

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI ERA DIGITAL

The Role Of The Creative Economy In Increasing Community Income In The Digital Era

Gustina Masitoh¹, Anis Nashoha², Nuril Fuadati³, Zuhri khasanah⁴

^{1,2,3,4}Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Nurul Huda

Email: gustina@unuha.ac.id¹, anisanisnashoha@gmail.com²

Informasi Artikel

Diterima 05,08,2025

Disetujui 05,12,2025

Diterbitkan

05,16,2025

Keywords:

AI, creative economy, digitalization, digital literacy, inclusive growth, innovation, MSMEs.

Kata kunci:

AI, digitalisasi, ekonomi kreatif, inovasi, literasi digital, pertumbuhan inklusif, UMKM.

Abstract. The rapid development of information and communication technology, especially in the digital era, has transformed the global economic landscape and opened new opportunities for the creative economy sector. The creative economy, which emphasizes the use of ideas, creativity, and innovation, plays a vital role in increasing community income and generating employment. This article aims to explore the role of the creative economy in improving the welfare of Indonesian society, particularly amid the fast-paced digital transformation. The method used in this study is a literature review, examining various sources such as academic journals, books, official reports, and relevant online articles. The main discussion covers the impact of digitalization on creative economy actors, its contribution to community income, challenges and development strategies in the digital era, and the role of artificial intelligence in the creative economy. The findings show that digitalization expands market access, enhances competitiveness, and strengthens local cultural identity. However, the sector still faces challenges such as low digital literacy and limited access to capital. Therefore, collaborative support from the government, private sector, and community is essential in the form of digital skills training, infrastructure development, and access to financing. A digital-based creative economy is thus expected to become a driving force for inclusive and sustainable economic growth.

Abstrak. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat, terutama di era digital, telah mengubah lanskap ekonomi global dan membuka peluang baru bagi sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif, yang menekankan pemanfaatan ide, kreativitas, dan inovasi, memainkan peran penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja. Artikel ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia, khususnya di tengah transformasi digital yang berlangsung cepat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur, dengan menelaah berbagai sumber seperti jurnal akademik, buku, laporan resmi, dan artikel online yang relevan. Pembahasan utama mencakup dampak digitalisasi terhadap pelaku ekonomi kreatif, kontribusinya terhadap pendapatan masyarakat, tantangan dan strategi pengembangan di era digital, serta peran kecerdasan buatan dalam ekonomi kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi memperluas akses pasar, meningkatkan daya saing, dan memperkuat identitas budaya lokal. Namun, sektor ini masih menghadapi tantangan seperti rendahnya literasi digital dan terbatasnya akses terhadap permodalan. Oleh karena itu, diperlukan dukungan kolaboratif dari pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat dalam bentuk pelatihan keterampilan digital, pengembangan infrastruktur, dan akses pembiayaan. Dengan demikian, ekonomi kreatif berbasis digital diharapkan dapat menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif tidak hanya menjadi fokus nasional, tetapi juga merupakan tren global yang menunjukkan pergeseran paradigma ekonomi dari berbasis sumber daya alam ke berbasis pengetahuan dan inovasi. Menurut laporan *UNCTAD Creative Economy Outlook (2022)*, nilai ekspor produk industri kreatif secara global mencapai lebih dari USD 1 triliun, dan terus menunjukkan tren peningkatan setiap tahunnya. Negara-negara seperti Korea Selatan, Inggris, dan Amerika Serikat telah menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi mereka. Keberhasilan negara-negara tersebut menjadi contoh penting bagi Indonesia untuk mengembangkan strategi serupa yang berbasis pada potensi budaya, talenta lokal, dan pemanfaatan teknologi digital.

Di Indonesia, pemerintah telah mengidentifikasi ekonomi kreatif sebagai sektor strategis dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. Terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif yang diakui secara resmi, antara lain aplikasi dan pengembangan gim, musik, film, animasi, seni rupa, kuliner, fesyen, serta kriya. Dari subsektor tersebut, tiga yang paling dominan dalam kontribusi terhadap PDB adalah kuliner, fesyen, dan kriya—yang secara kolektif menyumbang lebih dari 75% dari total kontribusi ekonomi kreatif nasional. Namun, subsektor digital seperti gim, aplikasi, dan animasi diproyeksikan memiliki pertumbuhan paling pesat dalam lima tahun ke depan, seiring meningkatnya penetrasi internet dan konsumsi konten digital.

Meskipun peluangnya besar, ekonomi kreatif Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural. Salah satu isu utama adalah kesenjangan digital di wilayah pedesaan dan luar Jawa, yang menghambat partisipasi pelaku kreatif dari daerah dalam ekosistem digital nasional. Laporan BPS (2021) menunjukkan bahwa hanya sekitar 51% rumah tangga di Indonesia bagian timur yang memiliki akses internet, dibandingkan dengan lebih dari 80% di Jawa dan Bali. Selain itu, rendahnya literasi keuangan dan digital menjadi hambatan signifikan dalam mengembangkan skala usaha dan menarik investasi. Banyak pelaku ekonomi kreatif masih menjalankan usahanya secara informal dan belum memiliki akses ke lembaga pembiayaan, inkubasi bisnis, atau pelatihan kewirausahaan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan (AI), augmented reality (AR), dan blockchain juga membuka peluang baru untuk inovasi dalam produk dan model bisnis ekonomi kreatif. Misalnya, para seniman kini dapat memonetisasi karya mereka melalui platform NFT

(non-fungible token), sementara pelaku fesyen dapat menggunakan teknologi AR untuk menghadirkan pengalaman belanja virtual yang imersif. Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital bukan hanya alat, melainkan juga sumber daya strategis dalam mengembangkan kapasitas dan daya saing ekonomi kreatif.

Oleh karena itu, penting untuk menempatkan ekonomi kreatif dalam kerangka pembangunan yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam kontribusi ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, terutama di tengah tantangan ekonomi digital dan ketimpangan akses. Melalui pendekatan literatur dan analisis konseptual, diharapkan kajian ini dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pemangku kepentingan untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif nasional yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing global.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur (*library research*), yaitu metode pengumpulan data yang diperoleh melalui kajian terhadap berbagai sumber tertulis seperti jurnal ilmiah, buku, laporan resmi, dan artikel online yang relevan dengan topik yang dibahas. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat di era digital.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri artikel dan jurnal dari beberapa sumber terpercaya, seperti Google Scholar, portal jurnal perguruan tinggi, serta situs resmi pemerintah dan lembaga yang membidangi ekonomi kreatif di Indonesia. Fokus kajian literatur ini diarahkan pada tiga aspek utama, yaitu: (1) definisi dan cakupan ekonomi kreatif; (2) pengaruh digitalisasi terhadap pelaku ekonomi kreatif; dan (3) kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan masyarakat.

Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif, yakni dengan mengidentifikasi pola-pola temuan dari literatur, mengelompokkannya berdasarkan tema, serta menarik kesimpulan yang mendukung argumentasi teori dan praktik yang telah dibahas dalam pendahuluan.

Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai dinamika ekonomi kreatif dalam konteks digitalisasi dan dampaknya terhadap kesejahteraan ekonomi masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Transformasi Ekonomi Kreatif di Era Digital

Ekonomi kreatif telah mengalami transformasi signifikan seiring dengan perkembangan teknologi digital. Digitalisasi memungkinkan pelaku ekonomi kreatif untuk memanfaatkan platform online dalam memasarkan produk dan jasa mereka, sehingga dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa batasan geografis. Menurut Sari dan Widodo (2022), digitalisasi membuka akses pasar yang lebih luas, memperkuat branding, dan meningkatkan daya saing pelaku ekonomi kreatif lokal.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) juga menekankan bahwa digitalisasi berperan penting dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif, dengan memudahkan pelaku usaha dalam mempromosikan dan mendistribusikan produk melalui platform digital. Hal ini pada akhirnya memperkuat posisi pasar mereka di tengah kompetisi global.

Transformasi ini juga memicu lahirnya ekosistem ekonomi baru, seperti marketplace khusus produk kreatif, platform crowdfunding untuk pendanaan usaha, hingga komunitas digital yang memperkuat kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif. Digitalisasi tidak hanya menjadi alat distribusi, tetapi juga menciptakan ruang inkubasi ide dan inovasi. Dengan demikian, ekonomi kreatif di era digital menjadi lebih adaptif dan dinamis dalam menjawab kebutuhan pasar.

Penjelasan:

Paragraf ini menggambarkan bagaimana digitalisasi menciptakan perubahan struktural dalam cara pelaku ekonomi kreatif beroperasi. Teknologi menjadi sarana utama untuk membangun merek, menjangkau konsumen global, dan meningkatkan nilai tambah produk. Menurut laporan McKinsey (2021), penggunaan media digital dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis UMKM kreatif hingga 25% dalam 2 tahun pertama digitalisasi. Oleh karena itu, digitalisasi tidak hanya berperan sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai katalisator inovasi.

2. Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap Pendapatan Masyarakat

Ekonomi kreatif berperan penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi besar terhadap peningkatan inovasi produk, perluasan akses pasar melalui platform digital, serta efisiensi operasional UMKM. Seperti yang

disebutkan dalam artikel oleh Pustaka (2021), ekonomi kreatif memberikan peluang besar bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar global, meningkatkan kualitas produk, dan mengoptimalkan teknologi untuk efisiensi.

Selain itu, sektor ekonomi kreatif juga membuka peluang bagi masyarakat untuk menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi. Hal ini diungkapkan oleh Rachmawati (2023), yang menulis, “individu dapat mengembangkan usaha kreatif berbasis ide dan inovasi seperti desain grafis, konten digital, dan kerajinan tangan, yang semakin diminati di pasar digital.”

Ekonomi kreatif juga menjadi sarana pemberdayaan bagi kelompok rentan seperti perempuan dan pemuda. Banyak pelaku ekonomi kreatif berasal dari kalangan ini karena sektor tersebut menawarkan fleksibilitas waktu, akses modal yang terjangkau, serta ruang untuk mengekspresikan kreativitas. Di sisi lain, adopsi teknologi digital seperti e-commerce dan aplikasi keuangan turut memudahkan pelaku usaha dalam mengelola penjualan dan laporan keuangan secara lebih efektif. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga menumbuhkan budaya kewirausahaan di kalangan masyarakat luas.

Penjelasan:

Paragraf ini menunjukkan bagaimana ekonomi kreatif memberikan dampak ekonomi langsung bagi individu dan komunitas. Data dari BPS (2022) menyebutkan bahwa sektor ekonomi kreatif menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja pada tahun 2021, dengan dominasi UMKM. Pemberdayaan kelompok rentan seperti perempuan melalui platform digital juga terbukti memperluas partisipasi ekonomi, sebagaimana dicatat oleh UN Women (2020), yang menunjukkan bahwa perempuan lebih cenderung terlibat dalam usaha berbasis rumah tangga di sektor kreatif seperti fesyen dan kerajinan.

3. Tantangan dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan ekonomi kreatif di era digital menghadapi beberapa tantangan. Salah satunya adalah kurangnya keterampilan dalam pembuatan produk atau karya yang memiliki daya saing tinggi, serta akses internet yang masih terbatas di beberapa wilayah. Menurut Prasetyo dan Sumaryo (2020), tantangan terbesar dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah rendahnya tingkat literasi digital di beberapa daerah, yang membatasi akses mereka terhadap teknologi yang dapat mendukung pengembangan usaha kreatif.

Selain itu, modal usaha yang terbatas juga menjadi hambatan bagi masyarakat untuk memulai usaha di sektor ekonomi kreatif. Diperlukan lebih banyak dukungan berupa akses pendanaan, pelatihan, dan peningkatan keterampilan. Hal ini juga ditekankan oleh Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf, 2020), yang menyarankan adanya program-program khusus untuk membantu UMKM kreatif dalam hal pembiayaan dan akses pasar.

Di samping itu, kurangnya kolaborasi antara pelaku industri kreatif, pemerintah, dan lembaga pendidikan juga menjadi kendala. Banyak pelaku ekonomi kreatif bekerja secara individual dan tidak terhubung dengan ekosistem pendukung yang memadai. Hal ini diperparah dengan masih rendahnya kesadaran akan pentingnya hak kekayaan intelektual (HKI). Menurut Widiastuti (2022), banyak pelaku UMKM belum menyadari pentingnya mendaftarkan karya mereka secara hukum, yang menyebabkan risiko plagiarisme dan kehilangan nilai ekonomi.

Penjelasan:

Tantangan-tantangan ini menunjukkan perlunya pendekatan holistik dalam pengembangan ekonomi kreatif. Selain infrastruktur digital, aspek literasi teknologi dan hukum seperti HKI sangat penting agar pelaku usaha tidak hanya kreatif tetapi juga terlindungi secara hukum. OECD (2022) juga menekankan pentingnya kolaborasi lintas sektor untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan inklusif.

4. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Digital

Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital melibatkan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk meningkatkan daya saing produk kreatif. Digitalisasi berperan penting dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif, terutama di sektor pariwisata dan budaya, yang dapat berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Santoso (2021) menyatakan, “digitalisasi berperan penting dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif, terutama di sektor pariwisata dan budaya, yang dapat berdampak langsung pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.”

Pemerintah Indonesia juga mendorong program digitalisasi desa untuk memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat merasakan manfaat dari ekonomi kreatif. Menurut Kompasiana (2022), program digitalisasi desa bertujuan untuk meningkatkan infrastruktur teknologi dan memberikan pelatihan kepada masyarakat desa, agar mereka bisa mengembangkan produk kreatif berbasis digital dan memasarkan produk mereka secara lebih luas.

Sebagai langkah lanjutan, strategi lain yang dapat diterapkan adalah membangun inkubator bisnis dan pusat pelatihan berbasis komunitas. Inkubator ini dapat menjadi wadah pengembangan ide, akses mentoring, hingga jaringan pasar. Selain itu, pemanfaatan media sosial secara strategis juga menjadi kunci keberhasilan dalam memperluas jangkauan pasar. Menurut Nurdin (2023), platform seperti Instagram, TikTok, dan Shopee menjadi media utama dalam membangun brand awareness dan menjaring konsumen secara efektif bagi pelaku ekonomi kreatif pemula.

Penjelasan:

Strategi ini menekankan pentingnya peran pemerintah dan komunitas dalam memperkuat ekosistem ekonomi kreatif digital. World Bank (2020) menyebut bahwa infrastruktur teknologi harus diikuti dengan peningkatan kapasitas SDM agar transformasi digital berdampak merata. Inkubator dan pelatihan komunitas menciptakan akses yang lebih setara terhadap sumber daya kreatif, sementara media sosial memberikan saluran distribusi yang hemat biaya dan berdampak besar terhadap eksistensi brand.

5. Peran Teknologi Kecerdasan Buatan dalam Ekonomi Kreatif

Dalam era digital yang terus berkembang, teknologi kecerdasan buatan (AI) mulai memainkan peran penting dalam mendukung inovasi di sektor ekonomi kreatif. AI digunakan untuk menciptakan desain otomatis, mengembangkan konten kreatif, serta menganalisis preferensi pasar secara real-time. Menurut Simanjuntak dan Rofiq (2023), kecerdasan buatan memberikan efisiensi pada proses produksi kreatif dan meningkatkan akurasi dalam pengambilan keputusan bisnis berbasis data.

Pelaku ekonomi kreatif kini dapat memanfaatkan alat berbasis AI seperti chatbot untuk layanan pelanggan, recommender system untuk pemasaran personal, hingga generative design tools untuk menciptakan karya yang unik dan sesuai tren. Selain meningkatkan produktivitas, AI juga membuka peluang kolaborasi antara manusia dan mesin dalam menciptakan pengalaman digital yang imersif, seperti dalam game, musik, dan seni visual digital.

Namun, pemanfaatan AI juga menghadirkan tantangan etis dan regulasi, terutama terkait dengan orisinalitas karya dan perlindungan hak cipta. Diperlukan kebijakan yang jelas agar penggunaan teknologi ini dapat memberdayakan, bukan menggantikan, kreativitas manusia. Seperti dijelaskan oleh Yuliana (2024), “pemanfaatan AI di sektor kreatif harus disertai

pemahaman terhadap batas-batas etika dan perlindungan hukum terhadap hak kekayaan intelektual.”

Penjelasan:

Penggunaan AI memperluas dimensi kreativitas dan mempercepat proses produksi, namun juga menimbulkan dilema etika, terutama terkait plagiarisme dan orisinalitas. European Commission (2023) menekankan bahwa perlu ada regulasi khusus yang mengatur pemanfaatan AI di sektor industri kreatif agar tetap melindungi hak pencipta dan tidak melemahkan peran manusia dalam proses kreatif.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya di era digital yang membuka berbagai peluang melalui pemanfaatan teknologi. Transformasi digital memungkinkan pelaku usaha kreatif menjangkau pasar lebih luas, meningkatkan daya saing, serta memperkuat identitas budaya lokal melalui produk berbasis kreativitas dan inovasi.

Kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional semakin signifikan, terutama bagi UMKM yang mampu beradaptasi dengan platform digital. Meski demikian, pengembangannya masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses internet, rendahnya literasi digital, dan hambatan permodalan. Karena itu, diperlukan strategi kolaboratif antara pemerintah, swasta, dan masyarakat melalui pelatihan keterampilan digital, peningkatan infrastruktur, serta penyediaan akses pembiayaan.

Selain digitalisasi umum, hadirnya kecerdasan buatan (AI) memperkuat potensi ekonomi kreatif dalam menciptakan inovasi, meningkatkan efisiensi, dan memahami kebutuhan pasar secara lebih tepat. AI memungkinkan pelaku usaha mengembangkan produk dan layanan yang lebih personal dan relevan, serta mendorong kolaborasi antara manusia dan teknologi. Namun, pemanfaatan AI perlu diimbangi dengan perhatian pada aspek etika dan hukum, khususnya terkait perlindungan hak cipta dan orisinalitas karya.

Dengan dukungan regulasi dan infrastruktur yang tepat, ekonomi kreatif berbasis digital dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, sekaligus menjadi sarana pemberdayaan masyarakat di seluruh wilayah Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Ekonomi Kreatif. (2020). *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia*. Jakarta: Bekraf.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Profil Ekonomi Kreatif Indonesia 2022*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Kompasiana. (2022). *Digitalisasi Desa untuk Ekonomi Kreatif*. Diakses dari <https://www.kompasiana.com>
- Nurdin, H. (2023). Media sosial sebagai strategi pemasaran ekonomi kreatif di era digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 12–25.
- Prasetyo, B., & Sumaryo, T. (2020). Tantangan pengembangan ekonomi kreatif di daerah tertinggal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 18(3), 45–59.
- Pustaka, A. (2021). Peran ekonomi kreatif dalam pemberdayaan UMKM di era digital. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 4(2), 30–42.
- Rachmawati, D. (2023). Inovasi digital dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui ekonomi kreatif. *Jurnal Sosial dan Teknologi*, 7(1), 15–29.
- Santoso, A. (2021). Strategi transformasi digital dalam ekonomi kreatif berbasis budaya. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 3(2), 60–70.
- Sari, M., & Widodo, T. (2022). Digitalisasi ekonomi kreatif: Peluang dan tantangan di Indonesia. *Jurnal Inovasi Ekonomi Digital*, 6(1), 22–34.
- Simanjuntak, R., & Rofiq, A. (2023). Peran kecerdasan buatan dalam pengembangan ekonomi kreatif. *Jurnal Teknologi dan Kewirausahaan*, 8(1), 10–23.
- Widiastuti, L. (2022). Kesadaran pelaku UMKM terhadap hak kekayaan intelektual di era digital. *Jurnal Hukum dan Ekonomi Kreatif*, 2(3), 50–62.
- Yuliana, M. (2024). Etika pemanfaatan AI dalam ekonomi kreatif. *Jurnal AI dan Masyarakat*, 1(1), 8–18.