

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

Azizah Rahmawati¹, Muh. Khairil Sucitra²

¹Dosen Ekonomi Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

²Mahasiswa Ekonomi Syariah, IAI An-Nadwah Kuala Tungkal

Email: azizahrochman13@gmail.com¹, sucitramukhairil02@gmail.com²

Abstrak

Ekonomi sangat diuntungkan dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif pada dasarnya didasarkan pada penggunaan kreativitas, kemampuan, dan bakat individu. Era informasi, industrialisasi, dan ekonomi pertanian telah berlalu meninggalkan kita di era ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif, menurut kemendag, merupakan wujud upaya mengupayakan pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas. Pembangunan berkelanjutan adalah ekonomi kompetitif dengan cadangan sumber daya terbarukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi ekonomi kreatif dalam peningkatan kualitas umkm di indonesia. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *library research*, yakni penelitian diperoleh dari hasil penelitian kepustakaan. Penelitian ini menggunakan strategi subjektif, yaitu teknik yang digunakan untuk mengurai sekumpulan informasi yang tidak dapat dihitung secara langsung atau dinilai dengan menggunakan angka. Temuan studi tersebut menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan kualitas umkm di indonesia. Hal ini terlihat dari berjalannya waktu dan pesatnya perkembangan teknologi. Akibatnya, para pelaku umkm tidak lagi dapat bersaing satu sama lain dan justru dituntut untuk mengekspresikan kreativitasnya sehingga kualitas umkm yang ada tetap terjaga.

Kata Kunci: Ekonomi; UMKM; Ekonomi Kreatif.

PENDAHULUAN

Perekonomian nasional Indonesia terpuruk akibat krisis ekonomi. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi yang mampu bertahan dan berkontribusi signifikan terhadap pemulihan ekonomi di tengah keterpurukan akibat krisis moneter di berbagai sektor ekonomi.¹ Selain itu, UMKM memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dengan menciptakan lapangan kerja dan berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat. Secara alami, ekspansi UMKM di Indonesia juga akan menghasilkan peningkatan jumlah pesaing, yang secara

¹Tadjuddin dan Mayasari, *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo*, Jurnal of Islamic Management and Business, Vol.2, No.1, 2019, hlm. 10-11.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

langsung akan mengakibatkan peningkatan tingkat persaingan di berbagai sektor UMKM. Gelombang ekonomi kreatif saat ini menjadi ciri UKM. Kegiatan ekonomi yang digerakkan oleh industri kreatif dan menjunjung tinggi kekayaan intelektual dikenal dengan ekonomi kreatif. Pengusaha, khususnya individu dengan keterampilan kreatif dan inovatif, adalah kekuatan pendorong di belakang industri kreatif secara keseluruhan. Area bisnis imajinatif diyakini dapat bertahan ketika area lain dilanda krisis keuangan global. Bisnis inventif tidak dapat dipisahkan dari ekonomi inovatif. Ekonomi inovatif dapat dianggap sebagai kerangka pertukaran dan penawaran yang dimulai dari latihan yang didorong oleh usaha imajinatif yang menekankan pada pembuatan tenaga kerja dan produk dengan mengandalkan kemampuan dan daya cipta sebagai inovasi yang dilindungi. Adalah keinginan Indonesia untuk bangkit, bersaing dan mencapai kejayaan dalam perekonomian dunia.

Usaha kecil dan menengah (UKM) sangat penting bagi masyarakat. Karena bisnis ini sangat membantu dalam mengembangkan minat dalam usaha bisnis. Selain itu, mampu menciptakan kreativitas dan lapangan kerja yang sejalan dengan upaya melestarikan dan mengembangkan tradisi dan budaya masyarakat setempat. Sebaliknya, bagaimanapun. Mengingat jumlah penduduk Indonesia yang besar, UMKM mampu menyerap tenaga kerja secara besar-besaran sehingga menurunkan angka pengangguran. Akibatnya, jelas bahwa UMKM yang menyerap banyak tenaga kerja dan memanfaatkan teknologi langsung dapat menjadi peluang kerja. Kegiatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi landasan yang sangat baik untuk penciptaan lapangan kerja yang menguntungkan. UMKM adalah bisnis padat karya yang tidak memerlukan tingkat pendidikan, keterampilan pekerja, atau modal ventura tertentu, dan teknologi yang digunakan biasanya mudah. UMKM terus berperan penting dalam peningkatan perekonomian Indonesia dalam hal jumlah usaha, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan PDB negara.²

Untuk mendukung cita-cita Indonesia menjadi negara maju, pertumbuhan Ekonomi Kreatif negara merupakan wujud optimisme. Di dalamnya terkandung gagasan, cita-cita, khayalan, dan harapan akan suatu masyarakat dengan taraf hidup, kemakmuran, dan kreativitas yang tinggi. Dalam ekonomi kreatif, sumber daya manusia

²Laesa Junita Klisya Onsie, Skripsi: “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Islam*”, (Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2022), hlm. 4.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

(SDM) merupakan modal utama dalam suatu proses yang diawali dengan pemikiran, ide, dan konsep. Diharapkan sumber daya manusia ini suatu saat mampu **mengubah** barang yang bernilai rendah menjadi barang yang bernilai tinggi dan dapat dipasarkan. Seorang pengusaha adalah karir yang membutuhkan banyak kreativitas. Oleh karena itu, pertumbuhan ekonomi kreatif ini bertujuan untuk menghasilkan wirausaha yang handal di berbagai industri dan secara tidak langsung mengarahkan pembentukannya. Cara berpikir canggih yang penuh dengan konsep baru yang berbeda dari yang sudah ada diperlukan untuk daya kreatif. Ekonomi Kreatif merupakan faktor utama dalam pembangunan kemajuan dan kesejahteraan di berbagai bangsa. Bahkan sebagai penggerak pertumbuhan dan pembangunan ekonomi jangka panjang, ekonomi kreatif berpotensi menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan, serta mengentaskan kemiskinan dan pengangguran. Masyarakat dipaksa berpikir lebih kreatif dan lebih cepat merespon apa yang terjadi di sekitarnya akibat Ekonomi Kreatif yang berdampak signifikan terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. Wajar jika terus berpikir kreatif, berbagai inovasi baru yang tentunya akan meningkatkan kualitas UMKM di Indonesia dapat dikembangkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan sumber tertulis seperti jurnal dan buku, metode terpenting untuk mendapatkan data yang dibutuhkan adalah penelitian library atau studi pustaka, yang memerlukan pengumpulan informasi dengan membaca buku, jurnal, surat kabar, majalah, dan bentuk media lainnya. Dalam penelitian diperlukan sumber data diperoleh dari sumber data sekunder seperti buku dan data dari website atau media lain yang berkaitan dengan pembahasan (analisis dan penelitian).

Dalam penelitian ini, metode studi literatur digunakan untuk pencarian data. Secara khusus, dengan menganalisis berbagai literatur dan kemudian mengkategorikan dan menggabungkan bahan dan data yang relevan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu metode yang digunakan untuk menganalisis sekumpulan data yang tidak dapat dihitung secara langsung atau dievaluasi dengan menggunakan angka. Kemudian ada pendekatan yang menggunakan analisis deskriptif, yang mengutamakan pengamatan terhadap gejala, kejadian, dan kondisi terkini. Maksudnya bahasa deskriptif mengacu pada penggambaran, sedangkan bahasa analitik mengacu pada penjelasan.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

Oleh karena itu, tujuan dari analisis deskriptif penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan data yang dikumpulkan mengenai peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kualitas UMKM di Indonesia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu sektor usaha yang berpotensi tumbuh dan tetap konsisten dalam perekonomian nasional adalah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM adalah tempat yang layak untuk menciptakan posisi yang bermanfaat. UMKM adalah bisnis padat karya yang tidak memerlukan tingkat pendidikan, keterampilan pekerja, atau modal ventura tertentu, dan teknologi yang digunakan biasanya mudah. UMKM sebenarnya berperan penting dalam menggarap perekonomian Indonesia, baik dari segi jumlah organisasi, dari segi penciptaan posisi, maupun dari segi perkembangan keuangan masyarakat yang diperkirakan dengan PDB. UMKM memainkan peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di negara ini. Lapangan kerja dan perluasan ekonomi dibantu oleh UMKM. UMKM juga berkontribusi dalam pemerataan hasil pembangunan. Selain sebagai tempat singgah sementara tenaga kerja yang belum masuk ke sektor formal, sektor UMKM juga menjadi motor penggerak perluasan kegiatan ekonomi. Hal ini dikarenakan penyerapan tenaga kerja yang begitu besar.³

Istilah “ekonomi kreatif” mulai digunakan di Era Industri 4.0 dan menjadi perbincangan serius. Di era ekonomi kreatif ini, industri kreatif menjadi motor penggerak penciptaan nilai ekonomi. Selama waktu yang dihabiskan untuk menghasilkan nilai inovatif, bisnis inventif melakukan pertukaran moneter, namun juga ramah dan pertukaran sosial. Rantai nilai kreatif umumnya terdiri dari kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi; namun, setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang unik. Kata “kreatif” sendiri merupakan kunci dari ekonomi kreatif. Gagasan bahwa manusia dapat menciptakan karya kreatif dalam karyanya tentu bukan hal baru. Dari masa pendidikan hingga masa maju dengan industrialisasinya, hingga memasuki masa komputerisasi saat ini, pemahaman tentang pendekatan inovatif dan perannya dalam kegiatan publik terus berkembang. Aset utama dalam ekonomi

³Ulfi Jefri dan Ibrahim, *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten*, Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo, Vol.7, No. 1, 2021, hlm. 86.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

imajinatif adalah imajinasi yang dicirikan sebagai batas atau kapasitas untuk menyampaikan atau membuat sesuatu yang sejenis, membuat jawaban atas suatu masalah atau menyelesaikan sesuatu yang lain dari norma (breaking new ground). Memanfaatkan penemuan yang ada, kreativitas adalah kekuatan pendorong di balik inovasi. Pengembangan adalah perubahan atau pelaksanaan pikiran atau pemikiran dalam pandangan imajinasi dengan menggunakan kreasi yang ada untuk menghasilkan barang atau siklus yang lebih baik, lebih dihargai, dan berharga. Sedangkan invensi adalah penciptaan sesuatu yang belum pernah dilakukan sebelumnya dan diakui sebagai karya yang unik. Akibatnya, mendorong pengembangan inovasi yang efektif dan kompetitif membutuhkan kreativitas.⁴

Ekonomi sangat diuntungkan dari Ekonomi Kreatif. Sebagian besar yang membentuk ekonomi kreatif adalah penggunaan dan penciptaan kreativitas dan kreativitas individu untuk menghasilkan kemakmuran dan lapangan kerja. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi kreatif telah berkembang menjadi strategi global untuk menopang pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi perlambatan global. Ekonomi kreatif, yang menjual pengetahuan dan kreativitas, bisa menjadi motor penggerak baru dalam pertumbuhan ekonomi.

Mengklaim bisnis dalam periode Ekonomi Imajinatif lebih menarik daripada di masa keuangan sebelumnya, karena ada komunikasi luas, cetak, dan web. Bisnis yang kami miliki tidak dapat secara eksklusif dijual tanpa batas, namun luas dan dapat diperluas karena perdagangan data yang tidak terbatas. Konten terkomputerisasi adalah keputusan mendasar pada periode sekarang. Pola pikir masyarakat akan digeser sedemikian rupa sehingga mendorong kreativitas, inovasi, dan kesadaran akan masalah yang dihadapi. Masyarakat juga diharapkan lebih terdidik dalam inovasi, dengan batasan yang ada dan bakat yang mereka miliki. Masyarakat telah menggunakan ini sebagai model untuk menjadi lebih maju secara teknologi dan mengembangkan barang dan jasa baru untuk memenuhi kebutuhan mereka. Apalagi UMKM bisa menjadi penandaan suatu daerah sebagai penataan karakter dan simbol suatu kabupaten, kota atau wilayah, bisa menjadikan gagasan Ekonomi Imajinatif sebagai prosedur perbaikan provinsi, sekaligus menandai potret mental diri daerah tersebut.

⁴Muhammad Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia*, (Medan: CV Merdeka Kreasi Group, 2021), hlm. 3-4.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

Pada dasarnya, ekonomi kreatif dimulai dari pemanfaatan daya cipta, kemampuan, dan bakat individu untuk berkembang dan bekerja melalui pemanfaatan dan produksi serta imajinasi-imajinasi individu. Dalam beberapa tahun terakhir, pertumbuhan ekonomi kreatif telah muncul sebagai strategi global untuk mempertahankan pertumbuhan ekonomi dalam menghadapi perlambatan global. Ekonomi kreatif yang menghasilkan uang dengan menjual ilmu pengetahuan dan kreativitas menjadi motor penggerak baru dalam pertumbuhan ekonomi.⁵

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, ada beberapa jenis UMKM yang berkembang saat ini, antara lain: pertanian; peternakan; perikanan; gas; listrik; air bersih; kehutanan; hotel; perdagangan; jasa-jasa swasta; dan restoran dll.⁶ Selain itu, industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif dan berbagai sektornya diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi banyak subsektor, yaitu:

1. Periklanan

Industri periklanan meliputi: usaha kreatif yang berhubungan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah melalui media tertentu). Keadaan teknologi saat ini mengharuskan semua kegiatan, termasuk periklanan, dilakukan secara digital dan terhubung satu sama lain. Periklanan memiliki banyak potensi untuk mengubah kebiasaan konsumsi, gaya hidup, dan cara berpikir masyarakat sebagai subsektor yang penyebarannya sangat luas. Tingginya pertumbuhan belanja iklan masyarakat selalu menunjukkan bahwa promosi masih menjadi sarana yang paling ampuh untuk memajukan barang dan jasa di Indonesia.

2. Arsitektur

Perdagangan arsitektur, khususnya: Layanan yang diberikan oleh arsitek untuk bisnis seperti: perencanaan kota, pengawasan konstruksi, dan desain bangunan. Saat ini, arsitektur bukan hanya bentuk dan fungsi bangunan, tetapi juga seni dengan estetika. Oleh karena itu, desain tidak dapat dibatasi oleh fokus, garis, dan bidang.

⁵Ghalib Agfa Polnaya, Skripsi: “Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah”, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2015), hlm. 10.

⁶Ibid, hlm. 87.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

Sebaliknya, ia matang menjadi keindahan artistik yang berasal dari berbagai sumber, termasuk norma budaya, moral, kehidupan, dan sejarah. Rencana struktural harus memiliki pilihan untuk memberikan kemampuan dan kompartemen dari rekayasa yang sebenarnya.

3. Industri Barang Seni

Secara khusus, kegiatan yang terkait dengan perdagangan legal seni asli, satu-satunya, langka, dan dari masa lalu yang memiliki nilai estetika seni yang tinggi. Sub bidang Seni Rupa merupakan suatu sistem dalam Ekonomi Kreatif yang tidak hanya bertumpu pada pemahaman intelektual tetapi juga keahlian dalam menciptakan nilai-nilai estetika. Seni ekspresif di Indonesia juga memiliki organisasi yang sangat mengesankan baik di dalam maupun di luar negeri. Keikutsertaan Indonesia dalam event-event seni nasional dan internasional seperti Art Fair, Artjog, Bazaar art Jakarta, ITB Art Market, Biennale, Triennale, dan program-program seni lainnya seperti pameran di berbagai galeri komersial yang memberikan kontribusi terhadap lapangan kerja dan pendapatan ekonomi di Dunia Ekonomi Kreatif.

4. Industri Kerajinan

Sebagai bagian dari pengembangan kerajinan, Indonesia memiliki potensi untuk menawarkan gaya hidup yang memadukan cita rasa internasional dengan kearifan lokal. Kerajinan saat ini merupakan salah satu dari tiga subsektor Ekonomi Kreatif terbesar dalam hal PDB, ekspor, dan tenaga kerja. Seni Kerajinan terlihat seperti bisnis yang bagus. “buatan tangan” mengacu pada produk yang dibuat dengan tangan manusia di Indonesia. Harga pasar akan semakin naik jika Indonesia memanfaatkan ini. BEKRAF, Dinas Koperasi dan UKM, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan berperan dalam pengelolaan subsektor ini dengan memberikan berbagai fasilitasi yang relevan. Desainer, pabrikan, dan bisnis kecil dan menengah semakin sering bekerja sama. Pengembangan barang-barang khusus di dalam dan luar negeri juga merupakan program utama untuk sub-bidang ini, khususnya: Peralatan mekanik digunakan dalam industri yang memproduksi barang seluruhnya dengan tangan atau dengan peralatan standar. Bahan baku dapat digunakan untuk membuat barang buatan tangan ini dalam jumlah berapa pun. Pembuat batik adalah salah satu profesi industri kerajinan.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

5. Industri Desain

Industri desain ialah salah satu sektor ekonomi kreatif yang cukup menjanjikan dan perlu dikembangkan. Desain merupakan produk yang memberikan proses pencampuran antarabagian fungsi tapi tetap dengan estetika yang memiliki nilai tambah tinggi. Hal ini sudah menjadi salah satu bidang yang tengah memiliki tren positif. Ini tidak lain karena turut didukung oleh masyarakat dan pasar sekarang yang cenderung mengapresiasi dan menikmati produk berkualitas. Para desainer produk-produk dalam negeri tentunya seiring waktu diharapkan agar dapat menggali dan membuat kearifan lokal dan kekayaan budaya dalam setiap karya-karyanya menjadi go internasional. Sebagai perwakilan pemerintah, berbagai lembaga seperti BEKRAF telah melakukan berbagai hal dalam rangka mendampingi pelaku kreatif dalam mengembangkan bisnisnya.

6. Grafis/Desain Komunikasi Visual

Khususnya subsektor desain komunikasi visual yang sangat potensial untuk mendorong ekspansi Ekonomi Kreatif. Kemampuan teknologi yang berkembang untuk memfasilitasi ekspresi kreatif mendorong potensi ini. Akibatnya, permintaan desain Komunikasi Visual semakin meningkat karena orang semakin mencari visualisasi produk dalam kehidupan sehari-hari. Desain Komunikasi Visual juga ditengarai memiliki potensi untuk mempengaruhi bidang Ekonomi Kreatif lainnya secara signifikan.

7. Desain Interior

Selama beberapa tahun terakhir, peningkatan Sub-area desain interior telah menunjukkan kemajuan yang sangat cepat. Estetika ruang mulai lebih diapresiasi oleh masyarakat. Selain itu, permintaan jasa desainer interior untuk merancang estetika interior hunian, hotel, dan perkantoran semakin meningkat. Potensi ini dapat berubah menjadi gerakan maju untuk Sub-area desain interior. Antusiasme subsektor ini untuk berekspansi ke pasar nasional bahkan internasional terlihat dari bermunculannya berbagai sekolah, konsultan, bisnis, dan asosiasi desain interior. Selain itu, karakter asli Indonesia dalam desain interior tentunya dapat dikembangkan untuk menunjukkan jati diri bangsa.

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

8. Industri Fashion

Pakaian sebagai kebutuhan dasar manusia. Di luar itu, fashion mampu menggambarkan cara hidup dalam berpenampilan serta cerminan identitas diri atau kelompok. Kontribusi substansial fashion terhadap nilai tambah ekonomi menunjukkan signifikansi peran tersebut. Melalui komitmennya yang sangat besar terhadap pembayaran publik dan penghargaan komoditas, Sub-bidang fashion adalah salah satu sub-bidang utama dalam Ekonomi kreatif. Dalam rangka menumbuhkan Subsektor fashion, pertimbangan penting meliputi pertumbuhan busana muslim dan busana berkelanjutan.

9. Industri Film, Video dan Fotografi

Secara khusus, penyediaan rekaman video dan jasa kreasi, produksi, dan distribusi film, video, dan fotografi. Fotografi telah berkembang secara signifikan sebagai akibat dari pesatnya perkembangan teknologi digital. Kamera canggih membuat pembuatan foto lebih mudah dan lebih murah. Selain itu, tersedianya kamera canggih pada telepon pintar (smartphone) membuat alat fotografi semakin umum. Masyarakat sudah sangat dekat dengan fotografi. Subsektor Fotografi sangat diuntungkan dari fenomena ini. Sub bidang Film, Keaktifan dan Video sangat mempengaruhi perekonomian masyarakat. Di Indonesia, produksi film nasional dan pertumbuhan penonton bersamaan dengan peningkatan pesat pada tingkat pertumbuhan PDB subsektor Film, Animasi, dan Video. Berkembangnya berbagai aplikasi dan layanan streaming video yang menawarkan beragam pilihan bagi masyarakat umum untuk memilih menonton film juga semakin memperkuat potensi film.

10. Industri Musik

Khususnya yang berhubungan dengan kreasi/organisasi, eksekusi musik, pembuatan dan penyebaran video, film, dan fotografi dari seni suara. Dalam salah satu laporannya, International Federation of the Phonographic Industry (IFPI) menyatakan bahwa musik dapat menjadi penggerak kegiatan ekonomi, menyerap tenaga kerja, menghasilkan ekspor, dan berkontribusi dalam pemungutan pajak. Sesuai dengan pernyataan tersebut, industri musik Indonesia berkembang dengan sangat pesat, dengan pertumbuhan nilai PDB lebih dari 7% pada tahun 2016. Oleh karena itu, Otoritas Publik pada kesempatan We The Fest 2018 sangat berharap

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

dapat membuat Sub-Area Musik menjadi salah satu Sub area dalam ekonomi kreatif sehingga butuh wilayah Pendirian kota musik, pembentukan satgas anti pembajakan, dan berbagai pertunjukan musik hanyalah sebagian dari program yang dijalankan.

11. Industri Seni Pertunjukan

Drama, teater, karawitan, dan tari merupakan bagian dari kegiatan ini. Wayang, teater, tari, dan bentuk seni pertunjukan lainnya dapat ditemukan di seluruh Indonesia. Setiap daerah di Indonesia telah menyaksikan penyebaran seni pertunjukan secara sporadis. Beberapa ekspresi akting lokal mendapat apresiasi global, sejujurnya. BEKRAF, sebuah badan pemerintah, akan membantu pertumbuhan sektor ini. BEKRAF berupaya memberikan bantuan administrasi, landasan pelaksanaan lembar/panitia ekspresi, melakukan hajatan ekspresi, dll. BEKRAF berharap agar subsektor ini dapat berkembang secara maksimal.

12. Industri Penerbitan dan Percetakan

Industri penerbitan tidak lagi hanya mengandalkan buku cetak untuk meliputi kegiatan kreatif terkait menulis konten dan menerbitkan buku, jurnal, surat kabar, majalah, dan tabloid di era digital. Ebook, blog, dan media sosial hanyalah beberapa contoh media alternatif yang muncul untuk menyejukkan hati pembaca. Namun, industri penerbitan telah menunjukkan kemampuannya untuk menahan longsornya tren internet dan digital. Fakta bahwa industri penerbitan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif pada tahun 2016 menjadi buktinya. Bagi Sub Bidang Penerbitan, dunia digital terbukti menjadi tantangan dan peluang baru, bukan ancaman. Jumlah penduduk Indonesia menjadi pendorong semangat industri penerbitan Indonesia. Jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar bisa menjadi peluang yang besar jika dibarengi dengan minat baca yang sangat tinggi dari masyarakat Indonesia. Kebebasan adalah faktor lain, karena penulis nasional terus bebas untuk menghasilkan ide dan karya yang menawan. Indonesia berpotensi menjadi produsen dan konsumen buku besar dunia berkat faktor ini.

13. Industri televisi dan Radio

Berkaitan dengan pembuatan, pengemasan, penyiaran, dan transmisi radio dan televisi di era digital telah mendorong para pelaku kreatif untuk terus berinovasi

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

untuk memudahkan kehidupan sehari-hari masyarakat. Namun, keberadaan media cetak, radio, dan televisi yang terus berlanjut juga dipandang sebagai ancaman digitalisasi. Nyatanya, masyarakat Indonesia masih mengandalkan televisi dan radio sebagai sumber utama informasi dan hiburan meski media digital telah hadir. Jika dibandingkan dengan Subsektor ekonomi kreatif lainnya, terlihat bahwa TV dan Radio memiliki tingkat pertumbuhan tertinggi. Untuk lebih dekat dengan pendengar dan audiens, radio dan televisi menggunakan karakteristik yang berbeda. Televisi dengan proyek-proyek baru yang menarik, serta kehebatan radio yang membangun persekutuan dengan penggemarnya melalui kerja sama antara penyiar dan penonton. Digitalisasi terbukti bukan halangan, melainkan sebuah kemajuan untuk menarik minat publik sesuai dengan pola-pola perbaikan.

14. Industri kuliner

Fenomena yang terjadi saat ini menjadikan kuliner sebagai sub-bidang yang berkembang pesat. Kuliner merupakan subsektor yang memberikan kontribusi terbesar terhadap PDB ekonomi kreatif Indonesia dan menjadi motor utama industri kreatif saat ini. Industri kuliner bahkan dinobatkan sebagai salah satu subsektor terpenting, dan diharapkan industri ini akan terus memberikan kontribusi yang terus meningkat di tahun-tahun mendatang. Selain itu, peluang kuliner untuk menghasilkan variasi makanan baru dan terus berinovasi semakin meningkat.

15. Aplikasi game developer dan Industri Permainan Interaktif

Adalah aktivitas ekonomi kreatif yang berkaitan dengan pembuatan, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video. Termasuk juga kegiatan kreatif yang berkaitan dengan digitalisasi dalam pengembangan aplikasi atau game dari perkembangan dunia industri aplikasi dan game yang sangat potensial untuk bisnis. Dengan maraknya startup seperti Agate Studio, Altermyth Studio, Toge Production, Tinker Game, Touch Ten Game, dan lainnya dalam beberapa tahun terakhir, diharapkan subsektor ini akan terus berkembang. Subsektor yang menarik pendanaan investor juga menghasilkan nilai transaksi yang signifikan. Selain itu, keadaan ini tidak lepas dari semakin populernya perangkat game seluler. Laporan Super Data menyebutkan bahwa rata-rata pengguna smartphone memainkan game mobile tiga kali sehari selama rata-rata sepuluh menit. Lebih banyak orang

ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KUALITAS UMKM DI INDONESIA

memainkan game dengan gameplay yang sederhana, singkat, dan mudah diikuti daripada game dengan gameplay yang lebih rumit.⁷

Meski sektor ekonomi ini masih tergolong *infant industry*, namun masih banyak hal yang harus dilakukan agar dapat memberikan kontribusi yang paling efektif bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Pembagian sektor kreatif industri ini dapat dijadikan titik awal untuk menyusun strategi pemasaran. Berdasarkan uraian di atas, semakin terlihat bahwa sektor ekonomi kreatif telah menjadi salah satu agenda pembangunan ekonomi nasional Indonesia. Hal ini karena meningkatnya intensitas penyerapan tenaga kerja di industri kreatif. Namun mengingat sektor ekonomi kreatif masih dalam masa pertumbuhan, masih banyak kendala yang harus diatasi sebelum dapat memberikan kontribusi yang lebih efektif bagi pembangunan ekonomi nasional. Strategi pengembangan akan sangat dipengaruhi oleh pembagian *framework* ini menjadi kelompok-kelompok yang mewakili industri kreatif. Strategi pengembangan dapat dikembangkan dengan mengetahui seberapa banyak sumber daya alam yang digunakan dalam industri kreatif.

KESIMPULAN

Dengan demikian, Ekonomi Kreatif sangat berperan penting dalam peningkatan kualitas UMKM yang ada di Indonesia. Dimana ekonomi kreatif secara sadar ataupun tidak sadar sebenarnya sudah dipakai oleh para pelaku UMKM sejak dulu hingga sekarang. Hal ini dapat terlihat dari seiring berjalannya waktu dan teknologi semakin berkembang pula sehingga para pelaku UMKM pun dituntut untuk mengeluarkan kreativitas yang dimiliki agar dapat berdaya saing antara satu dengan yang lain. Dan berbicara tentang berdaya saing, karena adanya persaingan disini sehingga akan terus melahirkan ide-ide dan inovasi baru yang searah dengan isu-isu yang sedang hangat sekarang. Sehingga dapat dikatakan kualitas UMKM meningkat seiring waktu, baik dari segi bentuk produk, layanan, cara bertransaksi dll. Dan hal ini berlaku bagi semua sektor industri ekonomi kreatif yang ada.

⁷Syahbudi, *Ekonomi Kreatif Indonesia*, hlm. 15-21.

**ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN
KUALITAS UMKM DI INDONESIA**

REFERENSI

- Jefri, Ulfi dan Ibrahim. (2021). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Puloampel Kabupaten Serang Banten*. Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo. Vol.7. No. 1.
- Onsie, Laesa Junita Klisya. (2022). Skripsi: “*Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Masyarakat Dalam Perspektif Islam*”. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
- Polnaya, Ghalib Agfa. (2015). Skripsi: “*Strategi Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah*”. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Syhabudi, Muhammad. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Tadjuddinn dan Mayasari. (2019). *Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo*. Jurnal of Islamic Management and Business. Vol.2. No.1.