

EKONOMI KREATIF: PELUANG DAN TANTANGAN DI MASA DEPAN

Nuranisah^{1*}, Eva Auliana², Siska³

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

Email Korespondensi: nuranisaaa204@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi global. Dengan kemajuan teknologi digital dan perubahan gaya hidup masyarakat, industri ini semakin berkembang dan menawarkan berbagai peluang bagi para pelaku usaha. Beberapa peluang utama dalam ekonomi kreatif meliputi perkembangan teknologi digital yang mempermudah pemasaran dan distribusi, meningkatnya permintaan akan produk kreatif, serta dukungan dari pemerintah dan investor. Namun, di balik potensi besar tersebut, terdapat tantangan yang harus dihadapi, seperti persaingan yang semakin ketat, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI) yang masih lemah, serta akses modal yang terbatas bagi pelaku industri kreatif. Untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan, diperlukan strategi inovatif, perlindungan hukum yang lebih kuat, serta kolaborasi antara pelaku industri, pemerintah, dan investor. Dengan pendekatan yang tepat, ekonomi kreatif dapat menjadi sektor unggulan yang mampu mendorong perekonomian global di masa depan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Hak Kekayaan Intelektual, Peluang Bisnis, Tantangan Industri, Teknologi Digital

ABSTRACT

The creative economy has become one of the key sectors contributing significantly to global economic growth. With the advancement of digital technology and changes in people's lifestyles, this industry continues to expand, offering various opportunities for entrepreneurs. Some of the main opportunities in the creative economy include the development of digital technology that facilitates marketing and distribution, the increasing demand for creative products, and support from the government and investors. However, despite its great potential, several challenges must be addressed, such as growing competition, weak intellectual property rights (IPR) protection, and limited access to capital for creative industry players. To ensure sustainable growth, innovative strategies, stronger legal protection, and collaboration between industry players, governments, and investors are needed. With the right approach, the creative economy can become a leading sector that drives global economic development in the future.

Keywords: Creative Economy, Business Opportunities, Digital Technology, Industry Challenges, Intellectual Property Rights

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan yang berasal dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Menurut Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Ekonomi Kreatif Menurut *United Nations Conference On Trade and Development* (UNCTAD) didefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utamanya. Di era globalisasi saat ini, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama yang mendukung kemajuan ekonomi lokal. Sektor ini terbukti memiliki peranan yang sangat penting dalam memaksimalkan potensi lokal dan membuka berbagai peluang usaha bagi masyarakat desa. Ekonomi kreatif mengandalkan pemanfaatan kreativitas dan potensi manusia untuk menghasilkan nilai tambah melalui berbagai aktivitas seperti seni, budaya, desain, teknologi, dan industri kreatif lainnya. Pemahaman mengenai peran ekonomi kreatif terus berkembang sebagai solusi untuk meningkatkan daya saing suatu daerah.

Ekonomi kreatif memiliki potensi besar sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal dengan memadukan unsur budaya dan inovasi. Sektor ini mampu membuka peluang kerja baru serta memperkuat daya saing suatu daerah. Melalui penciptaan produk dan jasa yang inovatif dan berbasis kekhasan lokal, ekonomi kreatif menarik minat pasar secara lebih luas. Aktivitas para pelaku seperti seniman, desainer, dan teknopreneur tidak hanya menghasilkan pendapatan, tetapi juga memperkuat jati diri dan karakter khas suatu wilayah.

Ekonomi kreatif berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus pengembangan sumber daya manusia. Dalam jangka panjang, pendidikan serta pelatihan di bidang seni, desain, dan teknologi kreatif menjadi kunci untuk menciptakan tenaga kerja yang kompeten dan inovatif. Ini membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan potensi kreatif mereka dan turut serta dalam pembangunan ekonomi. Selain itu, ekonomi kreatif juga memiliki peran penting dalam menjaga dan memperkuat identitas budaya bangsa. Melalui eksplorasi nilai-nilai budaya lokal dan inovasi yang menggabungkan unsur tradisional dengan tren global, identitas budaya dapat dipertahankan sekaligus dikembangkan. Upaya ini tidak hanya meningkatkan kualitas hidup masyarakat, tetapi juga mampu menarik perhatian investor dan wisatawan.

Perkembangan ekonomi digital di Indonesia membuka berbagai peluang besar bagi pertumbuhan sektor industri kreatif, yang dapat menjadi pendorong utama bagi perekonomian nasional. Dalam era yang semakin dipengaruhi oleh Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang memengaruhi berbagai aspek kehidupan, sektor industri kreatif memiliki potensi untuk menciptakan inovasi yang tidak hanya meningkatkan efisiensi, tetapi juga memperkenalkan model bisnis baru yang dapat merespons kebutuhan serta keinginan pasar yang terus berkembang.

Salah satu fenomena penting yang muncul seiring dengan kemajuan ekonomi digital adalah e-commerce. Platform e-commerce telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan konsumen, memungkinkan mereka untuk memasarkan produk secara luas tanpa kendala geografis. Hal ini memberikan kesempatan besar bagi para pelaku industri kreatif, seperti desainer, seniman, dan pengrajin lokal, untuk menjual produk mereka

kepada pasar yang lebih luas. Melalui e-commerce, produk-produk kreatif yang unik dan berkualitas tinggi dapat dengan mudah diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia bahkan dunia, sehingga meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur atau penelitian kepustakaan. Pendekatan ini difokuskan pada perbandingan antara teori-teori utama dengan kerangka konsep yang telah diterapkan dalam penelitian sebelumnya. Selama proses analisis, sumber-sumber literatur yang digunakan berasal dari hasil kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat serta publikasi ilmiah baik nasional maupun internasional yang memiliki relevansi dengan topik kajian. Seluruh referensi dapat diakses melalui platform pencarian literatur seperti Mendeley dan Google Scholar. Pendekatan kualitatif diterapkan secara konsisten, terutama dalam konteks penelitian berbasis literatur. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif karena bersifat eksploratif, sehingga memungkinkan adanya pembahasan yang lebih mendalam dengan dukungan dari pustaka atau literatur yang relevan. Tahapan ini berperan sebagai landasan dalam merumuskan hipotesis, yang kemudian digunakan untuk membandingkan dan mengevaluasi teori-teori yang ada, terutama ketika dikaitkan dengan temuan dari penelitian sebelumnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peluang dalam Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif mulai berkembang sejak terjadinya krisis di Indonesia. Krisis ekonomi yang mengakibatkan meningkatnya biaya produksi barang dengan kandungan impor tinggi, tingginya tingkat pemutusan hubungan kerja (PHK), serta lonjakan harga barang ekspor yang bergantung pada input dalam negeri, mendorong ide untuk menggali potensi dan menciptakan barang unik yang dapat menyasar pasar domestik yang besar. Hal ini melahirkan industri kreatif yang menjadi inti dari ekonomi kreatif. Seiring perkembangannya, ekonomi yang berasal dari kreasi intelektual dengan nilai ekonomi dan manfaat ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia. Selain itu, ekonomi kreatif juga memiliki manfaat dengan menggali potensi lokal Indonesia dan mengembangkan sumber daya manusia (SDM), terutama generasi muda, karena mayoritas pelaku industri kreatif di Indonesia adalah kalangan muda. Peluang untuk mengembangkan industri kreatif di Indonesia masih terbuka luas, dengan banyak potensi yang bisa dimanfaatkan, sehingga manfaatnya, baik ekonomis maupun non-ekonomis, dapat lebih optimal.

Ekonomi kreatif merupakan teori ekonomi baru yang bertujuan untuk menciptakan kekayaan dan lapangan pekerjaan dengan memanfaatkan kreativitas manusia. Dalam teori ini, sumber daya manusia (SDM) dianggap sebagai komponen utama dalam menghasilkan aktivitas ekonomi. Ekonomi kreatif mendorong pertumbuhan berkelanjutan melalui inovasi, yang dapat memberikan nilai ekonomi. Fase konsolidasi puncaknya terlihat pada perkembangan sektor kreatif Indonesia antara tahun 2008 hingga 2014. Sejak 2015, sektor ini berkembang dengan target pada tahun 2025 untuk mencapai pendapatan per kapita setara dengan negara-negara berpenghasilan tinggi.

Produk domestik bruto (PDB) adalah indikator penting yang digunakan untuk mengukur perubahan ekonomi suatu negara dari waktu ke waktu. Perbedaan PDB antara

satu tahun dan tahun sebelumnya dapat dihitung untuk mengetahui laju pertumbuhan ekonomi. PDB adalah nilai total dari produk dan jasa yang dihasilkan oleh entitas ekonomi di suatu negara dalam periode tertentu (Budiarta et al., 2020). Salah satu cara untuk mengukur kegiatan ekonomi di Indonesia adalah dengan melihat PDB, yang mencerminkan total nilai tambah dari semua produk dan layanan yang diproduksi dalam suatu wilayah.

Angkatan kerja terdiri dari penduduk berusia 15 tahun ke atas yang mampu bekerja, termasuk mereka yang sedang bekerja atau sementara tidak bekerja karena alasan tertentu, seperti menunggu panen atau sedang cuti. Menurut Undang-Undang Ketenagakerjaan Republik Indonesia No. 13 Tahun 2003, pekerja adalah setiap individu yang melakukan pekerjaan untuk menghasilkan barang atau jasa yang berguna bagi dirinya maupun masyarakat (Ghofur, 2020). Pendidikan bertujuan menciptakan lingkungan belajar yang mendukung pengembangan potensi diri peserta didik, meliputi aspek spiritual, pengendalian diri, kecerdasan, akhlak, serta keterampilan yang diperlukan bagi individu dan masyarakat. Kemampuan negara-negara berkembang untuk mengadopsi teknologi dan membangun kapasitas produktif sangat dipengaruhi oleh sistem pendidikan yang ada.

Kemajuan teknologi dapat diartikan sebagai kapasitas untuk menciptakan sesuatu yang bernilai dan bermanfaat, atau pengetahuan mengenai cara mencapainya. Berdasarkan model Solow, kemajuan teknologi merupakan faktor eksternal yang berperan dalam proses pertumbuhan ekonomi dengan berinteraksi bersama elemen-elemen lainnya (Basmar et al., 2021). Seiring waktu, perkembangan teknologi ini turut meningkatkan kemampuan produksi suatu masyarakat, sebagaimana tercermin dalam fungsi produksi yang menunjukkan keterkaitan antara kemajuan teknologi dan total output yang dihasilkan.

Ekonomi kreatif menawarkan berbagai manfaat, seperti mendorong inovasi berkelanjutan, mengandalkan sumber daya yang tidak terbatas, menciptakan peluang kerja baru, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat. Adanya ketimpangan ekonomi justru membuka peluang bagi ekonomi kreatif untuk tumbuh menjadi sektor industri yang inovatif, karena setiap generasi dituntut untuk menciptakan gagasan-gagasan baru demi mendukung pertumbuhan ekonomi.

Perkembangan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi digital saat ini telah mengubah lanskap industri kreatif. Hal ini didorong oleh kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi operasional di sektor industri kreatif. Dengan demikian, teknologi digital berfungsi sebagai alat yang dapat mendongkrak efisiensi kerja, membantu pencapaian target penjualan, serta memberikan gambaran mengenai jangkauan dari setiap kegiatan promosi yang dilakukan.

Industri kreatif merupakan sektor bisnis yang mengutamakan kreativitas dan inovasi masyarakat. Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri ini karena kekayaan budaya dan tradisinya yang dapat menjadi sumber inspirasi. Diperkirakan pada tahun 2030, Indonesia akan mencapai puncak bonus demografi, dengan lebih dari 40% penduduk berada dalam usia produktif, di mana 27% di antaranya merupakan generasi muda berusia 16-30 tahun. Selain itu, perkembangan gaya hidup digital turut menjadi peluang besar, mengingat lebih dari 90% penduduk Indonesia telah memiliki akses terhadap teknologi informasi dan komunikasi.

Ekonomi kreatif berkembang pesat dan menjadi sektor unggulan dalam persaingan global. Indonesia juga menyiapkan ekonomi kreatif sebagai kekuatan ekonomi baru di masa depan. Kehadiran ekonomi kreatif tidak menggantikan ekonomi informasi, tetapi

justru memperkuat peran teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam perkembangannya.

Ekonomi kreatif mencerminkan nilai tambah yang dihasilkan dari ide atau gagasan berbasis kekayaan intelektual yang orisinal. Industri ini lahir dari kreativitas manusia serta didukung oleh ilmu pengetahuan, teknologi, keterampilan, dan warisan budaya (Peraturan Presiden Nomor 142 Tahun 2018). Teknologi berperan penting dalam produksi ekonomi kreatif, dan TIK menjadi salah satu teknologi utama yang digunakan dalam sektor ini.

E-Commerce dan Marketplace

Menurut Shabur Mifta Maulana yang mengutip Laudon, e-Commerce adalah proses jual beli produk secara elektronik yang dilakukan oleh konsumen maupun antarperusahaan, dengan komputer sebagai perantara dalam transaksi bisnis. E-Commerce memiliki beberapa keunggulan dibandingkan transaksi bisnis offline. Salah satunya adalah keberagaman produk yang dapat dipasarkan dan dijual melalui internet, mulai dari pakaian, mobil, hingga sepeda. Selain itu, tempat penjualan dalam e-Commerce berbasis internet, sehingga memerlukan domain dan hosting untuk menjalankannya.

Dalam hal penerimaan pesanan, transaksi dapat dilakukan melalui berbagai metode komunikasi seperti email, telepon, dan SMS. Metode pembayaran yang tersedia juga lebih bervariasi, termasuk kartu kredit, PayPal, serta pembayaran tunai. Untuk pengiriman barang, e-Commerce memungkinkan penggunaan layanan ekspedisi seperti Pos Indonesia, EMS, atau JNE. Selain itu, layanan pelanggan dalam bisnis ini dapat diakses melalui berbagai saluran, seperti email, fitur "Contact Us," telepon, serta layanan obrolan (chat) jika tersedia dalam sistem.

Marketplace terdiri dari beberapa komponen utama yang mendukung operasionalnya. Pelanggan berasal dari berbagai negara dan mengakses marketplace melalui internet. Sementara itu, terdapat jutaan penjual yang memanfaatkan platform ini untuk beriklan dan menawarkan berbagai produk. Barang dan jasa yang diperdagangkan dapat berupa produk fisik maupun digital, di mana produk digital merupakan barang yang telah dikonversi ke dalam format digital dan dikirim melalui internet.

Dalam menjalankan marketplace, diperlukan infrastruktur yang mencakup jaringan, perangkat keras, perangkat lunak, dan elemen pendukung lainnya. Selain itu, terdapat front-end, yaitu antarmuka yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam marketplace, yang mencakup portal penjual, katalog elektronik, keranjang belanja, mesin pencari, dan sistem lelang.

Di sisi lain, *back-end* berfungsi untuk menangani berbagai aktivitas operasional, seperti pemrosesan dan pemenuhan pesanan, manajemen stok, pembelian dari pemasok, akuntansi dan keuangan, proses pembayaran, pengemasan, serta pengiriman barang. Selain itu, marketplace juga melibatkan perantara atau pihak ketiga yang menghubungkan penjual dan pembeli, di mana sebagian besar operasionalnya dilakukan secara otomatis melalui sistem komputerisasi.

Media Sosial sebagai Alat Komunikasi

Platfrom seperti instagram, you tube,dan tik tok menjadi salah satu sarana utama bagi bisnis kreatif untuk menarik perhatian para pembeli (kosumen) dengan konen dan visual yang menarik.

NFT dan *Blockchain* dalam Ekonomi Kreatif

Teknologi ini memungkinkan seniman digital untuk menjual karya-karya mereka dengan hak kepemilikan eksklusif, sehingga dapat meningkatkan nilai dan harga jual dari karya seni digital tersebut.

Meningkatnya Permintaan terhadap Produk Kreatif

Peluang dalam ekonomi kreatif dapat meningkatkan permintaan terhadap produk kreatif melalui berbagai strategi. Salah satunya adalah dengan memberikan insentif kepada pelaku usaha, seperti pembebasan pajak, dana pengembangan, dan fasilitas pemasaran yang dapat mendorong inovasi serta meningkatkan kualitas produk kreatif. Selain itu, penyusunan roadmap ekonomi kreatif yang jelas dapat membantu mengarahkan perkembangan sektor ini dengan mencakup program pelatihan, desain, kualitas, dan strategi pemasaran.

Pelatihan dan pendidikan juga berperan penting dalam meningkatkan keterampilan kreatif, pemanfaatan teknologi, serta manajemen bisnis sehingga menciptakan sumber daya manusia yang lebih kompeten dalam industri ini. Selain itu, perlindungan hukum melalui Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dapat memberikan keamanan bagi pelaku usaha dari ancaman pembajakan dan meningkatkan kepercayaan mereka dalam mengembangkan produk kreatif.

Dukungan lain yang dapat meningkatkan permintaan terhadap produk kreatif adalah kemudahan akses pembiayaan serta kehadiran investor yang tertarik dengan sektor ekonomi kreatif. Promosi intensif dan penciptaan iklim usaha yang kondusif dapat menarik lebih banyak investasi dan mempercepat pertumbuhan industri ini.

Peningkatan akses pasar dan promosi melalui teknologi digital, pameran, serta festival ekonomi kreatif juga dapat memperluas jangkauan produk kreatif kepada konsumen yang lebih luas. Terakhir, membangun apresiasi terhadap produk kreatif lokal merupakan langkah penting dalam meningkatkan permintaan. Dengan adanya kampanye edukasi yang menumbuhkan kebanggaan terhadap produk dalam negeri, masyarakat akan lebih cenderung memilih produk lokal dibandingkan dengan produk impor.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif di Indonesia tumbuh sebagai respons terhadap krisis ekonomi, yang kemudian mendorong munculnya industri berbasis kreativitas dan inovasi. Dalam perkembangannya, sektor ini memainkan peran yang semakin penting dalam perekonomian nasional, tidak hanya melalui kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), tetapi juga melalui pemberdayaan sumber daya manusia, khususnya generasi muda. Kemajuan teknologi digital turut mempercepat transformasi sektor ini, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat strategi pemasaran yang lebih efektif.

Untuk mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif, dibutuhkan dukungan nyata dalam bentuk insentif seperti pembebasan pajak, pendanaan pengembangan, dan fasilitas pemasaran yang mendukung inovasi serta peningkatan kualitas produk. Selain itu, penyusunan roadmap yang terstruktur akan menjadi panduan strategis dalam pengembangan sektor ini, termasuk dalam hal pelatihan sumber daya manusia, peningkatan kualitas desain, dan penguatan strategi pemasaran.

Walaupun industri kreatif menghadapi tantangan dari persaingan global, khususnya masuknya pelaku bisnis asing, hal ini justru dapat menjadi pemacu bagi pelaku

usaha lokal untuk terus berinovasi dan menciptakan keunggulan kompetitif. Dengan memanfaatkan potensi lokal, mendorong inovasi berkelanjutan, dan ditopang oleh kebijakan yang tepat, industri kreatif Indonesia memiliki peluang besar untuk tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan kontribusi yang semakin signifikan terhadap pembangunan ekonomi nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Angelia, Febri. dkk. (2020). *Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. Jurnal Kebijakan Ekonomi, 14 (2): 1-17.
- Aulia, Daisy., Arsy, Syafitri., & Fauzatul, Laily Nisa. *Perkembangan serta peran ekonomi kreatif di Indonesia dari masa ke masa*. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen, 2 (3) (Juli 2024), 189-198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>.
- Felipe, Butrago Restrepo., & Ivan Duque Marquez. (2015). *Orange economy*. Hedwigis Hapsari, Jakarta: Mizan, 37.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books.
- Hidayat. (2019). *Perlindungan hak kekayaan intelektual dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Jurnal Hukum dan Pembangunan, 327-348.
- Pratt, A.C. (2011). *The cultural contradictions of the creative city*. City, Culture and Society, 2(3), 123-130.
- Rangkuti, Freddy. (2000). *Analisis SWOT: teknik membedah kasus bisnis-reorientasi konsep perencanaan startegis untuk menghadapi abad 21*. Jakarta: Gramedia, hal. 53.
- Renjati. (2013). *Kreatifitas organisasi & inovasi bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2.
<https://id.m.wikipedia.org> diakses tanggal 28 Maret 2025.