



STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KETAHANAN EKONOMI

Sari Dostaria Br Siagian, Suwito, Haetami

Prodi Ekonomi Pertahanan, Fakultas Manajemen Pertahanan,
Universitas Pertahanan RI, Indonesia

Abstrak

Ekonomi kreatif telah menjadi kekuatan penting dalam pembangunan ekonomi dan memiliki potensi untuk meningkatkan ketahanan ekonomi. Menurut perspektif ekonomi kreatif, ketahanan ekonomi dapat ditingkatkan melalui diversifikasi dan inovasi. Ekonomi kreatif mempromosikan diversifikasi dengan mendorong pertumbuhan di berbagai sektor yang berbeda, seperti seni, desain, musik, film, dan teknologi. Dengan begitu, jika satu sektor mengalami penurunan, sektor lainnya bisa membantu menstabilkan ekonomi. Ekonomi kreatif juga dapat membantu meningkatkan ketahanan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja dan peluang bisnis baru, serta dengan mempromosikan keberagaman budaya dan inklusi sosial. Teori Strategi menurut Michael Porter antara lain Low Cost Strategy (strategi biaya rendah), Defferentiation (diferensiasi), Focus Strategy (Fokus). Tujuan penelitian untuk memberikan masukan pemerintah tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan ketahanan ekonomi di Indonesia. Penelitian dengan Studi Literatur ditujukan untuk mempelajari sektor ekonomi kreatif dalam konteks nyata dan spesifik, dengan studi literatur, dapat dirumuskan strategi baru berdasarkan pengalaman dan praktek yang sudah ada. Hasil yang dicapai bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif yang efektif memiliki potensi untuk dikembangkan dan berkontribusi terhadap ketahanan ekonomi sehingga disarankan kepada pemerintah untuk memperhatikan ketetapan kebijakan dan regulasi yang mendukung, pendanaan dan investasi, pendidikan dan pelatihan, promosi dan pemasaran, kolaborasi dan kemitraan serta infrastruktur.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Ketahanan Ekonomi.

PENDAHULUAN

Suatu negara agar bisa maju dan berkembang dibutuhkan ketahanan nasional dari berbagai bidang, salah satunya adalah bidang ekonomi. Aspek pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu aspek yang memegang peranan penting bagi indikator pembangunan suatu negara bahkan tidak jarang pertumbuhan ekonomi diidentikan dengan kesejahteraan dan tingkat kehidupan (Hendra, 1986). Ketahanan ekonomi merupakan konsep yang penting dalam dunia ekonomi dan keuangan, terutama dalam menghadapi berbagai tantangan dan gejolak yang seringkali tidak terduga. Konsep ini merujuk pada kemampuan suatu ekonomi, baik itu negara, wilayah, atau individu, untuk menahan, pulih, dan tumbuh meskipun menghadapi berbagai hambatan atau gangguan. Dalam era globalisasi dan integrasi ekonomi seperti sekarang ini, ketahanan ekonomi menjadi semakin penting untuk dipahami dan diterapkan.

Pentingnya ketahanan ekonomi terlihat jelas dalam situasi krisis ekonomi. Dalam situasi seperti ini, ketahanan ekonomi bisa menjadi penentu antara kelangsungan dan kegagalan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami lebih lanjut tentang konsep ketahanan ekonomi, faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan bagaimana kita bisa meningkatkannya. Ketahanan ekonomi nasional (Marlinah, 2017) merupakan pengkerucutan dari konsep Ketahanan Nasional yang lebih fokus pada kondisi dinamik kehidupan perekonomian bangsa yang mengandung kemampuan untuk mengembangkan kekuatan nasional dalam menghadapi serta mengatasi segala ancaman, gangguan, hambatan, dan tantangan yang datang dari luar maupun dari dalam negeri yakni yang langsung maupun tidak langsung untuk menjamin kelangsungan hidup perekonomian bangsa dan negara

Republik Indonesia berdasarkan Pancasila dan UUD 1945.

Langkah inovatif sangatlah diperlukan dalam menyokong kembali ketahanan ekonomi nasional, seperti adanya pemanfaatan ekonomi digital yang pastinya masih memiliki peluang yang sangat besar. Di Indonesia digitalisasi ekonomi terus mengalami pertumbuhan, banyak perusahaan dan pelaku usaha saat ini lebih memilih aktivitas ekonominya secara online. Menurut Setiadi (2008), menumbuhkan semangat kewirausahaan di masyarakat dapat menjadi langkah pertama menuju ketahanan ekonomi. Menurut Lili Marlinah (2017), ekonomi kreatif adalah pemanfaatan bakat, keterampilan, dan kreatifitas seseorang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi (Hasan, 2017) dan daya cipta masyarakat (Marlinah, 2017).

Definisi ekonomi kreatif sampai saat ini masih belum dirumuskan secara jelas. Sulit untuk membedakan kreatifitas sebagai proses atau sifat bawaan manusia, yang merupakan komponen penting dari ekonomi kreatif. Menurut Depdag RI (2008), ekonomi kreatif adalah upaya untuk mengembangkan ekonomi secara berkelanjutan dengan menggunakan inovasi dalam lingkungan perekonomian yang kompetitif dan memiliki stok sumber daya yang terbarukan. Definisi selanjutnya yang lebih jelas di sampaikan oleh UNDP/UNCTAD (2008) yang merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Menurut (Daulay, 2018) Ekonomi kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan lapangan kerja dan kesejahteraan melalui penciptaan dan

pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Dalam upaya Untuk menjadikan destinasi wisata yang menarik, beberapa faktor harus dipertimbangkan. Ini termasuk aspek fisik, sosial, biotis, tipologis, tata ruang, tata bangunan, budaya, kerajinan, cerita rakyat, dan upacara adat (Nuryanty, 1993), ketiga aspek tersebut sangat mendukung pengembangan daya tarik wisata di sektor ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Di lain sisi, ekonomi kreatif itu dapat dilihat dari berbagai jenis, yaitu: kerajinan (*craft*), desain, fesyen (*fashion*), pasar barang seni, arsitektur, periklanan (*advertising*), video, film dan fotografi, musik, seni pertunjukan (*showbiz*), permainan interaktif (*game*), televisi & radio (*broadcasting*), penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak (*software*), riset dan pengembangan (R & D), dan kuliner. Sebagaimana dikemukakan oleh Suwanto (2000) bahwa aksesibilitas tempat wisata sangat penting untuk pertumbuhan pariwisata, karena pengembangan lintas sektor membutuhkan jaringan transportasi. Tanpa jaringan transportasi, tempat wisata tidak dapat menarik turis. Dalam pernyataan tersebut aksesibilitas sangat dibutuhkan untuk mendukung sisi ekonomi kreatif yang lain dan dari hal ini sangat memungkinkan terbukanya lapangan pekerjaan yang besar.

Perubahan nama kementerian dari Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan pembentukan Badan Ekonomi Kreatif oleh Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 menunjukkan komitmen pemerintah untuk meningkatkan ekonomi kreatif. Tujuan dari pembentukan Badan Ekonomi Kreatif ini adalah agar industri kreatif dapat membantu perekonomian

di tingkat kabupaten dan kota di seluruh Indonesia (Pangestu, 2008).

Kebijakan pengembangan ekonomi kreatif secara nasional berdasarkan pada Instruksi Presiden Nomor 6 tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Perpres Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Perpres Nomor 72 Tahun 2015 mengelompokkan ekonomi kreatif menjadi 16 (enam belas) subsektor sebagai fokus pengembangan ekonomi kreatif Tahun 2015-2025, yaitu :

1. Arsitektur : Jasa konsultan arsitek, property/karya arsitektur yang memiliki nilai artistik dan budaya yang dapat menjadi daya tarik/ikon suatu wilayah
2. Desain Interior : Jasa konsultan desain dan jasa pendidikan desain
3. Desain Komunikasi Visual : Jasa konsultan, jasa pendidikan desain
4. Desain Produk : Jasa konsultan, jasa pendidikan desain
5. Film, Animasi dan Video : Usaha reproduksi media rekaman, studio produksi dan pasca produksi film, DVD, program televisi, distribusi film, program televisi serat jasa pemutaran film dan merchandise
6. Fotografi : Jasa fotografi, jasa pendidikan fotografi dan seni foto
7. Kriya : Usaha kerajinan berbasis tekstil, kulit, kayu, kertas, kaca, logam, furniture/mebel, perhiasan dan barang berharga
8. Kuliner : Restoran, kafe, usaha, makanan dan

- minuman baik modern dan tradisional
9. Musik : Usaha pembuatan alat musik, jasa pendidikan musik, pertunjukkan, studio rekaman musik dan penerbitan musik
 10. Fashion : Usaha pembuatan pakaian, barang dari kulit dan alas kaki, tradisional dan modern
 11. Aplikasi games & Developer : Usaha pembuatan dan pelatihan, merchandise, alat permainan anak-anak
 12. Penerbitan : Usaha percetakan, penerbitan buku, jurnal dan majalah
 13. Periklanan : Usaha pembuatan iklan
 14. Televisi dan radio : Usaha penyiaran radio dan televisi
 15. Seni Pertunjukkan : Gedung, sarana dan prasarana pertunjukkan tari, musik, teater, jasa pendidikan seni pertunjukkan
 16. Seni Rupa : Gedung, eksibisi/pameran kesenian, jasa pendidikan seni rupa

Dari segala aspek yang ada, dengan demikian kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian Indonesia sangatlah besar dan menjadi salah satu pendukung dalam ketahanan ekonomi Indonesia.

METODE PENELITIAN

Pembahasan penelitian ini dengan menggunakan metode study literatur review. Studi literatur review melibatkan pengumpulan, analisis, dan sintesis penelitian yang telah ada. Tujuan utamanya adalah untuk memahami apa yang telah diketahui dari penelitian sebelumnya, menemukan kesenjangan dalam pengetahuan yang ada, dan mengidentifikasi peluang untuk penelitian lebih lanjut. Review literatur

biasanya melibatkan penelitian sekunder, yaitu penelitian yang dilakukan pada data yang telah dikumpulkan oleh peneliti lain.

Penelitian ini tentang strategi pengembangan ekonomi kreatif maka dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat analisis induktif yaitu dengan mengumpulkan, menyusun dan mendeskripsikan berbagai data, dokumen dan informasi yang sesuai. Penelitian ini menggunakan data sekunder. Data sekunder dikumpulkan dari buku, dokumen peraturan perundang-undangan, hasil penelitian dan laporan-laporan, baik yang dipublikasikan maupun tidak dipublikasikan. Analisis data dalam artikel ini dilakukan melalui, (1) **Analisis Deskriptif**, yaitu metode yang digunakan untuk menggambarkan dan merangkum fitur utama dari kumpulan data. Dalam konteks penelitian ini, analisis deskriptif dapat digunakan untuk menggambarkan dan merangkum berbagai strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dijelaskan dalam literatur. (2) **Analisis Komparatif**, yaitu metode yang digunakan untuk membandingkan dan mengkontraskan berbagai fenomena. Dalam penelitian ini, analisis komparatif dapat digunakan untuk membandingkan efektivitas berbagai strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan ketahanan ekonomi.

Menurut Michael Porter (1980) teori strategi antara lain : (1) **Low Cost Strategy (Strategi Biaya Rendah)**, yaitu Perusahaan berusaha menjadi produsen berbiaya paling rendah di industri mereka. Dengan melakukan ini, mereka dapat menetapkan harga yang lebih rendah daripada pesaing mereka atau menetapkan harga yang sama tetapi dengan margin laba yang lebih tinggi. (2) **Differentiation (Diferensiasi)**, yaitu Perusahaan berusaha membuat produk

atau layanan mereka unik atau berbeda dalam beberapa cara yang penting bagi pelanggan. Dengan melakukan ini, mereka dapat menetapkan harga premium dan menciptakan loyalitas pelanggan. (3) **Focus Strategy (Strategi Fokus)**, yaitu Perusahaan berfokus pada segmen pasar tertentu dan berusaha memahami dan melayani segmen ini lebih baik daripada pesaing mereka. Strategi fokus bisa berupa biaya rendah atau diferensiasi, tetapi diterapkan pada pasar target yang sempit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

LITERATUR REVIEW

Strategi pengembangan ekonomi kreatif telah menjadi topik yang penting dalam penelitian ekonomi dan pembangunan. Menurut buku "The Rise of the Creative Class" oleh Richard Florida adalah karya penting yang membahas transformasi ekonomi dan sosial yang sedang berlangsung di masyarakat modern. Florida (2002) berpendapat bahwa kelas kreatif, yang mencakup individu yang bekerja dalam bidang seperti sains, teknik, seni, musik, dan desain, sekarang menjadi kekuatan pendorong utama pertumbuhan ekonomi. Dia menunjukkan bagaimana kota dan wilayah yang berhasil menarik dan mempertahankan kelas kreatif ini cenderung memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi. Florida juga mengeksplorasi bagaimana perubahan ini mempengaruhi struktur masyarakat dan bagaimana kita hidup, bekerja, dan bermain. Dia menekankan pentingnya menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas, termasuk memiliki ruang publik yang menarik, akses ke budaya dan hiburan, dan lingkungan kerja yang fleksibel dan inklusif.

Selanjutnya buku "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas" oleh John Howkins adalah salah satu karya paling berpengaruh tentang

ekonomi kreatif. Howkins (2001) menjelaskan bagaimana ide-ide kreatif telah menjadi komoditas berharga dalam ekonomi modern. Dia berpendapat bahwa orang-orang yang bisa menghasilkan, mengelola, dan memanfaatkan ide-ide ini memiliki potensi untuk menciptakan kekayaan dan lapangan kerja baru. Howkins juga membahas tantangan dan peluang yang dihadapi oleh pekerja kreatif, termasuk perlunya hak kekayaan intelektual yang kuat, akses ke pasar, dan kemampuan untuk bekerja dalam lingkungan yang mendukung kreativitas. Dia memberikan berbagai contoh dari berbagai sektor ekonomi kreatif, termasuk film, musik, desain, dan teknologi.

Sementara itu Andy C. Pratt berfokus pada konsep kota kreatif dan bagaimana industri budaya dan kelas kreatif mempengaruhi pembangunan kota. Pratt (2008) berpendapat bahwa kota-kota yang mendukung dan mempromosikan industri kreatif mereka cenderung memiliki pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi dan lebih banyak kesempatan kerja. Dia juga membahas bagaimana kelas kreatif, yang mencakup individu yang bekerja dalam bidang seperti seni, desain, musik, dan teknologi, mempengaruhi dinamika sosial dan ekonomi kota.

Organ utama majelis umum PBB yaitu UNCTAD membuat laporan yang memberikan gambaran umum tentang ekonomi kreatif dan bagaimana sektor ini mempengaruhi pertumbuhan ekonomi global. Laporan ini mencakup berbagai aspek ekonomi kreatif, termasuk peran sektor ini dalam pembangunan ekonomi, tantangan dan peluang yang dihadapi oleh industri kreatif, dan bagaimana pemerintah dan organisasi internasional bisa mendukung pertumbuhan sektor ini. Laporan ini juga mencakup data dan statistik tentang kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB global dan

perdagangan internasional (UNCTAD, 2010).

Menurut Boccella dan Salerno (2016) dalam artikelnya membahas bagaimana ekonomi kreatif dan industri budaya berkontribusi terhadap pengembangan lokal. Mereka berpendapat bahwa ekonomi kreatif, yang mencakup sektor-sektor seperti seni, musik, film, dan desain, dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, ekonomi kreatif juga dapat memperkuat komunitas lokal dan meningkatkan kualitas hidup. Namun, penulis juga mencatat bahwa ada tantangan dalam mengembangkan ekonomi kreatif, termasuk kebutuhan akan infrastruktur yang tepat dan akses ke pembiayaan.

HASIL PENELITIAN

Dengan menerapkan strategi Michael Porter (1980) dalam ekonomi kreatif, hasil yang diharapkan adalah:

1. **Peningkatan Daya Saing:** Dengan diferensiasi dan fokus, perusahaan dapat menciptakan produk atau layanan yang unik dan menonjol di pasar. Ini dapat membantu mereka menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan pangsa pasar mereka.

2. **Peningkatan Margin Keuntungan:** Dengan strategi biaya rendah dan diferensiasi, perusahaan dapat menurunkan biaya dan/atau menetapkan harga premium untuk produk atau layanan mereka. Keduanya dapat membantu meningkatkan margin keuntungan.

3. **Peningkatan Ketahanan Ekonomi:** Dengan memiliki produk atau layanan yang unik dan menarik, serta dengan menjaga biaya tetap rendah, perusahaan dapat lebih tahan terhadap fluktuasi ekonomi. Mereka juga dapat lebih mudah beradaptasi dengan perubahan di pasar, seperti perubahan dalam preferensi konsumen atau teknologi baru.

4. **Peningkatan Kepuasan Pelanggan:** Dengan fokus pada segmen pasar tertentu, perusahaan dapat lebih memahami dan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen mereka. Ini dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

PEMBAHASAN

Sesuai dengan teori strategi Michael Porter, maka:

Strategi Diferensiasi: Menurut Johnson, Scholes, dan Whittington (2008), dalam ekonomi kreatif, diferensiasi dapat dicapai dengan menciptakan produk atau layanan yang membangkitkan emosi dan pengalaman yang positif bagi konsumen. Dengan melakukan ini, Perusahaan memiliki kemampuan untuk menarik lebih banyak pelanggan dan meningkatkan daya saing mereka.

Strategi Biaya Rendah: Menurut Kotler dan Armstrong (2010), perusahaan dalam ekonomi kreatif dapat mencapai biaya rendah dengan mencari cara untuk meningkatkan efisiensi produksi dan distribusi. Misalnya, menggunakan teknologi digital dapat membantu memangkas biaya dan meningkatkan efisiensi.

Strategi Fokus: Menurut Thompson dan Martin (2010), strategi ini melibatkan fokus pada segmen pasar tertentu atau niche. Dalam ekonomi kreatif, ini bisa berarti fokus pada jenis kreativitas atau inovasi tertentu, atau pasar tertentu. Dengan fokus yang jelas, perusahaan dapat lebih efektif dalam menargetkan dan memenuhi kebutuhan konsumen mereka.

Strategi Diferensiasi: Dalam konteks ekonomi kreatif, diferensiasi bisa berarti menciptakan produk atau layanan yang unik dan menarik. Misalnya, dalam industri fashion, ini bisa berarti mendesain pakaian dengan gaya atau bahan yang belum pernah ada sebelumnya. Diferensiasi ini bisa

membantu perusahaan menonjol di pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, dengan memiliki produk atau layanan yang berbeda, perusahaan juga bisa menetapkan harga premium, yang bisa meningkatkan margin keuntungan.

Dalam hal tersebut maka penulis mendapatkan hasil pembahasan strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan ketahanan ekonomi melalui teori strategi dari Michael Porter sebagai berikut: (1) **Strategi Biaya Rendah:** Dalam ekonomi kreatif, strategi biaya rendah bisa berarti mencari cara untuk mengurangi biaya produksi atau distribusi. Misalnya, perusahaan bisa menggunakan teknologi digital untuk mengotomatisasi beberapa proses produksi, atau menggunakan media sosial untuk pemasaran, yang bisa mengurangi biaya pemasaran tradisional. Dengan mengurangi biaya, perusahaan bisa menawarkan harga yang lebih rendah kepada konsumen, yang bisa membantu menarik lebih banyak konsumen dan meningkatkan volume penjualan. (2) **Strategi Diferensiasi:** Dalam konteks ekonomi kreatif, diferensiasi bisa berarti menciptakan produk atau layanan yang unik dan menarik. Misalnya, dalam industri fashion, ini bisa berarti mendesain pakaian dengan gaya atau bahan yang belum pernah ada sebelumnya. Diferensiasi ini bisa membantu perusahaan menonjol di pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Selain itu, dengan memiliki produk atau layanan yang berbeda, perusahaan juga bisa menetapkan harga premium, yang bisa meningkatkan margin keuntungan. (3) **Strategi Fokus:** Strategi ini melibatkan fokus pada segmen pasar tertentu. Dalam ekonomi kreatif, ini bisa berarti fokus pada jenis kreativitas atau inovasi tertentu, atau pasar tertentu. Misalnya, perusahaan bisa memilih untuk fokus

pada produk kreatif yang berkelanjutan, atau pasar muda yang peduli tentang isu-isu lingkungan. Dengan memiliki fokus yang jelas, perusahaan bisa lebih efektif dalam menargetkan upaya pemasaran dan penjualan mereka, dan bisa menjadi pemimpin dalam segmen pasar mereka.

SIMPULAN

Simpulannya, penerapan teori strategi Michael Porter dalam pengembangan ekonomi kreatif sangat penting untuk meningkatkan ketahanan ekonomi. Strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus dapat membantu perusahaan dalam ekonomi kreatif untuk menonjol di pasar, mengurangi biaya, dan lebih efektif dalam menargetkan konsumen mereka.

Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan daya saing, margin keuntungan, dan ketahanan ekonomi mereka, serta kepuasan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa strategi yang tepat sangat penting untuk sukses dalam ekonomi kreatif dan untuk membangun ketahanan ekonomi yang kuat. Penerapan strategi diferensiasi, biaya rendah, dan fokus dalam ekonomi kreatif dapat secara signifikan meningkatkan ketahanan ekonomi. Strategi diferensiasi, yang melibatkan penciptaan produk atau layanan unik dan menarik, dapat membantu perusahaan menonjol di pasar dan menarik lebih banyak konsumen. Ini dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan membuatnya lebih tahan terhadap fluktuasi ekonomi. Strategi biaya rendah, yang melibatkan pencarian cara untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi biaya, dapat membantu perusahaan mempertahankan keuntungan bahkan dalam kondisi ekonomi yang sulit. Strategi fokus, yang melibatkan penargetan segmen pasar tertentu, dapat membantu perusahaan lebih efektif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen mereka. Ini dapat

membantu perusahaan mempertahankan loyalitas pelanggan dan stabilitas penjualan, yang penting untuk ketahanan ekonomi. Dengan demikian, teori strategi Michael Porter memberikan kerangka kerja yang berguna untuk memahami dan meningkatkan ketahanan ekonomi dalam konteks ekonomi kreatif.

Saran yang dapat diberikan untuk perusahaan dalam menerapkan strategi pengembangan ekonomi kreatif adalah untuk terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi terkini. Dengan memanfaatkan inovasi dan teknologi digital, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi produksi, distribusi, dan pemasaran. Selain itu, penting untuk terus melakukan riset pasar dan memahami kebutuhan konsumen dengan baik untuk dapat menghadirkan produk atau layanan yang sesuai dengan preferensi mereka.

Selain itu, kolaborasi dengan para pelaku industri kreatif lainnya juga dapat menjadi kunci keberhasilan. Melalui kerjasama dan kemitraan strategis, perusahaan dapat mengakses sumber daya dan jaringan yang lebih luas, serta memperluas pangsa pasar mereka. Mengembangkan talenta kreatif internal dan mendukung pertumbuhan profesionalisme dalam bidang ekonomi kreatif juga merupakan langkah penting untuk memastikan keberlanjutan dan inovasi dalam bisnis.

Terakhir, penting untuk tetap fleksibel dan responsif terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis. Dengan mempertahankan adaptabilitas dan kreativitas, perusahaan dapat terus berkembang dan bertahan dalam menghadapi tantangan eksternal yang mungkin timbul. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan perusahaan dapat memperkuat posisinya dalam ekonomi kreatif dan meningkatkan ketahanan 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 Industries and Competitors*. New York: Free Press.

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.