Editor:
Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., CNFW., C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP., CTP., CPPSP.

PAPES
Pondok Berkarya Indonesia

EKONOMI KREATIF

Suatu Konsep Ekonomi Baru

Munajat | Alvianita Gunawan Putri | Yuyun P. Rahayu | Fifian Permata Sari | A. Besse Dahliana | Devy Sofyanty | Aprianto Soni | Kurniawati | Sri Suyarti | Arfiani Yulianti Fiyul | Irwan | Chaerul Sani | Dian Retnaningdiah | Rukun Santoso | Ignatius Joko Dewanto

EKONOMI KREATIF

Suatu Konsep Ekonomi Baru

Gelombang ekonomi kreatif muncul dengan harapan bahwa inovasi, kreativitas, ide-ide baru hingga pengaruh teknologi dapat meningkatkan perekonomian nasional. Hal ini diharapkan ekonomi kreatif mampu menyerap tenaga kerja, mengubah karakteristik tenaga kerja, hingga melahirkan generasi milenial yang mampu bersaing secara global. Ekonomi kreatif yang mengedepankan inovasi dan kreativitas pelu didukung kejelasan aturan hukum terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Oleh karena itu, hal ini tidak lepas dari kendali Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, di mana ide-ide baru ini harus dilindungi secara legal, baik melalui paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain agar tidak di klaim oleh pihak lain.

Bab yang dibahas dalam buku ini, meliputi:

Bab 1 Konsep Dasar Ekonomi Kreatif
Bab 2 Gelombang Peradaban Ekonomi
Bab 3 Konsep dan Konteks Kreativitas
Bab 4 Konsep dan Konteks Keinovasian
Bab 5 Sumber Daya Kreatif
Bab 6 Pemikiran Kota Kreatif
Bab 7 Inisiatif Pengembangan Kota Kreatif
Bab 8 Kota Kreatif yang Kontekstual
Bab 9 Konsep Industri Kreatif
Bab 10 Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif
Bab 11 Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif
Bab 12 Potensi dan Pangsa Pasar Industri Kreatif
Bab 13 Penciptaan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif
Bab 14 Modal Dasar dan Pilar Ekonomi Kreatif
Bab 15 Ekonomi Kreatif di Era Society 5.0

PAPES
Pondok Berkarya Indonesia
0852 4179 6879
BTN Puri Indah Permai Blok K No. 21, Kab. Bone, Sul-Sel

eureka media aksara
Anggota IKAPI No. 225/JTE/2021
0858 5343 1992
eurekamediaaksara@gmail.com
JL. Banjaran RT.20 RW.10
Bojongsari - Purbalingga 53362

ISBN 978-623-487-722-9
9 786234 877229

EKONOMI KREATIF

Suatu Konsep Ekonomi Baru

Munajat
Alvianita Gunawan Putri
Yuyun P. Rahayu
Fifian Permata Sari
A. Besse Dahliana
Devy Sofyanty
Aprianto Soni
Kurniawati
Sri Suyarti
Arfiani Yulianti Fiyul
Irwan
Chaerul Sani
Dian Retnaningdiah
Rukun Santoso
Ignatius Joko Dewanto

eureka
media aksara

PENERBIT CV. EUREKA MEDIA AKSARA

EKONOMI KREATIF
Suatu Konsep Ekonomi Baru

Penulis : Munajat, Alvianita Gunawan Putri, Yuyun P. Rahayu, Fifian Permata Sari, A. Besse Dahliana, Devy Sofyanty, Aprianto Soni, Kurniawati, Sri Suyarti, Arfiani Yulianti Fiyul, Irwan, Chaerul Sani, Dian Retnaningdiah, Rukun Santoso, Ignatius Joko Dewanto
Editor : Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI., CNFW., C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE., CBPA., C.AP., C.CSR., C.RM., CQMS., CBSP., CFAP., CTP., CPPSP.
Desain Sampul: Ardyan Arya Hayuwaskita
Tata Letak : Via Maria Ulfah
ISBN : 978-623-487-722-9
Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA, DESEMBER 2022**
ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH
NO. 225/JTE/2021

Redaksi :
Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com
Cetakan Pertama : 2022

Eureka Media Aksara bekerjasama dengan
Pondok Berkarya Indonesia

All right reserved

Hak Cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam, atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR EDITOR

Bismillahir Rahmanir Rahim

Sesuai dengan tanggung jawab yang diberikan, tugas Editor adalah membantu dalam memperbaiki format dan sistematika penyusunan buku sehingga lebih menarik, terarah, dan mudah dipahami oleh semua kalangan pembaca. Editor tidak menekankan pada perbaikan-perbaikan yang sifatnya substansial kepada Tim Penulis, akan tetapi hanya memberikan masukan yang bertujuan agar tulisan lebih berbobot.

Editor mengucapkan terima kasih kepada penerbit Eureka Media Aksara yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah memberikan kepercayaan penuh kepada Editor untuk mengedit buku ini. Editor mengakui bahwa buku ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu, sudilah kiranya para pembaca memberikan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi perbaikan buku ini pada edisi-edisi berikutnya. Kepada Tim Penulis, Editor menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya atas jerih payah untuk menuangkan hasil pemikirannya ke dalam sebuah tulisan ini; kedepannya diharapkan tetap produktif menulis dan menghasilkan karya-karya terbaik. Akhir kata, semoga buku ini memberikan manfaat bagi semua kalangan.

Bone, Desember 2022

Editor,

Suwandi

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Gelombang ekonomi yang dipengaruhi globalisasi telah memperkenalkan kita dengan konsep ekonomi kreatif yang mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menghasilkan uang, pendapatan, kesempatan kerja hingga kesejahteraan. Ekonomi kreatif di tengah Era Revolusi Industri 4.0 mendorong terciptanya strategi agar mampu bertahan di persaingan global. Ekonomi Kreatif tidak hanya mengandalkan Sumber Daya Alam saja, tetapi juga dengan Sumber Daya Manusia yang didukung dengan gagasan, ide dan kreativitas SDM.

Gelombang ekonomi kreatif muncul dengan harapan bahwa inovasi, kreativitas, ide-ide baru hingga pengaruh teknologi dapat meningkatkan perekonomian nasional. Hal ini diharapkan ekonomi kreatif mampu menyerap tenaga kerja, mengubah karakteristik tenaga kerja, hingga melahirkan generasi milenial yang mampu bersaing secara global. Ekonomi kreatif yang mengedepankan inovasi dan kreativitas perlu didukung kejelasan aturan hukum terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Oleh karena itu, hal ini tidak lepas dari kendali Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual, di mana ide-ide baru ini harus dilindungi secara legal, baik melalui paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain agar tidak di klaim oleh pihak lain.

Semoga buku ini dapat memberikan inspirasi untuk pembaca, berpartisipasi dalam meningkatkan perekonomian dunia, salah satunya yaitu dengan menciptakan lapangan kerja melalui ekonomi kreatif. Layanan kreatif menjadi semakin penting karena dengan inovasi teknologi, terjadi pergeseran yang semakin cepat dari memproduksi barang kreatif menjadi memberikan layanan kreatif. Semoga Indonesia bisa menjadi pemimpin yang membawa suatu semangat perubahan dan menuju perkembangan ekonomi kreatif yang lebih baik. Selamat membaca.

Semarang, November 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR EDITOR iii
PRAKATA iv
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL viii
DAFTAR GAMBAR ix
BAB 1 KONSEP DASAR EKONOMI KREATIF 1
A. Definisi Ekonomi Kreatif 1
B. Perbedaan Ekonomi Kreatif dan Konvensional 7
C. Pentingnya Pengembangan Ekonomi Kreatif 7
D. Referensi 8
BAB 2 GELOMBANG PERADABAN EKONOMI 10
A. Evolusi Ekonomi Kreatif 10
B. Sejarah Perkembangan Ekonomi Kreatif Dunia 15
C. Sejarah Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia 18
D. Referensi 20
BAB 3 KONSEP DAN KONTEKS KREATIVITAS 22
A. Definisi dan Konsep Kreativitas 22
B. Konteks dan Pola Berpikir Kreatif 24
C. Karakteristik dan Siklus Kreativitas 27
D. Referensi 32
BAB 4 KONSEP DAN KONTEKS KEINOVASIAN 34
A. Definisi dan Konsep Keinovasian 34
B. Jenis-Jenis Inovasi 39
C. Tahapan dan Proses Inovasi 41
D. Referensi 42
BAB 5 SUMBER DAYA KREATIF 43
A. Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif 43
B. Daya Kreativitas dan Hasil Berpikir Kreatif 46
C. Investasi Modal Insani dalam Ekonomi Kreatif 47
D. Referensi 49
BAB 6 PEMIKIRAN KOTA KREATIF 50
A. Demografi Kelas Kreatif 50
B. Keterkaitan Kota dengan Kreativitas 54
C. Cities Network 57

D. Referensi 60
BAB 7 INISIATIF PENGEMBANGAN KOTA KREATIF 61
A. Kota Kreatif Dunia 61
B. Konsep Kota Kreatif di Indonesia 66
C. Inisiasi Kota Kreatif di Indonesia 68
D. Referensi 72
BAB 8 KOTA KREATIF YANG KONTEKSTUAL 73
A. Dari Kota/Kabupaten Menuju Kawasan Kreatif 73
B. Pengembangan Kota Kreatif Berbasis Lingkungan Berkelanjutan..... 76
C. Manajemen dan Branding Destinasi 80
D. Referensi 84
BAB 9 KONSEP INDUSTRI KREATIF 85
A. Definisi dan Karakteristik Industri Kreatif 85
B. Klasifikasi Industri Kreatif 88
C. Peranan dan Peluang Industri Kreatif..... 89
D. Referensi 92
BAB 10 INDUSTRI KREATIF DAN EKONOMI KREATIF 94
A. Hakikat dan Peran Ekonomi Kreatif 94
B. Keterkaitan Industri Kreatif dan Ekonomi Kreatif..... 97
C. Perkembangan Industri Kreatif 99
D. Referensi 103
BAB 11 AKTOR PENGGERAK EKONOMI KREATIF 104
A. Orientasi Gelombang Ekonomi Kreatif..... 104
B. Aktor Penggerak Ekonomi Kreatif 108
C. Peran Aktor Ekonomi Kreatif 109
D. Referensi 112
BAB 12 POTENSI DAN PANGSA PASAR INDUSTRI KREATIF 114
A. Potensi Kekayaan Alam dan Budaya sebagai Sumber Inspirasi Kreatif..... 114
B. Potensi Pasar dan Daya Saing Industri Kreatif 118
C. Kendala Pelaku Industri Kreatif di Indonesia 120
D. Referensi 123
BAB 13 PENCIPTAAN NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF125
A. Strategi Penciptaan Nilai..... 125

B. Model Penciptaan Nilai Tambah dalam Ekonomi Kreatif 129
C. Rantai Nilai Industri Kreatif 132
D. Referensi 135
BAB 14 MODAL DASAR DAN PILAR EKONOMI KREATIF .. 138
A. Modal Dasar Ekonomi Kreatif 138
B. Pilar-pilar Ekonomi Kreatif 141
C. Komponen Inti dan Pendukung Ekonomi Kreatif 143
D. Referensi 144
BAB 15 EKONOMI KREATIF DI ERA *SOCIETY* 5.0 146
A. Ekonomi Kreatif Digital dalam Menyongsong Era *Society* 5.0 146
B. Inovasi Generasi Muda dalam Menghadapi Era *Society* 151
C. Tantangan Sektor UMKM dalam Menghadapi Era *Society* 5.0 154
D. Referensi 158
TENTANG PENULIS 159

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Ciri-Ciri Kreativitas 29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pergeseran Orientasi Ekonomi Dunia Barat 3
Gambar 2. Ekspor Global Barang dan Jasa Kreatif, 2010−2020..... 17
Gambar 3. Pergeseran Orientasi Gelombang Ekonomi 107
Gambar 4. Data Industri Kreatif 118
Gambar 5. Analisis Pelanggan 129

EKONOMI KREATIF

Suatu Konsep Ekonomi Baru

BAB 1

KONSEP DASAR EKONOMI KREATIF

Dr. Munajat, S.P., M.Si.
Universitas Baturaja

A. Definisi Ekonomi Kreatif

Perekonomian dunia terus berkembang seiring dengan munculnya potensi-potensi ekonomi baru yang mampu menopang kehidupan perekonomian masyarakat dunia. Pada awalnya kegiatan perekonomian masyarakat dunia bertumpu pada perekonomian berbasis sumber daya alam (SDA), yaitu pertanian, kini perekonomian dunia sudah bergeser ke perekonomian berbasis sumber daya manusia (SDM), yaitu industri dan teknologi informasi. Pakar ekonomi dunia Alvin Toffler, membagi perkembangan peradaban ekonomi dunia ke dalam tiga gelombang ekonomi, yaitu gelombang ekonomi pertama berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan pertanian; gelombang ekonomi kedua berupa perekonomian yang didominasi oleh kegiatan industri; dan gelombang ekonomi ketiga berupa perekonomian yang berbasis teknologi informasi. Alvin juga memperkirakan setelah gelombang ekonomi ketiga akan muncul gelombang ekonomi keempat atau yang disebut juga dengan gelombang ekonomi kreatif, yaitu perekonomian yang berbasiskan pada ide-ide atau gagasan yang kreatif dan inovatif. Gelombang ekonomi keempat inilah yang kini sudah mulai terlihat menggeliat di tanah air.

Lebih lanjut, pergeseran dari era pertanian lalu era industrialisasi, disusul oleh era informasi yang disertai dengan

Kegiatan ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya cipta individu bernilai ekonomis dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat Indonesia (Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2009). Lebih lanjut seperti yang dijelaskan menteri perdagangan Indonesia yang dalam konvensi pengambangan ekonomi kreatif 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia, di antaranya:

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan.
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif.
3. Membangun citra dan identitas bangsa.
4. Berbasis kepada sumber daya yang terbarukan.
5. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan.
6. Kompetitif suatu bangsa membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat indonesia.
7. Mengurangi pertumbuhan angka pengangguran.
8. Menciptakan masyarakat indonesia yang kreatif dan inovatif.
9. Kompetisi aktivitas dunia bisnis yang lebih sehat.
10. Meningkatkan inovasi pelaku ekonomi kreatif di berbagai sektor.

D. Referensi

Andri, S., Zuliarni, S., & Sutrisna, E. (2013). *Analisis Peran Pemerintah Dalam Perkembangan Industri Kreatif di Pekan Baru. Studi Kasus Pada Sub Sektor Kerajinan.* Universitas Riau. Pekan Baru.

Fitriani, L. K. (2019). Analisis Modal Relasional,Kapabilitas Inovasi Produk dan Daya Tarik Produk dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kreatif di Wilayah Kota Cerebon. *Jurnal Ilmiah Indonesia Syntax Literate, 4*(10).

Ginting, A. M., & Rivani. (2017). *Stategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia.* Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2009 *tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif.*

Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022). *Pemerintah Dorong Optimalisasi Pertumbuhan Industri Kreatif Indonesia*. Retrieved October 24, 2022, from https://www.kominfo.go.id/content/detail/39347/pemerintah-dorong-optimalisasi-pertumbuhan-industri-kreatif-indonesia/0/berita

Pangestu, M. E. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta: Dapartemen Perdagangan RI.

Polnaya, Ghalib Agfa, & Darwanto. (2015). Pengembangan Ekonomi Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi, 22*(1), 1-10.

Ritonga, M. T. (2000). *Pengetahuan Sosial Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.

Riskita, A. (2022). *Konsep Ekonomi Kreatif dan Jenis-jenisnya*. Retrieved October 22, 2022, from https://store.sirclo.com/blog/konsep-ekonomi-kreatif/#:~:text=Menurut%20United%20Nations%20Conference%20on,yang%20mendukung%20aktivitas%20industri%20kreatif

BAB 2

GELOMBANG PERADABAN EKONOMI

Alvianita Gunawan Putri, S.E., M.Acc., Ak., CA., CAAT.
Politeknik Negeri Semarang

A. Evolusi Ekonomi Kreatif

Perkembangan ekonomi mengikuti gelombang revolusi industri 4.0 membuat inovasi, kreativitas, ide-ide baru hingga pengaruh teknologi informasi terus berkembang dengan cepat. Pemanfaatan *artificial intelligence* (AI), *internet of things*, *human-machine interface*, dan merebaknya fenomena sharing economy menjadikan kreativitas dan inovasi sebagai garda terdepan memenangkan persaingan ekonomi global (Sugiarto, 2018). Ekonomi kreatif di tengah Era Revolusi Industri 4.0 mendorong terciptanya strategi agar mampu bertahan di persaingan global. Perkembangan dunia di era globalisasi telah berubah di kehidupan masyarakat, baik berupa produksi, distribusi maupun konsumsi. Gelombang ekonomi yang dipengaruhi globalisasi telah memperkenalkan kita dengan konsep ekonomi kreatif yang mengutamakan intelektual sebagai kekayaan yang dapat menghasilkan uang, pendapatan, kesempatan kerja hingga kesejahteraan. Ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan sumber daya alam saja, tetapi juga dengan sumber daya manusia yang didukung dengan gagasan, ide dan kreativitas SDM. Inovasi, kreativitas dan teknologi informasi memberikan nilai tambah bagi ekonomi di tengah persaingan ekonomi global. Ekonomi kreatif kokoh dalam era perubahan bahkan disrupsi sekalipun, karena mampu menciptakan solusi jitu, praktis, etis dan humanis lewat produk dan sistem kreatif-

dikonsumsi masyarakat lokal (Nugraheny, 2022). Sandiaga Salahuddin Uno menambahkan bahwa ekonomi kreatif sebagai tulang punggung perekonomian dunia yang menciptakan banyak sekali lapangan kerja. Harapannya Indonesia bisa menjadi pemimpin yang membawa suatu semangat perubahan dan menuju tentunya perkembangan ekonomi kreatif yang lebih baik. Indonesia diharapkan mampu mencapai target pencapaian 4,4 juta lapangan kerja baru di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di tahun 2024 (Humas, 2022). Oleh karena itu, gelombang ekonomi kreatif di Indonesia telah berkembang mengikuti globalisasi dengan didukung oleh Pemerintah sepenuhnya.

D. Referensi

Cabral, A. R. (2022). *Global exports of creative economy hit $1.6tn and are set to grow further.* Retrieved 24 October, 2022, from https://www.thenationalnews.com/business/economy/2022/10/08/global-exports-of-creative-economy-hit-16tn-and-are-set-to-grow-further/

Comunian, R., & Gilmore, A. (2016). *Higher education and the creative economy: introduction to a new academic and policy field.* … Education and the Creative Economy.

Ginting, Y. M. (2020). *Ekonomi Kreatif. Prinsip, Evolusi dan Perkembangannya di Indonesia*. Yayasan Citra Unggul Demokrasi Indonesia (Yayasan CUDI).

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How people make money from ideas.* PENGUIN BOOKS.

Humas. (2022). *Presiden: Indonesia Ambil Peran Terdepan Bangun Ekosistem Ekonomi Kreatif*. Retrieved 24 October, 2022 from https://setkab.go.id/presiden-indonesia-ambil-peran-terdepan-bangun-ekosistem-ekonomi-kreatif/

Instruksi Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2009 *tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif*.

Nugraheny, D. E. (2022). *Jokowi: Pengembangan Ekonomi Kreatif Harus Dipacu agar Lebih Maju*. Retrieved 24 October, 2022, from https://nasional.kompas.com/read/2022/10/06/09440051/jokowi-pengembangan-ekonomi-kreatif-harus-dipacu-agar-lebih-maju

Rahadi, F. (2022). *Ekonomi Kreatif Peluang Besar dan Tantangan Anak Muda ke Depan*. Retrieved October 24, 2022, from https://repjogja.republika.co.id/berita/r5yk5e291/ekonomi-kreatif-peluang-besar-dan-tantangan-anak-muda-ke-depan

Badan Pusat Statistik. (2018). *Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016*.

Sugiarto, E. C. (2018). *Ekonomi Kreatif Masa Depan Indonesia*. Retrieved October 25, 2022, from https://www.setneg.go.id/baca/index/ekonomi_kreatif_masa_depan_indonesia

Sumarni, Y. (2020). Pandemi Covid-19: Tantangan Ekonomi dan Bisnis. *Al-Intaj : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah, 6*(2).

UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2002*.

UNESCO. (2022). *2022 Global Report - Re│Shaping Policies for Creativity*. Retrieved 2022, from https://en.unesco.org/creativity/ publications/2022-global-report-reshaping-policies-creativity

BAB 3

KONSEP DAN KONTEKS KREATIVITAS

Yuyun P. Rahayu, S.P., M.Dev.Econ.(Adv).
Universitas Papua

A. Definisi dan Konsep Kreativitas

Kreativitas dalam dunia ekonomi sangat diperlukan. Kreativitas membangun aktivitas yang merangsang inovasi dalam berbagai kegiatan termasuk kegiatan perekonomian. Tujuan akhir dari kegiatan inovasi adalah peningkatan output yang memenuhi kebutuhan masyarakat dengan lebih beragam juga lebih produktif, menguntungkan dan efisien. Bab ini akan menjelaskan konsep dan konteks kreativitas dalam ekonomi, bagaimana ciri-ciri dan siklusnya.

Suatu kemampuan yang bertujuan menciptakan gagasan baru dengan cara dan metode yang baru untuk mencari solusi atas permasalahan dan menemukan peluang-peluang adalah bagian dari tahapan berpikir kreatif *(thinking new thing).* Menurut para ahli dalam tulisannya sejak tahun 70 hingga 80an, berpendapat bahwa kreativitas menimbulkan cara-cara berpikir yang baru, divergen, produktif, memiliki daya cipta, dan menghasilkan sesuatu (bisa produk, pemikiran, jasa dan atau berdampak pada lingkungan, sosial dan psikis) yang baru.

Kreativitas berasal dari hasil pemikiran dan gagasan. Individu dapat mengembangkan kreativitasnya melalui masuknya banyak hal baru yang berkualitas ke otak. Kemampuan mengingat, menghayal, menyerap otak dapat mencetuskan ide-ide yang baru (Rusdiana, 2014).

Kreatif berarti menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang lain dan ada proses menghubungkan ide/gagasan yang tadinya tidak berhubungan (Saiman, 2017). Dalam proses kreatif yang menghasilkan suatu produk, biasanya produk tersebut mempunyai siklus hidup yang cukup singkat, memiliki resiko yang cukup tinggi, memiliki keanekaragaman yang tinggi, memiliki daya saing yang tinggi dan memiliki margin yang tinggi (Yasa, 2010).

Sedangkan, inovatif berarti menciptakan sesuatu yang belum ada menjadi ada dimana sesuatu yang dihasilkan tersebut benar-benar berbeda. Contoh ide kreatif misalnya, grup 2 Tang menghasilkan produk air putih dengan kemasan plastik yang berbeda (tutup anti tumpah). Sedangkan contoh inovasi misalnya, Tirto Utomo (alm.) mengemas air putih dalam kemasan plastik yang diberi merk Aqua (Saiman, 2017).

D. Referensi

Alma, B. (2013). *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum*. Bandung: Alfabeta.

Birdthistle, N. (2008). An examination of tertiary students' desire to found an enterprise'. *Education & Training, 50*(7).

Darmanto. (2017). *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.

Mulyadi, (2011). *Kewirausahaan: Bertindak Kreatif dan Inovatif*. Palembang: Rafah Press.

Pahlevi, A. S. et al. (2018). *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Nasional*. Jakarta: Oxy Consultant.

Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media.

Rusdiana, H. A. (2014). *Kewirausahaan: Teori dan Praktik*. Bandung: Pustaka Setia.

Saiman, L. (2017). *Kewirausahaan: Teori, Praktik dan Kasus-Kasus*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.

Supriadi, D. (1994). *Kreativitas Kebudayaan dan Perkembangan Iptek*. Bandung: Alfabeta.

Suryana, Y., & Bayu, K. (2011). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Suryana. (2013). *Kewirausahaan Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Edisi ke-4. Jakarta: Salemba Empat.

Winardi, J. (2003). *Entrepreneur & Entrepreneuship*. Edisi Pertama. Jakarta: Prenada Media.

Yasa, I. G. W. M. (2010). *Ekonomi Hijau, Produksi Bersih dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Mencegahan Resiko Lingkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas di Provinsi Bali. Jurnal Bumi Lestari, 10*(2), 285-294.

Zimmerer, T. W., Scarborough, N. M., & Wilson, D. (2008). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management.* Jakarta: Salemba Empat.

BAB 4

KONSEP DAN KONTEKS KEINOVASIAN

Dr. Fifian Permata Sari, S.P., M.Si.
Universitas Baturaja

A. Definisi dan Konsep Keinovasian

Inovasi adalah sebuah gagasan baru yang diterapkan untuk memprakarsai atau memperbarui suatu produk maupun jasa. Inovasi juga memiliki definisi sebagai sebuah ide, gagasan, objek, dan praktik yang dilandasi dan diterima sebagai suatu hal yang baru oleh seseorang ataupun kelompok tertentu untuk diaplikasikan ataupun diadopsi. Inovasi juga memiliki pengertian sebagai suatu proses yang mengubah ide baru atau aplikasi baru menjadi produk yang berguna. Inovasi juga diartikan sebagai proses mengubah peluang menjadi gagasan atau ide-ide yang rumit bahkan inovasi berasal dari ide-ide yang sepele dan sejenis saja, dan merupakan sesuatu yang baru dan baik dari hal-hal yang telah ada.

Inovasi untuk pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter di tahun 1934. Inovasi adalah semua hal baru yang berangkat dari ilmu pengetahuan, serta dapat memberikan manfaat dalam kehidupan manusia. Ilmu pengetahuan sangat dibutuhkan dalam pengembangan inovasi. Tanpa adanya ilmu pengetahuan, inovasi tidak akan berjalan sebagaimana mestinya. Bahkan, bisa saja malah salah sasaran, tidak bertahan lama, dan menjadi angan-angan saja. Inovasi sangat berguna di segala bidang kehidupan, oleh karena itu, memahami beberapa hal terkait inovasi memang diperlukan.

3. **Penambahan *(Addition)***

Merupakan tahapan berikutnya dalam proses inovasi dimana dalam sebuah proses inovasi terdapat tahapan penambahan zat, dengan mengganti atau mengubah cara-cara penilaian yang sudah ada.

4. **Penyusunan Kembali *(Restructuring)***

Merupakan upaya menyusun kembali susunan peralatan, menyusun kembali komposisi serta ukuran, daya tampung, atau keseluruhan sistem yang ada, dalam upaya perkembangan keseluruhan sumber daya yang ada untuk memunculkan inovasi baru.

5. **Penghapusan *(Elimination)***

Merupakan tahapan inovasi yang mengupayakan munculnya inovasi dengan penghapusan beberapa tahap yang usang digantikan dengan tahapan baru untuk memunculkan inovasi.

6. **Penguatan *(Reinforcement)***

Merupakan tahapan inovasi yang mengupayakan munculnya inovasi dengan upaya peningkatan atau pemantapan kemampuan tenaga dan fasilitas sehingga berfungsi secara optimal dalam pencapaian tujuan secara efektif dan efisien.

D. Referensi

Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2002 *tentang Hak Cipta.*

Undang-Undang Republik Indonesia No. 18 tahun 2002 *tentang* Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan, dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.

Wahyuni, S., Zulvera, Z., Tanjung, H. B., & Arif, E. (2019). Hubungan karakteristik inovasi dan kearifan lokal terhadap keberlanjutan penerapan teknologi padi Salibu di Kabupaten Tanah Datar, Sumatera Barat. *Jurnal Penyuluhan*, *15*(1).

BAB 5

SUMBER DAYA KREATIF

Dr. Ir. Hj. A. Besse Dahliana, M.P.
Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian Yapi Bone

A. Sumber Daya Manusia Kreatif dan Inovatif

Perkembangan teknologi saat ini melahirkan cara baru dalam menyelesaikan pekerjaan di berbagai sektor, seperti manufaktur, perbankan, jasa dan lain sebagainya. Kondisi ini kemudian menuntut adanya sumber daya manusia (SDM) yang kreatif, inovatif serta berdaya saing.

Lembaga pemerintahan tanpa kreativitas dan inovasi akan berakibat organisasi yang kurang berkembang dan kinerjanya akan selalu menjadi sorotan masyarakat, kritikan, dan apatis bagi institusi itu sendiri. Oleh karena itu kreativitas dan inovasi pada setiap lembaga pemerintah yang ingin maju harus menguatkan di internalnya terlebih dahulu, dengan demikian ketika di internalnya sudah kuat dan menghasilkan produk organisasi yang siap dan solid, otomatis ketika menghadapi permasalahan eksternal organisasi dapat diatasi.

Organisasi harus menanamkan budaya kerja yang mendukung sebagai terciptanya kreativitas dan inovasi baru. Salah satu cara adalah dengan memberdayakan sumber daya manusia agar selalu bersikap kritis dan menindaklanjuti sifat kritisnya dengan tindakan yang nyata untuk secepatnya menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Kemudian sikap tersebut diberikan kesempatan untuk melakukan proses aktualisasi diri.

D. Referensi

Jhingan. (2012). *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*. Jakarta: Rajawali Pers.

Hardianti, S. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Todaro, M. P. (2011). *Pembangunan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga

Whalley, J., & Zhao, X. (2010). *The Contribution of Human Capital to China's Economic Growth*. NBER working paper No. 16592.

Yunaz, H. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Sumatra Barat: PT. Global Eksekutif Teknologi.

BAB 6

PEMIKIRAN KOTA KREATIF

Devy Sofyanty, S.Psi., M.M.
Universitas Bina Sarana Informatika

A. Demografi Kelas Kreatif

Konsep kota kreatif dikenal secara lebih luas pada tahun 1988 ketika sebuah seminar yang diadakan oleh australia council, the city melbourne and the ministry of planning and environment of victoria mengangkat tema "creative city". Seminar ini mengupas sebuah kota tidak hanya efisien secara ekonomi dan memiliki kesetaraan sosial, tetapi juga harus menginspirasi lahirnya kreativitas dan memberikan kepuasan emosional. Studi mengenai kota kreatif yang lebih komprehensif dipublikasikan charles landry dan comedia pada tahun 1991 sebagai upaya untuk mengoptimalkan potensi aset budaya kota glasgow, skotlandia dan menggunakannya untuk meningkatkan perekonomian dan kualitas hidup kota.

Setelah publikasi landry and commedia mengenai kota kreatif tersebut, kemudian diikuti dengan berbagai publikasi lainnya seperti "*the creative city*" (1995), "the creative city in british and germany" (1996) dan buku yang lebih mempopulerkan konsep kota kreatif ke tingkat internasional, yaitu "*the creative city: a toolkit for urban innovation*" (2000). Sementara itu dalam dekade yang sama muncul pula publikasi penelitian dari pemerintah, seperti creative nations (australia, 1994), *the creative industries mapping document (united kingdom,* 1998) dan all *our future creativity, culture and education* (united

Ketentuan Creative Cities Network (CCN) UNESCO mewajibkan setiap anggotanya tergabung dalam jaringan kota-kota kreatif dengan durasi tak terbatas dan dapat meninggalkannya setiap saat dengan ketentuan terlebih dahulu memberitahukan UNESCO. Dalam perspektif hak, kota yang ditunjuk dan ditetapkan sebagai "Kota Kreatif" berhak menggunakan nama dan logo UNESCO berdasarkan ketentuan dan persyaratan dalam kontrak grafis UNESCO. Dari sisi kewajiban, setiap tahun "Kota Kreatif" wajib melaporkan kepada UNESCO perihal perkembangan dalam hal kebijakan dan kegiatan, baik lokal maupun internasional dan melakukan kerja sama dengan kota lainnya.

D. Referensi

Hakim et al. (2019). *Penerapan SDGs dalam Pembangunan Bangsa Prospekdan Kendala*. Klaten: LPPM UNS

Joga, N. et al. (2019). Trans Jawa: *Menjalin Infrastruktur Berkelanjutan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Lokantara, I. G. W. (2019). *Membangun Ruang Kreatif di Era Digital Memberdayakan Ide*, Kreativitas dan Potensi. Yogyakarta: Deepublish

Pahlevi, A. S. et al. (2018). *Kolase Pemikiran Ekonomi Kreatif Indonesia*. Semarang: CV Oxy Consultant.

Syahbudi, M. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset dengan Model Pentahelix)*. Medan: Merdeka Kreasi.

BAB 7

INISIATIF PENGEMBANGAN KOTA KREATIF

Aprianto Soni, M.Pd.
Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena

A. Kota Kreatif Dunia

Kota dapat dipandang sebagai suatu wilayah di permukaan bumi yang sebagian besar areanya terdiri atas benda-benda hasil rekayasa dan budaya manusia, serta tempat pemusatan penduduk yang tinggi dengan sumber mata pencaharian di luar sektor pertanian. Pengertian tersebut juga berarti suatu kota dicirikan oleh adanya prasarana perkotaan. Dilihat dari sejarah, maka kota pada hakekatnya lahir dan berkembang dari suatu wilayah pedesaan. Akibat tingginya pertumbuhan penduduk yang diikuti oleh meningkatnya kebutuhan (pangan, sandang dan perumahan) dan pesatnya ilmu pengetahuan dan teknologi (iptek) ciptaan manusia, maka bermunculan pemukiman-pemukiman baru. Selanjutnya, akan diikuti oleh fasilitas-fasilitas sosial seperti pasar, pertokoan, rumah sakit, perkantoran, sekolah, tempat hiburan, jalan-jalan raya, terminal, industri dan lain sebagainya, hingga terbentuklah suatu wilayah kota. Mengingat lengkapnya fasilitas-fasilitas sosial yang dimiliki, maka kota merupakan daya tarik bagi penduduk yang tinggal di desa untuk berdatangan, bahkan sebagian diantaranya tinggal di wilayah kota.

Kenampakan penggunaan ruang perkotaan adalah keanekaragaman fungsi tanah sebagai cerminan dari keanekaragaman kebutuhan warga kota terhadap berbagai

yang pernah singgah di Indonesia (seperti Arab, hindu, tionghoa dan lain-lainnya). Tetapi budaya–budaya daerah yang ada di Indonesia murni milik Indonesia yang wajib kita lindungi. Karena pada dasarnya dengan adanya kebudayaan–kebudayaan daerah yang bermacam–macam itu maka terbentuklah budaya nasional. Bisa dibilang budaya nasional terbentuk karena adanya budaya–budaya daerah.

Salah satu kota kreatif di Indonesia yang telah menjadi kota kreatif dunia. Pekalongan yang merupakan salah satu kota di pesisir utara Provinsi Jawa Tengah yang memiliki banyak pusat kerajinan batik dan tenun yang banyak menginspirasi kota-kota lain di Indonesia sebagai warisan nusantara Masih banyak lainya yang ada di kota pekalongan yang telah menjadi suatu potensi yang telah dikembangkan seperti souvenir yang terbuat dari bahan alam, seperti kerajinan enceng gondok, kerajinan tirai hias, kerajinan gerabah dan masih banyak lainnya. Kota batik ini telah dinobatkan oleh United Nations Educational Scientific and Cultural Organization (UNESCO) sebagai kota kreatif dunia untuk kategori kerajinan dan kesenian rakyat.

Pekalongan bisa dijadikan inspirasi untuk kota-kota yang lain di Indonesia agar terciptanya kota yang kreatif serta dapat memberikan kontribusi dalam pembangunan kota berkelanjutan, kesejahteraan sosial dan meningkatkan pengaruh budaya dalam dunia. Hal ini perlu dirancang sejak dini agar meningkatkan kerjasama internasional dan berbagi pengalaman dan sumber daya dalam rangka mempromosikan pembangunan daerah.

D. Referensi

Landry, C., & Bianchini, F. (2018). *The Creative City*, London: Demos.

Rusidi, A. (2011). *Kearifan Lokal dalam Perspktif Budaya Sunda*. Bandung: Print Book.

Sechele, L. (2016). Urban Bias, Economic Resource Allication and National Development Planning in Botswana. *International Journal of Social Science Research, 4*(1), 1-18.

BAB 8

KOTA KREATIF YANG KONTEKSTUAL

Kurniawati, S.E., M.M.
Sekolah Tinggi Agama Islam Denpasar Bali

A. Dari Kota/Kabupaten Menuju Kawasan Kreatif

Konsep kota kreatif lahir dari pemikiran charles landry *"the creative city a toolkit for urban innovators"*. Menurut landry, suatu kota yang ingin menuju ke arah kota kreatif harus melaksanakan 7 langkah dalam usahanya untuk menciptakan kawasan kreatif. Pertama, menganalisa rintangan dan mengubahnya kedalam suatu kreativitas yang menarik dan berdaya guna. Kota kreatif, harus mampu merubah sudut pandang mereka tentang rintangan dengan menjadikannya sebuah kesempatan, dimana kesempatan tersebut menjadi pendorong dan sumber kreativitas untuk berfikir kreatif dan imajinatif melalui analisis yang kuat sehingga dapat memunculkan solusi dan nilai tambah bagi kota tersebut.

Kedua, memberikan ruang untuk menciptakan lebih banyak lagi kreativitas dengan membentuk komunitas yang diarahkan menjadi sumber daya yang mampu menggerakan kota dalam menciptakan ruang-ruang kreatif. Ruang-ruang kreatif tersebut diharapkan mampu meningkatkan motivasi, kesadaran dan inisiatif dari warga kota untuk terlibat dalam menggali potensi kota dan memanfaatkan peluang dalam meningkatkan taraf hidup mereka melalui pengelolaan sumber daya manusia, sumber daya alam, maupun limbah yang dapat dimanfaatkan mereka melalui inovasi dan pelatihan yang diberikan oleh penyuluh atau pihak pengelola komunitas.

D. Referensi

Ariando, V. (2015). *Destination Branding Kepulauan Seribu: Studi Kasus Destination Branding Kepulauan Seribu Dalam Upaya Mengembangkan Destinasi Wisata Bahari Internasional*. Yogyakarta: UGM-Ilmu Komunikasi

Bungin, B. (2015). *Komunikasi Pariwisata (Pemasaran Dan Brand Destinasi).* Cetakan ke-1. Jakarta: Prenadamedia Group.

Dewata, Indang, & Danhas *(2018) Pencemaran Lingkungan.* Depok: Rajawali Press

Kertajaya, H. (2018). *Marketing.* Jakarta: Gramedia

Risitano, M. (2005). *The Role Of Destination In The Tourism Stakeholders System (The Campi Flegrei Case).* University of Naples Federico II, Italy: Department of Business Management, Faculty of Economics.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2009 *tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.*

Wahid, Y. A. M. (2018). *Pengantar Hukum Lingkungan*, Ed. 2. Jakarta: Kencana.

BAB 9

KONSEP INDUSTRI KREATIF

Sri Suyarti, S.E., M.M.
STIE Gentiaras

A. Definisi dan Karakteristik Industri Kreatif

Perkembangan teknologi saat ini merupakan wujud dari perubahan globalisasi. Perubahan ini mengarahkan para pelaku usaha mulai berdagang dan berbisnis menggunakan sistem jaringan. Kondisi ini sangat dinamis dan kompleks, sehingga keberadaan kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM), seperti kreativitas dan pengetahuan dibutuhkan untuk menunjang aktivitas-aktivitas ekonomi (Nuwa et al., 2022; Purnomo, 2016). Kreativitas dan pengetahuan inilah menjadi dasar penting kemunculan ekonomi kreatif untuk menggerakkan dan membangun perekonomian nasional. Dalam rangka mengembangkan ekonomi kreatif, setiap pelaku ekonomi, termasuk industri sebagai wujud dari ekonomi kreatif harus bersinergi secara andil membentuk dengan apa yang disebut industri kreatif.

Secara umum, industri kreatif diartikan sebagai suatu tahapan dalam upaya melahirkan ide atau gagasan yang bertujuan menghasilkan sebuah karya produk yang berbeda (Setiawan, 2020). Sebelum mendefinisikan, apa itu industri kreatif, terlebih dahulu perlu didefinisikan dari dua kata tersebut. Industri berarti aktivitas mengolah bahan mentah menjadi sebuah produk jadi melalui penggunaan mesin-mesin produksi (Suwandi, 2022). Sedangkan, kreatif berarti kemampuan dalam menciptakan sesuatu. Hal ini dapat

1. Industri kreatif memberikan pengaruh ganda dalam perekonomian negara, berupa meningkatkan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja. Di sisi lain, industri ini juga menjadi relasi bagi industri lain dalam proses bisnisnya, seperti industri pengemasan, industri jasa, industri penyewaan, dan sebagainya.
2. Industri kreatif terdapat sumber daya kreatif dan inovasi, sehingga faktor-faktor produksinya tidak terbatas. Dengan kata lain, gagasanlah yang menjadi sumber daya industri-industri kreatif, sehingga mampu bertahan dan berkembang dilingkungan yang sangat kompleks.
3. Industri kreatif mampu menghidupkan persaingan ekonomi dengan para pesaingnya. Situasi ini juga akan menghidupkan industri-industri lebih mampu berkarya dengan terus meningkatkan kualitas produknya yang akan ditawarkan kepada pasar luas.
4. Industri kreatif membuka pola pikir masyarakat luas untuk selalu inovatif mengembangkan kreativitasnya menjadi lebih unggul. Masyarakat akan membuka mata terhadap pemanfaatan teknologi untuk mendapatkan lebih banyak informasi terkait keinginan pasar dan industri.

Berdasarkan kondisi di atas, industri kreatif memiliki peran penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Hal tersebut hanya dapat diwujudkan apabila mendapat dukungan dari pemerintah. Salah satu motivasi yang diharapkan dari pemerintah adalah memberikan pelatihan dan pendidikan berkualitas bagi individu-individu kreatif, sehingga mampu melahirkan dan membentuk Sumber Daya Manusia (SDM) yang potensial.

D. Referensi

Andansari, D., Pristanti, H., & Shyafary, D. (2021, November). PELUANG STRATEGI INOVASI UMKM KERAJINAN BATIK KALIMANTAN TIMUR DI ERA BUDAYA DIGITAL. In *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif (SENTRINOV)* (Vol. 7, No. 2, pp. 187-195).

Eskak, E. (2020, December). Kajian Manfaat Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Untuk Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif Kerajinan dan Batik Di Era Industri 4.0. In *Prosiding Seminar Nasional Industri Kerajinan dan Batik* (Vol. 2, No. 1, pp. B10-B10).

Fajri, C. (2012). Tantangan Industri Kreatif-Game Online di Indonesia. *Jurnal Aspikom*, *1*(5), 443-454.

Herlambang, Y. (2015). Peran Kreativitas Generasi Muda Dalam Industri Kreatif Terhadap Kemajuan Bangsa. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi (Tematik)*, *2*(1), 61-71.

Lestari, N. W. (2020). *Strategi Pengembangan Teknologi Dalam Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Indonesia*. *Indikator*, *1*(1), 55-61.

Nasution, S. (2021). Konsep Pariwisata Halal Berbasis Ekonomi Kreatif Dengan Sharia Regulation Dalam Meningkatan Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Di Sumatera Utara. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, *21*(2), 250-261.

Nuwa, C. A. W., Aziz, A. A., Linawati, L., Widyatmoko, W., Latif, A. S., Pane, I., ... & Wijaya, S. (2022). Mengenal Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya.

Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.

Rahmasari, L. (2011). Pengaruh supply chain management terhadap kinerja perusahaan dan keunggulan bersaing (Studi kasus pada industri kreatif di Provinsi Jawa Tengah). *Majalah Ilmiah Informatika*, *2*(3).

Rizal, M., & Darwis, R. S. (2019). ANALISIS KARAKTERISTIK PEMBIAYAAN UNTUK INDUSTRI KREATIF DI KOTA BANDUNG. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan*, *4*(1), 27-33.

Setiawan, H. C. B. (2020). *Manajemen Industri Kreatif: Teori dan Aplikasi*. PT. Berkat Mukmin Mandiri.

Suwandi, S. (2022). Pengenalan Dasar Akuntansi 1 Suatu Pendekatan Siklus Akuntansi Usaha Jasa dan Dagang.

BAB 10

INDUSTRI KREATIF DAN EKONOMI KREATIF

Dr. Hj. Arfiani Yulianti Fiyul, M.M.
Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

A. Hakikat dan Peran Ekonomi Kreatif

Membahas tentang industri kreatif pasti akan sangat menarik karena perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami kemajuan dari waktu ke waktu dari hari ke hari karena semua orang berharap ingin maju dengan berkreatif maka kita akan selalu mengikuti perkembangan zaman. Perkembangan industri kreatif di Indonesia ini sangat menggairahkan, dengan harapan semoga di tahun-tahun akan mendatang akan maju lagi, karena tahun sebelumnya Indonesia letak dari data OPUS ekonomi kreatif tahun 2020 subsektor ekonomi memberikan kontribusi setidaknya senilai 1.211 Triliun Rupiah pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Dimana pada tahun sebelumnya hanya mencapai 1.105 Triliun Rupiah (Uddin, 2022). Hal tersebut menunjukkan peningkatan besar dari nilai PDB. Indonesia menghadapi persaingan-persaingan dikarenakan belum terpenuhinya kualitas dan kompetensi SDM khususnya dibidang ekonomi kreatif, namun sudah cukup menggambarkan adanya data kenaikan.

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan keterampilan, talenta dan kreativitas yang berpotensi dalam meningkatkan kesejahteraan sedangkan, menurut departemen perdagangan RI pada tahun 2009, industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan,

9. **Mempelajari Keterampilan Khusus**

Para pelaku usaha cenderung memiliki pengetahuan di bidangnya masing-masing. Pelaku bisnis akan membangun bisnis dengan mengajarkan keterampilan dan mempraktekkan. Keterampilan tersebut dapat berupa soft skill yaitu negosiasi, interaksi dan komunikasi.

10. **Membuat Produk**

Membuat produk, disini produk yang dimaksud adalah berupa grafik, desain dan yang lainnya. Jika pelaku usaha dapat membuat produk yang menarik, maka akan ikut meningkatkan ekonomi kreatif.

D. Referensi

Uddin, S. (2022). *INDUSTRI KREATIF. PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk. Indonesia.* Retrieved October 26, 2022, from https://www.researchgate.net/ publication/358901068

BAB 11

AKTOR PENGGERAK EKONOMI KREATIF

Dr. Irwan, M.Si.
Universitas PGRI Sumatera Barat

A. Orientasi Gelombang Ekonomi Kreatif

Indonesia wilayah yang memiliki sumber daya alam yang beraneka ragam. Keanekaragaman tersebut mulai tingkat pertanian, perikanan hingga pertambangan. Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi secara nasional dengan melalui pengembangan ekonomi kreatif (Airlangga, 2019; Azizah & Muhfiatun, 2018). Pengembangan ekonomi kreatif para pelaku usaha khususnya di bidang ekonomi kreatif, yang menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat indonesia. Indonesia nantinya juga akan mengalami bonus demografi hingga tahun 2035, dimana hingga tahun 2030 jumlah penduduk usia produktif diperkirakan diatas 60 persen dan 27 persen diantaranya adalah penduduk muda dengan rentan usia 16-30 tahun. Penduduk muda indonesia tersebut berpotensi menjadi wirausaha dan tenaga kerja yang memiliki talenta kreatif dan nantinya akan mampu menggerakkan dinamika ekonomi, sosial, dan budaya. Peluang tersebut sangat ditunjang dengan banyaknya wilayah dan kawasan yang memiliki potensi sumber daya yang besar akan tetapi belum dikembangkan secara optimal. Termasuk salah satu dari alternatif baru penggerak perekonomian nasional, sektor ekonomi kreatif sangat mendukung penciptaan nilai tambah terhadap produk

D. Referensi

Airlangga, S. P. (2019). *Hakikat Penguasa dalam Negara Hukum Demokratis*. Cepalo.

Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Apl J Apl Ilmu-ilmu Agama, 17*(2), 63.

Delanova, M. (2019). Strategi Pengembangan Industri Kreatif Bandung Oleh Pemerintah Kota Bandung Dalam Mengantisipasi Implementasi Asean Free Trade Area Dan Asean Economic Community. *J Din Glob, 4*(01), 66-122.

Fatmawati, D. (2020). *Pemberdayaan Usaha Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Ekonomi Keluarga Dalam Prespektif Ekonomi Islam*. *4*, 1-23.

Halim, A. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *J Ilm Ekon Pembang. 1*(2), 157-172.

Hasan, M. (2018). Pembinaan Ekonomi Kreatif Dalam Perspektif Pendidikan Ekonomi. *JEKPEND J Ekon dan Pendidik, 1*(1), 81.

Larassaty, A. L. (2016). Kontribusi Sumber Daya Manusia Di Bidang Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Kinerja Pariwisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kebupaten Pasuruan). *Pros Semin Nas Ekon dan Bisnis Call Pap FEB UMSIDA 2016*, 95-113.

Latifah, E. (2019). Perkembangan Ekonomi Digital. *J Ekon Digit, 3*(2), 21-27.

Maryati, S., Handra, H., & Muslim, I. (2021). Penyerapan Tenaga Kerja dan Pertumbuhan Ekonomi Menuju Era Bonus Demografi di Sumatra Barat Labor Absorption and Economic Growth Towards the Demographic Bonus Era in West Sumatra. *J Ekon dan Pembang Indones, 21*, 95-107.

Noviana, R. (2016). Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif Terhadap Kreativitas Remaja Di Kota Lhokseumawe (Studi Kasus Pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia). *J Visioner dan Strateg, 5*, 53.

Rusfiana, Y., & Supriatna, C. (2021). *Memahami Birokrasi Pemerintahan dan Perkembangan*.

Rustiadi, E. (2001). *Pergeseran Menuju Paradigma Baru Pengembangan Wilayah. Makal disampaikan pada Forum Disk Pengemb Metod, Puslitbang Ketenagakerjaan dan*

Ketransmigrasian, Dep Tenaga kerja dan Transm 20 Agustus 2001. Makalah disampaikan pada Forum Disk Pengembangan Metode, Puslitbang Ketenaga kerjaan, 1-26.

Suparta, I. W. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung. *J Ekon Pembang, 12*(1), 1-8.

Trisyanti, U., & Prasetyo, B. (2018). Revolusi Industri dan Tantangan Revolusi Industri 4.0. Pros SEMATEKSOS 3 "*Strategi Pembangunan Menghadapi Revolusi Industri 40*". Retrieved November 25, 2022, from http://iptek.its.ac.id/index.php/jps/article/view/4417

BAB 12

POTENSI DAN PANGSA PASAR INDUSTRI KREATIF

Chaerul Sani, S.T., M.M.
Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai

A. Potensi Kekayaan Alam dan Budaya sebagai Sumber Inspirasi Kreatif

Indonesia merupakan negeri yang kaya akan sumber daya alam yang melimpah. Setiap flora dan fauna yang dimiliki merupakan spesies unik yang tidak dapat ditemukan di negara lain. Tidak kalah pentingnya dengan bahan tambang dan juga sumber energi terbarukan yang sangat melimpah. Intensitas matahari yang penuh dalam satu tahun, samudra luas dan garis pantai yang paling panjang. Energi dari panas bumi pun sangat besar. Dari sekian banyak sumber daya alam yang melimpah dan potensi energi yang besar, Indonesia mampu menjadi negara maju dan mandiri.

Secara alamiah, indonesia memiliki kekayaan alam yang sangat luar biasa dan hasil kekayaan yang beraneka ragam. Kondisi tanahnya yang sangat subur, dapat ditumbuhi segala macam tanaman yang dapat dikembangkan. Semua kekayaan alam tersebut merupakan modal dasar ekonomi kreatif dan dapat dikembangkan secara komersial. Berbagai usaha dapat dilakukan untuk menciptakan kesempatan kerja dan pendapatan dari sumber daya alam, misalnya usaha kreatif dari hasil pertambangan dan galian, usaha kreatif hasil pertanian,hasil perkebunan, hasil kehutanan, hasil perikanan, hasil kelautan, hasil peternakan, dan bentuk kekayaan alam lainnya, seperti obyek-obyek wisata alam (Sari et al., 2020).

Jika peningkatan kualitas produk tidak menjadi prioritas dalam strategi usaha kerajinan maka dapat dipastikan perajin akan kehilangan pangsa pasar. Kompetisi yang ketat menyebabkan tuntutan pada peningkatan kualitas produk tidak dapat ditunda lagi. Pengalaman dari beberapa sentra kerajinan yang kehilangan pangsa pasar akibat dari penurunan kualitas produk sudah banyak terjadi di Indonesia (Wicaksono, 2016).

Rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2019-2025" yang diterbitkan oleh departemen perdagangan RI, disebutkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya bertumpu pada pengembangan industri, tetapi juga pengembangan berbagai faktor yang signifikan perannya dalam ekonomi kreatif. Yaitu sumber daya manusia, sumber daya alam, teknologi, tatanan institusi, dan lembaga pembiayaan yang menjadi komponen dalam model pengembangan industri kreatif.

Ini tentu menjelaskan bahwa pengembangan ekonomi di Indonesia membutuhkan ketersediaan bahan baku atau sumber daya, infrastruktur dan teknologi, sumber daya manusia siap pakai, serta lembaga penyokong keuangan atau financial institutions (SATUNAMA, 2021).

D. Referensi

BAPPENAS. (2017). *Bing images.* Retrieved December 5, 2022, from https://www.bing.com/images/search?q=bappenas+2017&qpvt=Bappenas+(2017&form=IGRE&first=1&tsc=ImageHoverTitle

Balai Pelestarian Cagar Budaya Sumatera Barat. (2020). *Warisan Budaya sebagai Inspirasi Industri Kreatif*. Retrieved November 25, 2022, from http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbsumbar/warisan-budaya-sebagai-inspirasi-industri-kreatif/

Ernst, & Young. (2015). *Seeking Sustainable Growth: The Luxury and Cosmetics Financial Factbook 2015 Edition – Search.* Retrieved November 25, 2022, from https://www.bing.com/search?q=Ernst+%26+Young+(2015)+Seeking+Sustain

able+Growth%3A+The+Luxury+and+Cosmetics+Financial+Factbook+2015+Edition&cvid=a42bbe4cf3624471bfa4bed040c0dfbb&aqs=edge..69i57.4246j0j1&pglt=43&FORM=ANNTA1&PC=EDGEDB

Kompasiana. (2022). *6 Ide Kreatif Pemanfaatan Sumber Daya Alam Indonesia.* Retrieved November 25, 2022, from https://www.kompasiana.com/mhadis/62070ae0b4616e635c7e8f23/6-ide-kreatif-pemanfaatan-sumber-daya-alam-indonesia

Lingga, M. A. (2019). *Tiga Industri Kreatif yang Punya Potensi Besar di Indonesia, Apa Saja?*. Retrieved November 25, 2022, from https://money.kompas.com/read/2019/09/27/185305726/tiga-industri-kreatif-yang-punya-potensi-besar-di-indonesia-apa-saja

Raymond, C. (2019). Menelusuri Perkembangan dan Potensi Industri Kreatif di Indonesia. Retrieved November 25, 2022, from https://kumparan.com/karjaid/menelusuri-perkembangan-dan-potensi-industri-kreatif-di-indonesia-155082824236124 7154

SATUNAMA. (2021). *Potensi Sumber Daya dan Tantangan Ekonomi Kreatif Indonesia.* Retrieved November 25, 2022, from https://satunama.org/7340/potensi-sumber-daya-dan-tantangan-ekonomi-kreatif-indonesia/

Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N. et al. (2020). *Ekonomi Kreatif.* Yayasan Kita Menulis.

Statitsik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Statitsik Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020.* Retrieved November 25, 2022, from https://kemenparekraf.go.id/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/statitsik-industri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-2020

Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). *Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas Asean. Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal.* Kementerian Keuangan, Jakarta.

Undang Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2010 *tentang Cagar Budaya.*

Wicaksono, A. (2016). Potensi Pengembangan Inovasi Desain Produk Kriya Kukm Indonesia Di Era Industri Kreatif. *Corak, 5*(2).

BAB 13

PENCIPTAAN NILAI TAMBAH EKONOMI KREATIF

Dian Retnaningdiah, S.E., M.Si.
Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta

A. Strategi Penciptaan Nilai

Dunia secara berkala telah mengalami krisis kemanusiaan dengan merebaknya Covid-19 skala global. Hal ini ditunjukkan dengan perkembangan wabah yang hampir tidak ada satupun negara yang kebal dari Covid-19 khususnya Indonesia. Covid-19 membawa dampak kerentanan pada sektor ekonomi (Meester et al. 2021). Sehingga diperlukan readjustment atas model maupun strategi dalam rangka pengentasan kemiskinan dan menekan jumlah pengangguran. Ekonomi kreatif menjadi tindakan solutif dalam persoalan yang diuraikan.

Ekonomi kreatif merupakan konsep era ekonomi baru, dengan unsur kreativitas sebagai faktor pendorong yang berasal dari mental seseorang dalam memperoleh gagasan dan ide baru dalam wujud pemikiran dan inovasi yang ditransformasikan menjadi barang dan jasa (Sari, 2021. Ekonomi kreatif memiliki ekosistem yang berhubungan dengan creative value chain, naturence environment, market dan aerchiving. Sehingga, ekonomi kreatif tidak hanya mengenai nilai tambah ekonomi, melainkan juga nilai tambah sosial budaya dan lingkungan. Oleh karenanya, peran ekonomi kreatif mampu meningkatkan kompetisi atau daya saing guna mencapai taraf kesejahteraan yang lebih baik.

sasaran karena pasar yang menjadi target promosi adalah khalayak luas.

Pada aktivitas komersialisasi secara daring tersebut juga dijelaskan oleh (Troffler, 1989) bahwa teknologi informasi membawa dampak positif dan negatif, sebagai contoh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi kini telah melahirkan selebriti mikro yang disebut dengan istilah selebgram yang mempengaruhi praktik produksi teks berupa video maupun foto sehingga menjadi konten popular (endorsement) yang menjadi aktivitas iklan secara online untuk membantu meningkatnya permintaan konsumen secara efektif, efisien dan, menjangkau secara global. Dari penyebarluasan informasi produk tersebut, selebgram menekankan unsur lifestyle dan self help sehingga memberikan gambaran dalam penggunaan produk dengan menguraikan dampak atau manfaat sehingga calon konsumen akan merasa membutuhkan produk tersebut.

D. Referensi

Alaika, I. (2018). *Komersialisasi di Balik Aktivitas Produksi dan Konsumsi Informasi di Kalangan Selebgram*. UNAIR.

Armelly, A. R. (2021). Analisis sektor unggulan perekonomian Indonesia: Model input-output. *Sorot*, 119-134.

Aziz, A. (2008). *Ekonomi Islam Analisis Mikro dan Makro*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Chollisni, A. E. (2022). The concept of creative economy development-strengthening post covid-19 pandemic in Indonesia: Strategy and public policy management study. *Linguistics and Culture Review,* 413-426.

Comunian, R. A. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends,* 112-128.

Damayanti, M. L. (2020). *Teori Produksi*. 1-15.

Etzkowitz, H. A. (2007). *Regional innovation initiator: the entrepreneurial university in various triple helix models*. In Singapore Triple Helix VI Conference Theme Paper, 1-25.

Galihkusumah, D. D. (2014). Analisis Rantai Nilai Industri Kreatif Di Desa Wisata Jelekong. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*.

Hendrakusuma, F. B. (2018). Kajian Teori Distribusi Dalam Ekonomi Syariah. *Jurnal Aplikasi Pelayaran dan Kepelabuhanan*, 166-174.

Hidayat, S. A. (2012). Model identifikasi risiko dan strategi peningkatan nilai tambah pada rantai pasok kelapa sawit. *Jurnal Teknik Industri.*

Janati, I. R. (2022). *Prosedur Saluran Distribusi Komoditas Pangan Komersial melalui Penjualan Pasar Rakyat di Perusahaan Umum Badan Urusan Logistik (Perum BULOG) Kantor Cabang Surakarta.* Universitas Sebelas Maret.

Kim, W. C. (2009). *Blue Ocean Strategy. Strategi Samudera Biru*. (Terjemahan). Jakarta: Serambi Ilmu Semesta.

Kusmiyati, D. A. (2022). Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, dan Luasan Lahan terhadap Pendapatan Petani Padi di Desa. *Jurnal Ilmiah Keuangan Akuntansi Bisnis* (JIKAB), 81-88.

Maulidya. (2020). *Analisis Keuntungan dan Nilai Tambah Argoindustri Daun Cengkeh di Desa Padang*. Universitas Muhammadiyah Makassar .

Meester, J. J. (2021). *Economic Impact of COVID-19." Financial Disruption and Fragile Markets: A Political-Economic Perspective on SMEs in the Somali Private Sector under COVID-19.* Clingendael Institute.

Papilo, P. (2020). Analisis dan penentuan strategi perbaikan nilai tambah pada rantai pasok kelapa sawit (studi kasus Provinsi Riau). *Jurnal Teknologi Industri Pertanian*, 13-21.

Departement Perdagangan Republik Indonesia. (2008). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015.* Jakarta: Departemen Perdagangan RI.

Romadlan, R. (2020). *Tahapan Pembuatan Petis Ikan Tuna Merk "HSN" Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Konang Kecamatan Galis Kabupaten Pamekasan*. Institut Agama Islam Negeri Madura.

Sari, A. P. M. F. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Satriadi, S. W. (2021). *Manajemen Pemasaran*. UNMUH Jember.

Segrestin, B. A. (2022). *Rethinking the purpose of the corporation with the creative power of the enterprise The corporation: Rethinking the iconic form of business organization.* Emerald Publishing Limited.

Sirine, H. R. (2020). Kewirausahaan Sosial dan Penciptaan Nilai Bersama: Sebuah Kajian terhadap CSR Sido Muncul untuk

Program Desa Rempah dan Buah. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan,* 119-131.

Suryana. (2008). *Kewirausahaan (Kiat dan Proses Menuju Sukses).* Jakarta: Salemba Empat.

Troffler, A. (1989). *The Third Wave.* New York: Batam Book.

UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report*. United Nation: UNCTAD.

Walters. (2010). *Fundamentals Of Marketing Seventh Edition,*. Mc. Graw-Hill.

Wardani, S. I. (2021). Pemanfaatan Digital Marketing sebagai Sarana Komersialisasi Produk Kampung Batik Kembang Turi Blitar. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 253-261.

BAB 14

MODAL DASAR DAN PILAR EKONOMI KREATIF

Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.
Universitas Islam Jakarta

A. Modal Dasar Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif (*creative economy*) merupakan suatu konsep perekonomian yang masih terbilang cukup baru di era saat ini. Penggerakan ekonomi kreatif ini, dalam aktivitasnya sangat mengutamakan ide-ide dan pengetahuan. Dalam pengembangan ide dan pengetahuan tersebut diperlukan kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM). Melalui kreativitas SDM inilah mendorong munculnya inovasi dalam rangka penciptaan produk yang bernilai tambah dan berdampak positif pada pembangunan ekonomi berkelanjutan (Musi, 2019). Pendapat lain, produk yang memiliki nilai ekonomis di era kreatif tidak ditentukan lagi oleh bahan mentah, melainkan fokus pada penggunaan kreativitas dan inovasi melalui pemberdayaan teknologi informasi (Mistriani et al., 2021).

Di Indonesia, konsep ekonomi kreatif penting untuk dikembangkan. Berbagai alasan yang mendasarinya (Hutabarat, 2015): pertama, pengaruh ganda dalam fungsi perekonomian. Potensi ekonomi kreatif memberi efek pada peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan juga penyerapan tenaga kerja. Lebih jauh, ekonomi kreatif dalam aktivitasnya memberi ruang pengembangan bagi industri-industri lainnya, seperti pengolahan, kemasan, distribusi, periklanan, desain produk dan jasa, serta sewa-menyewa

meningkatkan kreativitas dan inovasi para pelaku-pelaku ekonomi kreatif.

Berdasarkan beberapa uraian sebelumnya, dapatlah diketahui bahwa ide dan persediaan pengetahuanlah yang menjadi faktor paling utama untuk menggerakkan aktivitas ekonomi kreatif dan penciptaan produk kreatif. Selanjutnya, ekonomi kreatif memiliki komponen inti dan komponen pendukung. Kedua komponen tersebut menjadi alat atau mesin motivator dalam perkembangan dan pertumbuhan ekonomi kreatif di masa mendatang. Komponen inti sendiri adalah komponen utama pelaku ekonomi kreatif yang meliputi individu, kelompok, dan industri yang menghasilkan produk. Sedangkan, komponen pendukung adalah komponen pendorong yang menciptakan iklim ekonomi kreatif seperti lingkungan geografis, lingkungan industri, dan budaya organisasi (Ningrum et al., 2021).

Komponen-komponen ekonomi kreatif, baik komponen inti maupun komponen pendukung, perlu dibedakan ke dalam tiga kelompok berbeda (Satrio et al., 2020), di antaranya:

1. Kelompok kreatif *(the creative cluster)*, meliputi industri, kelompok, dan individu yang secara langsung maupun tidak langsung menghasilkan produk kultural.
2. Tenaga kerja kreatif *(the creative workforce)*, meliputi individu-individu pemikir dan pelaksana yang terlatih dalam keterampilan budaya yang memotivasi kepemimpinan industri yang tidak hanya terbatas pada budaya dan seni.
3. Komunitas kreatif *(the creative community)*, meliputi tempat konsentrasi area geografis dari pekerjaan kreatif, bisnis kreatif, dan organisasi budaya.

D. Referensi

Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus handicraft dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari

Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, *17*(2), 63-78.

Fitriadi, Y., Novita, W., & Kelana, A. S. (2021). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif Sub Sektor Kuliner di Kota Padang. *Jurnal Ekobistek*, 65-74.

Halim, A. (2020). Pengaruh pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah terhadap pertumbuhan ekonomi kabupaten mamuju. *GROWTH jurnal ilmiah ekonomi pembangunan*, *1*(2), 157-172.

Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, *7*(1), 12-19.

Kahfi, I. H., & Kusmulyono, M. S. (2019). Studi Deskriptif Kepemilikan Modal Kewirausahaan dalam Pendirian Usaha Rintisan Baru. *PERWIRA-Jurnal Pendidikan Kewirausahaan Indonesia*, *2*(2), 188-204.

Mistriani, N., Tutik, T., Yuliamir, H., & Aswan, M. K. (2021). Pelatihan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi Informasi Bagi Karang Taruna, Umkm Masyarakat Lokal Dalam Strategi Pemasaran "Cikaso Creative". *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, *5*(2), 505-516.

Muis, A. R. C. (2019). *Sustainable Competitive Advantage Ekonomi Kreatif Indonesia dalam Dinamika Perdagangan Internasional*. Deepublish.

Ningrum, D. W. N., Khoerunisa, D., Ratnadewi, K., & Hidayat, U. (2021). Analisis Perencanaan Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Dinas Pariwisata, Kebudayaan, Kepemudaan Dan Olahraga Kabupaten Sumedang. *Journal Of Regional Public Administration (JRPA)*, *6*(2), 75-86.

Sartika, S. H., Mashud, M., Hasan, M., Syam, A., Susilowati, E., Purba, B., ... & Raditya, A. (2022). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.

Satrio, A. A., Hasdianto, T. H., & AVK, A. A. (2020). Peran Tradisi Dalam Trend Forecasting. *Serat Rupa Journal of Design*, *4*(1), 40-50.

Suwandi, S., Melinda, M., Rusmardiana, A., Dahliana, A. B., Fiyul, A. Y., Shadiq, T. F., ... & Rehutomo, J. (2022). MENINGKATKAN PENJUALAN DENGAN CUSTOMER ACQUISITION COST. *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, *11*(02), 455-462.

BAB 15

EKONOMI KREATIF DI ERA *SOCIETY* 5.0

Dr. Ignatius Joko Dewanto., S.Kom., M.M., M.Pd.
Universitas Tangerang Raya

A. Ekonomi Kreatif Digital dalam Menyongsong Era *Society 5.0*

Masyarakat adalah sekumpulan individu-individu yang hidup bersama, bekerja sama untuk memperoleh kepentingan bersama yang telah memiliki tatanan kehidupan, norma-norma, dan adat istiadat yang ditaati dalam lingkungan. Salah satu usaha untuk penguatan ekonomi masyarakat adalah dengan melakukan pemberdayaan ekonomi agar kuat, besar, modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar.

Menurut Karl Marx pemberdayaan masyarakat adalah proses perjuangan kaum powerless untuk memiliki surplus value sebagai hak normatifnya. Perjuangan memperoleh surplus value dilakukan melalui distribusi penguasaan faktor-faktor produksi. Pemberdayaan masyarakat dapat diartikan sebagai upaya untuk memulihkan atau meningkatkan kemampuan suatu komunitas untuk mampu berbuat sesuai dengan harkat dan martabat mereka dalam melaksanakan hak-hak dan tanggung jawabnya selaku anggota masyarakat (Mubarak, 2010).

Metode dan pendekatan dalam rangka memperkuat ekonomi masyarakat yang diajukan penulis ada beberapa metode, seperti: ABCD, PAR, dan CBR.

2015). Meskipun demikian e-commerce termasuk di dalamnya para UMKM digital ini telah memberikan transaksi ekonomi digital sebesar US$32 miliar ke Negara ini pada tahun 2020, dan diprediksi akan meningkat menjadi US/$38 miliar pada tahun 2025. Sehingga digitalisasi UMKM merupakan sebuah bentuk investasi yang cukup besar untuk negara maupun masyarakat umum yang akan datang.

Pemanfaatan aplikasi internet seperti media sosial, grab, gojek, tokopedia, sophie, websites, zoom, google meet, dan lainnya merupakan media yang cukup bermanfaat untuk masyarakat umum. Penggunaan drone antar kota diprediksi akan tiba di era society 5.0 akan mempermudah umkm dalam menjalankan usahanya. Perlunya diciptakan pengembangan kompetensi untuk para UMKM dengan sistem digitalisasi umkm di era society 5.0 dengan binaan departemen koperasi dan UMKM dari tingkat pusat ataupun daerah. Sehingga akhirnya diharapkan dapat tercipta Entrepreneur UMKM Digital di Era Society 5.0.

D. Referensi

Cabinet Office. (n.d.). *Cosciety 5.0*. Retrieved November 25, 2022, from https://www8.cao.go.jp/cstp/english/society5_0/index.html

Harayama, Y. (2017). Society 5.0: Aiming for a New Humancentered Society. *Hitachi Review, 66*(6), 556–557.

Howkins, Johns. 2001. "*The Creative Economy*" Penguin Group

Mubarak, W. I., & Chayatin, N. (2010). *Ilmu Kesehatan Masyarakata: teori dan aplikasi*. Jakarta: Salemba Medika.

Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 6 Tahun 2015 *tentang Badan Ekonomi Kreatif.*

Serpa, S., & Ferreira, C. M. (2019). Society 5.0 and Sustainability Digital Innovations: A Social Process. *Journal of Organizational Culture, Communications and Conflict 23*(1), 1–14.

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 *tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.*

Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2002 *tentang Hak Cipta.*

TENTANG PENULIS

Dr. Munajat, S.P., M.Si.

Penulis merupakan Dosen tetap yayasan di Program Studi Magister Ekonomi Pertanian, Program Pascasarjana Universitas Baturaja dan saat ini, penulis diberi amanah sebagai Direktur Program Pascasarjana Universitas Baturaja. Penulis sepenuhnya mengabdikan dirinya di Universitas Baturaja sebagai dosen sejak 1999. Pendidikan formal penulis S-1 Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian UNSRI (1998), S-2 Agribisnis Program Pascasarjana UNSRI (2002) dan S-3 Ilmu Pertanian Bidang Kajian Agribisnis Program Pascasarjana Fakultas Pertanian UNSRI (2012). Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Buku Panduan Penulisan Tesis untuk Perguruan Tinggi (PT. Raja Grafindo Persada. Depok. 2021), Buku Pembangunan Strategis Pelebaran Jalan Perkotaan. Aspek Teknis, Sosial Ekonomi dan Lingkungan. (PT. Raja Grafindo Persada. Depok. 2021), Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber daya Manusia (Widina Bakti Persada Bandung. 2022). Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian (Eureka Media Aksara. Purbalingga. 2022) dan Pemasaran Pertanian (Widina Bakti Persada Bandung. 2022). Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya.

Email: munajat.ub@gmail.com

Alvianita Gunawan Putri, S.E., M.Acc., Ak., CA., CAAT.

Penulis merupakan Dosen Akuntansi pada Program Studi Akuntansi Manajerial, Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang sejak tahun 2019. Penulis memulai karir sebagai Dosen sejak Tahun 2017. Penulis menempuh studi S1 di Jurusan Akuntansi Universitas Gadjah Mada dan melanjutkan studi Profesi Akuntansi dan S2 di Magister Akuntansi Universitas Gadjah Mada. Sebagai

seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif pada beberapa kegiatan seperti kepanitiaan/ organisasi /workshop/seminar/lokakarya tertentu.
Email: alvianita.gunawan@polines.ac.id

Yuyun P. Rahayu, S.P., M.Dev.Econ.(Adv).
Penulis merupakan Dosen Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Pembangunan Universitas Papua sejak tahun 2006. Saat ini menjadi Ketua Program Studi Ekonomi Pembangunan di institusi yang sama. Selain pendidikan formal, penulis juga aktif di organisasi tingkat nasional untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya untuk kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku penulis dari hasil kolaborasi beberapa penulis, di antaranya Pengantar Regresi dan Aplikasinya, Dunia Ilmu Ekonomi Dan Manajemen dan Pengantar Ilmu Ekonomi. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di beberapa jurnal nasional terakreditasi maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi narasumber pada workshop & seminar.
Email: yp.rahayu@unipa.ac.id

Dr. Fifian Permata Sari, S.P., M.Si.
Penulis bernama Dr. Fifian Permata Sari, S.P., M.Si., merupakan tenaga pengajar (dosen tetap) pada Program Pascasarjana (S2) Program Studi Ekonomi Pertanian, Universitas Baturaja Sumatera Selatan. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis menyelesaikan S1, S2 dan S3 di

Universitas Sriwijaya pada Program Studi Agribisnis dan konsentrasi Agribisnis dan Ekonomi Pertanian. Penulis banyak menekuni beberapa kajian berkaitan dengan Ekonomi Pertanian, Pembiayaan Agribisnis, Metodologi Penelitian, Manajemen SDM, Manajemen Strategi, Ekonomi Kreatif dan Entrepreneurship. Buku terbaru yang dihasilkan di tahun 2020, yaitu "Meraup Keuntungan melalui Pengolahan Limbah Pangan (Analisa Biaya dan Rencana Bisnis)" merupakan hasil kajian penelitian yang memenangkan ajang Inovator Sumsel 2020 berkaitan dengan Teknologi Pengolahan Ampas Kedelai menjadi Abon dan Pupuk Organik Cair (POC). Buku lainnya yang dihasilkan antara lain Perencanaan dan Pengembangan Manajemen Sumber Daya Manusia, Buku Panduan Penulisan Tesis untuk Perguruan Tinggi, Konsep dan Implementasi Manajemen Strategi, dan Prinsip-prinsip Ekonomi Pertanian.
Email: fifianpermatasari@gmail.com

Dr. Ir. Hj. A. Besse Dahliana, M.P.
Penulis lahir pada tanggal 11 April 1962 di Kabupaten Wajo Provinsi Sulawesi Selatan, warga keturunan Bugis (Wajo dan Bone). Menempuh (l) Pendidikan Dasar : Sekolah Dasar (SD Kompleks Melayu) 1974, Makassar. Sekolah lanjutan tingkat Pertama (SMP Neg. 7) - 1977, Makassar. Sekolah lanjutan tingkat atas (SMA Neg. 1 - IPA) 1980, Makassar. (2) Pendidikan Sarjana Jurusan Agronomi (Budidaya Pertanian) di Universitas Hasanuddin Makassar (1986). (3) Pendidikan Magister Program Sistem-sistem Pertanian, Konsentrasi dan Minat Kebijakan dan Pembangunan Pertanian (Pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin (2003): (4) Pendidikan Doktor pada Ilmu Pertanian, Konsentrasi Sosial Ekonomi Pertanian pada Program Pascasarjana Universitas Hasanuddin (terdaftar TA 2013/2014 - sekarang). Karya Akademik yang pernah diselesaikan diantaranya: (1) Pengaruh Pemberian Konsentrasi GA3 (Gibbrelin) terhadap Pertumbuhan dan Perkembangan Tanaman. Kol (Brassica oleraceae) di Makassar, 1986 Skripsi Sarjana; (2) Perencanaan produksi dalam Agribisnis, 1988; (3) Pemanfaatan Lahan Sawah

Bero di Sulawesi Selatan, 1989; (4) Pengaruh Pemberian Kapur terhadap Tanah dan Pertumbuhan Tanaman, 1990; (5) Peranan Transpirasi dan Respirasi dalam kelangsungan hidup suatu Tanaman, 1992; (6) Analisis Perbandingan Biaya dan Manfaat Tiga Komoditi Andalan dengan Tanaman Padi dalam rangka memantapkan Pengwilayahan Komoditi di Sulawesi. Selatan, 1997; (7) Persepsi Petani Terhadap Sistem Pertanian Organik (Organik Farming System) pada Petani Padi Sawah di Kabupaten Gowa (Studi Kasus Pertanian Organik di Kecamatan Galesong Selatan), 2003; Tesis Magister (8) Persepsi Petani terhadap Pengendalian Hama Penggerek Buah Kakao (Theobroma Cacao) Dengan Sistem Pemangkasan, Pemupukan, dan Penyelubungan Buah Muda (P3BM) (Kasus di Desa Padaelo Kecamatan Mattiro Bulo Kabupaten Pinrang, 2010; (9) Respon Petani Terhadap Penggunaan pupuk Phonska Pada Usaha Tani Padi Sawah (Oryza Sativa) di Desa Cempa, Kecamatan Cempa, Kabupaten Pinrang, 2011; (10) pemberdayaan Masyarakat Sebagai Proses Penguatan Kapasitas Petani, 2012. (11) Relasi Kuasa antara Pemangku Kepentingan dan Adaptasi Masyarakat dalam Pemanfaatan Danau Tempe di Kabupaten Wajo, 2019; Disertasi Doktor. Tahun 1987 terangkat sebagai Dosen Dipekerjakan Kopertis Wil. IX (DPK) pada STIPI-YAPI Pinrang. Jabatan Struktural :Ketua pada Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian (STIPI-YAPI) Pinrang (1990-1995); Ketua pada Sekolah Tinggi Ilmu Pertanian YAPI Bone (2005-sekarang).
Email: bess_dahliana@ymail.com

Devy Sofyanty, S.Psi., M.M.
Penulis merupakan Dosen Tetap pada Program Studi Sistem Informasi Akuntansi Universitas Bina Sarana Informatika sejak tahun 2011. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Pengantar Manajemen, Kesehatan dan Keselamatan Kerja, Etika Bisnis, Akuntansi Biaya, Perilaku dalam

Organisasi, Pengetahuan Dasar Pasar Modal dan Investasi. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional.
Email: Devy.dyy@bsi.ac.id

Aprianto Soni, M.Pd.
Penulis merupakan Dosen pada Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Amal Ilmiah Yapis Wamena sejak tahun 2020. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya Hukum Lingkungan, Konsep-Konsep Ekologi dalam Pembangunan Berkelanjutan, Inovasi Pembelajaran Yang Berorientasi Pada Outcome- Based Education (OBE) Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu baik Nasional maupun Internasional serta menjadi Penyuluh pada kegiatan yang dilaksanakan oleh Dinas di lingkungan kabupaten Jayawijaya Provinsi Papua Pegunungan.
Email: aprianto1488@gmail.com

Kurniawati, S.E., M.M.
Penulis merupakan Dosen Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah sejak tahun 2011. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan pengusaha yang menggeluti bidang pendidikan dan kuliner. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional.

Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/ lokakarya tertentu.
Email: kurniawatistaidenpasar@gmail.com

Sri Suyarti, S.E., M.M.
Penulis merupakan Dosen Manajemen pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gentiaras sejak tahun 2010. Pengampu mata kuliah Bank dan lembaga keuangan, kewirausahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi wakil ketua IWABRI (Ikatan Wanita Bank Rakyat Indonesia), wakil ketua bidang pelatihan dan pengembangan IWAPI Provinsi Lampung.
Email: srisuyarti65@gmail.com

Dr. Hj. Arfiani Yulianti Fiyul, M.M.
Penulis Lahir di Kota Malang Jawa Timur, 05 Juli 1968. Dosen Tetap Pascasarjana Magister Ilmu Manajemen Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang (UNIS Tangerang). Pengalaman Pendidikan SD Negeri 4 Donggala Sulawesi Tengah, SMPN 1 Donggala Sulawesi Tengah, SMAN 1 Banawa Donggala Sulawesi Tengah, S1 Pertanian Universitas Tadulako (UNTAD) Palu Sulawesi Tengah), S2 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pasundan Bandung (STIEPAS) pengalaman bekerja ketua yayasan jasmine solusi cendekia Cimahi tahun 2001-sekarang, asesor BANP Provinsi Jawa Barat, trainer Motekar-sekarang, menulis beberapa buku kolaborasi dan menulis di media online. Ketua PAUD Jasmine 2001-sekarang.
Email: arfiani.yulianti@unis.ac.id

Dr. Irwan, M.Si.

Penulis dilahirkan di Provinsi Riau, Kabupaten Kepulauan Meranti, Kecamatan Tasik Putri Puyu, Desa Putri Puyu, pada tanggal 10 Januari 1990. Penulis anak ketujuh dari sembilan bersaudara, pasangan dari Bapak H. Salam (Alm) dan Ibu Hj. Zaiman. Riwayat pendidikan penulis dimulai dari Sekolah Dasar di SDN 053 dakal, tahun 1998-2003, Madrasah Diniyah Awaliyah (Nurul Huda Dakal), Tahun 2000-2003, Yayasan Pondok Pesantren. Darussalam (YPPD) Pematang Duku Bengkalis Tingkat MTS Tahun 2003-2006, Madrasah Aliyah Negeri Bengkalis Tahun 2006-2009. Pendidikan Sarjana (S1) ditempuh pada Program Studi Pendidikan Sosiologi, Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat, lulus pada Tahun 2013, dengan beasiswa Yayasan STKIP PGRI Sumatera Barat, tahun 2013 penulis diterima Program Pascasarjana Universitas Andalas-Padang, di Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, menamatkan pada tahun 2015, dengan Beasiswa Bakrie Center Foundation. Kesempatan untuk melanjutkan ke Program Doktor pada Program Studi Sosiologi Pedesaan, Fakultas Ekologi Manusia, IPB University, pada Tahun 2017-2020. Beasiswa Pendidikan diperoleh dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (DIKTI) melalui Beasiswa Pendidikan Pascasarjana Dalam Negeri (BPPDN). Saat ini penulis bekerja sebagai Dosen Program Magister Studi Humanitas dan Program Sarjana Program Studi Pendidikan Sosiologi, Universitas PGRI Sumatera Barat, pada Tahun 2015 hingga sekarang. Tahun 2016-2017, penulis dipercaya sebagai ketua Gugus Kendali Mutu pada Tingkat Program Studi Sekolah Tinggi Keguruan dan Ilmu Pendidikan (STKIP) PGRI Sumatera Barat. Penulis memiliki karya-karya berbentuk buku, prosiding, jurnal baik secara nasional maupun internasional. Link karya terdapat pada google scholar yaitu https://scholar.google.com/citations?user=-MerHfgAAAAJ&hl=id&oi=ao; Sinta: https://sinta.ristekbrin.go.id/authors/detail?id=5976555&view=overview;Scopus:https://www.scopus.com/authid/detail.uri?a uthor

Id=57221476007; ID Publon:https://publons.com/ researcher/ 4201880/irwan-irwan/; ID Researcher: AAC-8859-2021.
Email: irwan7001@gmail.com

Chaerul Sani, S.T., M.M.
Penulis merupakan Dosen Ekonomi pada Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai sejak tahun 1999. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/ seminar/lokakarya tertentu.
Email: chaerulsani4@gmail.com

Dian Retnaningdiah, S.E., M.Si.
Penulis merupakan Dosen manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas 'Aisyiyah Yogyakarta. Pendidikan jenjang S1 diperoleh di Universitas Islam Indonesia Yogyakarta tahun 1987 dan lulus tahun 1992 pada bidang Manajemen. Jenjang S2 ditempuh di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta tahun 1995 dan lulus tahun 1998 pada Program Studi Magister Sains Manajemen. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen, khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. tulisan yang dibuat dalam bentuk book chapter sebelumnya adalah berjudul "mengenal lebih dekat ekonomi syariah". Penulis saat ini diamanahi sebagai pengawas pada Lembaga Keuangan Mikro Syariah Bank Wakaf Mikro (LKMS-BWM) Usaha Mandiri Sakinah (UNISA), Sleman DIY. Penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di

beberapa jurnal nasional maupun internasional, dan juga sebagai reviewer pada jurnal nasional dan internasional.
Email: dianretnaningdiah@unisayogya.ac.id

Dr. Rukun Santoso, S.E., M.M., M.Si.
Penulis lahir di Lamongan, 18 Juni 1959. Menekuni dunia manajemen sejak menjadi mahasiswa di Universitas Indonesia Jurusan Ilmu Administrasi Niaga lulus pada tahun 1997, gelar Magister diperoleh dari Universitas Indonesia jurusan Ilmu Administrasi Fiskal lulus tahun 2003. Sedangkan gelar Doktor diraihnya di Universitas Pancasila Jurusan Ilmu Ekonomi (Strategi Bisnis) lulus tahun 2020. Dalam perjalanan karirnya, beliau menjadi direktur keuangan di perusahaan BUMN dan juga swasta. Penulis juga aktif dalam dunia politik dan pernah menjadi Ketua Fraksi DPRD DKI Jakarta. Selain itu aktif di berbagai organisasi, diantaranya ketua umum ASPEKINDO, wakil ketua di DPP HKTI, Wakil Ketua SAHI,Wakil Ketua ISEI DKI Jakarta, dewan pembina masika ICMI, dewan pertimbangan Alumni Universitas Indonesia, dewan pembina di Yayasan Wakaf Ummul Mukminin, Wakil Ketua Koperasi KSU Sahi Maju Bersama, dewan pertimbangan K-MERSII, Sekarang aktif menjadi dosen tetap di Program Pascasarjana Universitas Islam Jakarta, dosen terbang di Pascasarjana Institut STIAMI, dosen terbang di Fakultas Ekonomi Universitas Pancasila dan sebagai dosen terbang di berbagai kampus lainnya, aktif dalam menulis buku, jurnal nasional maupun internasional.
Email: rukunsantoso1859@gmail.com

Dr. Ignatius Joko Dewanto., S.Kom., M.M., M.Pd.
Penulis merupakan Dosen Fakultas Ekonomi Bisnis dan Humaniora Universitas Tangerang Raya sejak tahun 2018. Sebagai seorang yang sepenuhnya mengabdikan dirinya sebagai dosen, selain pendidikan formal yang telah ditempuhnya penulis juga mengikuti berbagai pelatihan untuk meningkatkan kinerja dosen,

khususnya di bidang pengajaran, penelitian dan pengabdian. Penulis juga merupakan praktisi di perusahaan xxx. Beberapa buku yang penulis telah hasilkan, di antaranya web desain. Sebagai penulis book chapter pembelajaran tematik, kebijakan pendanaan utang, Manajemen Keuangan. Selain itu, penulis juga aktif melakukan penelitian yang diterbitkan di berbagai jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga aktif menjadi pemakalah di berbagai kegiatan dan menjadi narasumber pada workshop/seminar/lokakarya tertentu.

Email: djokodewanto@gmail.com