

# ANALISIS EKONOMI KREATIF DAN PENGGUNAAN TEKNOLOGI DIGITAL STUDI TENTANG TRANSFORMASI DAN PELUANG PERTUMBUHAN BISNIS

Oleh:

<sup>1</sup>Suli Da'im, <sup>2</sup>Moh Ali, <sup>3</sup>Dina Novita, <sup>4</sup>Moh Ali Fais, <sup>5</sup>Irwansyah

<sup>1,2,3,4,5</sup>Universitas Muhammadiyah Surabaya, Manajemen Sumber Daya Manusia  
Jl. Sutorejo No. 59 Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur Indonesia, 60113

Email : [suli.daim@um-surabaya.ac.id](mailto:suli.daim@um-surabaya.ac.id)<sup>1</sup>, [moh\\_ali@um-surabaya.ac.id](mailto:moh_ali@um-surabaya.ac.id)<sup>2</sup>, [dinanovita@fe.um-surabaya.ac.id](mailto:dinanovita@fe.um-surabaya.ac.id)<sup>3</sup>,  
[moh.ali.fais@um-surabaya.ac.id](mailto:moh.ali.fais@um-surabaya.ac.id)<sup>4</sup>, [irwansyah@um-surabaya.ac.id](mailto:irwansyah@um-surabaya.ac.id)<sup>5</sup>

---

## ABSTRACT

*This study aims to examine the development of the creative economy and the adoption of digital technology through a qualitative approach and bibliometric analysis. Data collection was carried out by reviewing literature published between 2018 and 2023 to ensure the relevance and timeliness of the information. The analysis method used VOSviewer software to identify trends and patterns in the literature and map out research areas that require further exploration. The findings show that, although there is a close connection between the creative economy, technology, and digital economy, the research cluster covering these four topics is relatively smaller compared to other topics, indicating significant research gaps. The study identifies that policies accelerating digital transformation and the development of the creative sector in Indonesia can be key drivers of creative economy growth. Furthermore, digital transformation in Indonesia's economy holds significant potential despite challenges related to technological disparities and labor absorption. This research also highlights the importance of digital infrastructure and the enhancement of human resource quality to support digital economic growth. These findings provide valuable insights for researchers and practitioners to further explore under-discussed topics and offer a strong foundation for future research on the role of the creative economy and technology in creating new opportunities in the digital age.*

**Key words :** *Business Transformation, Business Growth Opportunities, Creative Economy, Digital Technology*

---

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perkembangan ekonomi kreatif dan adopsi teknologi digital melalui pendekatan kualitatif dan analisis bibliometrik. Pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka dari literatur yang diterbitkan antara tahun 2018 hingga 2023 untuk memastikan relevansi dan keterkinian informasi. Metode analisis menggunakan perangkat lunak VOSviewer untuk mengidentifikasi tren dan pola dalam literatur, serta memetakan area-area penelitian yang membutuhkan eksplorasi lebih lanjut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun terdapat keterkaitan erat antara ekonomi kreatif, teknologi, dan ekonomi digital, kluster penelitian yang mencakup empat topik tersebut relatif lebih kecil dibandingkan dengan topik lain, menunjukkan ruang penelitian yang signifikan. Penelitian ini mengidentifikasi bahwa kebijakan akselerasi transformasi digital dan pengembangan sektor kreatif di Indonesia dapat menjadi pendorong utama

pertumbuhan ekonomi kreatif. Selain itu, transformasi digital di sektor ekonomi Indonesia memiliki potensi besar meskipun masih menghadapi tantangan dalam hal kesenjangan teknologi dan penyerapan tenaga kerja. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya infrastruktur digital dan peningkatan kualitas sumber daya manusia untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital. Temuan ini memberikan wawasan baru yang berguna bagi peneliti dan praktisi untuk menggali lebih dalam topik-topik yang kurang dibahas, serta menawarkan dasar yang kuat untuk penelitian lanjutan dalam mendalami peran ekonomi kreatif dan teknologi dalam menciptakan peluang baru di era digital.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Tekonologi Digital, Transformasi Binsis, Peluang Pertumbuhan Bisnis

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang begitu pesat telah mengubah lanskap bisnis global dan memicu revolusi dalam sektor ekonomi kreatif. Peran ekonomi kreatif semakin signifikan sebagai pendorong utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi (Kemenko Perekonomian RI, 2021). Inovasi teknologi, seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan komputasi awan, telah memainkan peran kunci dalam mengubah cara pelaku bisnis kreatif berinteraksi, memproduksi, dan mendistribusikan konten atau produk (Adiningsih, 2019). Pemanfaatan teknologi digital dalam konteks ekonomi kreatif menjadi penting untuk menghadapi tantangan dan peluang baru yang muncul di tengah perubahan dinamis (Hosseini & Rajabipoor Meybodi, 2023).

Sebagai negara yang tengah bertransformasi menuju digitalisasi di berbagai sektor pembangunan, Indonesia merasakan dampak signifikan dari era disrupsi ini. Penerapan kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia memiliki potensi besar untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi, khususnya di sektor ekonomi kreatif (Bangsawan, 2023). Indonesia memiliki keunggulan dengan sumber daya alam melimpah, populasi besar, dan jumlah tenaga kerja muda yang signifikan (Syahreza & Holiza, 2023). Potensi besar sektor ekonomi kreatif ini menjadikannya krusial untuk dipahami, terutama terkait efektivitas dan efisiensinya (S. D. Lestari & Mun'im, 2022). Bahkan, pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang optimal dapat berkontribusi pada peningkatan produk ekspor kreatif (Gouvea & Vora, 2018).

Namun, pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu masalah utama adalah ketimpangan dalam adopsi teknologi digital di kalangan pelaku ekonomi kreatif. Walaupun jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat signifikan mencapai 215,63 juta orang atau 78,19% dari total populasi pada 2022-2023 (Sadya, 2023). banyak pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) masih kesulitan mengakses dan memanfaatkan teknologi digital secara optimal. Hal ini mengakibatkan potensi sektor ekonomi kreatif belum sepenuhnya terealisasi, khususnya dalam menghadapi persaingan global dan memperluas pasar ekspor.

Kondisi ideal yang diharapkan adalah terciptanya ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif, di mana pelaku usaha di berbagai level dapat memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan produktivitas, efisiensi, dan daya saing produk mereka. Selain itu, ekosistem ini diharapkan mampu mendukung diversifikasi produk kreatif bernilai tambah tinggi dan meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap ekspor nasional. Namun, kenyataannya masih terdapat kesenjangan antara potensi dan realisasi, terutama dalam adopsi teknologi serta akses ke pasar internasional.

Gap penelitian yang teridentifikasi adalah kurangnya fokus pada strategi optimalisasi adopsi teknologi digital oleh UMKM di sektor ekonomi kreatif Indonesia. Penelitian hanya

membahas aspek makro atau literasi digital secara umum. Misalnya, kebijakan akselerasi transformasi digital menghadapi tantangan rendahnya akses teknologi dan infrastruktur (Bangsawan, 2023). Literasi digital dianggap penting untuk daya saing UMKM, tetapi belum membahas hambatan spesifik (Fedrick Louis Saragih et al., 2024). Studi di Kalimantan Timur yang menyoroti pentingnya literasi digital, namun tanpa strategi implementasi yang terperinci (Rhussary et al., 2023). Kreativitas UMKM selama pandemi lebih diutamakan daripada analisis strategis (Rachim et al., 2023). Sementara itu, peran Teknologi Informasidan Komunikasi (TIK) belum diuraikan secara inklusif (Angela & Gultom, 2020).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya memahami faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan adopsi teknologi digital dalam sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan mengidentifikasi hambatan dan peluang yang ada, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk mendorong transformasi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam sektor ekonomi kreatif. Penelitian ini juga berkontribusi pada pengembangan kebijakan yang mendukung penguatan daya saing produk kreatif Indonesia di pasar global.

## **KAJIAN PUSTAKA**

### **Ekonomi Kreatif**

John Howkins, seorang penulis dan manajer media asal Inggris, pertama kali memperkenalkan konsep "Ekonomi Kreatif." Menurut Howkins, kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk memanfaatkan ide-ide sebagai dasar untuk menghasilkan gagasan baru (Syafitri & Nisa, 2024). Ekonomi kreatif adalah ide yang terus berkembang yang berkaitan dengan aset kreatif, yang memiliki potensi untuk menghasilkan nilai tambah dalam perekonomian dan mendukung pertumbuhan ekonomi (UNCTAD, 2022). Proses kreatif ini dipandang sebagai aktivitas kognitif dan emosional yang berkesinambungan, yang secara terus-menerus menciptakan, menjelajahi, dan berinovasi. Oleh karena itu, ekonomi kreatif muncul sebagai bentuk inovasi yang mencerminkan dinamika ekonomi saat ini (R. P. Lestari & Nisa, 2024).

Ekonomi kreatif juga di definisikan sebagai sektor industri yang berfokus pada penciptaan dan pemanfaatan karya berbasis kepemilikan intelektual, seperti seni, film, permainan, desain fashion, dan layanan kreatif antarperusahaan, termasuk industri periklanan (Erwan, 2021). Sektor ini memiliki potensi besar untuk mendukung perekonomian Indonesia, khususnya di tengah tantangan bonus demografi dan permasalahan ekonomi saat ini (S. D. Lestari & Mun'im, 2022). Dalam ekonomi kreatif, informasi, pengetahuan, dan kreasi orisinal individu menjadi pendorong utama perkembangan ekonomi. Konsep ini berperan sebagai instrumen pertumbuhan, baik untuk negara maju maupun negara berkembang.

Selain itu, Ekonomi kreatif juga dianggap sebagai kekuatan dinamis yang menjadi pendorong utama terhadap inovasi. Inovasi tersebut secara luas dianggap sebagai faktor utama dalam mencapai keunggulan kompetitif dalam konteks ekonomi (Bilan et al., 2019). Sektor ekonomi kreatif tidak hanya memegang peran krusial dalam perekonomian, tetapi juga memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan daya saing sektor-sektor terkait lainnya. Potensi dalam ranah ekonomi kreatif memerlukan struktur pendukung, termasuk infrastruktur institusional dan fisik yang memadai. Hal ini bertujuan untuk mempermudah individu kreatif dalam proses menciptakan, mengembangkan, dan memasarkan produk kreatif mereka (Darmaputri, 2019).

## Dimensi Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif melibatkan berbagai aspek yang berkaitan dengan kreativitas, inovasi, dan ekonomi. Dimensinya menyoroti interaksi kompleks antara aspek ekonomi dan kreativitas, serta pentingnya memadukan keunikan dan inovasi untuk menciptakan nilai tambah dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan (Hosseini & Rajabipoor Meybodi, 2023). Kreativitas dan inovasi kini diakui sebagai faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan inovasi (Limbong et al., 2021). Secara umum, dari penjelasan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dimensi ekonomi kreatif melibatkan elemen-elemen berikut:

### 1. Inovasi

Pendorong utama ekonomi kreatif adalah inovasi. Inovasi merupakan produk dari pengembangan ide atau konsep melalui suatu proses kreatif yang memanfaatkan pengetahuan yang sudah ada. Tujuannya adalah menciptakan produk atau proses yang lebih unggul, memberikan nilai tambah, dan memberikan manfaat (Syahbudi, 2021). Proses penciptaan dan pengembangan ide-ide baru dalam berbagai bidang memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi.

### 2. Kreativitas

Dimensi ini menekankan pentingnya kreativitas sebagai sumber daya utama dalam menciptakan nilai ekonomi (R. P. Lestari & Nisa, 2024). Kreativitas terus mengubah perspektif kita terhadap ekonomi, yang sebelumnya didasarkan pada keterbatasan, menjadi lebih berfokus pada kelimpahan. Proses ini diperkirakan akan terus berlanjut di masa depan. Kreativitas dapat muncul dalam berbagai konteks, termasuk pengembangan produk, strategi pemasaran, dan proses bisnis (KEMENPAREKRAF RI, 2024).

### 3. Teknologi dan Digitalisasi

Penggunaan teknologi dan transformasi digital menjadi elemen penting dalam ekonomi kreatif (Hosseini & Rajabipoor Meybodi, 2023). Perkembangan ini memberikan peluang untuk memperluas akses, mendukung distribusi yang lebih efektif, dan memfasilitasi kolaborasi di antara pelaku industri kreatif (Polimpung, 2020). Teknologi dan digitalisasi mempermudah kehidupan, meningkatkan efisiensi bisnis, dan membuka akses pendidikan serta peluang karir. Mereka mendorong inovasi, mempercepat transformasi sosial, dan menciptakan kemudahan dalam berkomunikasi, bekerja, dan mengakses informasi secara global.

### 4. Industri Kreatif

Istilah "Industri kreatif" pertama kali diperkenalkan dalam laporan yang diterbitkan oleh Departemen Budaya, Media, dan Olahraga Britania Raya pada tahun 1997, berjudul "Creative Industries Mapping Document" (British Council, 2010). Laporan ini mengidentifikasi sektor-sektor ekonomi yang terkait dengan kreativitas dan kekayaan intelektual, sehingga konsep industri kreatif mulai dikenal luas. Sejak saat itu, istilah ini digunakan untuk merujuk pada sektor ekonomi yang melibatkan produksi dan eksploitasi kreativitas, seperti seni, desain, media, dan hiburan.

Industri kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang bergantung pada inovasi dan kreativitas, dengan produk yang memiliki nilai tambah tinggi, yang dapat mempengaruhi perkembangan perekonomian di tingkat nasional maupun lokal (Prannisa, 2020). Industri kreatif mencakup berbagai bidang, seperti seni, desain, musik, film, fashion, periklanan, arsitektur, permainan video, kuliner, dan sektor lainnya. Sebagai pendorong ekonomi kreatif, industri kreatif memiliki potensi besar yang dapat menjadi sumber perekonomian bernilai tinggi (KEMENPAREKRAF RI, 2024). Konsep ini diartikan sebagai siklus pengembangan, manufaktur, dan distribusi barang serta jasa yang didorong oleh kreativitas

pribadi dan kekayaan intelektual. Dengan demikian, industri kreatif merupakan inti dari ekonomi kreatif.

### **Ekonomi Digital**

Konsep ekonomi digital pertama kali diperkenalkan oleh Don Tapscott pada tahun 1995 melalui bukunya yang berjudul *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. Dalam karyanya, Tapscott menjelaskan bahwa ekonomi digital, yang sering disebut sebagai ekonomi baru, ditandai oleh pemanfaatan informasi digital secara menyeluruh (Agustono & Yusuf, 2024). Ekonomi digital berperan penting dalam sistem ekonomi modern, meningkatkan efisiensi produksi, menciptakan lapangan kerja baru, serta mendorong transformasi digital dan pembangunan ekonomi berkelanjutan berbasis inovasi (Mottaeva et al., 2023). Ekonomi digital tidak hanya terbatas pada sektor tertentu, tetapi mencakup berbagai aspek digitalisasi dalam aktivitas ekonomi (Banda, 2019). Konsep ini mencerminkan transformasi signifikan dalam transaksi ekonomi, yang menjadi lebih luas dan efisien melalui penggunaan layanan internet sebagai sarana komunikasi dan kolaborasi antara individu maupun perusahaan (Aysa, 2021). Salah satu implementasi penting dari ekonomi digital adalah digital marketing, yakni strategi pemasaran yang dijalankan melalui platform digital untuk menjangkau audiens secara lebih efektif.

Adopsi teknologi digital dalam ekonomi kreatif menjadi kunci untuk meningkatkan efisiensi proses bisnis, memperluas akses pasar, dan mendorong kolaborasi lintas sektor. Dalam era masyarakat 5.0, integrasi antara aspek digital, sosial, dan inovasi dianggap sebagai strategi utama untuk menghadapi tantangan global dan menciptakan nilai tambah baru dalam industri kreatif. Sebagaimana dijelaskan, Kurangnya pemahaman dalam mengadopsi teknologi pemasaran digital seringkali menjadi kendala yang menghambat perkembangan usaha kreatif di era digital (Aisyah Nur et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital, khususnya dalam strategi pemasaran seperti media sosial dan situs web, memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing pelaku usaha kreatif (Pratama & Wijayanti, 2023).

Dalam penelitian ini, keterkaitan antar konsep yang dijelaskan oleh berbagai referensi menggambarkan tantangan besar yang dihadapi oleh sektor ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya terkait dengan adopsi teknologi digital oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Meskipun jumlah pengguna internet di Indonesia sangat tinggi, yaitu mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023, sebagian besar pelaku UMKM masih kesulitan memanfaatkan teknologi digital secara maksimal, yang menghambat potensi sektor ekonomi kreatif dalam menghadapi persaingan global dan memperluas pasar ekspor (Sadya, 2023). Kesenjangan ini menciptakan masalah teoritis yang terkait dengan literasi digital, yang meskipun penting, belum mencakup hambatan spesifik yang dihadapi UMKM dalam mengadopsi teknologi digital, seperti rendahnya akses teknologi dan infrastruktur yang memadai (Bangsawan, 2023; Fedrick Louis Saragih et al., 2024). Penelitian-penelitian sebelumnya lebih menyoroti pentingnya literasi digital tanpa menawarkan strategi implementasi yang terperinci untuk mengatasi masalah tersebut (Rhussary et al., 2023; Rachim et al., 2023).

Dalam konteks ekonomi kreatif, konsep yang diperkenalkan oleh John Howkins mengenai kreativitas sebagai dasar inovasi dalam ekonomi mencerminkan pentingnya pemanfaatan ide-ide untuk menciptakan nilai tambah dalam perekonomian (Syafitri & Nisa, 2024). Dimensi ekonomi kreatif yang melibatkan kreativitas, inovasi, dan teknologi digital harus saling mendukung untuk menciptakan ekosistem yang inklusif, yang memungkinkan UMKM untuk meningkatkan daya saing dan produktivitas mereka, sekaligus memperluas pasar (Limbong et al., 2021; Hosseini & Rajabipoor Meybodi,

2023). Teknologi dan digitalisasi, yang dianggap sebagai pendorong utama dalam ekonomi kreatif, memberikan peluang untuk mempermudah distribusi, kolaborasi, dan memperluas jangkauan pasar (Polimpung, 2020). Namun, keterbatasan dalam adopsi teknologi digital masih menjadi tantangan yang besar bagi UMKM, yang memerlukan solusi strategis untuk mengoptimalkan penerapan teknologi dalam mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan sektor ekonomi kreatif.

Keterkaitan antara konsep ekonomi kreatif dan ekonomi digital juga sangat jelas, dengan ekonomi digital berfungsi sebagai penghubung yang mempercepat proses bisnis, menciptakan peluang baru, dan memungkinkan UMKM untuk memperluas akses ke pasar global (Aysa, 2021; Banda, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya berfokus pada literasi digital secara umum, tetapi juga pada hambatan spesifik yang dihadapi oleh UMKM dalam mengadopsi teknologi digital dan strategi untuk mengatasinya. Dengan demikian, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan kebijakan yang mendukung transformasi digital yang lebih inklusif dan berkelanjutan dalam sektor ekonomi kreatif, serta memberikan rekomendasi strategis untuk meningkatkan daya saing produk kreatif Indonesia di pasar internasional.

## **METODE PENELITIAN**

Alur pengumpulan dan pengolahan data dalam penelitian ini dimulai dengan penggunaan pendekatan kualitatif yang berfokus pada studi kepustakaan. Pendekatan kualitatif ini mengutamakan pengumpulan data deskriptif berupa kata-kata, baik dalam bentuk tertulis maupun lisan, yang diperoleh melalui pengamatan terhadap perilaku dan pandangan orang-orang yang terlibat dalam penelitian (Kusumastuti, 2019). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari literatur yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir, yaitu antara tahun 2018 hingga 2023, untuk memastikan relevansi dan keterkinian informasi yang diperoleh. Untuk mengolah data, penulis menggunakan metode analisis bibliometrik dengan bantuan perangkat lunak VOSviewer. Metode ini berguna untuk menganalisis tren dan pola dalam literatur yang ada, memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti, dan mengidentifikasi bidang-bidang yang berpotensi untuk penelitian lebih lanjut. Proses ini membantu penulis untuk mengenali situasi terkini di lapangan, serta memetakan area-area yang perlu lebih diperhatikan dalam penelitian mendatang. Data yang diperoleh diolah dan disusun dalam bentuk naratif yang menggabungkan pandangan dari para ahli, jurnal, buku, serta artikel yang dipublikasikan di jurnal terakreditasi nasional (Sinta) dan internasional (Scopus). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang tepat, akurat, dan relevan terkait dengan perkembangan ekonomi kreatif dan adopsi teknologi digital, serta mendukung penulisan yang berbasis pada sumber informasi yang terpercaya (Fatihudin, 2015).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya keterbatasan jumlah penelitian yang secara khusus membahas topik-topik Creative Economy, Technology, Creative Industries, dan Digital Economy pada periode 2020-2021 dan seterusnya. Melalui analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer, terlihat bahwa meskipun topik-topik tersebut saling terkait erat, kluster penelitian yang fokus pada empat topik ini relatif lebih kecil dibandingkan dengan kluster topik lainnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa masih terdapat ruang penelitian



Tabel 1 Literatur Review

No	Penulis/Tahun	Judul	Hasil
1	Gema Bangsawan (2023)	Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital Di Indonesia: Peluang Dan Tantangan Untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif	Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kebijakan akselerasi transformasi digital dapat menjadi faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia dengan upaya-upaya untuk mengatasi tantangan yang ada, seperti meningkatkan aksesibilitas teknologi dan infrastruktur yang memadai
2	Sintya Dwi Lestari & Akhmad Mun'im (2022)	Mengukur Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan produktivitas kreatif di sebagian besar provinsi masih tergolong rendah. Upaya peningkatan produktivitas kreatif dapat dilakukan dengan mendorong nilai IIK terutama dengan peningkatan dan pemerataan kualitas SDM pada dimensi pengetahuan dan keterampilan. Selain itu, peningkatan ekspor barang dan jasa, peningkatan produksi buku, serta pengembangan sektor kreatif dapat ditempuh untuk mendorong produktivitas kreatif dari aspek IOK
3	Imma Rokhmatul Aysa (2021)	Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia	Beberapa manfaat yang bisa kita peroleh dari digitalisasi bagi perkembangan perekonomian Indonesia diantaranya pangsa pasar luas, transaksi lebih mudah, produksi meningkat, pembayaran lebih sederhana, dan promosi lebih variatif. Sedangkan sisi mudharat diantaranya kurangnya serapan tenaga kerja, rentan terjadi penipuan, dan plagiarisme. Selain itu sektor yang potensial berkembang di era digitalisasi diantaranya sektor keuangan, sektor pertanian, dan sektor kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif.
4	Teguh Permana & Andriani Puspitaningsih (2021)	Studi Ekonomi Digital Di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital terus mengalami perkembangan bahkan diprediksi akan meningkat delapan kali lipat dan diproyeksikan nilai ekonomi digital Indonesia tahun 2024 mencapai 1796 triliun rupiah. Implikasi dari hal tersebut bahwa pemerintah harus cepat dalam membangun infrastruktur pendukungnya agar dapat melaju lebih cepat
5	Kristophorus Hadiono & Rina Candra Noor Santi (2020)	Menyongsong Transformasi Digital	Strategi utama organisasi harus disesuaikan, sumber daya manusia harus ditingkatkan kemampuannya, infrastruktur yang dimiliki harus disesuaikan dengan perubahan yang terjadi. Kemampuan digital dan teknologi digital harus dipersiapkan dengan baik agar proses transformasi digital berjalan dengan lancar

Dari berbagai sumber diatas, peneliti mengklasifikasikan hasil penelitian tersebut menjadi lima topik utama.

1. Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia dan Pertumbuhan Ekonomi Kreatif (Bangsawan, 2023). Temuan dari penelitian tersebut memberikan gambaran tentang kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia memiliki potensi besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif. Pemerintah dapat memfasilitasi akses ke teknologi dan infrastruktur digital serta memperkuat kerjasama antara pelaku usaha kreatif dan institusi pendidikan atau riset. Dengan demikian, penulis mengklasifikasi bahwa kebijakan pemerintah merupakan sebagai pendorong utama, fokus pada akses teknologi, dan kolaborasi antara sektor kreatif dan pendidikan. Menurut teori pembangunan ekonomi Fei-Ranis (N. Lestari et al., 2021). Pembangunan hanya dapat dicapai dengan pergeseran fokus kemajuan dari sektor pertanian ke sektor industri, sehingga terjadi peningkatan output industri.

Hal ini dilakukan dengan transfer tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri, menunjukkan bahwa negara-negara yang belum berkembang tidak menderita dari kendala pasokan tenaga kerja. Dalam konteks kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia, pemerintah dianggap sebagai pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Fokus pada akses teknologi dan kolaborasi antara sektor kreatif dan pendidikan mencerminkan strategi untuk meningkatkan produktivitas dan inovasi. Sesuai dengan teori Fei-Ranis, peningkatan output industri dapat dicapai dengan transfer tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor industri. Oleh karena itu, kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia dapat membantu mempercepat pertumbuhan ekonomi dengan memfasilitasi pergeseran fokus kemajuan dari sektor pertanian ke sektor industri.

2. Mengukur Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia (S. D. Lestari & Mun'im, 2022). Temuan dari penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa Studi ini membangun IKPK untuk memahami produktivitas kreatif di provinsi-provinsi Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa peningkatan produktivitas dapat dicapai dengan meningkatkan kualitas SDM, ekspor barang dan jasa, produksi buku, dan pengembangan sektor kreatif. Dengan demikian, penulis mengklasifikasi bahwa lebih fokus pada pengukuran produktivitas dan identifikasi faktor-faktor pendukung, dengan penekanan pada sumber daya manusia dan sektor kreatif. Sesuai dengan teori cincin Von Thunen (Samadi & marcelino, 2023). Teori ini menekankan pentingnya produktivitas dalam pengembangan ekonomi regional. Produktivitas dapat ditingkatkan melalui berbagai sarana pendidikan, pelatihan, dan manajemen yang lebih baik. Teori ini juga menekankan pentingnya faktor-faktor pendukung, seperti kualitas SDM dan sektor kreatif, dalam meningkatkan produktivitas. Indeks Komposit Produktivitas Kreatif (IKPK) adalah indikator yang digunakan untuk memahami dan meningkatkan produktivitas kreatif di tingkat provinsi di Indonesia. IKPK terdiri dari Indeks Input Kreatif (IIK) dan Indeks Output Kreatif (IOK). IIK mengukur faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas kreatif, seperti kualitas SDM, teknologi, toleransi, dan lingkungan. Sementara itu, IOK mengukur output kreatif, seperti karya seni, desain, dan kreativitas lainnya. IKPK dihitung menggunakan metode Analisis Komponen Utama (AKU)
3. Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia (Aysa, 2021). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital memainkan peran kunci dalam pertumbuhan transaksi ekonomi yang lebih luas dan efisien melalui pemanfaatan layanan internet. Pandemi COVID-19 mempercepat perubahan perilaku konsumen dan pelayanan jasa dari konvensional menjadi digital, dengan peningkatan signifikan dalam penggunaan *e-commerce* sebesar 38% hingga kuartal kedua 2021 dan pertambahan jumlah UMKM di berbagai *marketplace* menjadi 4,8 juta pada Maret 2021. Oleh karena itu, penulis menggaris bawahi bahwa ekonomi digital membawa manfaat seperti pangsa pasar yang luas, transaksi yang mudah, peningkatan produksi, dan promosi yang variatif, tetapi juga dapat menyebabkan ketimpangan di antara kelompok yang berhasil dan yang kesulitan mengikuti transformasi digital. Dampak negatif termasuk kurangnya serapan tenaga kerja, risiko penipuan, dan plagiarisme. Dalam konteks negara Indonesia, digitalisasi berpotensi mengembangkan sektor keuangan, pertanian, kebudayaan, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Namun, untuk meraih manfaat maksimal, perlu dilakukan langkah-langkah untuk meminimalkan risiko dan ketidaksetaraan, terutama dengan memberikan pelatihan dan dukungan kepada yang kesulitan mengikuti perkembangan digital. Oleh karena itu, diskusi seputar ekonomi digital di

Indonesia perlu mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat dan risiko, dengan fokus menciptakan transformasi digital yang inklusif dan berkelanjutan. Sesuai dengan teori pertumbuhan ekonomi oleh Endogen (Wijayanto, 2019). Teori ini menyatakan bahwa faktor-faktor internal, seperti inovasi dan pengembangan teknologi, dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ekonomi digital di Indonesia, implementasi teknologi dan inovasi digital di sektor-sektor seperti keuangan, pertanian, dan pariwisata dapat menjadi pemicu pertumbuhan ekonomi.

4. Studi Ekonomi Digital di Indonesia (Permana et al., 2021). Temuan dari penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa ekonomi digital terus berkembang pesat di Indonesia, berpotensi menjadi pangsa pasar terbesar di Asia Tenggara. Proyeksi nilai ekonomi digital Indonesia mencapai triliunan rupiah pada tahun 2024, sehingga menekankan perlunya pembangunan infrastruktur pendukung. Dengan demikian, penulis mengklasifikasi bahwa pemahaman dampak ekonomi digital, proyeksi pertumbuhan, dan perlunya infrastruktur sebagai pendukung utama. Sesuai dengan konsep ekonomi digital yang disampaikan oleh Don (Tapscott's, 1996), menyatakan bahwa perkembangan ekonomi dunia sedang mengalami perubahan dari dinamika masyarakat industri yang berbasis pada baja, kendaraan, dan jalan raya ke arah dinamika masyarakat ekonomi baru yang dibentuk oleh silikon, komputer, dan jaringan (*networking*). Arsitektur ekonomi digital dibangun di sekitar infrastruktur teknologi baru yang bersifat global, terhubung, dan dirancang untuk kolaborasi. Sehingga perlu adanya pengembangan infrastruktur digital (Hosseini & Rajabipoor Meybodi, 2023).
5. Menyongsong Transformasi Digital (Hadiono et al., 2020). Temuan dari penelitian tersebut memberikan gambaran bahwa transformasi digital dianggap tidak terelakkan untuk kelangsungan hidup dan bersaingnya suatu organisasi. Revolusi industri 4.0 mengurangi biaya tenaga kerja, membuat organisasi lebih fleksibel, dan mempercepat umpan balik pasar. Dengan demikian, penulis mengklasifikasi bahwa pemahaman tentang transformasi digital adalah keniscayaan, dengan fokus pada efisiensi dan fleksibilitas organisasi. Sesuai dengan teori pertumbuhan Endogen (Wijayanto, 2019). Teori ini menekankan peran inovasi dan investasi dalam pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Transformasi digital, dengan fokus pada efisiensi dan fleksibilitas organisasi, dapat dianggap sebagai bentuk inovasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun ekonomi kreatif dan adopsi teknologi digital memiliki keterkaitan yang erat, masih terdapat ruang penelitian yang signifikan di antara topik-topik tersebut, terutama dalam konteks ekonomi digital yang terus berkembang. Analisis bibliometrik yang dilakukan menggunakan perangkat lunak VOSviewer menunjukkan bahwa kluster penelitian yang fokus pada hubungan antara ekonomi kreatif, teknologi, dan industri kreatif relatif kecil dibandingkan dengan kluster penelitian lainnya. Hal ini menandakan bahwa masih banyak aspek yang perlu dieksplorasi lebih dalam. Kebijakan akselerasi transformasi digital di Indonesia berpotensi menjadi pendorong utama dalam pengembangan ekonomi kreatif, dengan memperkuat akses ke teknologi dan meningkatkan infrastruktur digital. Di sisi lain, ekonomi digital menawarkan peluang besar untuk pertumbuhan, namun masih menghadapi tantangan seperti

ketimpangan teknologi dan penyerapan tenaga kerja. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia dan meminimalkan risiko-risiko yang ditimbulkan oleh transformasi digital. Penelitian ini memberikan wawasan yang penting bagi pengembangan penelitian lanjutan di bidang ekonomi kreatif dan teknologi digital, serta menjadi acuan bagi praktisi dan pembuat kebijakan dalam memanfaatkan potensi ekonomi digital secara lebih inklusif dan berkelanjutan.

### Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan agar pembuat kebijakan memprioritaskan percepatan transformasi digital dan pengembangan sektor kreatif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Upaya harus difokuskan pada pengurangan kesenjangan teknologi, terutama di daerah pedesaan dan kawasan yang kurang terlayani, untuk memastikan akses yang merata terhadap alat-alat digital. Selain itu, peningkatan infrastruktur digital dan kualitas sumber daya manusia melalui program pelatihan dan pendidikan sangat penting untuk mendukung ekonomi digital. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menggali hubungan antara ekonomi kreatif, teknologi, dan transformasi digital, terutama di bidang yang masih minim perhatian. Kolaborasi antara dunia akademik, industri, dan pemerintah harus diperkuat untuk mendorong inovasi dan menciptakan peluang baru di era digital.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agustono, F., & Yusuf, H. (2024). ANALISIS TERHADAP PERSPEKTIF HUKUM DAGANG DALAM ERA GLOBALISASI & DIGITALISASI. *JICN: Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 1. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Aisyah Nur, N. A., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). Adaptasi digital marketing dalam rangka mewujudkan ekonomi kreatif UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari. *KACANEGARA Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 45. <https://doi.org/10.28989/kacanegara.v7i1.1723>
- Angela, F., & Gultom, Y. (2020). Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15(2). <https://scholarhub.ui.ac.id/jkeAvailableat:https://scholarhub.ui.ac.id/jke/vol15/iss2/4>
- Aysa, I. R. (2021). Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress. *Jurnal At-Tamwil*, 3. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- 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.2.2023.27-40>
- 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. <https://doi.org/10.3846/cs.2019.7453>
- Darmaputri, M. (2019). Fasilitas Industri Kreatif di Surabaya. *JURNAL EDIMENSI ARSITEKTUR VOL. VII, No. 1, (2019)*, 825-832, VII.
- Erwan, I. (2021). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Prepestif Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Iqtishaduna: Economic Doctrine*, 4(2), 627.
- Fedrick Louis Saragih, J., Jihan Faradilla, A., Alhaq Nasution, R., Fatmi Adelina Tafonao, D., Pitaloka, D., Amelia, B., & Dongoran, D. (2024). Menutup Kesenjangan Digital: Studi tentang Meningkatkan Kehidupan UMKM Melalui Literasi Digital Closing the Digital Divide: A Study on Improving Lives MSMEs Through Digital Literacy Artikel Review. In *Jurnal Kolaboratif Sains* (Vol. 7, Issue 5). <https://jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JKS>
- Gouvea, R., & Vora, G. (2018). Creative industries and economic growth: stability of creative products exports earnings. *Creative Industries Journal*, 11(1), 22–53. <https://doi.org/10.1080/17510694.2017.1416529>
- Hadiono, K., Candra, R., & Santi, N. (2020). MENYONGSONG TRANSFORMASI DIGITAL. *SENDIU*.
- Hosseini, E., & Rajabipoor Meybodi, A. (2023). Proposing a Model for Sustainable Development of Creative Industries Based on Digital Transformation. *Sustainability (Switzerland)*, 15(14). <https://doi.org/10.3390/su151411451>
- Kemenko Perekonomian RI. (2021, March 9). *Industri Kreatif dan Digital: Kembangkan Potensi, Gerakkan Ekonomi, dan Ciptakan Lapangan Kerja*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/2449/industri-kreatif-dan-digital-kembangkan-potensi-gerakkan-ekonomi-dan-ciptakan-lapangan-kerja>.
- KEMENPAREKRAF RI. (2024). *Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2024-2025*.
- Kusumastuti, Andhi. K. M. A. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif* (1st ed., Vol. 179). Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Lestari, N., Pasha, P. A., Oktapianti, M., & Noviarita, H. (2021). Teori Pembangunan Ekonomi. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 2(2), 95–112. <https://doi.org/10.24042/revenue.v2i2.9071>
- Lestari, R. P., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi Kreatif dan Pembangunan Ekonomi : Sebuah Tinjauan Literatur tentang Peran dan Kontribusi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 385–390. <https://doi.org/10.61722/jemba.v1i2.61>
- Lestari, S. D., & Mun'im, A. (2022). *Mengukur Kinerja Ekonomi Kreatif Indonesia Measuring Indonesian Creative Economy Performance*.

- Limbong, C. H., Rafika, M., Fitria, E., Prayoga, Y., Kunci, K., Ekonomi Kreatif, P., Masyarakat, P., & Industri Rumah Tangga, dan. (2021). Peningkatan Ekonomi Kreatif Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat Desa Meranti Di Kecamatan Bilah Hulu. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 282–286.
- Mottaeva, A., Khussainova, Z., & Gordeyeva, Y. (2023). Impact of the digital economy on the development of economic systems. *E3S Web of Conferences*, 381. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202338102011>
- Permana, T., Puspitaningsih, A., & Studi Ekonomi Pembangunan, P. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161–170. <https://jipied.org/index.php/JSE>
- Polimpung, Y. H. (2020). *Laporan Riset Pemetaan Industri & Bisnis Kreatif di Surabaya. 1.*
- 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, B. B., & Wijayanti, D. (2023). PERANCANGAN MODEL EKONOMI KREATIF 5.0 BERBASIS DIGITAL SOCIAL INNOVATION. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 13(1), 76–90. <https://doi.org/10.12928/fokus.v13i1.7811>
- Rachim, A., Rachim, R., & Zulkipli. (2023). Analisis kemampuan literasi digital dalam meningkatkan kreativitas pelaku usaha pasca pandemi Covid-19. *JPPI Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia*, 9(Contents lists available at Journal IICET), 1357–1366.
- Rhussary, M. L., Tommy, M., & Putera, F. (2023). PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF DI KALIMANTAN TIMUR. *Cendekia*, 13(Vol 13 No 2 (2024): CENDEKIA).
- Sadya, S. (2023, March 1). *APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023*. <https://DataIndonesia.Id/Internet/Detail/Apjii-Pengguna-Internet-Indonesia-21563-Juta-Pada-20222023>.
- Samadi, & marcelino. (2023). *Analisis Ekonomi Regional Berbasis Teori Cincin*. <https://www.researchgate.net/publication/376811776>
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Setrategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)* (1st ed., Vol. 167). Media Kreasi.

Syahreza, A., & Holiza, N. E. (2023). Karakter Mahasiswa Wirausaha Di Era Digital Marketing: Literature Review. *JURNAL LENTERA BISNIS*, 12(3), 841. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.958>

Tapscott's, D. (1996). The digital economy : promise and peril in the age of networked intelligence. In <https://archive.org/details/digitaleconomy00dont/page/n13/mode/2up> (1st ed.). McGraw-Hill.

UNCTAD. (2022). *Creative economy outlook 2022 : overview*. (E.22.II.D.41). United Nations Publications.

Wijayanto, B. (2019). *Teori Pertumbuhan Endogenous*. <https://ssrn.com/abstract=3317961>