

PENGUATAN PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA: SEBUAH KAJIAN LITERATUR

Suwandi Suwandi^{1*}, Hanuna Shafariah², Yustinus Lambyombar³

¹*Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada, Parepare, Indonesia*

²*Institut Ilmu Sosial dan Administrasi STIAMI, Jakarta, Indonesia*

³*Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia*

Email Korespondensi: suwandiak307@gmail.com

ABSTRAK

Indonesia memiliki potensi besar dalam ekonomi kreatif yang kontribusinya masih belum optimal dalam menopang pertumbuhan ekonomi secara menyeluruh. Studi literatur ini bertujuan untuk mengkaji upaya memperkuat fondasi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif berkelanjutan di Indonesia. Data terkait topik riset dikumpulkan melalui penelusuran *Google Scholar*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis naratif dengan tahapan identifikasi data, evaluasi data, serta ekstraksi data. Hasil riset ini menginformasikan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia didorong oleh SDM kreatif, dukungan kebijakan pemerintah, serta akses pasar global dan teknologi. Lebih lanjut, kolaborasi antarpemangku kepentingan menjadi kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan sektor ini secara berkelanjutan. Fokus pada pengembangan SDM, infrastruktur, dan kolaborasi akan memperkuat fondasi pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Sebagai tindak lanjut dari hasil riset ini, kami menekankan pentingnya pembentukan kebijakan pemerintah yang memfasilitasi aktivitas ekonomi kreatif berkelanjutan di Indonesia. Perlunya penguatan kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat untuk menciptakan sinergi yang kuat dalam memajukan sektor ini.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Industri Kreatif, Kebijakan Ekonomi, Pertumbuhan Ekonomi, Strategi Berkelanjutan

ABSTRACT

Indonesia has great potential in the creative economy its contribution is still not optimal in supporting overall economic growth. This literature study aims to examine efforts to strengthen the foundations for sustainable growth of the creative economy sector in Indonesia. Data related to research topics were collected through Google Scholar searches. The collected data was analyzed using narrative analysis techniques with stages of data identification, data evaluation and data extraction. The results of this research inform that access to global markets, modern technology, and supportive government policies are the main factors driving Indonesia's creative economy's growth. Furthermore, collaboration between stakeholders is key in creating an ecosystem that supports innovation and sustainable growth in this sector. Focusing on developing human resources, infrastructure and collaboration will strengthen the foundation for creative economic growth in Indonesia. As a follow-up to the results of this research, we emphasize the importance of forming government policies that facilitate sustainable creative economic activities in Indonesia. There is a need to strengthen collaboration between government, industry and society to create strong synergy in advancing this sector.

Keywords: Creative Economy, Creative Industry, Economic Growth, Economic Policy, Sustainable Strategy

PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, perekonomian Indonesia mengalami pertumbuhan positif (Junarsin, *et al.*, 2023). Kondisi ini tidak lepas dari dorongan reformasi struktural, investasi infrastruktur, dan pertumbuhan sektor industri (Gupta, 2021). Berkenaan dengan hal tersebut, kebijakan-kebijakan ekonomi yang telah ada diharapkan untuk terus beradaptasi dan berkembang. Hal ini termasuk memperkuat infrastruktur digital, meningkatkan daya saing industri, dan mengembangkan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten dan adaptif (Aminullah, *et al.*, 2022). Untuk mencapai target tersebut, penting bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor. Salah satu sektor yang dimaksud adalah sektor ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif termasuk aspek penting dalam sektor ekonomi yang sedang berkembang saat ini. Potensinya tampak nyata dalam membentuk lapangan kerja (Holford, 2019) serta menumbuhkan pendapatan masyarakat (Belfiore, 2020). Selain itu, kontribusi vital ekonomi kreatif terlihat dalam upaya memperkaya kehidupan budaya masyarakat (Liang & Wang, 2020). Lebih jauh, sektor ini menjadi penggerak utama perluasan pangsa pasar (Wawrowski & Otola, 2020). Dengan demikian, saat ini ekonomi kreatif telah dianggap sebagai penopang pertumbuhan ekonomi negara.

Ekonomi kreatif menekankan keberanian untuk berpikir lebih maju dalam upaya mengembangkan potensi kreatif bagi pelakunya. Hal ini dapat merangsang kreativitas dalam menciptakan produk yang bernilai tambah (Štreimikienė & Kačerauskas, 2020). Dampaknya, peluang baru yang lebih luas dapat tercipta, mulai dari pengembangan komunitas seni dan budaya (Kačerauskas, 2020) hingga revitalisasi sektor-sektor tradisional (Bilan, *et al.*, 2019). Di samping itu, ekonomi kreatif juga dianggap dapat merangsang terciptanya inovasi kompetitif di kalangan pelaku bisnis. Karena itu, pengembangan ekonomi kreatif harus menjadi pusat perhatian oleh semua pihak yang berkepentingan.

Di Indonesia, berbagai upaya dilakukan dalam pengembangan ekonomi kreatif. Upaya ini mencakup kemudahan dalam mengakses teknologi dan informasi (Lestari & Titalessy, 2023), serta penguatan infrastruktur yang memadai (Budhi, *et al.*, 2020). Selain itu, dorongan kolaborasi antara swasta dan pemerintah dalam negeri (Dellyana, *et al.*, 2023) maupun luar negeri (Syafri, *et al.*, 2023) dalam urusan tata kelola industri kreatif menjadi bagian dari langkah ini. Kontribusinya tampak nyata dalam meningkatkan kesejahteraan hidup masyarakat melalui transformasi gagasan-gagasan kreatif dan inovatif (Widodo, *et al.*, 2023). Dengan demikian, ekonomi kreatif dapat diakui sebagai sumber daya vital dalam membentuk masa depan yang berkelanjutan yang perlu dikembangkan secara terus-menerus.

Sayangnya, potensi pertumbuhan ekonomi kreatif yang mampu menumbuhkan perekonomian di Indonesia masih belum optimal. Kondisi ini disebabkan oleh beberapa pelaku ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi aksesibilitas terhadap pendanaan yang kurang memadai (Ausat, *et al.*, 2023; Chollisni, *et al.*, 2022). Hal ini berdampak pada tingkat kreativitas industri-industri kreatif terbatas dan masih tergolong rendah (Manteiro & Kabu, 2019; Rosyadi, *et al.*, 2022). Padahal, berbagai kreativitas tersebut dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan yang kontributif bagi pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Berbagai riset terkait dengan dinamika pengembangan ekonomi kreatif telah dilakukan. Beberapa riset ini terkait inovasi dalam ekonomi kreatif (de Miguel Molina,

et al., 2019; Héraud, 2021). Di sisi lain, riset yang berkaitan dengan hubungan budaya dan pengembangan ekonomi kreatif juga telah kaji (Begum & Anjum, 2020; Montalto, *et al.*, 2019; Muchson, 2021). Selain itu, riset lain yang mengkaji keterkaitan antara pemberdayaan masyarakat dan pengembangan sektor ekonomi kreatif juga telah dilakukan (Oyekunle, 2020; Sangchumng, 2019). Berdasarkan informasi tersebut, riset ini mencoba mengkaji lebih jauh lagi tentang strategi-strategi berkelanjutan dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Riset ini penting dilakukan sebab memberikan informasi tentang bagaimana beradaptasi dalam menghadapi perubahan lingkungan dan ekonomi yang semakin kompleks. Selain itu, temuan riset ini dapat menjadi pedoman dalam penelitian-penelitian pengembangan selanjutnya. Hasilnya juga dapat menjadi dasar bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk lebih mendorong lingkungan yang mendukung inovasi berkelanjutan dalam sektor ini. Maka dari itu, riset ini dilakukan dengan tujuan untuk menggali lebih jauh upaya-upaya penguatan fondasi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pendekatan studi literatur digunakan untuk mengumpulkan data riset ini, yang berlangsung selama bulan November 2024 hingga Desember 2024. Data tersebut terkait dengan publikasi artikel ilmiah–disesuaikan dengan fokus riset–yang ditelusuri melalui *Google Scholar* selama periode pengamatan 2019-2023. Kata kunci yang terkait dengan penelusuran ini mencakup: ekonomi kreatif, industri kreatif, kebijakan ekonomi, dan strategi pertumbuhan ekonomi kreatif.

Analisis naratif digunakan sebagai teknik analisis data dalam riset ini. Proses analisis ini meliputi: (1) identifikasi data, melalui penelusuran artikel ilmiah yang sesuai dengan topik riset; (2) evaluasi data, untuk menilai keakuratan sumber data artikel ilmiah yang digunakan; dan (3) ekstraksi data, mencakup pengkodean data, pengkategorisasian data, dan pengembangan tema riset. Hasil penelusuran data artikel ilmiah yang terkait dengan fokus riset disampaikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Penelusuran Literatur dan Sumbernya

Topik Kajian	Sumber	Jumlah Penelusuran
Pengembangan infrastruktur bagi industri kreatif	Alamgir, <i>et al.</i> (2019); Anwar, <i>et al.</i> (2022); Desfiandi, <i>et al.</i> (2019); Huda, <i>et al.</i> (2022); Muhyiddin & Nugroho (2021); Priambodo, <i>et al.</i> (2021); Putri, <i>et al.</i> (2021); Thalib, <i>et al.</i> (2019); Wahjudewanti, <i>et al.</i> (2021).	9
Peningkatan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif	Ginting (2020); IBURA, <i>et al.</i> (2020); Indrajaya, <i>et al.</i> (2019); Kostini & Raharja (2019); Nurkhin & Pramusinto (2020); Pranita, <i>et al.</i> (2022); Tresna & Raharja (2019).	7
Kolaborasi antarpihak berkepentingan dalam mendukung ekonomi kreatif	Aisha, <i>et al.</i> (2019); Elyta & Sahide (2021); Indriartiningtias, <i>et al.</i> (2019); Putra, <i>et al.</i> (2022); Rosyadi, <i>et al.</i> (2020); Widjajanti & Sugiyanto (2020).	6
Total		22

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Faktor Pendukung Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia dipengaruhi oleh berbagai faktor. Di antara faktor signifikan tersebut adalah ketersediaan SDM yang kreatif dan inovatif (Saleh, *et al.*, 2020). Diyakini bahwa SDM berkualitas menjadi fondasi kuat bagi pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif. SDM berkualitas mampu menjadi penggerak utama dalam menciptakan produk dan layanan yang bernilai tinggi (Riyanto, *et al.*, 2022). Di samping itu, SDM ini juga berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing industri (Wirda & Rivai, 2019). Karena itu, SDM seperti ini perlu didukung agar bakat dan kreativitasnya tetap solid dalam mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Perkembangan ekonomi kreatif diperkuat oleh dukungan kebijakan pemerintah. Kebijakan-kebijakan ini mencakup insentif fiskal, subsidi, fasilitasi akses ke modal dan pasar, pengembangan infrastruktur, serta pembuatan regulasi yang memfasilitasi kegiatan ekonomi kreatif (Mahadipta & Utama, 2019; Seymour, *et al.*, 2020). Dukungan ini dapat menciptakan lingkungan yang kondusif bagi pertumbuhan dan perkembangan sektor industri kreatif (Prima Lita, *et al.*, 2020). Selain itu, keikutsertaan pemerintah berperan dalam membangun ekosistem yang mendukung kolaborasi antarpelaku industri kreatif (Imanto, *et al.*, 2019) dan budaya inovasi dalam masyarakat (Purbasari, *et al.*, 2019). Dengan demikian, kebijakan pemerintah dapat menciptakan kondisi yang menguntungkan bagi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif.

Di era globalisasi saat ini, akses terhadap pasar global dan teknologi menjadi kunci sukses dalam pertumbuhan ekonomi kreatif. Para pelaku industri dapat memanfaatkan teknologi informasi untuk memperluas jangkauan pasar dan mendapatkan keunggulan kompetitif yang lebih kuat (Santoso, 2020). Tidak hanya itu, pemanfaatan internet dan platform digital dapat mengubah cara produk dan layanan kreatif dipasarkan (Priyono, *et al.*, 2021). Sehingga, upaya menarik konsumen yang lebih luas dapat dicapai dengan biaya yang relatif lebih rendah. Lebih lanjut, konektivitas ini juga mampu mendorong kolaborasi lintas global yang memperkaya gagasan, bakat, dan sumber daya, serta memfasilitasi distribusi produk dan layanan kreatif secara efisien. Untuk itu, koneksi dengan pasar global dan teknologi patut dikembangkan sebagai upaya mendorong pertumbuhan, inovasi, dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif.

Strategi Berkelanjutan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Upaya pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia didukung oleh berbagai strategi yang dilakukan pemerintah dan para pemangku kepentingan lainnya. Pengembangan infrastruktur termasuk salah satu implementasi dari strategi berkelanjutan yang menjadi landasan penting bagi pertumbuhan sektor ini. Pengembangan infrastruktur fisik seperti transportasi, teknologi informasi, dan komunikasi menjadi krusial dalam memperluas jangkauan pasar bagi pelaku industri kreatif (Sukarno, *et al.*, 2020). Di samping itu, infrastruktur digital perlu dikembangkan sebagai upaya inklusif dalam memudahkan dan memfasilitasi perdagangan elektronik (Haqqi, 2023), terutama bagi pelaku industri yang beroperasi di wilayah terpencil.

Strategi pengembangan infrastruktur berdampak pada pertumbuhan ekonomi kreatif (Tao, *et al.*, 2019). Kontribusi infrastruktur ini sangat jelas terlihat dari perluasan aksesibilitas dan konektivitas yang dilakukan para pelaku industri kreatif (Alexandri, *et*

al., 2019). Hal ini membantu para pelaku industri kreatif dalam kegiatan produksi, distribusi, serta pemasaran produk dan layanan yang lebih efisien. Lebih lanjut, pengembangan infrastruktur mendorong penciptaan lapangan kerja baru di sektor pendukung lainnya, seperti jasa kreatif dan logistik (Indrawati & Kuncoro, 2021). Penguatan infrastruktur ini akan semakin mendukung industri kreatif yang memberikan nilai tambah dalam aktivitas perekonomian Indonesia. Karena itu, investasi dalam pengembangan infrastruktur harus diperkuat untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia saat ini dan di masa mendatang.

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia tidak lepas dari peningkatan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif. Keterampilan menjadi bagian penting untuk menghadapi tuntutan pasar dan perkembangan teknologi. Keterampilan para pelaku bisnis, seperti penguatan pengetahuan manajemen, pemasaran, dan keuangan perlu ditingkatkan sebagai landasan dalam mengelola bisnis secara efektif. Lebih lanjut, keterampilan tersebut dapat menciptakan tenaga kerja yang tangguh dan inovatif (Gustafsson & Lazzaro, 2021), yang pada gilirannya akan meningkatkan daya saing industri kreatif di tingkat nasional maupun global. Lebih jauh lagi, para tenaga kerja ini mampu berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lebih banyak lapangan kerja berkualitas di berbagai sektor (Oliinyk, *et al.*, 2021). Karena itu, peningkatan keterampilan pelaku ekonomi kreatif termasuk strategi penting dalam mencapai pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Strategi peningkatan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif telah mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia saat ini (Husin, *et al.*, 2021). Para pelaku ekonomi kreatif mampu menghasilkan produk dan layanan inovatif yang berkualitas. Selain itu, penguasaan teknologi baru, teknik produksi yang efisien, serta strategi pemasaran yang canggih telah mampu dilakukan. Hal ini mendorong terciptanya kesempatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam aktivitas ekonomi yang lebih produktif (Fahmi, 2019). Dengan demikian, investasi peningkatan keterampilan bagi pelaku ekonomi kreatif akan terus memberikan inovasi dalam pertumbuhan bisnis dan pembangunan ekonomi berkelanjutan di Indonesia.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, penguatan kolaborasi menjadi salah satu strategi penting untuk mencapai pertumbuhan berkelanjutan. Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri, dan masyarakat dapat menciptakan sinergi yang kuat untuk memajukan sektor ini (Hidayatullah, *et al.*, 2022). Kolaborasi ini dapat berlangsung dalam berbagai bentuk, mulai dari kemitraan strategis untuk penelitian dan pengembangan produk baru, hingga pembentukan klaster industri yang memfasilitasi pertukaran sumber daya antara pelaku ekonomi kreatif. Melalui kolaborasi yang kuat, berbagai potensi dan keahlian yang ada dalam masyarakat dapat dimanfaatkan secara lebih efektif (Khlystova, *et al.*, 2022). Dengan memperkuat kolaborasi ini dapat menciptakan ekosistem yang dinamis dan inklusif bagi pertumbuhan ekonomi kreatif.

Strategi penguatan kolaborasi oleh pemangku kepentingan berdampak nyata dalam perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia (Anjaningrum, *et al.*, 2023). Melalui kolaborasi ini, potensi ekonomi kreatif dapat dioptimalkan secara maksimal, yang dapat mempercepat proses inovasi dan penciptaan produk serta layanan baru. Lebih lanjut, sinergi antar berbagai sektor dapat menghasilkan solusi kreatif terhadap tantangan yang dihadapi oleh industri kreatif (Santoro, *et al.*, 2020). Selain itu, kolaborasi lintas sektor dapat memperluas jaringan peluang dan meningkatkan akses terhadap sumber daya yang sangat diperlukan bagi pertumbuhan bisnis dalam ekonomi

kreatif. Dengan demikian, strategi kolaborasi dapat menciptakan dan memberdayakan pelaku ekonomi kreatif dari berbagai lapisan masyarakat. Hal ini pun berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di Indonesia.

KESIMPULAN

Penguatan fondasi pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia dikaji. SDM berkualitas menjadi fondasi bagi pertumbuhan sektor ini. Kontribusinya mampu menciptakan produk bernilai tinggi dan meningkatkan efisiensi industri. Di sisi lain, dukungan kebijakan pemerintah dapat menciptakan lingkungan kondusif dan membangun ekosistem yang mendukung kolaborasi. Sementara itu, akses pasar global dan teknologi mendorong para pelaku industri untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kompetitivitas. Lebih lanjut, strategi pengembangan infrastruktur dan peningkatan keterampilan pelaku ekonomi kreatif berperan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Sementara, kolaborasi yang kuat antar berbagai pemangku kepentingan menciptakan sinergi yang mempercepat inovasi dan penciptaan produk baru, serta meningkatkan akses terhadap sumber daya. Fokus pada aspek-aspek tersebut akan mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Indonesia.

Berkenaan dengan hasil riset yang telah dilaporkan ini, pembentukan kebijakan oleh pemerintah yang mendukung dan memfasilitasi aktivitas ekonomi kreatif berkelanjutan sangat direkomendasikan. Penguatan kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat untuk menciptakan sinergi yang kuat dalam memajukan sektor ekonomi kreatif juga diperlukan. Upaya-upaya ini diharapkan dapat mendorong peningkatan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif, sehingga mampu menghadapi tuntutan pasar serta menciptakan lapangan kerja berkualitas di berbagai sektor. Selain itu, riset lebih lanjut yang mengkaji berbagai faktor penghambat dalam pertumbuhan dan perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia disarankan. Hasilnya dapat memberikan informasi yang lebih kuat bagi pemangku kepentingan, terutama bagi pemerintah dalam merumuskan kebijakan yang lebih baik untuk mendukung pengembangan sektor ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisha, A. N., Sudirman, I., Siswanto, J., & Andriani, M. (2019). A competency model for SMEs in the creative economy. *International Journal of Business*, 24(4), 369-392.
- Alamgir, M., Campbell, M. J., Sloan, S., Suhardiman, A., Supriatna, J., & Laurance, W. F. (2019). High-risk infrastructure projects pose imminent threats to forests in Indonesian Borneo. *Scientific reports*, 9(1), 140.
- Alexandri, M. B., Maulina, E., Chan, A., & Sumadinata, R. W. (2019). Creative industries: Existence of arts traditional industries in Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 18(1), 1-12.
- Aminullah, E., Fizzanty, T., Nawawi, N., Suryanto, J., Pranata, N., Maulana, I., et al. (2022). Interactive components of digital MSMEs ecosystem for inclusive digital economy in Indonesia. *Journal of the Knowledge Economy*, 1-31.

- Anjaningrum, W. D., Sidi, A. P., Yogatama, A. N., Hermawati, A., & Suci, R. P. (2023). The collaborative business incubation model and its impact on creative industries innovation in East Java, Indonesia. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(1), 90-98.
- Anwar, M. R., Yusup, M., Millah, S., & Purnama, S. (2022). The role of business incubators in developing local digital startups in Indonesia. *Startuppreneur Business Digital (SABDA Journal)*, 1(1), 1-9.
- Ausat, A. M., Al Bana, T., & Gadzali, S. S. (2023). Basic capital of creative economy: The role of intellectual, social, cultural, and institutional capital. *Apollo: Journal of Tourism and Business*, 1(2), 42-54.
- Begum, L., & Anjum, M. (2020). Beyond the creative class, mapping the collaborative economy of Bangladeshi creative industries: Case study of Oitij-jo. In *South Asian Creative and Cultural Industries* (pp. 5-21). Routledge.
- Belfiore, E. (2020). Whose cultural value? Representation, power and creative industries. *International journal of cultural policy*, 26(3), 383-397.
- Bilan, Y., Vasilyeva, T., Kryklii, O., & Shilimbetova, G. (2019). The creative industry as a factor in the development of the economy: dissemination of European experience in the countries with economies in transition. *Creativity Studies*, 12(1), 75-101.
- Budhi, M., Lestari, N. P., Suasih, N. N., & Wijaya, P. (2020). Strategies and policies for developing SMEs based on creative economy. *Management Science Letters*, 10(10), 2301-2310.
- Chollisni, A., Syahrani, S., Shandy, A., & Anas, M. (2022). The concept of creative economy development-strengthening post COVID-19 pandemic in Indonesia. *Linguistics and Culture Review*, 6, 413-426.
- de Miguel Molina, B., Hervás-Oliver, J. L., & Boix Domenech, R. (2019). Understanding innovation in creative industries: Knowledge bases and innovation performance in art restoration organisations. *Innovation*, 21(3), 421-442.
- Dellyana, D., Arina, N., & Fauzan, T. R. (2023). Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective. *Sustainability*, 15(23), 16234.
- Desfiandi, A., Yusendra, M. A., Paramitasari, N., & Ali, H. (2019). Supply chain strategy development for business and technological institution in developing start-up based on creative economy. *Int. J. Supply Chain Manag*, 8(6), 646-654.
- Elyta, E., & Sahide, A. (2021). model of creative industry management in border areas to improve bilateral cooperation In Indonesia and Malaysia. *Cogent Social Sciences*, 7(1), 1974670.
- Fahmi, F. Z. (2019). Business networks, social capital and the economic performance of creative and cultural industries: The case of Indonesia. *Asia Pacific Viewpoint*, 60(3), 370-385.
- Ginting, Y. M. (2020). Intellectual Capital investigation in achieving sustainable competitive advantages in the creative industry: Does the mediation of knowledge management system affect? *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 23(2), 111-126.

- Gupta, K. (2021). The importance of financial liberalisation for economic growth: The case of Indonesia. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(2), 175-201.
- Gustafsson, C., & Lazzaro, E. (2021). The innovative response of cultural and creative industries to major European societal challenges: Toward a knowledge and competence base. *Sustainability*, 13(23), 13267.
- Haqqi, H. (2023). The Government's Policy in Encouraging the Global Competitiveness of Indonesian MSMEs through the Digital Ecosystem. *Journal of Economics, Management and Trade*, 29(8), 66-76.
- Héraud, J. A. (2021). A new approach of innovation: From the knowledge economy to the theory of creativity applied to territorial development. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(1), 201-217.
- Hidayatullah, S., Windhyastiti, I., Aristanto, E., Rachmawati, I. K., & Alvianna, S. (2022). Creative Tourism Economic Development Strategy with the Penta Helix Collaboration of Batu City. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 5(4), 119-129.
- Holford, W. D. (2019). The future of human creative knowledge work within the digital economy. *Futures*, 105, 143-154.
- Huda, N., Rini, N., Muslikh, M., Hidayat, S., Takidah, E., & Sari, D. P. (2022). Strategic model for halal tourism development in Indonesia: A preliminary research. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4(2), 53-64.
- Husin, R., Hidayah, N., & Mukmin, T. M. (2021). Creative industries in supporting Indonesia's economic growth in innovation perspective. *Bus. Econ. J*, 12, 1-4.
- IBURA, I. R., ABD HAMID, I. S., RAHMAT, A., & DJIBU, R. (2020). Management Design of Medium Small Business Based on Creative Economy in Community Empowerment in Batudaa District Coast Gorontalo District. *MANAGEMENT*, 6(7).
- Imanto, Y., Prijadi, R., & Kusumastuti, R. D. (2019). Innovation ecosystem for SMEs in the creative industry. *International Journal of Business*, 24(4), 345-368.
- Indrajaya, T., Cahyandito, M. F., Wiweka, K., & Adnyana, P. P. (2019). The development of creative industry strategies as a tourist attraction in Banten Province, Indonesia. *Journal of Economics, Management and Trade*, 22(5), 1-10.
- Indrawati, S. M., & Kuncoro, A. (2021). Improving competitiveness through vocational and higher education: Indonesia's vision for human capital development in 2019–2024. *Bulletin of Indonesian Economic Studies*, 57(1), 29-59.
- Indriartiningtias, R., Subagyo, S., & Hartono, B. (2019). Creativity of small firms in creative industry: Initial evidence from Indonesia. *International Journal of Engineering Business Management*, 11, 1847979019849135.
- Junarsin, E., Hanafi, M. M., Iman, N., Arief, U., Naufa, A. M., & Mahastanti, L. (2023). Can technological innovation spur economic development? The case of Indonesia. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 14(1), 25-52.
- Kačerauskas, T. (2020). Creative economy and the idea of the creative society. *Transformations in business & economics*, 19(1), 43-52.

- Khlystova, O., Kalyuzhnova, Y., & Belitski, M. (2022). The impact of the COVID-19 pandemic on the creative industries: A literature review and future research agenda. *Journal of business research*, 139, 1192-1210.
- Kostini, N., & Raharja, S. U. (2019). Financial strategy of small and medium businesses on the creative industry in Bandung, Indonesia. *International Journal of Economic Policy in Emerging Economies*, 12(2), 130-139.
- Lestari, M., & Titalessy, P. B. (2023). Descriptive Analysis and Business Model Innovation on Creative Economy Development in Yogyakarta. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 23(18), 89-104.
- Liang, S., & Wang, Q. (2020). Cultural and creative industries and urban (re) development in China. *Journal of Planning Literature*, 35(1), 54-70.
- Mahadipta, N., & Utama, M. (2019). Strategy for Creative Industry Development in the Province of Bali. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics, and Law*, 19(5), 207-211.
- Manteiro, M. C., & Kabu, E. (2019). Model of creative economic development for micro, small and medium-sized culinary industries in Kupang City Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(1), 143-152.
- Montalto, V., Moura, C. J., Langedijk, S., & Saisana, M. (2019). Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities. *Cities*, 89, 167-185.
- Muchson, M. (2021). Exploring the Creative Economic Potential of Kediri Targeting to Become Creative City on UNESCO Standard and the Indonesia Ministry of Creative Economy (KEMENPAREKRAF). *Journal of Economics and Sustainable Development*, 12(16), 47-56.
- Muhyiddin, M., & Nugroho, H. (2021). A year of Covid-19: A long road to recovery and acceleration of Indonesia's development. *Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning*, 5(1), 1-19.
- Nurkhin, A., & Pramusinto, H. (2020). Problem-Based Learning Strategy: Its Impact on Students' Critical and Creative Thinking Skills. *European Journal of Educational Research*, 9(3), 1141-1150.
- Oliinyk, O., Bilan, Y., Mishchuk, H., Akimov, O., & Vasa, L. (2021). The impact of migration of highly skilled workers on the country's competitiveness and economic growth. *Montenegrin Journal of Economics*, 17(3), 7-19.
- Oyekunle, O. A. (2020). The contribution of creative industries to sustainable urban development in South Africa. In *Science, Technology and Innovation in BRICS Countries* (pp. 104-113). Routledge.
- Pranita, D., Sarjana, S., & Musthofa, B. M. (2022). Mediating Role of Sustainable Tourism and Creative Economy to Improve Community Wellbeing. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(2), 781-794.
- Priambodo, I. T., Sasmoko, S., Abdinagoro, S. B., & Bandur, A. (2021). E-Commerce readiness of creative industry during the COVID-19 pandemic in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 865-873.
- Prima Lita, R., Fitriana Faisal, R., & Meuthia, M. (2020). Enhancing small and medium enterprises performance through innovation in Indonesia: A framework for

- creative industries supporting tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(1), 155-176.
- Priyono, A., Darmawan, B., & Witjaksono, G. (2021). How to harnesses digital technologies for pursuing business model innovation: a longitudinal study in creative industries. *Journal of Systems and Information Technology*, 23(3/4), 266-289.
- Purbasari, R., Wijaya, C., & Rahayu, N. (2019). Entrepreneurial ecosystem and regional competitive advantage: A case study on the creative economy of Indonesia. *Advances in Social Sciences Research Journal*, 6(6), 92-110.
- Putra, A. R., Ernawati, E., Jahroni, J., Anjanarko, T. S., & Retnowati, E. (2022). Creative Economy Development Efforts in Culinary Business. *Journal of Social Science Studies (JOS3)*, 2(1), 21-26.
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in developing creative economic activities based on local wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48.
- Riyanto, M. S., Revindo, M. D., Riefky, T., Notohamidjoyo, A., Oktaviyanti, D., Usman, Y. F., et al. (2022). Creative Economy District Development Study: Case Study on Maja, Rangkasbitung, and Karawang in Indonesia. *CREATIVE ECONOMY 2030*.
- Rosyadi, S., Kusuma, A. S., Fitrah, E., Haryanto, A., & Adawiyah, W. (2020). The multi-stakeholder's role in an integrated mentoring model for SMEs in the creative economy sector. *SAGE Open*, 10(4), 2158244020963604.
- Rosyadi, S., Sabiq, A., Ahmad, A. A., & Nuryanti, N. (2022). The Indonesian government capacity in responding to the COVID-19 impacts on the creative economy sector. *Sage Open*, 12(2), 21582440221105820.
- Saleh, H., Surya, B., Annisa Ahmad, D. N., & Manda, D. (2020). The role of natural and human resources on economic growth and regional development: With discussion of open innovation dynamics. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 103.
- Sangchumngong, A. (2019). Development of a sustainable tourist destination based on the creative economy: A case study of Klong Kone Mangrove Community, Thailand. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 40(3), 642-649.
- Santoro, G., Bresciani, S., & Papa, A. (2020). Collaborative modes with cultural and creative industries and innovation performance: the moderating role of heterogeneous sources of knowledge and absorptive capacity. *Technovation*, 92, 102040.
- Santoso, S. (2020). Optimizing access to financial capital of creative economy for startups towards global competitiveness. *Business Economic, Communication, and Social Sciences Journal (BECOSS)*, 2(2), 181-189.
- Seymour, F. J., Aurora, L., & Arif, J. (2020). The jurisdictional approach in Indonesia: Incentives, actions, and facilitating connections. *Frontiers in Forests and Global Change*, 3, 503326.
- Štreimikienė, D., & Kačerauskas, T. (2020). The creative economy and sustainable development: The Baltic States. *Sustainable development*, 28(6), 1632-1641.

- Sukarno, G., Rasyidah, R., & Saadah, K. (2020). Improve Creative Industry Competitiveness Penta Helix and Human Capital in Digital Era. In *2nd International Media Conference 2019 (IMC 2019)* (pp. 157-170). Atlantis Press.
- Syafri, M., Shobirin, M. S., Ekowati, D., & Maghfirah, N. (2023). The Impact of Creative Industries on Economic Growth: Case Studies in Developing Countries in Malaysia and Indonesia. *West Science Journal Economic and Entrepreneurship*, 1(10), 457-464.
- Tao, J., Ho, C. Y., Luo, S., & Sheng, Y. (2019). Agglomeration economies in creative industries. *Regional Science and Urban Economics*, 77, 141-154.
- Thalib, P., Kurniawan, F., & Sabrie, H. Y. (2019). The Function of Deposits Insurances Institutions to Create a Solid Banking System For The Sake Of Continuity of Infrastructure Development in Indonesia. *International Journal of Innovation, Creativity and and Change (IJICC)*, 5(2), 390-396.
- Tresna, P. W., & Raharja, S. U. (2019). Effect of entrepreneurial orientation, product innovation and competitive advantage on business performance in creative industries in Bandung City, Indonesia. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 8, 51-60.
- Wahjudewanti, A. S., Tjakraatmaja, J. H., & Anggoro, Y. (2021). Knowledge Management Strategies to Improve Learning and Growth in Creative Industries: A Framework Model. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* Vol, 4(2), 1903-1915.
- Wawrowski, B., & Otola, I. (2020). Social media marketing in creative industries: How to use social media marketing to promote computer games? *Information*, 11(5), 242.
- Widjajanti, K., & Sugiyanto, E. K. (2020). The Synergy between Academic Support, Government Regulation, Business Sector, and Civil Society to Enhancing Innovation Ecosystem Indonesian SMEs. *Journal of Educational and Social Research*, 10(5), 108-108.
- Widodo, W., Triyono, M. B., Sudira, P., & Mutohhari, F. (2023). Building sustainable creative economy in society through the mediation role of innovation behavior. *Sustainability*, 15(14), 10860.
- Wirda, F., & Rivai, H. A. (2019). Competitive advantage: Mediation effect between entrepreneurial competency and business performance creative industries in West Sumatera-Indonesia. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 25(1), 1-11.