakan dalam berbagai sektor ekonomi kreatif, seperti desain grafis, fashion, dan industri film, untuk menciptakan pengalaman yang lebih interaktif bagi konsumen (NYU Press, 2006).

Tantangan dan Peluang dalam Ekonomi Kreatif

Meskipun ekonomi kreatif memiliki potensi besar, terdapat beberapa tantangan yang harus dihadapi agar sektor ini dapat berkembang secara optimal. Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif antara lain: a) Akses terhadap Modal dan Pendanaan: Banyak pelaku usaha kreatif, terutama UKM, mengalami kesulitan dalam mendapatkan akses pendanaan untuk mengembangkan bisnis mereka, b) Kurangnya Literasi Digital: Meskipun digitalisasi telah membuka banyak peluang, masih banyak pelaku ekonomi kreatif yang belum memiliki keterampilan digital yang memadai untuk memanfaatkan teknologi secara optimal, b) Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI): Isu pelanggaran hak cipta masih menjadi permasalahan utama dalam ekonomi kreatif, terutama dalam industri musik, film, dan desain, c) Persaingan Global: Dengan semakin terbukanya pasar global, pelaku ekonomi kreatif harus mampu bersaing dengan produk-produk dari luar negeri yang memiliki kualitas dan harga yang kompetitif.

Namun, di sisi lain, terdapat berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi kreatif, seperti meningkatnya permintaan terhadap produk lokal, dukungan dari pemerintah dalam bentuk regulasi dan kebijakan insentif, serta berkembangnya ekosistem startup kreatif yang mendorong inovasi di berbagai sektor industri (Riswanto, 2023).

Peluang Strategis dan Rekomendasi Kebijakan

Di sisi lain, meningkatnya konsumsi terhadap produk lokal dan dorongan pemerintah melalui Kemenparekraf menjadi peluang strategis yang perlu dioptimalkan. Ekosistem startup kreatif yang berkembang, serta kolaborasi antara sektor publik dan swasta juga dapat menjadi akselerator pertumbuhan.

Untuk mengatasi hambatan yang ada dan memaksimalkan potensi, ada beberapa langkah strategis: a) Peningkatan Konsumsi Produk Lokal Tren masyarakat yang semakin mencintai produk dalam negeri terutama yang mengandung unsur lokal dan budaya merupakan peluang besar. Ini terlihat dari tumbuhnya gerakan "Bangga Buatan Indonesia" yang memperkuat pasar domestik bagi produk kreatif, b) Dukungan Pemerintah Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah menetapkan ekonomi kreatif sebagai salah satu pilar pembangunan ekonomi nasional.

Hal ini ditunjukkan lewat penyediaan program pelatihan, sertifikasi, hingga bantuan promosi untuk pelaku kreatif (Yuliana, 2024), c) Ekosistem Digital dan Startup yang Tumbuh Ekosistem startup yang dinamis, termasuk banyaknya inkubator dan akselerator bisnis kreatif di kota-kota besar dan daerah, menciptakan iklim yang mendukung pertumbuhan inovasi dan kolaborasi antar pelaku kreatif, d) Pasar Global yang Terbuka Melalui platform digital, pelaku ekonomi kreatif Indonesia memiliki kesempatan besar untuk menembus pasar internasional. Produk seperti fashion muslim, kriya, dan animasi Indonesia mulai diakui di luar negeri (WIPO Publication, 2016).

Rekomendasi Kebijakan

Beberapa rekomendasi strategis yang dapat dilakukan dalam rangka

mendorong pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan adalah sebagai berikut:

- a. **Penyediaan Akses Pembiayaan**
Pemerintah perlu memperluas akses terhadap skema pembiayaan yang dirancang khusus untuk pelaku usaha kreatif. Ini dapat dilakukan melalui penyediaan kredit usaha kreatif, dana hibah, atau model investasi kolaboratif seperti crowdfunding. Langkah ini menjadi penting karena sebagian besar UMKM kreatif masih menghadapi kendala dalam memperoleh modal usaha (Kemenparekraf, 2020).
- b. **Pelatihan dan Pendampingan Digital**
Literasi digital perlu ditingkatkan melalui program pelatihan teknis dan strategis, seperti pengelolaan e-commerce, pemasaran digital, desain antarmuka (UI/UX), serta pemanfaatan teknologi baru seperti kecerdasan buatan (AI) dan realitas tertambah/virtual (AR/VR). Pelatihan ini sebaiknya menjangkau daerah-daerah terpencil agar prinsip inklusivitas dapat terwujud (Setiawan, 2021).
- c. **Penguatan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)**
Pemerintah harus memperkuat sistem pendaftaran HKI dan meningkatkan edukasi kepada para pelaku ekonomi kreatif mengenai pentingnya perlindungan hak cipta. Penegakan hukum terhadap pelanggaran HKI juga perlu ditingkatkan agar pelaku kreatif merasa aman dan terlindungi secara hukum (Hidayat, 2019).
- d. **Insentif dan Fasilitas Ekspor**
Diperlukan pemberian insentif berupa pengurangan pajak, penyederhanaan regulasi ekspor, serta bantuan promosi internasional kepada pelaku ekonomi kreatif yang berorientasi ekspor. Strategi ini dapat membuka akses ke pasar global sekaligus mendorong kontribusi devisa negara (BEKRAF, 2018).
- e. **Pengembangan Inkubator dan Akselerator di Daerah**
Untuk mewujudkan pemerataan pertumbuhan ekonomi kreatif, pemerintah bersama mitra swasta perlu membentuk inkubator dan akselerator bisnis kreatif di berbagai wilayah. Fasilitas ini dapat membantu pelaku lokal dalam proses inkubasi ide, akses pembiayaan, hingga komersialisasi produk (Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi, 2021).

Peran Strategis Pemerintah sebagai Enabler

Dalam konteks pembangunan ekonomi kreatif yang berkelanjutan, peran pemerintah sangat krusial sebagai enabler atau fasilitator yang mampu menciptakan iklim usaha yang kondusif. Peran ini tidak hanya diwujudkan melalui kebijakan makro, tetapi juga perlu didukung oleh pendekatan mikro yang berbasis pada potensi lokalitas. Salah satu strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mendirikan creative hub di setiap daerah, yang berfungsi sebagai ruang inkubasi dan kolaborasi antarpelaku ekonomi kreatif (Setiawan, 2020).

Selain itu, pemerintah juga berperan sebagai jembatan antara pelaku usaha dengan sektor perbankan maupun lembaga keuangan alternatif, guna membangun ekosistem pendanaan yang sesuai dengan karakteristik usaha kreatif. Hal ini penting mengingat pelaku ekonomi kreatif seringkali tidak memiliki agunan fisik, tetapi memiliki kekayaan dalam bentuk aset intelektual yang bernilai tinggi (Hidayat, 2019).

Penguatan Infrastruktur Digital dan Konektivitas

Peluang pengembangan ekonomi kreatif sangat erat kaitannya dengan akses terhadap infrastruktur digital. Untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan efektivitas pelaku ekonomi kreatif, terutama di wilayah luar Jawa, pemerintah perlu menjamin pemerataan jaringan internet berkecepatan tinggi yang merata. Namun, ketersediaan akses digital saja tidak cukup—kemampuan untuk memanfaatkan teknologi secara produktif juga menjadi hal yang krusial. Oleh karena itu, pelatihan pemanfaatan teknologi digital yang mencakup literasi dasar hingga keterampilan lanjutan harus diberikan secara luas dan berkelanjutan (Kementerian Kominfo, 2021).

Selain itu, pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam mengidentifikasi dan memetakan potensi ekonomi kreatif lokal. Penyusunan peta potensi ini memungkinkan perencanaan pengembangan sektor kreatif yang lebih kontekstual, sesuai dengan kekhasan budaya, sumber daya manusia, dan kearifan lokal masing-masing daerah (Kemenparekraf, 2020). Pendekatan ini tidak hanya memperkuat basis lokal ekonomi kreatif, tetapi juga mendorong pemerataan pertumbuhan ekonomi nasional berbasis budaya.

Mendorong Kolaborasi Pentahelix

Ekonomi kreatif tumbuh paling cepat ketika ada sinergi antara lima aktor utama: pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media dalam pendekatan yang disebut sebagai model *pentahelix*. Penulis jurnal mengusulkan agar kolaborasi lintas sektor ini dilembagakan, bukan hanya berbasis proyek sesaat, tetapi menjadi bagian dari perencanaan pembangunan jangka panjang. Contohnya: 1) Akademisi dapat berperan dalam penelitian dan pendampingan bisnis, 2) Komunitas dan media membantu promosi serta edukasi pasar, 3) Pelaku usaha berbagi pengalaman praktik dan inovasi produk.

Penyiapan Talenta Kreatif melalui Pendidikan

Pendidikan menjadi fondasi penting bagi pengembangan ekonomi kreatif. Kurikulum yang adaptif terhadap kebutuhan industri kreatif perlu diintegrasikan sejak dini. Ini termasuk: 1) Penguatan pendidikan berbasis keterampilan (*skill-based learning*), 2) Pemrograman digital, desain grafis, videografi, animasi, hingga literasi keuangan, 3) Dukungan terhadap sekolah vokasi dan politeknik berbasis industri kreatif. Dengan penyiapan SDM yang unggul, Indonesia tidak hanya menjadi pasar, tetapi juga menjadi produsen utama konten kreatif regional dan global.

Membangun Brand Nasional Ekonomi Kreatif

Peluang strategis lain adalah pembangunan merek nasional (*nation branding*) melalui sektor kreatif. Indonesia memiliki potensi kuat untuk dikenal melalui warisan budaya, seni, fesyen, musik, dan film. Jika dikelola secara konsisten, ekonomi kreatif bisa menjadi jembatan diplomasi budaya sekaligus penggerak devisa. Branding semacam ini sudah sukses dilakukan oleh negara seperti Korea Selatan melalui *K-pop*, *K-drama*, dan kuliner, yang secara tidak langsung turut mendorong pertumbuhan industri lainnya (Arifin, 2023).

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif telah menjadi motor penggerak baru dalam pembangunan ekonomi, tidak hanya di Indonesia tetapi juga secara global. Dengan kontribusi

signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan ekspor produk bernilai tambah, sektor ini terbukti memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Digitalisasi menjadi katalis utama dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif, memungkinkan akses pasar yang lebih luas, efisiensi produksi, dan inovasi model bisnis. Namun, tantangan seperti akses pendanaan, literasi digital, perlindungan HKI, dan persaingan global masih perlu diatasi.

Peluang strategis seperti meningkatnya konsumsi produk lokal, dukungan pemerintah, berkembangnya ekosistem startup, dan keterbukaan pasar global memberikan potensi besar yang harus dimanfaatkan secara optimal. Untuk itu, dibutuhkan kebijakan yang mendukung seperti akses pembiayaan, pelatihan digital, penguatan HKI, insentif ekspor, dan pengembangan inkubator di daerah.

Pemerintah berperan penting sebagai enabler dalam membangun iklim usaha yang kondusif, memperkuat infrastruktur digital, dan mendorong kolaborasi pentahelix antara akademisi, pelaku usaha, komunitas, media, dan sektor publik. Pendidikan yang adaptif terhadap industri kreatif serta pembangunan brand nasional juga menjadi fondasi penting dalam mencetak talenta unggul dan memperkuat posisi Indonesia di kancah global. Dengan sinergi dan strategi yang tepat, ekonomi kreatif dapat menjadi tulang punggung ekonomi masa depan Indonesia yang berbasis inovasi, budaya, dan teknologi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. N. (2023). *Ekonomi kreatif: Inovasi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Aryanti, A. N., Rahmi, P. P., Hendrayati, H., & Rahayu, A. (2023). Industri kreatif unggul melalui strategi inovasi dan pentahelix collaboration: Langkah pemulihan bisnis di COVID-19. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 19(1), 163–177.
- Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). (2018). Rencana induk pengembangan ekonomi kreatif nasional 2018–2025. <https://www.bekraf.go.id>
- DCMS (Department for Digital, Culture, Media & Sport). (2021). DCMS economic estimates: Creative industries, 2021. <https://www.gov.uk/government/statistics/dcms-economic-estimates-2021>
- Florida, R. (2014). *The rise of the creative class – Revisited: Revised and expanded*. Basic Books.
- Ginting, A. M., Rivani, E., Saragih, J. P., & Wuryandani, D. (2018). Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Hidayat, D. (2019). Perlindungan hak kekayaan intelektual dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. *Jurnal Hukum dan Pembangunan*, 49(3), 327–348.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.
- Howkins, J. (2013). *The creative economy: How people make money from ideas* (2nd ed.). Penguin Random House.
- Irawati, R., & Prasetyo, I. B. (2021). Pemanfaatan platform e-commerce melalui marketplace sebagai upaya peningkatan penjualan dan mempertahankan bisnis di masa pandemi (Studi pada UMKM makanan dan minuman di Malang).

- Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 6(2), 114–133.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2021). Indonesia menuju transformasi digital: Laporan tahunan Kominfo 2021. <https://www.kominfo.go.id>
- Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia. (2021, Oktober 13). Perkuat kolaborasi, Kemenko Marves koordinasikan creative hub kabupaten. <https://www.maritim.go.id/detail/perkuat-kolaborasi-kemenko-marves-koordinasikan-creative-hub-kabupaten>.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020, Desember 7). Creative hub sebagai simpul pelaku ekonomi kreatif. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Creative-Hub-Sebagai-Simpul-Pelaku-Ekonomi-Kreatif>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). Laporan ekonomi kreatif Indonesia 2022. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Latif, V. A., Saguni, S. S., Putri, A. M., Ramadani, S. N., Hastab, N. A., & Anggreni, W. (2024). Roadshow Ksatriya Mahardika: Strategi konstruktivis untuk meningkatkan kreativitas dan talenta siswa. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(03), 728–738.
- Nashir, A. K., Sukmawan, D. I., Heryadi, D., Kusumajanti, K., & Jenie, Z. S. P. (2023). Kolaborasi pentahelix untuk mendorong pemberdayaan UMKM di Desa Pabean Udik. In *Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat* (Vol. 1, No. 1).
- Republik Indonesia. (2023). Rencana strategis Kemenparekraf 2020–2024. <https://www.kemenparekraf.go.id>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah,
- Setiawan, D. (2021). Strategi peningkatan kapasitas digital pelaku ekonomi kreatif berbasis komunitas lokal. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 6(2), 122–135.
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). (2018). Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries. https://unctad.org/system/files/official-document/ditcted2018d3_en.pdf
- UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development). (2021). Creative economy outlook 2021. UNCTAD.