Published online at: https://ejournal.mannawasalwa.ac.id/index.php/josee/index

JOSEE
Journal of College Student's Intellectual

Vol. 01 No. 02 (2023) e-ISSN Media Electronic: 3026 - 0876

Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia

Radiatl Aini
Program Studi/Jurusan Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa Tanah Datar, Indonesia
Fitri Wati
Program Studi/Jurusan Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Ekonomi Syariah Manna Wa Salwa Tanah Datar, Indonesia
radiatula90@gmail.com

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan inovasi baru dalam kegiatan ekonomi yang melibatkan kreativitas, inovasi dan pembaruan yang mulai diterapkan oleh para pelaku UMKM di Indonesia sebagai bentuk usaha dalam mengembangkan usahanya. UMKM yang maju dapat mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam pengembangan UMKM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan atau tinjauan literatur. Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder, melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori dengan membaca buku referensi, jurnal penelitian, artikel dan penelusuran internet. Hasil analisis menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peranan penting dalam pengembangan UMKM terutama pada kondisi global saat ini. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai data awal untuk peneliti berikutnya dalam mengkaji permasalahan ini dalam konteks dan isu yang berbeda.

Kata kunci: *Peranan, Ekonomi Kreatif, Pengembagan, UMKM*

ARTICLE INFO

Submit	10-12-2023	Review	16-12-2023
Accepted	15-12-2023	Published	31-12-2023

Pendahuluan

Di era digitalisasi saat ini kegiatan ekonomi sudah berkembang kea rah yang lebih maju, melakukan kegiatan ekonomi dengan menggunakan teknologi digital merupakan salah satu wujud ekonomi kreatif. Perkembangan industri ekonomi kreatif di era globalisasi atau era digital dapa meningkatkan kehiduoan ekonomi Indonesia menjadi lebih baik, walaupun adanya globalisasi pada bidang ekonomi dapat menjadi sebuah tantangan masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial yang harus mempersiapkan diri dalam menghadapi persaingan global yang cenderung lebih keras, perkembangan tekhnologi dan komunikasi di era digital saaat ini membuat bisnis khususnya pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia menjadi lebih inovatif, kreatif, dan kritis (Ambarwati & Sobari, 2020)

Ekonomi kreatif merupakan suatu kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa yang digerakkan oleh entrepreaneur (wirausaha), dengan memanfaatkan kemampuan intelektual dan kreativitas serta inovasi pembaruan. Sistem ekonomi kreatif merupakan alternatif dalam menyelesaikan tantangan permasalahan ekonomi yang terjadi saat ini. Ekonomi kreatif ialah sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi yakni sumber daya alam, sumber daya manusia, dan orientasi atau manajemen (Wahyuningsih & Satriani, 2019)

Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam pendapatan, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan hasil ekspor serta menambah kekayaan intelektual. Oleh karena itu dengan hanya bermodal kemampuan kreativitas dan pengetahuan bisa digunakan untuk menciptakan peluang usaha. Tetapi untuk mendapatkan akses secara sepenuhnya masyarakat terutama di Indonesia harus bisa menguasai teknologi untuk dapat memperluas pasar dalam bidang industri kreatif . Dengan infrastruktur yang merata diseluruh wilayah Indonesia sehingga bisa menciptakan konektivitas, pemasaran, strategisasi usaha (Damanik & Sabila, 2022)

Masyarakat Indonesia menyadari bahwa ekonomi kreatif ,yang berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian,bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual ,adalah harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit,bersaing dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Usaha mikro merupakan usaha yang dimiliki oleh orang perorangan ataupun badan perorangan yg telah memenuhi kriteria usaha.Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) berperan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia sebagai penggerak perekonomian daerah. Perkembangan UMKM akan berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, sehingga peran ekonomi kreatif perlu di lakukan untuk meningkatkan dan mengembangkan UMKM di Indonesia.

Munculnya ekonomi kreatif diharapkan mampu menjadi penopang pertumbuhan ekonomi terutama bagi UMKM yang ada di Indonesia (Zamzami & Hastuti, 2018) dan UMKM yang memanfaatkan peran ekonomi kreatif ini akan menjadi penopang perekonomian Indonesia karena usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) ini hanya

sedikit atau tidak terkena dampak krisis global yang tengah melanda.Sedangkan usaha kecil dan menengah(UKM) mempunyai peran penting dalam perekonomian local daerah.

Di Indonesia sudah sangat banyak bermunculan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif, peningkatan sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif merupakan salah satu factor utamanya. Pelaku UMKM di tuntut untuk terus memajukan usahanya dan bersaing dengan pengusaha lain ,tidak hanya pengusaha dari dalam negri tetapi dari Negara asing, setiap kota atau daerah memiliki ciri khas dan karakteristik produknya masing-masing. Indonesia beragam suku dan budaya yang terdiri dari berbagai daerah,sehingga UMKM di idonesia terdiri dari berbagai macam ragam, kementrian koperasi dan UMKM menyebutkan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori dinataranya pertanian, perikanan, peternakan, hotel, perdagangan, restoran, jasa-jasa swasta, dan pariwisata serta banyak lainnya (Arivetullatif & Ardina, 2022)

Metode Penelitian

Mertode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian tinjauan pustaka. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan masalah yang ada sekarang berdasarkan data-data. Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data sekunder. Pada penelitian Peneliti mengumpulkan data sekunder melalui studi pustaka untuk membangun landasan teori yang sesuai dengan permasalahan atau kerangka konseptual penelitian sehingga dapat membaca bukubuku referensi, jurnal-jurnal penelitian, artikel-artikel serta penelusuran internet melalui situs website yang berkaitan dengan pembahasan penelitian untuk mencari teoriteori dan prinsip- prinsip yang dapat diterapkan dalam penelitian ini. Data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif.

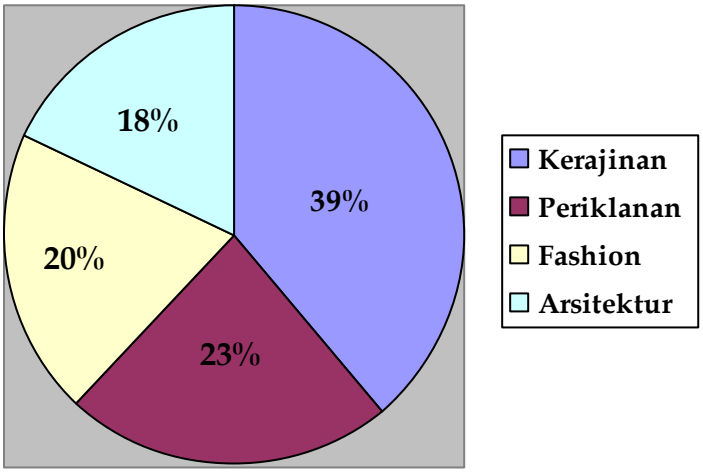
Hasil dan Pembahasan

Hubugan Ekonomi Kreatif Dengan UMKM Di Indonesia

Berdasarkan sumber data dari kemenparekraf, dalam jangka waktu 2010-2015, besaran PDB ekonomi kreatif meningkat dari 529,96 triliun menjadi 852,24 triliun (meningkat sebanyak 10,14%) per tahun. Setiap sector ekonomi kreatif menyumbang sebesar 7% per tahun terhadap total PDB nasional (Dr. Muhammad Mudjib Musta'in, 2022). Pemerintah Indonesia telah menentukan jenis-jenis kegiatan ekonomi yang termasuk dalam ekonomi kreatif yang disebut dengan 17 Subsektor Ekonomi kreatif, yaitu: aplikasi, pengembangan permainan, arsitektur, desain Interior, desain komunikasi visual, desain Produk, fashion, film Animasi dan video, fotografi, kerajinan tangan (kriya), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni Pertunjukkan, seni Rupa dan televisi dan radio. Di tahun 2020, 17 subsektor Ekonomi kreatif tersebut telah memberi kontribusi besar dalam perekonomian tanah air. Selain 17 Subsektor, dalam ekonomi kreatif hal terpenting lainnya adalah kolaborasi dan sinergi 4 faktor Ekonomi kreatif, yaitu Pemerintah, Akademisi, pelaku Bisnis dan Komunitas(Bimantara et al., 2021).

Dari seluruh sector ekonomi kreatif, kerajinan, fashion, dan periklanan serta arsitektur menjadi nilai tertinggi dalam menambah peningkatan PDB, seperti yang disajikan dalam diagram berikut :

Gambar : 1. Sektor pertumbuhan ekonomi kreatif tertinggi



Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep di era ekonomi baru yang menggabungkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide pemgetahuan dari sumber daya manusia sebagai factor produksi inti, istilah kreativitas berasal dari kata bahasa Inggris creativity yang berarti kemampuan untuk membuat sesuatu yang baru. Jadi ekonomi kreatif adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang bernilai tinggi (menghasilkan uang tunai). Ketika istilah "ekonomi kreatif" pertama kali digunakan, John Howkins menulis tentang bagaimana orang menghasilkan uang dari ide dalam bukunya "The Creative Economy". Menurut penjelasan Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya digunakan untuk menghasilkan ide. Karena datang dengan konsep adalah satu-satunya cara untuk bergerak maju(Hasmita, 2014).

Ekonomi kreatif tidak dapat dipisahakan dari UMKM karena pada saat ini pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam mengembangkan usahanya. Pengembangan ekonomi kreatif saat ini tentu saja sebaiknya memanfaatkan inovasi teknologi agar lebih cepat merambah pasar yang lebih luas dan mendorong masyaraka melek tekhnologi. Penggunaan aplikasi yang dapat diunduh dan laman untuk informasi sangat berperan penting dalam mengenalkan produk dan jasa. Inilah peranan pemerintah daerah untuk ikut terus melakukan sosialisasi dan edukasi di tengah masyarakat agar seger menangkap peluang ekonomi kreatif dengan cepat (Mursito, 2020).

Airlangga Hartato sebagai Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia menjelaskan bahwa pemerintah telah mengakomodasi dan mengamati upaya pengembangan ekonomi kreatif dan ekonomi digital melalui sejumlah peraturan/kebijakan. Kebijakan yang diterapkan salah satunya melalui UU 11/2020 tentang Cipta Kerja, dan turunannya berupa PP 7/2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan UMKM melalui penguatan inkubator wirausaha (Azwina et al., 2023).

Peranan ekonomi kreatif terhadap UMKM di Indonesia

Ekonomi kreatif berperan langsung terhadap perkembangan UMKM di Indonesia, hal ini disebabkan karena factor factor berikut:

1. Kegiatan ekonomi mengutamakan kekayaan intelektual yang dapat memperbarui sumber daya ekonomi melalui kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
2. Ekonomi kreatif membuat sumber daya manusia menjadi lebih efisien, namun tidak sampai menyebabkan pengangguran karena SDM dapat dialihkan sebagai pemikir kreatif yang tidak dapat dilakukan oleh teknologi.
3. Modal ekonomi kreatif lebih efisien daripada biaya awal perusahaan.
4. Ekonomi kreatif dapat mengatasi masalah perekonomian yang ada di Indonesia.
5. Ekonomi kreatif lebih mudah diterima oleh masyarakat pada saat ini, terutama bagi konsumen karena sesuai dengan perkembangan zaman.

Ekonomi kreatif dinilai sebagai alat ukur untuk proses social. Kreativitas dapat meningkatkan nilai ekonomi seperti pendapatan, kesempatan kerja, dan kesejahteraan yang pada akhirnya dapat mengatasi permasalahan social seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya pendidikan, dan kesenjangan social.(Basri, 2022). Masalah yang dialami oleh UMKM saat ini pada umumnya adalah bagaimana para pelaku internal (owner, penanggung jawab, produksi, dan pemasaran) mempertahankan usahanya. Para pelaku internal usaha mikro kecil menengah pada kenyataannya memiliki perbedaan latar belakang dan pengetahuan yang berbeda, sehingga hal tersebut menjadikan para pelaku internal harus saling menjaga dan berbagi pengetahuan satu sama lain. Seperti halnya optimalisasi bahan baku, inovasi produk, target pasar, cara pemasaran, serta kebutuhan-kebutuhan pelanggan, merupakan beberapa contoh pengetahuan yang perlu dibagi kepada sesama para pelaku internal UMKM (Budiman & Delima, 2017).

Untuk mengembangkan suatu usaha UMKM dalam bidang industri kreatif sangat di perlukannya peran ekonomi kreatif dalam pengembangan kapasitas UMKM. Peranan tersebut dapat berupa pelonggaran kebijakan, membuat inovasi pendukungan kebijakan, yang pasti bertujuan agar dapat menciptakan kebermanfaatan untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan peran ekonomi kreatif serta pada zaman transisi pada saat ini para pelaku usaha haruslah mampu menciptakan peluang ataupun inovasi agar pertumbuhan ekonomi dalam kemampuan ilmu pengetahuan, dan kreatifitas bisa menciptakan dalam kebermanfaatan baik dari skala mikro maupun makro (Damanik & Sabila, 2022).

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama perekonomian nasional. Berdasarkan data Kementerian KUKM, tahun 2020, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. UMKM juga berkontribusi dalam menyerap 97 persen dari total tenaga kerja Indonesia dan mempunyai porsi investasi sebesar 60,4 persen. Bahkan menurut data yang tercatat di kemenparekraf RI, ekonomi kreatif terbukti berperan aktif dalam membuka lapangan pekerjaan, sebanyak 19,2 juta orang (15,21% dari tenaga nasional), presentase pertumbuhan tenaga kerja sector ekonomi kreatif dari tahun 2018-2019 adalah 4,02%(Avianto et al., 2020).

UMKM berbasis ekonomi kreatif harus senantiasa menjaga mutu serta meningkatkan kreatifitas dan inovasinya dalam menghasilkan karya-karya baru. Peningkatan kreatifitas bagi para pelaku UMKM dapat dilakukan melalui serangkaian proses pelatihan dari pemerintah seperti manajemen pengelolaan usaha, manajemen pemasaran, keuangan, dan lain sebagainya. Peran pemerintah secara penuh tentunya sangat diperlukan untuk membantu proses pengembangan UMKM kreatif di Indonesia . Solusi untuk kemajuan UMKM kreatif di indonesia(Polnaya & Darwanto, 2015)

Berdasarkan data yang ada tersebut dapat dismpulkan bahwa Indonesia mempunyai potensi dasar ekonomi yang kuat karena jumlah UMKM yang banyak dan daya serap tenaga kerja yang sangat besar. UMKM juga terbukti kuat dalam mengatasi krisis ekonomi yang terjadi dan berpotensi besar dalam meraih keuntungan maksimal menggunkan produksi domestic yang berhubungan erat dengan kebutuhan primer masyarakat.

Sebagai pelaku UMKM ekonomi kreatif, Sumber daya manusia (SDM) merupakan kunci utamanya, SDM adalah salah satu faktor terpenting dari dunia usaha termasuk UMKM. SDM bukan hanya sebatas sumber daya tetapi merupakan modal utama untuk pengembangan UMKM. Ekonomi kreatif menggantungkan pada keunggulan sumber daya manusianya dalam mengembangkan ide serta kreatifitasnya (Iskandar et al., 2022). Ekonomi kreatif dinilai dapat memperkuat dan memperkaya identitas nasional dari Bangsa Indonesia karena mampu memamdukan ide, seni, dan inovasi dengan teknologi dan budaya yang tumbuh berkembang di kalakanga masyarakat.(Harjawati, 2020).

Oleh sebab itu, pelaku UMKM harus ditingkatkan kapasitasnya terkait dengan manajemen dan pola fikir. Manajemen dimaksud termasuk mengelola SDM, produksi, keuangan dan marketing. Sementara itu pola fikir pelaku UMKM harus diubah menjadi enterpreneur/berkarakter wirausaha. Karakter dimaksud antara lain inovatif, kreatif, passion yang kuat terhadap usaha dan mengikuti perkembangan lingkungan usaha (teknologi dan selera pasar).

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Ekonomi kreatif berperan aktif dalam mengembangkan UMKM di Indonesia, dan juga berperan dalam membuka lapangan pekerjaan, menambah kekayaan intelektual, mensejahterkan kehidupan masyarakat serta mengatasi masalah ekonomi yang terjadi di Indonesia seperti kesenjangan social dan kemiskinan. Dalam mengembangkan kreatifitas dibutuhkannya ide ide baru, inovasi, pembaruan kan keaktifan sumber daya manusianya, oleh karena itu SDM sebagai kunci dari pelaku UMKM harus mampu untuk mengupgrade dirinya sesuai dengan perkembangan zaman. Para pelaku UMKM dapat memanfaatkan teknologi sebagai penunjang dalam operasi pelaksanaan usahanya, yang mana sejalan dengan arti ekonomi kreatif tersebut. Setidaknya penelitian ini dapat dijadikan landasan dan rujukan

bagi peneliti berikutnya untuk meneliti permasalahan ekonomi kreatif ini dalam konteks dan isu yang berbeda.

Daftar Pustaka

Ambarwati, A., & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi ahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *2*(2), 140–144. https://doi.org/10.31334/jks.v2i2.736

Arivetullatif, A., & Ardina, G. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Pariaman. *Ensiklopedia of Journal*, *4*(4), 364–371. https://doi.org/10.33559/eoj.v4i4.888

Avianto, B. N., Durmasema, A. R., Pratama, A. Y. N., & Rendisky, J. (2020). Statistik Ekonomi Kreatif 2020. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. www.kemenparekraf.go.id

Azwina, R., Atika, A., & Dharma, B. (2023). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, *5*(6), 3680–3699. https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4157

Basri, A. I. (2022). *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif*. *1*, 1–153.

Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, *4*(1), 1–13. https://doi.org/10.22219/jie.v4i1.9189

Budiman, N. A., & Delima, Z. M. (2017). PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kudus) Zuliyati 1. *Universitas Budi Luhur*, *6*(2), 181–200.

Damanik, A. S., & Sabila, R. (2022). Dampak Peranan Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Umkm Di Masa Transisi (Cafe Lookup Kota Tasikmalaya). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, *2*(5), 111–120. https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.174

Dr. Muhammad Mudjib Musta'in, M. S. D. (2022). *ekonomi kreatif berbasis digital dan kemandirian masyarakat era society 5.0 Editor: Agung Anggoro Seto* (Issue March).

Harjawati, T. (2020). Model Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Syariah Di Provinsi Banten. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, *1*(2), 187. https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1934

Hasmita. (2014). *Program studi ilmu administrasi negara fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sultan ageng tirtayasa 2014*. 1–74.

Iskandar, A., Fayadi, H., & Meldi Kesuma, T. (2022). Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Promosi Dan Pemasaran Destinasi Wisata Kota Sabang. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 190–199. https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.609

Mursito, H. (2020). sosial media sebagai upaya peningkatan penjualan produk UKM (Studi Kasus di SMESCO Jakarta). *Pekobis : Jurnal Pendidikan, Ekonomi, Dan Bisnis*, *4*(2), 41. https://doi.org/10.32493/pekobis.v4i2.p41-47.3949

Polnaya, G. A., & Darwanto. (2015). Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah. *Unisbank*, *22*(1), 1–10. file:///C:/Users/mariyatul kiftia/Downloads/4118-Article Text-2580-1-10-20160524.pdf

Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, *8*(2), 195–205. https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172

Zamzami, Z., & Hastuti, D. (2018). Determinan penerimaan daerah dan pertumbuhan ekonomi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, *13*(1), 37–45. https://doi.org/10.22437/paradigma.v13i1.4903

Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan turunannya berupa PP 7/2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan UMKM melalui penguatan inkubator wirausaha

Copyright Holder :
© Name Author. et. al. (2023).

First Publication Right :
© JOSEE: Journal Of College Student's Intelectual

This article is under: