

SUMBANGAN EKONOMI KREATIF PINGGIRAN KOTA PADA PEMBANGUNAN EKONOMI NASIONAL

¹Sugeng Nugroho Hadi, ²Endang Safitri

^{1,2}STEI Hamfara, Yogyakarta

¹sugeng.en.ha@gmail.com ²safiteiendang407@gmail.com

Abstrak

Ekonomi kreatif menjadi salah satu penggerak pembangunan di daerah-daerah pinggiran kota. Artikel ini mendeskripsikan sumbangan ekonomi kreatif pada pembangunan nasional dengan mendiskusikan kasus dan literatur pustaka. Metode mengumpulkan data dengan mix antara kualitatif dan kuantitatif. Informasi dari beberapa sumber dikumpulkan melalui wawancara, dokumentasi, dan menyebarkan kuisisioner terbatas. Hasil penelitian didapatkan responden yang banyak tidak memahami permasalahan perekonomian nasional, termasuk di dalamnya tentang ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif yang ada biasanya berbentuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Kontribusi ekonomi kreatif (ekraf) diantaranya membantu menambah pendapatan harian rumah tangga pelakunya.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, UMKM, Pembangunan nasional

Abstract

The creative economy is one of the drivers of development in suburban areas. This article describes the contribution of the creative economy to national development by discussing cases and literature literature. The method of collecting data is a mix between qualitative and quantitative. Information from multiple sources was collected through interviews, documentation, and distributing limited questionnaires. The results of the research were obtained by many respondents who did not understand the problems of the national economy, including about the creative economy. The existing creative economy is usually in the form of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises). The contribution of the creative economy (ekraf) includes helping to increase the daily income of the perpetrator's household.

Keywords: Creative economy, MSMEs, National development

PENDAHULUAN

Kejenuhan pembangunan ekonomi industri di level global mendorong munculnya gagasan ekonomi kreatif sebagai alternatif (Bhusal, 2020; Chambers, 2022; Guo et al., 2019; Keynes, 2017; Sgroi et al., 2022). Ekonomi kreatif mengalami pertumbuhan dan berkembang sangat cepat di kota-kota besar dan maju (Setiyowati et al., 2023; Yasa, 2010). Perkembangan ekonomi kreatif ini menunjukkan refleksi atas pembangunan yang tidak hanya berlandaskan pada pendapatan ekonomi semata-mata (produksi barang) namun juga meningkatkan pemahaman manusia sebagai subyek pelaku usahanya. Ekonomi kreatif berkembang beserta turunannya seperti UMKM di negara-negara maju bahkan juga menyebar ke negara-negara berkembang.

Perkembangan ekonomi kreatif di dunia sebagaimana dilaporkan di departemen perdagangannya masing-masing menunjukkan angka yang signifikan. Misalnya di Inggris, Produk Domestik Bruto (PDB) setiap tahunnya tumbuh 9 %, di Australia 5.7 % dan di Indonesia sebagai negara sedang berkembang, angka PDB dari sektor ekonomi kreatif mencapai 6.3 % yang jika dianggarkan mencapai 104,73 triliun rupiah. Pada tahun 2017, Departemen Perdagangan RI merilis data pengawasan terhadap ekonomi kreatif ini antara tahun 1997-2000 terkait dengan penyerapan tenaga kerja disektor menyerap 5,4 juta pekerja dengan angka serapan partisipasi pekerja 5,8 % dan berkontribusi pada total ekspor nasional sebesar 9,13 % (kemenperin.go.id, 2017). Hasil survei dari Badan Perekonomian Kreatif (Bekraf) dan BPS, sumbangan ekonomi kreatif terhadap PDB juga sangat tinggi mencapai angka 852.24 triliun rupiah.

Ekonomi kreatif muncul dengan modal sosial berupa kehidupan dengan budaya kreatif, berdasarkan pada kekayaan pikiran, pengetahuan, gagasan dan inovasi. Pertumbuhannya sangat cepat di pinggiran kota-kota besar, seperti: Jakarta, Semarang, Surabaya, Kendari, dan sebagainya. Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia secara makro termasuk tinggi (Hauzan et al., 2021; Rany et al., 2020; Setiyowati et al., 2023; Siahaan, 2016; Yasa, 2010). Ekonomi kreatif di Indonesia bergerak di beberapa sektor unggulan, seperti: kuliner, mode, kriya, televisi dan radio, publikasi, arsitektur, aplikasi dan game pengembang, periklanan, dan sebagainya. Artikel ini diharapkan bisa mendeskripsikan keberadaan ekonomi kreatif untuk memantik kawula muda tidak takut setelah lulus dari bangku sekolah.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada artikel ini menggunakan mix, yaitu gabungan antara kualitatif dan kuantitatif. Kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan sumbangan ekonomi kreatif pada pembangunan nasional dengan mendiskusikan kasus dan literatur pustaka, kuantitatif digunakan untuk mengkuantifikasi data yang dikumpulkan dengan kuisisioner sederhana. Survei di lapangan dilakukan secara random seiring dengan aktivitas peneliti ketika melakukan praktik ekonomi di sekitar tempat peneliti. Penelitian ini menyajikan data sesuai yang diperoleh dari kuisisioner, wawancara, dan penelusuran perpustakaan. Tahapan penelitian dilakukan sesuai rumusan dan tujuan penelitian yaitu: penelusuran referensi perkembangan ekonomi kreatif, melakukan wawancara sederhana pada aktor pelaku ekonomi kreatif, kemudian mengidentifikasi dan mengklasifikasikan ekonomi kreatif terkait jenis, jumlah, dan sebarannya melalui survei. Setelah informasi dan data terkumpul kemudian dianalisis dengan pembacaan atas teks dan konteks sampai ditemukan simpulan sebagaimana disajikan dalam artikel ini.

HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian ditemukan bahwa banyak responden, baik melalui sebaran kuisisioner maupun wawancara sederhana tidak memahami masalah perekonomian nasional, termasuk didalamnya adalah ekonomi kreatif, "*yang penting bekerja mendapat pemasukan.*" Hal ini terlihat dengan jumlah kuisisioner yang dikembalikan ke peneliti. Namun dari statemen beberapa responden di lapangan juga ditemukan bahwa ekonomi kreatif yang ada biasanya berbentuk UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) berkontribusi membantu menambah pendapatan hariah rumah tangga pelakunya. Jenis ekonomi kreatif berbentuk UMKM yang berupa komunitas yaitu: sektor kuliner (angkringan, pecel lele, dan sebagainya), sektor jasa dan desain grafis. Rata-rata pelaku berumur di bawah 40 tahun. Tahun merintis usaha setelah tahun 2010 menempati rangking pertama yaitu sebesar 85%, dan sebagian besar menjawab bahwa sumber modal usah bersumber dari modal sendiri tidak mengambil atau pinjam ke lembaga keuangan yang ada.

DISKUSI DAN PEMBAHASAN

Para pelaku ekonomi kreatif menghadapi kondisi terpaksa ketika harus bekerja sementara negara tidak menyediakan lapangan kerja secara mudah, apalagi setelah Indonesia meratifikasi MEA (Fajriawati, 2018; Khasanah et al., 2018; Mboy & Setiawina, 2019; Siahaan, 2016; Warsono, 2017). Mereka tidak mau mengambil risiko dengan mengambil kredit di lembaga perbankan dan lembaga keuangan non-bank, melainkan banyak mengandalkan pada modal sendiri atau modal sosial yang ada (Fatimah et al., 2013; Maharromiyati & Suyahmo, 2016; Nurjihadi & Dharmawan, 2016; Pramana, 2019; Prihastuti et al., 2020). Pelaku usaha sebagian belum pernah mengikuti pelatihan kewirausahaan dan kegiatan sejenisnya. Hanya sebagian kecil yang pernah mengikuti pelatihan pelaku usaha ekonomi kreatif memasarkan produk atas permintaan saudara atau teman kenalannya saja sehingga secara mandiri berlatih otodidak. Pilihan mereka tidak mengambil permodalan dari lembaga keuangan menunjukkan adanya kesadaran mengenai konsep uang dan hukum berutang yang mengandung riba yang risikonya tidak hanya dirasakan di dunia namun juga di akhirat (Aspalinda & Utomo, 2025).

Media pemasaran dilakukan lebih banyak melalui facebook, instagram dan whatsapp. Ekonomi kreatif semacam ini berkembang setelah itu tahun terutama ketika Covid-19 melanda (Pratama et al., 2021; Ratu et al., 2022; Rifai & Utomo, 2023; Rohmah, 2020; Ruslaini et al., 2021; Syamsi, 2023; Zahara, 2021). Hal ini ditandai dengan pertumbuhan masifnya pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di beberapa kota besar di Indonesia, seperti: Jakarta, Semarang, Surabaya, Yogyakarta, Kendari, dan sebagainya. Misalnya usaha-usaha yang bergerak di sektor perdagangan dan jasa yang tersebar di beberapa kota, istilah angkringan kuat di Yogyakarta. Usaha ekonomi kreatif ini lebih dominan pada pengolahan makanan dan minuman, seperti: gorengan, nasi kucing, teh jahe, dan kopi. Ada juga usaha percetakan, kriya, dan meubel terutama di sekitar kampus ISI (Institute Seni Indonesia). Hasil hasil identifikasi lapangan, menunjukkan bahwa subsektor ekonomi kreatif yang perkembangan sangat pesat saat ini adalah sektor yang bergerak di industri makanan dan jasa. Pada saat industri besar mulai limbung oleh globalisasi, seperti kerugian pada industri garmen PT. Sritex, justru industri kecil-kecilan UMKM tumbuh subur (Amanda & Utomo, 2025).

Potensi ekraf perlu diukur sedemikian rupa sehingga ekosistem ekraf bisa mendukung pertumbuhan dan perkembangannya. Strategi pendekatan perlu dilakukan untuk mendukung ekosistem ekraf ini terus berkembang, misalnya pemerintah melakukan terobosan dengan program desa wisata, kota ekonomi kreatif, inovasi-inovasi dari produk-produk lokal, budaya lokal, dan sebagainya. Misalnya industri kreatif di Semarang dikembangkan dengan pendekatan terhadap pelaku usaha dan calon wirausahawan melalui pelatihan kreatif, dengan pendidikan, studi banding, seminar, workshop, dan sebagainya untuk mengembangkan inovasi dan kreatifitas. Sinergi strategi pasar yang berorientasi pada perilaku konsumen. Sinergi antara pelaku usaha, swasta, pemerintah, dan kampus untuk menciptakan jaringan antara institusi atau lembaga dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Pendekatan lain adalah dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan yang diperoleh tiap usaha. Tipe pendekatan dapat dilakukan dengan pendekatan sektoral di satu sisi dan sisi lainnya dengan pendekatan terintegral dengan lainnya. Pendekatan sektoral mengklasifikasikan jenis usaha dengan cara mengelompokkan usaha-usaha yang bergerak dalam bidang yang sama atau memiliki kesamaan jenis usaha, dan penggolongan lainnya. Pendekatan ini telah banyak dilakukan di negara-negara Eropa, Korea dan Taiwan (Kelompok Riset Kebijakan, 2013). Tipe lainnya dengan pendekatan terintegrasi, yaitu pendekatan integral antara ekonomi kreatif dan konsumsi budaya. Pendekatan ini banyak dilakukan di negara-negara dengan tingkat konsumerisme tinggi. Namun pendekatan ini lebih berkembang di kota-kota besar dengan tingkat permintaan dan konsumsi masyarakatnya yang tinggi.

Beragam pendekatan tentu saja memiliki konsekuensi logistik terhadap pengembangan ekonomi kreatif, dan setiap pilihan tersebut memerlukan diskusi yang sifatnya terbuka. Untuk itu diperlukan berbagai upaya yang terukur dan melibatkan multi pihak untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang baik di Indonesia. Perkembangan ekonomi kreatif memerlukan pendekatan antar sektor, koordinasi dan konektifitas antar wilayah dan lembaga. Karena itu menteri yang membidangi sektor ini juga harus tampil bahkan menjadi leader dalam mendukung perkembangan terbentuknya ekosistem ekonomi kreatif di Indonesia, *go to Dunia*. Jika dimensi ini terintegrasi dengan baik, maka manfaat besar bisa diperoleh semuanya.

KESIMPULAN

Simpulan dari temuan pada artikel ini adalah bahwa ekonomi kreatif di Indonesia bahkan di dunia muncul akibat kejenuhan ekonomi global atas dampak kegagalan kapitalisme. Ekonomi kreatif di Indonesia berkembang di pinggiran kota-kota besar, seperti di pinggiran Jakarta, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Kendari dan sebagainya. Ekonomi kreatif ini digerakkan dan dilakukan oleh mayoritas kaum muda yang terdidik karena membawa gagasan, kreatifitas, inovasi di berbagai subsektor, seperti: kuliner, jasa, desain grafis, kraft, dan subsektor-subsektor lainnya. Pelaku ekonomi kreatif yang diinisiasi oleh anak-anak muda ini rata-rata melakukan usaha dengan modal mandiri dengan sedikit karyawan. Ada beberapa saran dan rekomendasi yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif, yaitu: kepada pemerintah pemangku kepentingan, swasta dan lembaga swadaya masyarakat untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif seperti membuat pelatihan, seminar, pameran dan tempat-tempat pelatihan yang menarik. Kemudian kepada lembaga keuangan, baik perbankan maupun non-perbankan untuk memudahkan permodalan dengan skema syariah, tanpa bunga, bahkan bisa dengan syirkah. Dan yang paling penting adalah pegiat komunitas ekonomi kreatif agar terus hidup dan menghidupkan sebagai gerakan ekonomi sekaligus dakwah ekonomi Islam, membentuk komunitas, melakukan pendataan tentang pelaku ekonomi kreatif secara mikro, makro, bahkan di level global.

DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, R., & Utomo, Y. T. (2025). MENCARI SOLUSI PROBLEM PERINDUSTRIAN INDONESIA : STUDI KASUS PT . SRITEX TAHUN 2024 PENDAHULUAN : *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 3(5), 56–66.
- Aspalinda, & Utomo, Y. T. (2025). Konsep dan Hukum Pertukaran Mata Uang Dalam Pandangan Ekonomi Islam. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 3(1), 42–53.
- Bhusal, M. K. (2020). The World After COVID-19: An Opportunity For a New Beginning. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 10(05), 735–741. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.10.05.2020.p10185>
- Chambers, S. A. (2022). *Capitalist Economics*. Oxford University Press.
- Fajriawati, F. (2018). Analisis Pengaruh Persaingan Usaha Pasar Tradisional Terhadap Pasar Modern Peraturan Daerah Kota Medan. *Varia Justicia*, 13(2), 103–111.

<https://doi.org/10.31603/variajusticia.v13i2.1884>

- Fatimah, M., Rijal, M., Noer, S., Arianto, K., Fitriana, N., Usaha, P., Perdesaan, A., Sugianingsih, S., & Fatimah, M. (2013). Modal Sosial Pedagang Dalam Meningkatkan Daya Saing Pasar Tradisional. *JKAP (Jurnal Kebijakan Dan Administrasi Publik)*, 17(2), 4–19. <https://doi.org/10.22146/jkap.6851>
- Guo, H., Li, Y., Kong, D., Ma, R., Li, B., & Wang, F. (2019). Lessons learned from alkali/surfactant/ polymer-flooding field tests in China. *SPE Reservoir Evaluation and Engineering*, 22(1), 78–99. <https://doi.org/10.2118/186036-PA>
- Hauzan, A., Yulmardi, Y., & Hardiani, H. (2021). Pengaruh pertumbuhan ekonomi, tingkat kemiskinan pengeluaran pemerintah, pengangguran dan pendapatan asli daerah terhadap indeks pembangunan manusia di Provinsi Jambi. *E-Jurnal Perspektif Ekonomi Dan Pembangunan Daerah*, 10(3), 211–222. <https://doi.org/10.22437/pdpd.v10i3.16496>
- Keynes, J. M. (2017). The General Theory of Employment, Interest and Money. *Modern Economic Classics-Evaluations Through Time*, 108–153. <https://doi.org/10.4324/9781315270548-13>
- Khasanah, N., Astuti, P. B., & Kristanti, I. N. (2018). Dampak Mea Terhadap Investasi, Ekspor-Impor. *Accounting and Management Journal*, 2(2), 87–98.
- Maharromiyati, M., & Suyahmo, S. (2016). Pewarisan Nilai Falsafah Budaya Lokal Gusjigang sebagai Modal Sosial di Pondok Pesantren Entrepreneur Al Mawaddah Kudus. *Journal of Educational Social Studies*, 5(2), 163–172. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>
- Mboy, J. N., & Setiawina, N. D. (2019). ISSN : 2303-0178 ANALISIS EKSPOR SEBELUM DAN SESUDAH MEA , PENGARUH NILAI TUKAR , FOREIGN DIRECT INVESTMENT TERHADAP EKSPOR INDONESIA Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) adalah bentuk kerja s. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 8(11), 2749–2777.
- Nurjihadi, M., & Dharmawan, A. H. (2016). Lingkaran Setan Kemiskinan Dalam Masyarakat Pedesaan, Pulau Lombok. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 120–127.
- Pramana, R. A. (2019). Dampak Modal Usaha, Inovasi, Lama Usaha Dan Modal Sosial Terhadap Pendapatan Pedagang Batik Di Pasar Beringharjo Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Ilmiah*, 7(2).
- Pratama, Z. P., Sari, D. K., Games, D., & Hidayat, T. (2021). Covid 19 Pandemic : Enhancing

Customer Loyalty To Traditional Market Existence. *Enrichment: Journal of Management*, 12(1), 152–157.

Prihastuti, A. H., Joesyiana, K., & Al Sukri, S. (2020). Pelatihan Laporan Keuangan Dan Strategi Pemasaran Bagi Kube Kecamatan Marpoyan Damai Pekanbaru. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10.
<https://doi.org/10.54951/comsep.v1i1.3>

Rany, A. P., Farhani, S. A., Nurina, V. R., & Pimada, L. M. (2020). Tantangan Indonesia Dalam Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Yang Kuat Dan Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan Melalui Indonesia Green Growth Program Oleh Bappenas. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 20(1), 63–73.
<https://jurnal.uns.ac.id/jiep/article/view/38229>

Ratu, I. K., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Meningkatnya Transaksi Pembayaran Uang Elektronik Berbasis Server Dimasa Pandemi Covid-19 Berdasarkan Perspektif Syariah. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 63–82.
<https://doi.org/10.51339/nisbah.v3i1.405>

Rifai, R. N., & Utomo, Y. T. (2023). BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID 19. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(April), 24–31.

Rohmah, A. (2020). Pandemi covid-19 dan dampaknya terhadap perilaku konsumen di indonesia. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 1–4.

Ruslaini, R., Abizar, A., Ramadhani, N., & Ahmad, I. (2021). Peningkatan Manajemen Dan Teknologi Pemasaran Pada Umkm Ojesa (Ojek Sahabat Wanita) Dalam Mengatasi Less Contact Ekonomi Masa Covid-19. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 139. <https://doi.org/10.31604/jpm.v4i1.139-144>

Setiyowati, A., Utomo, Y. T., Yusup, M., Santoso, I. R., Sulistyowati, Bahri, E. H., Arini, E. Z., Sutrisno, Suriabagja, A., Mubarrak, H., & Pratiwi, A. (2023). *Konsep Green Economy Dalam Perspektif Syariah* (R. Kurnia (ed.)). Az-Zahra Media Society.
<http://azzahramedia.com/green-economy-perspektif-syariah/>

Sgroi, F., Modica, F., & Fusté-Forné, F. (2022). Street food in Palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27.
<https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2022.100482>

Siahaan, M. (2016). Meningkatkan Daya Saing Sektor Riel Di Era Masyarakat Ekonomi Asean. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 16(2), 275.
<https://doi.org/10.17970/jrem.16.160208.id>

- Syamsi, F. N. (2023). Pelajaran QS . Al-Furqon : 67 Perilaku Konsumen Ketika Pandemi Covid-19. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi, I*(1), 49–54.
- Warsono. (2017). Indonesia Dalam Menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). *STIE Ganesha, 32*.
- Yasa, I. G. W. M. (2010). Ekonomi Hijau, Produksi Bersih dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Pencegahan Risiko Longkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas di Pulau Bali. *Jurnal Bumi Lestari, 10*(2), 285–294.
- Zahara, I. (2021). Dampak Covid Terhadap Kondisi Ekonomi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. *Al-Amar, 2*(1), 33–40.