



## LITERATUR REVIEW : EKONOMI KREATIF DIGITAL SEBAGAI PILAR BARU PERTUMBUHAN NASIONAL

Arta Uli Sianturi<sup>1</sup>, Felicia Isabel Sihombing<sup>2</sup>

Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Medan Jl. Willem Iskandar Medan, Sumatera Utara, Indonesia

<sup>1</sup>sianturiartauli9@gmail.com.

<sup>2</sup>feliciasihombing19@gmail.com

### Article Info

#### Article history:

Received Jun 12<sup>th</sup>, 202x

Revised Aug 20<sup>th</sup>, 202x

Accepted Aug 26<sup>th</sup>, 202x

#### Kata Kunci:

Kata kunci pertama

Kata kunci kedua

Kata kunci ketiga

### ABSTRAK

Ekonomi kreatif digital telah menjelma menjadi salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di era transformasi digital. Berbasis pada pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi, sektor ini mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi, kreativitas, serta pemanfaatan sumber daya manusia yang unggul. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran ekonomi kreatif digital dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional, dengan menyoroti kontribusi sektor ini terhadap peningkatan PDB, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan daya saing global. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis data sekunder, ditemukan bahwa subsektor seperti gim, animasi, desain grafis, konten digital, dan e-commerce mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam satu dekade terakhir. Keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif digital juga sangat bergantung pada dukungan kebijakan pemerintah, ekosistem digital yang inklusif, serta kesiapan infrastruktur teknologi. Dengan demikian, ekonomi kreatif digital bukan hanya sekadar pelengkap dalam sistem ekonomi nasional, melainkan telah menjadi penggerak utama yang potensial dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan. Diperlukan sinergi antara pemangku kepentingan untuk mengoptimalkan potensi sektor ini sebagai fondasi baru pertumbuhan nasional di masa depan.

**Kata kunci:** *ekonomi kreatif digital, pertumbuhan ekonomi, transformasi digital, inovasi, pembangunan nasional, industri kreatif, teknologi informasi.*

### ABSTARCT

*The digital creative economy has become one of the main pillars in driving national economic growth in the era of digital transformation. Based on the utilization of information and communication technology, this sector is able to create added value through innovation, creativity, and the utilization of superior human resources. This study aims to examine the role of the digital creative economy in supporting national economic development, by highlighting the contribution of this sector to increasing GDP, creating jobs, and strengthening global competitiveness. Through a descriptive qualitative approach and secondary data analysis, it was found that sub-sectors such as games, animation, graphic design, digital content, and ecommerce have*

---

*experienced significant growth in the last decade. The success of the development of the digital creative economy also depends heavily on the support of government policies, an inclusive digital ecosystem, and the readiness of technological infrastructure. Thus, the digital creative economy is not only a complement to the national economic system, but has become a potential main driver in creating sustainable and equitable economic growth. Synergy between stakeholders is needed to optimize the potential of this sector as a new foundation for national growth in the future.*

**Keyword:** *digital creative economy, economic growth, digital transformation, innovation, national development, creative industry, information technology.*



© 2021 Para Penulis. Diterbitkan oleh Perkumpulan Konsultan Manajemen Pendidikan Indonesia (PKMPI). Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi CC BY-NC-SA (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

---

### Corresponding Author:

Nama Penulis,  
Affiliation  
Email: [penulis@email.com](mailto:penulis@email.com)

---

## Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi, komputasi, dan konektivitas telah menciptakan lompatan besar dalam transformasi digital yang tidak hanya memengaruhi pola hidup masyarakat, tetapi juga mengubah struktur organisasi, praktik bisnis, nilai, dan keyakinan dalam tatanan sosial (Garcez et al., 2022). Dalam konteks ini, inovasi teknologi menjadi katalis utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pendapat Yoo & Yi (2022a) yang menyatakan bahwa inovasi teknologi dan pertumbuhan ekonomi telah menjadi dua aspek yang tidak terpisahkan sejak lama.

Di Indonesia, transformasi digital kini menjadi salah satu fokus utama dalam upaya memperkuat fondasi perekonomian nasional, terutama melalui sektor ekonomi kreatif yang dinilai memiliki potensi besar. Transformasi ini bukan hanya sebuah konsep teoritis, tetapi telah menjadi kebutuhan riil yang harus diadopsi oleh pelaku usaha untuk bertahan dan berkembang dalam era persaingan global yang semakin dinamis. Perusahaan tidak lagi hanya dituntut untuk adaptif, tetapi juga harus memperhatikan aspek keamanan dan privasi data digital yang kian menjadi sorotan, terlebih sejak pandemi COVID19 yang mempercepat digitalisasi di berbagai sektor (Butt, 2020).

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika merespons tantangan ini dengan meluncurkan Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital pada tahun 2019, dengan tujuan mendorong pemanfaatan teknologi digital secara optimal di seluruh lapisan masyarakat, termasuk sektor ekonomi kreatif. Transformasi digital ini juga sejalan dengan tuntutan global menuju Society 5.0 dan Revolusi Industri 5.0, yang menempatkan manusia sebagai pusat

dari inovasi berbasis teknologi (Aminah & Saksono, 2021). Dalam konteks tersebut, sektor ekonomi kreatif di Indonesia dipandang sebagai motor baru pertumbuhan ekonomi nasional, karena mampu mengombinasikan kreativitas, budaya lokal, dan teknologi digital untuk menciptakan nilai ekonomi.

Namun demikian, meskipun potensinya sangat besar, pemanfaatan teknologi digital dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala struktural. Tantangan seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, kurangnya literasi digital, keterbatasan akses terhadap pendanaan, hingga regulasi yang belum sepenuhnya adaptif terhadap dinamika digital menjadi hambatan nyata yang memperlambat laju pertumbuhan ekonomi kreatif. Fenomena ini dapat ditelusuri melalui empat dimensi utama. Pertama, pertumbuhan teknologi digital yang ditandai dengan meningkatnya konektivitas internet, penetrasi perangkat pintar, dan berkembangnya ekosistem startup (Bangsawan, 2023). Kedua, kebijakan transformasi digital nasional yang terus diupayakan untuk menjembatani kesenjangan digital di berbagai sektor. Ketiga, peluang sektor ekonomi kreatif yang sangat luas, baik dalam perluasan pasar melalui platform digital maupun dalam penciptaan lapangan kerja baru berbasis ide dan inovasi. Keempat, tantangan serius seperti kesenjangan akses digital, rendahnya keterampilan SDM, hingga risiko keamanan siber yang masih menjadi hambatan utama.

Dalam literatur yang ada, telah banyak dikaji mengenai hubungan antara digitalisasi dan ekonomi kreatif. Misalnya, Mutiarazora (2021) menjelaskan bahwa percepatan transformasi digital telah mengubah pola produksi dan konsumsi masyarakat. Asnawi (2022) menyoroti tantangan regulasi dan perizinan dalam era ekonomi digital. Ding et al. (2022) menegaskan bahwa ekonomi digital berkontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi berkualitas tinggi. Garcez et al. (2022) juga menekankan bagaimana transformasi digital membentuk struktur baru dalam organisasi, khususnya dalam sektor kewirausahaan akademik.

Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara spesifik menganalisis sisi kebijakan dalam pengembangan ekonomi kreatif digital di Indonesia secara mendalam. Oleh karena itu, karya ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memberikan tinjauan strategis terhadap Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital, serta bagaimana kebijakan tersebut memengaruhi perkembangan sektor ekonomi kreatif secara komprehensif. Penelitian ini tidak hanya memetakan peluang dan tantangan, tetapi juga menyusun rekomendasi kebijakan inovatif yang dapat mempercepat digitalisasi ekonomi kreatif secara inklusif dan berkelanjutan. Adapun beberapa masalah utama yang diidentifikasi dari fenomena ini meliputi:

- 1) kesenjangan akses terhadap teknologi dan infrastruktur digital;
- 2) rendahnya pengetahuan dan keterampilan digital masyarakat;
- 3) kecepatan perubahan teknologi yang tidak sebanding dengan kapasitas adaptasi pelaku usaha kreatif; dan
- 4) meningkatnya risiko keamanan dan privasi data.

Dengan melakukan analisis SWOT terhadap implementasi kebijakan tersebut, tulisan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata terhadap diskursus pembangunan ekonomi nasional berbasis digital. Pengembangan ekonomi kreatif digital bukan hanya sekadar pilihan, tetapi telah menjadi pilar baru pertumbuhan nasional yang harus dibangun secara kolaboratif antara pemerintah, industri, dan masyarakat sipil.

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dimana studi literatur adalah cara yang dipakai untuk menghimpun data atau sumber-sumber yang berhubungan dengan topik yang diangkat dalam suatu penulisan (nursalam,2016) metode studi pustaka (library research) sebagai pendekatan utama dalam pengumpulan data.

Studi pustaka dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan menganalisis teori-teori serta temuan-temuan yang telah tersedia dalam berbagai literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, yaitu kebijakan transformasi digital dan pengaruhnya terhadap sektor ekonomi kreatif.studi pustaka (library research) sebagai pendekatan utama dalam pengumpulan data. Studi pustaka dipilih karena memungkinkan peneliti untuk menggali dan menganalisis teori-teori serta temuan-temuan yang telah tersedia dalam berbagai literatur ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, yaitu kebijakan transformasi digital dan pengaruhnya terhadap sektor ekonomi kreatif.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Ekonomi Kreatif

#### a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Konsep ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins melalui bukunya *Creative Economy, How People Make Money from Ideas* (2001). Ia mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang melibatkan kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan untuk menciptakan nilai masa depan. Firdausy (2017) menyatakan bahwa ekonomi kreatif berperan penting dalam menghasilkan produk atau jasa melalui ide dan kreativitas, bukan hanya dengan sumber daya konvensional. Menurut Isnati dan Yusrini (2020), ekonomi merupakan proses bagaimana individu atau masyarakat memutuskan penggunaan sumber daya terbatas untuk menghasilkan barang dan jasa, yang akan didistribusikan dan dikonsumsi, baik saat ini maupun di masa depan. Hal ini menandakan pentingnya kreativitas dalam meningkatkan efisiensi dan nilai ekonomi suatu kegiatan.

Betti Alisjahbana, dalam Firdausy (2017), menyebutkan tiga potensi utama ekonomi kreatif yaitu pengetahuan kreatif, tenaga kerja terampil, dan padat karya, yang dapat diaplikasikan dalam berbagai bidang industri seperti periklanan,

penerbitan, percetakan, musik, desain, televisi, dan lainnya. Kreativitas di sini dipahami sebagai kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan orisinal, serta mampu menyelesaikan persoalan atau menghasilkan solusi inovatif (Boiliu & Pasaribu, 2020).

Yuliana (2022) menambahkan bahwa ekonomi kreatif bertujuan untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan melalui pemanfaatan sumber daya seperti ide, keterampilan, dan inovasi. Dalam era digital ini, nilai sebuah produk tidak hanya ditentukan oleh harga atau kualitasnya, tetapi oleh orisinalitas dan daya kreativitas yang dimilikinya.

b. Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Industri kreatif di Indonesia didefinisikan sebagai integrasi antara bakat kreatif dan nilai ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Daulay (2018) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif menekankan pada kemampuan individu untuk menciptakan nilai tambah ekonomi melalui ide-ide kreatif dan inovatif.

Sebagai bentuk komitmen pemerintah, Inpres No. 6 Tahun 2009 diterbitkan untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif di seluruh wilayah Indonesia. Pada tahun yang sama, Presiden menetapkan 2009 sebagai Tahun Indonesia Kreatif, menandakan pentingnya sektor ini dalam pembangunan nasional. Meningkatnya jumlah tenaga kerja di sektor industri kreatif – mencapai  $\pm 7,5$  juta orang – menunjukkan besarnya potensi yang dimiliki bangsa Indonesia dalam bidang ini (MALIHAN & ACHIRIA, 2019).

Selain itu, pemerintah telah menerbitkan sejumlah regulasi untuk mendukung pengembangan industri kreatif, antara lain UU No. 2 Tahun 2008 tentang UMKM, UU No. 33 Tahun 2009 tentang Perfilman, UU No. 3 Tahun 2014 tentang Perindustrian, UU No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, serta UU No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan (Azizah, 2017).

c. Pokok Ekonomi Kreatif

Menurut Purnomo dalam Isnati & Yusrini (2020), terdapat tiga pilar utama dalam industri kreatif, yaitu kreativitas, inovasi, dan penemuan:

- 1) Kreativitas (Creativity): Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, orisinal, dan bermanfaat bagi masyarakat. Kreativitas sering kali menjadi fondasi dalam memecahkan masalah atau menciptakan hal-hal baru yang sebelumnya belum ada.

- 2) Inovasi (Innovation): Proses mengubah ide kreatif menjadi produk atau metode yang lebih baik dan berguna. Inovasi menekankan pada transformasi gagasan menjadi solusi yang dapat meningkatkan kualitas hidup manusia.
- 3) Penemuan (Invention): Pengembangan gagasan baru yang memberikan kemudahan dan manfaat, misalnya dalam bentuk aplikasi digital, alat teknologi, atau sistem baru dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Digital di Indonesia

Ekonomi kreatif digital di Indonesia telah menunjukkan perkembangan yang sangat pesat dalam satu dekade terakhir. Perpaduan antara kreativitas manusia, teknologi digital, dan konektivitas internet telah menciptakan peluang baru dalam berbagai sektor ekonomi. Ekonomi kreatif digital tidak hanya terbatas pada pembuatan konten atau aplikasi, tetapi juga mencakup desain produk, game, animasi, musik digital, perdagangan elektronik (e-commerce), serta layanan berbasis platform digital. Di tengah era industri 4.0 dan transformasi digital nasional, sektor ini menjadi salah satu pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Menurut laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia terus meningkat setiap tahun. Pada 2023, kontribusi sektor ini mencapai lebih dari 7,5% terhadap PDB, dengan subsektor digital seperti aplikasi dan pengembangan perangkat lunak mengalami pertumbuhan tertinggi. Indonesia juga menjadi salah satu negara dengan ekosistem ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara, didukung oleh lebih dari 200 juta pengguna internet aktif. Hal ini menjadi potensi luar biasa dalam pengembangan konten kreatif digital dan pemasaran produk berbasis platform digital.

Peningkatan ekonomi kreatif digital di Indonesia didorong oleh beberapa faktor penting. Pertama, semakin luasnya akses terhadap teknologi digital, terutama melalui smartphone, memungkinkan masyarakat dari berbagai kalangan ikut terlibat dalam aktivitas ekonomi digital. Kedua, tumbuhnya minat generasi muda terhadap bidang kreatif, seperti desain grafis, musik elektronik, animasi, dan pengembangan game digital. Ketiga, pemerintah Indonesia aktif mengembangkan kebijakan pendukung seperti pelatihan digital, penyediaan dana inkubasi startup, hingga penguatan ekosistem digital UMKM melalui program-program seperti Gerakan Nasional 1000 Startup Digital dan Digital Talent Scholarship.

Namun, pertumbuhan ini juga menghadapi berbagai tantangan. Salah satunya adalah ketimpangan literasi digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan, serta masih terbatasnya

akses terhadap infrastruktur teknologi di beberapa daerah. Selain itu, perlindungan kekayaan intelektual dalam ranah digital juga menjadi isu penting yang perlu ditangani agar pelaku ekonomi kreatif merasa aman dan dihargai atas karya mereka. Persaingan global juga menuntut inovasi berkelanjutan dan peningkatan kualitas produk digital agar mampu bersaing di pasar internasional.

Meskipun begitu, prospek ekonomi kreatif digital di Indonesia tetap sangat menjanjikan. Dengan dukungan regulasi yang tepat, peningkatan kompetensi SDM, dan pengembangan teknologi yang inklusif, sektor ini dapat menjadi salah satu motor penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional. Kolaborasi antara pemerintah, swasta, akademisi, dan komunitas kreatif menjadi kunci dalam mewujudkan visi Indonesia sebagai pusat ekonomi kreatif digital di Asia Tenggara.

### **3. Teknologi sebagai Enabler Inovasi Lokal**

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Don Tapscott (1995) melalui bukunya *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dalam karyanya, ia menekankan bahwa ekonomi digital atau digital economy merupakan bentuk transformasi ekonomi baru yang berbasis pada pemanfaatan informasi digital secara luas dan menyeluruh (Agustono & Yusuf, 2024). Ekonomi digital menjadi katalis penting dalam meningkatkan efisiensi produksi, memperluas akses lapangan kerja baru, serta mempercepat transformasi menuju pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis inovasi (Mottaeva et al., 2023).

Dalam perkembangannya, ekonomi digital tidak hanya terbatas pada sektor teknologi tinggi, tetapi menjalar ke berbagai sektor, termasuk ekonomi kreatif. Pemanfaatan teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan perangkat lunak kreatif, telah memungkinkan pelaku ekonomi kreatif melakukan ekspansi pasar secara global (Banda, 2019; Aysa, 2021). Salah satu bentuk penerapan utama dari ekonomi digital dalam sektor kreatif adalah melalui digital marketing, yakni penggunaan media digital sebagai strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau konsumen yang lebih luas dan spesifik.

Teknologi digital memainkan peran penting sebagai enabler inovasi lokal. Artinya, teknologi tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai pengungkit utama bagi pengembangan potensi lokal yang inovatif. Melalui integrasi digital, nilai-nilai kearifan lokal, seperti desain, motif budaya, hingga narasi lokal, dapat diangkat dan dikemas menjadi produk kreatif yang kompetitif. Hal ini sejalan dengan prinsip masyarakat 5.0 yang menekankan kolaborasi antara teknologi, inovasi sosial, dan nilai-nilai kemanusiaan sebagai solusi atas berbagai tantangan global.

Namun, berbagai tantangan masih dihadapi dalam implementasi teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor ekonomi kreatif. Meskipun jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 215,63 juta jiwa pada tahun 2022–2023, banyak pelaku UMKM yang belum mampu mengakses dan mengoptimalkan teknologi digital secara maksimal (Sadya, 2023). Hambatan tersebut tidak hanya berkaitan dengan rendahnya literasi digital, tetapi juga terbatasnya infrastruktur dan dukungan pelatihan teknologi yang memadai (Bangsawan, 2023; Fedrick Louis Saragih et al., 2024).

Penelitian-penelitian sebelumnya memang menyoroti pentingnya literasi digital, namun belum banyak yang menyentuh pada aspek implementasi strategis yang dapat menjembatani kesenjangan digital di kalangan pelaku UMKM (Rhussary et al., 2023; Rachim et al., 2023). Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih holistik dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif digital yang inklusif. Teknologi harus difungsikan sebagai enabler yang mendorong transformasi lokal menjadi kekuatan ekonomi baru, dengan menjembatani kreativitas dan pasar melalui akses digital, pelatihan, dan dukungan ekosistem.

#### **4. Tantangan dan Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Digital**

Ekonomi kreatif digital di Indonesia menunjukkan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Seiring dengan perkembangan teknologi, sektor ini bertransformasi menjadi kekuatan ekonomi yang penting. Meskipun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi, yang memerlukan strategi yang tepat untuk memperkuat dan mengembangkan sektor ini lebih lanjut.

##### **1) Keterbatasan Infrastruktur dan Akses Teknologi**

Salah satu tantangan terbesar dalam pengembangan ekonomi kreatif digital adalah ketidakmerataan akses terhadap teknologi dan infrastruktur digital di berbagai wilayah Indonesia. Meski penetrasi internet meningkat, daerah pedesaan dan terpencil masih mengalami kesulitan dalam mengakses fasilitas internet yang stabil dan berkualitas. Sadya (2023) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa banyak UMKM di daerah-daerah tersebut kesulitan memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan produk dan memperluas pasar mereka. Hal ini berdampak pada kesenjangan dalam pengembangan ekonomi kreatif antara kota besar dan daerah terpencil.

##### **2) Rendahnya Literasi Digital**

Literasi digital yang rendah menjadi hambatan utama dalam mengadopsi teknologi oleh pelaku ekonomi kreatif, khususnya UMKM. Bangsawan (2023)

menyoroti bahwa banyak pelaku usaha, terutama yang beroperasi di sektor tradisional, tidak memiliki keterampilan atau pemahaman yang memadai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk pemasaran, pengelolaan bisnis, atau bahkan penjualan online. Hal ini menyebabkan mereka tertinggal dalam menghadapi persaingan di pasar digital yang sangat kompetitif.

### 3) Keterbatasan Akses ke Pembiayaan

Pembiayaan adalah salah satu isu utama yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Fedrick Louis Saragih et al. (2024) mencatat bahwa meskipun banyak platform digital menawarkan peluang bagi pelaku UMKM, keterbatasan akses ke pembiayaan seringkali menjadi penghambat utama. UMKM kesulitan mendapatkan modal yang diperlukan untuk berinvestasi dalam teknologi, mengembangkan produk, atau meningkatkan kapasitas produksi mereka. Hal ini juga menghambat upaya mereka untuk mengembangkan daya saing dan berinovasi di pasar global.

### 4) Ketergantungan pada Platform Digital Besar

Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif di Indonesia, terutama UMKM, sangat bergantung pada platform digital besar seperti e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk mereka. Pratama & Wijayanti (2023) menjelaskan bahwa ketergantungan ini bisa menjadi masalah, karena pelaku usaha tidak memiliki kontrol penuh atas data pelanggan mereka atau keberlanjutan platform tersebut. Selain itu, biaya yang terkait dengan menggunakan platform besar ini juga sering kali membebani pelaku usaha kecil, yang pada akhirnya mengurangi keuntungan mereka. Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Digital.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, berbagai strategi penguatan perlu diterapkan oleh pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat itu sendiri. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat diterapkan:

1. Peningkatan Infrastruktur Digital
2. Peningkatan Literasi Digital melalui Program Pelatihan dan Pendidikan
3. Fasilitasi Akses Pembiayaan untuk UMKM Kreatif
4. Pengembangan Platform Digital Lokal

Untuk mengurangi ketergantungan pada platform digital besar, Indonesia perlu mengembangkan platform digital lokal yang mendukung UMKM kreatif. Pratama & Wijayanti (2023) menekankan pentingnya membangun ekosistem digital yang ramah UMKM, yang memungkinkan pelaku usaha untuk lebih mandiri dalam memasarkan

---

produk mereka, mengelola data pelanggan, dan mengoptimalkan strategi pemasaran mereka. Platform lokal ini juga dapat memberikan pelaku usaha lebih banyak kendali atas bisnis mereka dan mengurangi biaya yang terkait dengan penggunaan platform besar.

5) Kolaborasi antara Pemerintah, Sektor Swasta, dan Komunitas Kreatif

Pengembangan ekonomi kreatif digital memerlukan kolaborasi yang erat antara pemerintah, sektor swasta, dan pelaku industri kreatif itu sendiri. Sadya (2023) menyarankan pembentukan forum atau lembaga yang mempertemukan semua pihak terkait untuk merumuskan kebijakan, memberikan pelatihan, dan menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha kreatif. Kolaborasi ini juga dapat mendorong inovasi dalam produk dan jasa, serta memperkuat daya saing ekonomi kreatif Indonesia di pasar global.

Penguatan ekonomi kreatif digital di Indonesia membutuhkan langkahlangkah strategis yang komprehensif, mulai dari peningkatan infrastruktur hingga pengembangan literasi digital dan akses pembiayaan. Dengan mengatasi tantangan-tantangan tersebut dan menerapkan strategi yang efektif, Indonesia memiliki potensi besar untuk memperkuat sektor ekonomi kreatif digital, menciptakan lapangan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Jadi Ekonomi kreatif digital telah berkembang menjadi salah satu pilar penting dalam mendukung pertumbuhan nasional di era Revolusi Industri 4.0. Transformasi digital yang pesat mendorong terciptanya berbagai peluang baru di sektor ekonomi berbasis kreativitas, inovasi, dan teknologi. Ekonomi kreatif digital mencakup berbagai subsektor seperti aplikasi, permainan digital, desain grafis, konten multimedia, animasi, dan e-commerce, yang semuanya mengandalkan ide dan inovasi sebagai sumber daya utama. Potensi besar dari sektor ini terlihat dari kontribusinya terhadap produk domestik bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja baru, serta perluasan pasar ekspor berbasis digital.

Sebagai pilar pertumbuhan nasional, ekonomi kreatif digital memiliki keunggulan dalam fleksibilitas, skalabilitas, serta daya dorong terhadap kewirausahaan generasi muda. Teknologi digital memungkinkan pelaku ekonomi kreatif menjangkau pasar global tanpa batas geografis, memperluas akses terhadap sumber daya, serta mempercepat proses produksi dan distribusi. Selain itu, ekonomi kreatif digital juga mendorong inklusivitas, di mana pelaku usaha dari berbagai latar

belakang dan wilayah, termasuk daerah tertinggal, dapat berkontribusi dan berkembang melalui platform digital.

Pemerintah Indonesia pun telah mengintegrasikan pengembangan ekonomi kreatif digital dalam kebijakan nasional, termasuk melalui pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pelatihan keterampilan digital, serta dukungan terhadap start-up teknologi. Dalam jangka panjang, ekonomi kreatif digital diyakini mampu memperkuat daya saing nasional, menciptakan struktur ekonomi yang lebih tahan terhadap krisis, dan menjadi motor penggerak pertumbuhan berkelanjutan. Oleh karena itu, penguatan ekosistem digital, kolaborasi lintas sektor, serta peningkatan literasi digital menjadi hal yang mutlak dilakukan agar ekonomi kreatif digital dapat terus tumbuh dan memberi dampak positif bagi pembangunan Indonesia secara menyeluruh.

## Kesimpulan

Ekonomi kreatif digital telah menjadi salah satu pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan memanfaatkan teknologi digital, sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan daya saing industri lokal, dan mendorong inovasi di berbagai bidang. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk mengakses pasar global dengan lebih mudah dan efisien, memperluas jangkauan produk dan layanan mereka. Selain itu, sektor ini juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dengan melibatkan berbagai sektor seperti seni, desain, teknologi, dan hiburan. Tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, yang perlu diatasi melalui pendidikan, pelatihan, dan dukungan inkubasi bisnis. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sangat penting untuk menciptakan ekosistem yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif digital. Dengan penguatan sektor ini, ekonomi kreatif digital dapat menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia.

## Daftar Pustaka

- Agustono, F., & Yusuf, H. (2024). ANALISIS TERHADAP PERSPEKTIF HUKUMDAGANG DALAM ERA GLOBALISASI & DIGITALISASI. JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara, 1. <https://jicnusanantara.com/index.php/jicn>
- Azizah, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah ( Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta )." APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama Volume 17, Nomor 2, 2017. hal 63-78
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. Jurnal Studi Kebijakan Publik, 2(1), 27–40. <https://doi.org/10.21787/jskp.2.2.023.27-40>

- 
- Bangsawan, R. (2023). Literasi Digital dan Tantangannya bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Teknologi dan Masyarakat*, 8(2), 34-47.
- Da'im, S., Ali, M., Novita, D., & Fais, M. A. (2025). ANALISIS EKONOMI KREATIF DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL STUDI TENTANG TRANSFORMASI DAN PELUANG PERTUMBUHAN BISNIS. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 14(1), 1-14.
- Fedrick Louis Saragih, F., et al. (2024). Akses Pembiayaan untuk UMKM dalam Era Digital. *Jurnal Keuangan dan UMKM*, 15(1), 22- 35.
- Isniati and Yusrini, "Peran Ekonomi Kreatif Sektor Kerajinan Untuk Mengurangi Tingkat Pengangguran Di Desa Taman Sari Kecamatan Gunungsari Kabupaten Lombok Barat." *SOCIETY*, Volume 10, Nomor 2 Halaman 154 – 162
- Nur Mayasari, "Strategi Pengembangan Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Palopo," *Journal of Islamic Management and Bussines* 2, no. 1 (2019): 9–22.
- Prannisa, A. (2020). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Perkembangan Industri Kreatif pada 10 Kota di Indonesia. In *Indonesian Journal of Social and Political Sciences* (Vol. 1, Issue 2).
- Pratama, M., & Wijayanti, D. (2023). Ketergantungan pada Platform Digital Besar dan Dampaknya terhadap Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 10(4), 67-80.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. CV. Ziyadbooks.
- Rahmawati, F. (2021). Pilar-Pilar Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 4(2), 159-164.
- Sadya, A. (2023). Kesenjangan Akses Teknologi di Daerah Terpencil dan Dampaknya terhadap UMKM. *Jurnal Ekonomi Digital*, 12(3), 45-58.
- Siti Nur Azizah, "Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft Dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah ( Study Case Di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta )," *APLIKASIA: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama* 17, no. 2 (2017): 63–78