

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS POTENSI LOKAL UNTUK MEMPERKUAT KETAHANAN EKONOMI DAERAH

Anisa Dewi Masitha

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
Jl. Ahmad Yani No.117, Jemur Wonosari, Kec. Wonocolo, Surabaya, Jawa Timur 60237
E-mail Correspondence: inianisa17@gmail.com

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: May 16, 2025

Revised: August 07, 2025

Accepted: August 20, 2025

Kata Kunci:

*Ekonomi_Kreatif,
Ketahanan_Ekonomi,
Potensi_Lokal, Kemitraan*

Keywords:

*Creative_Economy,
Economic_Resilience,
Local_Potential,
Partnership*

ABSTRAK

Ekonomi kreatif kini diakui sebagai salah satu penggerak utama dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan serta berperan signifikan dalam memperkuat ketahanan ekonomi nasional yang dapat diwujudkan melalui penerapan prinsip diversifikasi dan inovasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana ekonomi kreatif lokal dapat berkembang dalam mendukung ketahanan ekonomi daerah. Dengan menggunakan metode studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi kondisi riil dan spesifik sektor ekonomi kreatif berdasarkan referensi empiris yang telah tersedia. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan strategi ekonomi kreatif secara sistematis dan terpadu memiliki prospek positif dalam memperkuat ketahanan ekonomi. Oleh karena itu, pemerintah diharapkan memberikan perhatian terhadap aspek regulasi dan kebijakan yang mendukung, peningkatan akses pembiayaan dan investasi, penguatan kapasitas melalui pendidikan dan pelatihan, optimalisasi promosi dan pemasaran, pembangunan jaringan kerja sama dan kemitraan, serta penyediaan infrastruktur yang memadai.

ABSTRACT

The creative economy is now recognized as one of the main drivers of sustainable economic development and plays a significant role in strengthening national economic resilience, which can be achieved through the application of the principles of diversification and innovation. The objective of this study is to determine how the local creative economy can develop to support regional economic resilience. Using a literature review method, this study explores the real and specific conditions of the creative economy sector based on available empirical references. The findings of this study indicate that the systematic and integrated development of creative economy strategies holds positive prospects for strengthening economic resilience. Therefore, the government is urged to prioritize regulatory and policy frameworks that support such development, enhance access to financing and investment, strengthen capacity through education and training, optimize promotion and marketing efforts, foster collaborative networks and partnerships, and provide adequate infrastructure.

PENDAHULUAN

Sebuah negara untuk dapat maju dan berkembang memerlukan ketahanan nasional di berbagai sektor, salah satunya adalah sektor ekonomi. Aspek pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu aspek yang memegang peranan penting bagi indikator pembangunan suatu negara bahkan tidak jarang pertumbuhan ekonomi, yang sering kali dihubungkan dengan kesejahteraan dan tingkat kehidupan (Hendra, 1986). Ketahanan ekonomi adalah konsep yang sangat penting dalam bidang ekonomi dan keuangan, terutama saat menghadapi berbagai tantangan dan gejolak yang sering kali sulit diprediksi. Konsep ini merujuk pada kapasitas suatu ekonomi, baik itu negara, daerah, atau individu, agar mampu bertahan, memulihkan diri, dan berkembang meskipun dihadapkan pada berbagai rintangan atau gangguan. Di zaman globalisasi dan integrasi ekonomi saat ini, pemahaman dan penerapan ketahanan ekonomi menjadi sangat krusial.

Pentingnya ketahanan ekonomi terlihat sangat jelas saat terjadi krisis ekonomi. Dalam keadaan seperti ini, ketahanan ekonomi dapat menjadi faktor penentu antara keberlangsungan dan kegagalan. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam mengenai konsep ketahanan ekonomi, berbagai faktor yang mempengaruhinya, serta cara-cara untuk meningkatkannya. Ketahanan ekonomi nasional (Marlinah, 2017) adalah pengembangan dari konsep Ketahanan Nasional yang lebih berfokus pada kondisi dinamis kehidupan ekonomi suatu bangsa. Konsep ini mencakup kemampuan untuk meningkatkan kekuatan nasional dalam menghadapi serta menangani berbagai ancaman, gangguan, hambatan, dan tantangan yang muncul baik dari luar maupun dalam negeri, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, demi menjamin keberlangsungan hidup perekonomian bangsa dan negara Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Inovasi yang kreatif sangat diperlukan untuk mendukung pemulihan ketahanan ekonomi nasional, seperti penggunaan ekonomi digital yang tentunya masih memiliki peluang yang sangat signifikan. Di Indonesia, ekonomi digital terus mengalami pertumbuhan, dan banyak perusahaan serta pelaku usaha kini lebih memilih untuk menjalankan aktivitas ekonomi mereka secara online. Menurut Setiadi (2008), membangkitkan semangat kewirausahaan di masyarakat dapat menjadi langkah awal untuk mencapai ketahanan ekonomi. Menurut Lili Marlinah (2017), ekonomi kreatif merupakan penggunaan bakat, keterampilan, dan kreativitas individu untuk

memajukan kesejahteraan masyarakat serta menciptakan kesempatan kerja dengan menciptakan dan memanfaatkan potensi kreativitas (Hasan, 2017) dan inovasi masyarakat (Marlinah, 2017).

Definisi dari ekonomi kreatif hingga saat ini belum dirumuskan dengan jelas. Terdapat kesulitan dalam memisahkan kreativitas sebagai sebuah proses atau sebagai sifat alami manusia yang menjadi elemen penting dalam ekonomi kreatif. Berdasarkan pernyataan dari Depdag RI (2008), ekonomi kreatif merupakan suatu usaha untuk memajukan ekonomi secara berkelanjutan dengan memanfaatkan inovasi di dalam konteks perekonomian yang bersaing dan memiliki sumber daya yang dapat diperbarui. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh UNDP/UNCTAD (2008), yang menjelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah bagian yang menyeluruh dari pengetahuan yang inovatif, penggunaan teknologi yang kreatif, serta aspek budaya. Menurut (Daulay, 2018), ekonomi kreatif adalah sektor industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan melalui produksi dan pemanfaatan daya cipta serta daya kreasi individu tersebut.

Dalam usaha untuk menciptakan tujuan wisata yang menarik, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan. Ini mencakup elemen fisik, sosial, biotik, tipologi, tata ruang, arsitektur, budaya, kerajinan, kisah-kisah rakyat, dan ritual tradisional (Nuryanty, 1993), di mana ketiga aspek tersebut berperan penting dalam meningkatkan daya tarik wisata di sektor ekonomi kreatif yang berlandaskan kearifan lokal. Di sisi lain, ekonomi kreatif dapat dilihat dari berbagai kategori, seperti kerajinan, desain, fesyen, pasar seni, arsitektur, periklanan, video, film, fotografi, musik, seni pertunjukan, permainan interaktif, siaran televisi dan radio, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan perangkat lunak, riset dan pengembangan, serta kuliner. Seperti yang dinyatakan oleh Suwantoro (2000), aksesibilitas ke lokasi wisata sangat krusial untuk perkembangan pariwisata, karena pengembangan yang melibatkan berbagai sektor memerlukan sistem transportasi yang terhubung. Tanpa adanya sistem transportasi, destinasi wisata tidak akan mampu menarik pengunjung. Dalam hal ini, aksesibilitas betul-betul diperlukan untuk mendukung sektor ekonomi kreatif lainnya dan dapat membuka banyak peluang kerja.

Perubahan nama kementerian dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta pendirian Badan Ekonomi Kreatif melalui

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 mencerminkan keseriusan pemerintah dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Pembentukan Badan Ekonomi Kreatif ini bertujuan agar sektor industri kreatif dapat memberikan kontribusi positif pada perekonomian di berbagai kabupaten dan kota di seluruh Indonesia (Pangestu, 2008).

Kebijakan untuk mengembangkan ekonomi kreatif di tingkat nasional didasarkan pada Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 mengenai Pengembangan Ekonomi Kreatif serta Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 yang merupakan perubahan dari Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Peraturan Presiden Nomor 72 Tahun 2015 membagi ekonomi kreatif menjadi 16 (enam belas) subsektor yang menjadi perhatian dalam pengembangan ekonomi kreatif untuk periode 2015-2025, yakni sebagai berikut:

1. **Arsitektur** : Layanan konsultasi arsitektur, properti atau karya arsitektur yang memiliki nilai estetika dan budaya yang dapat berfungsi sebagai daya tarik atau ikon suatu daerah.
2. **Desain Interior** : Layanan konsultasi desain dan layanan pendidikan desain.
3. **Desain Komunikasi Visual** : Layanan konsultan, layanan pendidikan desain.
4. **Perancangan Produk** : Layanan konsultan, layanan pendidikan desain.
5. **Film, Animasi, dan Video** : Kegiatan yang berkaitan dengan reproduksi media rekaman, produksi dan pasca produksi film, program televisi, serta layanan pemutaran film dan merchandise.
6. **Fotografi** : Layanan pemotretan, pelatihan dalam fotografi, serta seni dalam fotografi.
7. **Kriya** : Produksi kerajinan yang menggunakan bahan seperti tekstil, kulit, kayu, kertas, kaca, logam, furnitur, perhiasan, dan barang berharga lainnya.
8. **Kuliner** : Tempat makan seperti restoran dan kafe, serta penawaran minuman yang beragam, baik yang modern maupun yang tradisional.
9. **Musik** : Usaha pembuatan alat musik, layanan pendidikan musik, konser, studio rekaman, dan penerbitan karya musik.
10. **Fashion** : Usaha merancang dan memproduksi pakaian, barang kulit, dan sepatu, baik yang bersifat tradisional maupun modern.

11. Aplikasi games dan Developer : Usaha dalam pembuatan dan pelatihan terkait permainan, merchandise, serta alat permainan untuk anak-anak.
12. Penerbitan : Aktivitas percetakan dan penerbitan buku, jurnal, serta majalah.
13. Periklanan : Usaha yang berfokus pada pembuatan iklan.
14. Televisi dan radio : Aktivitas penyiaran untuk radio dan televisi.

Dari berbagai aspek yang ada, kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian Indonesia sangat signifikan dan berperan sebagai salah satu faktor penunjang dalam memperkuat ketahanan ekonomi Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Pengertian Ekonomi Kreatif dan Ketahanan Ekonomi

Ekonomi kreatif adalah suatu sektor yang berlandaskan pada ide, kreativitas, dan inovasi sebagai faktor utama dalam produksi. Howkins (2001) mengemukakan bahwa ekonomi kreatif meliputi berbagai aktivitas ekonomi yang berasal dari gagasan kreatif, termasuk seni pertunjukan, desain, musik, serta teknologi digital. Sektor ini memiliki nilai tambah yang tinggi dan kemampuan besar dalam menciptakan kesempatan kerja baru serta mendukung pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023) memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB nasional sudah melebihi 7% dan menyediakan lebih dari 17 juta lapangan kerja, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Di Indonesia, pentingnya ekonomi kreatif terlihat dalam Peraturan Presiden No. Undang-Undang Nomor 72 Tahun 2015 mengenai Badan Ekonomi Kreatif mengatur pengembangan 16 sektor subsektor ekonomi kreatif, termasuk fashion, kuliner, desain, film, animasi, dan musik. Berdasarkan laporan UNCTAD (2010), sektor ini memberikan kontribusi yang besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sejumlah negara berkembang, termasuk Indonesia, terutama dalam menghasilkan nilai ekspor non-komoditas yang tinggi, serta mendorong inovasi lokal.

Ketahanan ekonomi dapat diartikan sebagai kemampuan suatu daerah atau negara untuk bertahan, memulihkan diri, dan berkembang ketika menghadapi tekanan ekonomi (Marlinah, 2017). Dalam konteks ini, ekonomi kreatif dianggap sebagai penggerak penting dalam

memperkuat ketahanan ekonomi dengan cara mendiversifikasi sumber pendapatan, menciptakan wirausahawan baru, mengurangi ketergantungan terhadap sektor primer, serta meningkatkan fleksibilitas struktural. Diversifikasi ini sangat penting agar ketika satu sektor mengalami krisis, sektor lainnya tetap dapat mendukung perekonomian.

Teori Strategi Porter dalam Ekonomi Kreatif

Michael Porter (1980) mengemukakan tiga strategi generik dalam pembangunan keunggulan bersaing: (1) Strategi biaya rendah, (2) Strategi diferensiasi, dan (3) Strategi fokus. Ketiga strategi ini sangat relevan dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif, di mana keunggulan bukan ditentukan oleh kuantitas modal atau tenaga kerja, melainkan dari keunikan ide, inovasi proses, serta kemampuan menjangkau pasar secara tepat sasaran.

Strategi biaya rendah dalam ekonomi kreatif dapat dilaksanakan melalui efisiensi dalam produksi dan distribusi dengan bantuan teknologi digital seperti e-commerce, kecerdasan buatan dalam perancangan produk, atau otomatisasi dalam pemasaran. Dengan cara ini, pelaku usaha dapat menekan biaya produksi tanpa mengurangi kualitas. Kotler dan Armstrong (2010) menjelaskan bahwa efektivitas proses sangat penting untuk meningkatkan keuntungan UMKM kreatif dalam pasar global yang sangat bersaing. Sebagai contoh, pengusaha kriya dapat menggunakan platform online seperti pasar daring lokal untuk mengurangi biaya sewa toko fisik dan distribusi.

Strategi diferensiasi dilakukan dengan mengembangkan produk atau layanan yang istimewa dan memiliki nilai emosional serta simbolik bagi pelanggan, seperti produk fesyen dengan motif tradisional yang dipadukan secara modern, makanan khas daerah yang disajikan dengan cara modern, atau seni pertunjukan digital yang interaktif. Johnson et al (2008) menggarisbawahi bahwa diferensiasi membuka kesempatan bagi perusahaan untuk menetapkan harga yang lebih tinggi, karena konsumen tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman dan identitas budaya. Dalam situasi ini, kekuatan cerita lokal, keaslian budaya, dan estetika menjadi faktor utama dalam membangun daya saing yang berkesinambungan.

Strategi fokus ditujukan untuk mengakses segmen pasar tertentu yang lebih spesifik, seperti produk kreatif yang mendukung lingkungan, busana muslimah, atau aplikasi digital yang

berakar pada budaya setempat. Menurut Thompson dan Martin (2010), pendekatan ini membantu perusahaan untuk lebih memahami perilaku dan pilihan pasar yang dituju, sehingga strategi pemasaran dan inovasi dapat lebih fokus dan efisien. Pendekatan yang terfokus ini juga mendorong pembentukan ekosistem kreatif di tingkat komunitas, contohnya komunitas pengrajin lokal yang berfokus pada pembuatan batik tulis yang khas dari daerah tersebut, atau studio animasi kecil yang berkonsentrasi pada produksi konten anak yang berakar pada nilai-nilai lokal.

Ketiga strategi Porter ini, apabila diterapkan secara adaptif dalam sektor ekonomi kreatif, tidak hanya dapat meningkatkan daya saing produk atau layanan, tetapi juga memperkuat struktur ekonomi mikro di tingkat lokal. Dalam praktiknya, banyak pengusaha kreatif yang mengintegrasikan dua atau lebih strategi secara bersamaan, misalnya menerapkan diferensiasi sambil menekan biaya dengan memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi tanpa biaya. Ini menunjukkan bahwa strategi Porter bersifat luwes dan mampu disesuaikan dengan perubahan cepat dalam pasar kreatif.

Kearifan Lokal dan Pembangunan Ekonomi Daerah

Ekonomi kreatif berbasis lokal memiliki keunggulan karena memanfaatkan kearifan lokal yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Kearifan lokal merupakan bentuk pengetahuan turun-temurun yang hidup di tengah masyarakat dan mencerminkan identitas budaya, nilai-nilai sosial, serta cara masyarakat memandang dan menyelesaikan masalah dalam kehidupan sehari-hari (Sartini, 2004). Seperti yang dijelaskan oleh Nuryanty (1993), potensi fisik, sosial, biotik, dan budaya seperti kerajinan, cerita rakyat, tradisi upacara, dan arsitektur lokal menjadi daya tarik utama sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Pemanfaatan potensi ini tidak hanya memperkuat identitas budaya suatu daerah, tetapi juga berkontribusi langsung pada penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan masyarakat, serta terbentuknya ekosistem ekonomi lokal yang tangguh. Contohnya, pengembangan produk kriya berbasis motif daerah (seperti tenun ikat, ukiran kayu khas, atau gerabah tradisional) mampu menembus pasar nasional bahkan internasional jika didukung oleh inovasi desain dan strategi pemasaran digital. Kearifan lokal juga mendorong model pembangunan partisipatif, di mana masyarakat terlibat aktif dalam proses produksi, distribusi, hingga promosi produk kreatif. Pendekatan ini meminimalisir ketimpangan

ekonomi karena tidak hanya menguntungkan pelaku bisnis besar, tetapi juga kelompok-kelompok masyarakat akar rumput seperti ibu rumah tangga, pemuda, dan komunitas adat.

Boccella dan Salerno (2016) menyebutkan bahwa pengembangan sektor ekonomi kreatif di tingkat lokal dapat merangsang inovasi sosial, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif. Selain itu, ekonomi kreatif juga memperkuat integrasi sosial dan meningkatkan rasa bangga terhadap budaya lokal, yang sangat penting untuk mempertahankan kohesi sosial di tengah arus modernisasi. Namun, pengembangan ekonomi kreatif yang berlandaskan kearifan lokal juga menghadapi tantangan yang cukup serius. Beberapa masalah yang ada meliputi akses pasar yang terbatas, kurangnya penggantian pelaku industri kreatif tradisional, serta minimnya infrastruktur penunjang seperti akses internet, pelatihan desain, dan fasilitas produksi. Selain itu, banyak kearifan lokal yang belum terdokumentasi dengan baik, sehingga berisiko punah atau diklaim oleh pihak lain sebagai budaya mereka. Oleh karena itu, peran pemerintah dan lembaga pendidikan sangatlah penting. Pemerintah daerah memiliki kemampuan untuk melakukan pencatatan potensi budaya setempat, menyelenggarakan pelatihan kewirausahaan yang berfokus pada budaya, serta mendukung promosi melalui acara atau festival budaya. Di sisi lain, institusi pendidikan dapat berperan dalam mendukung penelitian, digitalisasi produk budaya, dan pelatihan desain kreatif supaya produk yang mengandalkan kearifan lokal bisa bersaing di pasar global.

METODE PENELITIAN

Pembahasan pada penelitian ini dilakukan dengan menerapkan metode tinjauan literatur. Tinjauan literatur mencakup pengumpulan, analisis, dan penyusunan kembali penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Tujuan utama adalah untuk memahami informasi yang telah diperoleh dari penelitian sebelumnya, menemukan kekurangan dalam pengetahuan yang ada, serta mengidentifikasi peluang untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Tinjauan literatur umumnya melibatkan studi sekunder, yaitu penelitian yang dilakukan terhadap data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti lain. Penelitian ini mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif dilaksanakan dengan pendekatan kualitatif yang bersifat analitik induktif, yaitu dengan mengumpulkan, mengorganisir, dan menjelaskan berbagai data, dokumen, dan informasi yang

relevan. Penelitian ini menggunakan informasi yang bersumber dari data sekunder. Data sekunder dikumpulkan dari buku-buku, dokumen peraturan perundang-undangan, hasil-hasil penelitian, serta laporan-laporan, baik yang telah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan. Analisis data dalam artikel ini dilakukan melalui, (1) Analisis Deskriptif, yang merupakan metode yang digunakan untuk menjelaskan dan merangkum ciri-ciri utama dari kumpulan data. Dalam penelitian ini, analisis deskriptif dapat dimanfaatkan untuk menjelaskan dan merangkum berbagai strategi pengembangan ekonomi kreatif yang terdapat dalam literatur. Analisis Komparatif adalah sebuah metode yang digunakan untuk membandingkan dan membedakan berbagai fenomena. Dalam studi ini, analisis perbandingan dapat diterapkan untuk menilai efektivitas berbagai strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam memperkuat ketahanan ekonomi.

Menurut Michael Porter (1980) teori mengenai strategi mencakup beberapa hal berikut :

1. Low Cost Strategy (Strategi Biaya Rendah), yaitu Perusahaan berupaya menjadi produsen dengan biaya terendah di sektor mereka. Dengan cara ini, mereka dapat menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing atau menawarkan harga yang sama tetapi dengan keuntungan yang lebih tinggi.
2. Differentiation (Diferensiasi), yakni Perusahaan berusaha untuk membuat produk atau layanan mereka memiliki ciri khas atau berbeda dalam beberapa cara yang penting bagi konsumen. Dengan langkah ini, mereka dapat menetapkan harga yang lebih tinggi dan membangun loyalitas pelanggan.
3. Focus Strategy (Strategi Fokus), yaitu Perusahaan memusatkan perhatian pada segmen pasar tertentu dan berusaha untuk memahami serta memenuhi kebutuhan segmen tersebut lebih baik dibandingkan kompetitor. Strategi fokus dapat berupa biaya rendah atau diferensiasi, tetapi diterapkan pada pasar yang lebih terbatas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif kini menjadi tema yang sangat penting dalam kajian ekonomi dan pembangunan. Dalam buku yang berjudul "The Rise of the Creative Class," karya Richard Florida merupakan karya yang membahas perubahan ekonomi dan sosial

yang terjadi dalam masyarakat modern. Florida (2002) menyatakan bahwa kelas kreatif, yang terdiri dari orang-orang yang bekerja dalam bidang seperti sains, teknik, seni, musik, dan desain, kini menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Ia mengungkapkan bahwa kota-kota dan daerah yang berhasil menarik serta mempertahankan kelas kreatif ini cenderung mengalami tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih baik. Florida juga mengeksplorasi bagaimana perubahan ini memengaruhi tatanan sosial dan cara kita menjalani hidup, bekerja, dan bermain. Ia menekankan betapa pentingnya menciptakan suasana yang mendukung kreativitas, yang mencakup adanya ruang publik yang menarik, akses terhadap budaya dan hiburan, serta lingkungan kerja yang fleksibel dan inklusif.

Selanjutnya, dalam buku "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas" karya John Howkins merupakan salah satu karya yang paling berpengaruh tentang ekonomi kreatif. Howkins (2001) menerangkan bahwa gagasan kreatif telah berubah menjadi barang yang sangat berharga dalam ekonomi saat ini. Ia percaya bahwa individu yang mampu menghasilkan, mengelola, dan memanfaatkan ide-ide ini memiliki kemampuan untuk menciptakan kekayaan serta lapangan kerja baru. Howkins juga membahas tantangan serta peluang yang dihadapi oleh para pekerja kreatif, termasuk kebutuhan akan perlindungan hak kekayaan intelektual yang kuat, akses ke pasar, dan kemampuan beroperasi dalam lingkungan yang mendukung inovasi. Ia menyajikan berbagai ilustrasi dari banyak sektor dalam ekonomi kreatif, seperti perfilman, musik, desain, dan teknologi.

Sementara itu, Andy C. Pratt menekankan ide tentang kota kreatif serta pengaruhnya dari industri budaya dan kelas kreatif terhadap pengembangan kota. Pratt (2008) mengemukakan bahwa kota-kota yang mengedepankan dan mendukung industri kreatif mereka seringkali mengalami peningkatan ekonomi yang lebih tinggi dan menyediakan lebih banyak peluang kerja. Ia juga membahas bagaimana kelas kreatif, yang terdiri dari orang-orang yang berkecimpung dalam bidang seni, desain, musik, dan teknologi, memengaruhi aspek sosial dan ekonomi kota.

Organ utama dari majelis umum PBB, yaitu UNCTAD, menyusun laporan yang memberikan gambaran mengenai ekonomi kreatif serta dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi di tingkat global. Laporan ini mencakup berbagai hal terkait ekonomi kreatif, termasuk kontribusi sektor ini terhadap pembangunan ekonomi, tantangan dan peluang yang dihadapi oleh

industri kreatif, serta cara pemerintah dan organisasi internasional dapat mendukung perkembangan sektor tersebut. Laporan ini juga menyajikan data mengenai perdagangan internasional (UNCTAD, 2010).

Berdasarkan penelitian Boccella dan Salerno (2016), artikel mereka menjelaskan kontribusi ekonomi kreatif dan industri budaya terhadap perkembangan di tingkat lokal. Mereka menyatakan bahwa ekonomi kreatif, termasuk bidang-bidang seperti seni, musik, film, dan desain, berpotensi meningkatkan perekonomian dan menghasilkan peluang kerja baru. Di samping itu, ekonomi kreatif juga bisa memperkuat masyarakat setempat dan meningkatkan kesejahteraan. Akan tetapi, penulis juga mencatat bahwa ada beberapa tantangan dalam memajukan ekonomi kreatif, seperti perlunya infrastruktur yang memadai dan akses terhadap pendanaan.

Dengan menggunakan strategi Michael Porter (1980) dalam bidang ekonomi kreatif, hasil yang diinginkan adalah:

1. Meningkatkan Daya Saing: Melalui perbedaan dan fokus, perusahaan bisa menghasilkan produk atau layanan yang khas dan menonjol di pasar. Hal ini dapat membantu mereka menarik lebih banyak pelanggan dan memperbesar pangsa pasarnya.
2. Meningkatkan Margin Laba: Dengan menerapkan strategi biaya yang rendah dan diferensiasi, perusahaan dapat mengurangi biaya dan/atau menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produk atau layanan yang mereka tawarkan. Keduanya dapat membantu meningkatkan margin laba.
3. Meningkatkan Ketahanan Ekonomi: Dengan menawarkan produk atau layanan yang berbeda dan menarik, serta menjaga biaya tetap rendah, perusahaan dapat lebih tahan terhadap perubahan ekonomi. Mereka juga akan lebih mudah beradaptasi dengan perubahan di pasar, seperti pergeseran preferensi konsumen atau teknologi yang baru.
4. Meningkatkan Kepuasan Pelanggan: Dengan menargetkan segmen pasar tertentu, perusahaan dapat lebih memahami serta memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan mereka. Ini dapat berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan dan loyalitas terhadap merek.

Pembahasan

Sesuai dengan konsep strategi yang dikemukakan oleh Michael Porter, yakni:

Strategi Diferensiasi: Johnson, Scholes, dan Whittington (2008) menyebutkan bahwa dalam ekonomi kreatif, diferensiasi dapat diperoleh melalui penciptaan produk atau layanan yang menghasilkan emosi serta pengalaman yang menyenangkan bagi konsumen. Melalui pendekatan ini, sebuah perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan serta memperkuat posisi bersaingnya.

Strategi Biaya Rendah: Berdasarkan penelitian Kotler dan Armstrong (2010), perusahaan yang bergerak di sektor ekonomi kreatif dapat menekan biaya dengan menemukan cara-cara untuk meningkatkan efisiensi dalam produksi dan distribusi. Contohnya, pemanfaatan teknologi digital dapat membantu mengurangi pengeluaran dan meningkatkan efisiensi.

Strategi Fokus: Menurut Thompson dan Martin (2010), pendekatan ini berkaitan dengan penekanan pada segmen pasar tertentu atau niche. Dalam konteks ekonomi kreatif, ini bisa diartikan sebagai penekanan pada jenis inovasi atau kreativitas tertentu, atau pasar tertentu. Dengan adanya fokus yang jelas, perusahaan dapat lebih efisien dalam menentukan sasaran dan memenuhi permintaan konsumen mereka.

Dalam konteks tersebut, penulis memperoleh hasil analisis mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif yang bertujuan untuk meningkatkan ketahanan ekonomi dengan menggunakan teori strategi yang dikemukakan oleh Michael Porter, yang antara lain mencakup:

Strategi Biaya Rendah: Dalam sektor ekonomi kreatif, strategi biaya rendah dapat diartikan sebagai upaya untuk menemukan metode yang efektif dalam menekan biaya produksi atau distribusi. Contohnya, perusahaan dapat memanfaatkan teknologi digital untuk mengotomatisasi sebagian dari proses produksi, atau menggunakan media sosial untuk keperluan pemasaran, yang dapat mengurangi pengeluaran untuk pemasaran konvensional. Dengan pengurangan biaya, perusahaan mampu memberikan harga yang lebih terjangkau kepada pelanggan, yang dapat membantu menarik lebih banyak pembeli dan meningkatkan jumlah penjualan.

Strategi Diferensiasi: Dalam bidang ekonomi kreatif, diferensiasi dapat diartikan sebagai proses menciptakan produk atau layanan yang berbeda dan menarik. Contohnya, dalam bidang fashion, hal ini dapat diartikan sebagai merancang pakaian dengan gaya atau bahan yang inovatif dan belum ada sebelumnya. Melalui diferensiasi, dapat membantu perusahaan untuk lebih menonjol di pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, dengan menawarkan produk atau layanan yang berbeda, perusahaan dapat menetapkan harga yang lebih tinggi, yang dapat meningkatkan margin keuntungan.

Strategi Fokus: Strategi ini menekankan perhatian pada segmen pasar tertentu. Dalam ekonomi kreatif, ini bisa diartikan sebagai penekanan pada jenis kreativitas atau inovasi tertentu, atau pasar tertentu. Contohnya, perusahaan dapat memilih untuk berkonsentrasi pada produk kreatif berkelanjutan, atau pasar anak muda yang peduli akan isu-isu lingkungan. Dengan memiliki fokus yang jelas, perusahaan dapat lebih efisien dalam mengarahkan upaya pemasaran dan penjualan mereka, serta berpotensi menjadi pemimpin dalam segmen pasar tersebut.

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulannya, penerapan teori strategi dari Michael Porter dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif memiliki peranan yang sangat krusial untuk memperkuat ketahanan ekonomi. Strategi diferensiasi, biaya rendah, serta fokus dapat memfasilitasi perusahaan di bidang ekonomi kreatif untuk tampil lebih menonjol dalam pasar, menekan biaya, dan lebih efisien dalam menyasar pelanggan.

Oleh karena itu, perusahaan mampu meningkatkan daya saing, margin keuntungan, ketahanan ekonomi, serta kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan strategi yang tepat sangat vital untuk meraih keberhasilan dalam ekonomi kreatif dan untuk menciptakan ketahanan ekonomi yang tangguh. Pelaksanaan strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus dalam ekonomi kreatif mampu secara signifikan memperkuat ketahanan ekonomi. Strategi diferensiasi, yang mencakup pengembangan produk atau layanan yang unik dan menarik, dapat membantu perusahaan untuk unggul di pasar dan menarik lebih banyak pelanggan. Hal ini dapat meningkatkan kemampuan bersaing perusahaan dan menjadikannya lebih kuat terhadap perubahan kondisi ekonomi. Strategi biaya rendah, yang mencakup usaha untuk meningkatkan

efisiensi dan menekan pengeluaran, dapat membantu perusahaan mempertahankan keuntungan meskipun dalam situasi ekonomi yang tidak menguntungkan. Strategi yang terpusat, yang mencakup penargetan segmen pasar tertentu, dapat membantu perusahaan dalam lebih efektif memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen mereka. Hal ini dapat mendukung perusahaan dalam menjaga kesetiaan pelanggan dan kestabilan penjualan, yang sangat penting untuk ketahanan perekonomian. Oleh karena itu, teori strategi yang diajukan oleh Michael Porter menawarkan sebuah kerangka yang bermanfaat untuk memahami serta meningkatkan ketahanan ekonomi di dalam konteks ekonomi kreatif.

Saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangan ekonomi kreatif adalah untuk selalu memantau perkembangan tren dan teknologi terbaru. Dengan memanfaatkan inovasi serta teknologi digital, perusahaan mampu meningkatkan efisiensi dalam produksi, distribusi, dan pemasaran. Selain itu, sangat penting untuk terus melakukan penelitian pasar dan memahami kebutuhan konsumen secara mendalam agar bisa menghadirkan produk atau layanan yang sesuai dengan keinginan mereka. Selain itu, bekerja sama dengan para profesional di bidang industri kreatif lainnya juga bisa menjadi faktor penting untuk mencapai keberhasilan. Dengan menjalin kerjasama dan kemitraan yang strategis, perusahaan mampu mengakses sumber daya dan jaringan yang lebih luas, serta meningkatkan pangsa pasar mereka. Mengembangkan bakat kreatif di dalam perusahaan dan mendukung perkembangan profesionalisme dalam sektor ekonomi kreatif juga merupakan langkah kunci untuk memastikan keberlanjutan dan inovasi dalam bisnis.

Terakhir, sangat penting untuk tetap adaptif dan peka terhadap perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis. Dengan menjaga kemampuan beradaptasi dan kreativitas, perusahaan dapat terus maju dan bertahan menghadapi tantangan dari luar yang mungkin muncul. Dengan mengimplementasikan rekomendasi-rekomendasi ini, diharapkan perusahaan bisa memperkuat kedudukannya dalam sektor ekonomi kreatif dan meningkatkan daya tahan ekonomi mereka secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, Z. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix. Tansiq, Vol. 1 No. 2, 175.
- Florida, R. (2002). The Rise Of The Creative Class. New York: Basic Books.
- Hasan, A. (2017). How Do Innovation Culture, Marketing Innovation and Product Innovation Affect the Market Performance of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). Technology in Society, 51. 4, 133-141.
- Hendra. (1986). Perencanaan Pembangunan di Indonesia, Hal. 391. Jakarta: Gramedia
- Howkins, J. (2001). The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. United Kingdom: Penguin UK.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2008). Exploring Corporate Strategy. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). Principles of Marketing. Prentice Hall.
- Marlinah, L. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. Cakrawala. Vol. XVII No. 2, 34.
- Marlinah, L. (2017). Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif. Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika, Vol. XVII No. 2, 34.
- N Boccella, I. S. (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development, 223, 291-296. Procedia: Social and Behavioral Sciences.
- Nuryanty, W. (1993). Concept, Perspektif and Challenges. Makalah Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya. Yogyakarta: UGM Press.
- Pangestu, M. E. (2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Porter, M. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industri
- Pratt, A. C. (2008). Creative cities: The cultural industries and the creative class. Geografiska Annaler: Series B, Human Geography, 90 (2), 107-117.
- RI, D. (2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Jakarta: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Setiadi, U. (2008). Suatu Pemikiran Mengenai Pendekatan Kembali Antara Dunia Pendidikan S1 Manajemen dengan Dunia Kerja. Prosiding Konferensi Merefleksi Domain Pendidikan Ekonomi dan Bisnis. Salatiga: U. Setiadi.
- Suryabrata, S. (2013). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Suryohadiprojo, S. (1997). Ketahanan Nasional Indonesia. Jurnal Ketahanan Nasional Vol. 2 No. 1.

Suwantoro, G. (2000). Dasar-dasar Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

Thompson, J., & Martin, F. (2010). Strategic Management: Awareness & Change. Cengage Learning.

UNCTAD. (2010). Creative Economy Report 2010. United Nations: UNCTAD.
UNDP/UNCTAD. (2008). Creative Economy, Report. Geneva New York: UNDP, UNCTAD