

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar belakang

Peran aktif masyarakat dalam berinovasi dan beradaptasi dengan ekonomi global dapat mempengaruhi perkembangan struktur ekonomi suatu negara, salah satunya adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi berbasis ide baru yang memanfaatkan kreativitas untuk menciptakan nilai tambah, menciptakan lapangan pekerjaan, dan melestarikan budaya (Bimantara et al., 2020; Ermawati & Lestari, 2022; Nations, 2021; Purnomo, 2016). Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar ekonomi kreatif antara lain kreativitas, inovasi, dan penemuan. Kreativitas adalah kemampuan individu dalam menciptakan ide baru atau menemukan cara baru dalam menghadapi masalah. Inovasi adalah kemampuan untuk menerapkan ide-ide kreatif menjadi suatu produk atau jasa yang bernilai ekonomi. Sementara penemuan adalah menciptakan sesuatu yang belum ada sebelumnya (Brouillette, 2014; Hasan & Purba, 2022; Purnomo, 2016; Veselá & Klimová, 2014).

Kreativitas pelaku ekonomi kreatif mengembangkan ide yang sudah ada ataupun menciptakan ide baru dengan menciptakan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar dan terdapat nilai tambah bagi konsumen (Amabile & Pratt, 2016; Hasan & Purba, 2022). Sementara itu, menurut (Kalil & Aenurohman, 2020; Saragih, 2017), kreativitas adalah kemampuan menemukan cara baru yang lebih efektif, sedangkan inovasi adalah suatu upaya memperkenalkan kebaruan (novelty) dan mencari perbaikan (improvement) yang efisien dalam proses atau produk yang telah ada. Ekonomi kreatif bergantung pada sumber daya manusia dan merupakan konsep yang berkembang berdasarkan interaksi antara kreativitas, ide, kekayaan intelektual, pengetahuan, dan teknologi (Ermawati & Lestari, 2022; Hasan & Purba, 2022; Purnomo, 2016). Indeks Pembangunan Manusia (IPM) memiliki relevansi dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui teknologi dan

penggunaan internet untuk membuka peluang baru di sektor kreatif dan menjadi komponen penting dalam mendukung transformasi ekonomi di era digital (Arvianti & Suliswanto, 2024; Suliswanto, 2021). Digitalisasi sumber daya manusia meningkatkan efisiensi dan inovasi dalam ekonomi kreatif. Industry kreatif dalam konteks pariwisata dapat mencakup seni, budaya, dan kuliner yang dapat meningkatkan daya tarik wisatawan untuk mencari pengalaman otentik dan pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Seiring dengan perkembangan zaman, alur perkembangan ekonomi global maupun lokal mengalami perubahan. Sektor ekonomi yang semula berbasis konvensional cenderung mengandalkan bahan baku dari sumber daya alam, kini beralih ke industri kreatif, di mana industri kreatif cenderung mengandalkan teknologi (Hull et al., 2007; Le Dinh & Chien Vu, 2018; Musta'in et al., 2022). Jika dikerucutkan, ekonomi kreatif merupakan sebuah landasan dalam industri kreatif yang mencakup produksi, tenaga kerja, dan perdagangan. Industri kreatif merupakan bagian dinamis dalam perekonomian global dan sebuah potensi yang dapat diraih oleh negara berkembang untuk meningkatkan perekonomiannya (Hasan & Purba, 2022; Unctad, 2018; *UNITED NATIONS Creative Economy Outlook 2024*, 2024).

Indonesia sebagai negara berkembang, melihat ekonomi kreatif sebagai kunci untuk bersaing di pasar global dengan fokus pada penciptaan barang dan jasa melalui keahlian, bakat, dan kreativitas yang dilindungi melalui hak cipta dan merek dagang. Dengan kata lain industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif ini menjual ide dan kreativitas, di mana karakter penting wirausahawan adalah kemampuan dalam berinovasinya untuk memenuhi kebutuhan pasar. Dan tanpa adanya inovasi, perusahaan tidak dapat bertahan (Musta'in et al., 2022; Saksono, 2015). Dengan adanya digitalisasi telah mengubah kehidupan termasuk aktivitas perekonomian, di mana digitalisasi memberikan dampak yang positif dari segi fleksibilitas dalam waktu dan tempat (Musnaini et al., 2020; Saputra & Rizaldi, 2021; Sartono, 2021).

Di era perkembangan ekonomi kreatif yang mengglobal, kreativitas dan inovasi yang didorong dengan perkembangan teknologi menjadi syarat utama dalam bersaing secara global dan diiringi dengan penguatan infrastruktur digital serta peningkatan keterampilan sumber daya manusia. Di sisi lain, para pelaku ekonomi kreatif berpeluang untuk menjalankan aktivitas mereka tanpa harus membutuhkan ruang fisik dan memberikan mereka kesempatan untuk memanfaatkan peluang yang ada (Flew & Cunningham, 2010; Hair et al., 2012; Musta'in et al., 2022; Purnomo, 2016). Berdasarkan data pada (Badan Pusat Statistik, 2023), sebanyak 66.48% pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan, yang semula pada tahun 2021 hanya sebanyak 62.10%. Dengan peningkatan jumlah pengguna internet tersebut menunjukkan tingginya penerimaan teknologi dan keterbukaan informasi yang mendorong digitalisasi ekonomi. Teknologi membuat masyarakat lebih produktif, memengaruhi produksi, pemasaran, dan perilaku konsumen yang kini lebih efisien.

## **B. Rumusan Masalah**

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana perkembangan penulisan penelitian ekonomi kreatif berbasis digital dengan menggunakan pendekatan tinjauan literature review?
2. Bagaimana tren jumlah publikasi artikel dan jurnal yang meneliti ekonomi kreatif berbasis digital?
3. Bagaimana kondisi ekonomi berbasis digital di Indonesia jika dibandingkan dengan negara maju dengan menggunakan pendekatan perkembangan penelitian ekonomi kreatif berbasis digital?

### C. Tujuan

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui perkembangan penulisan ekonomi kreatif berbasis digital melalui pendekatan digital (tinjauan literature review).
2. Mengetahui tren publikasi yang meneliti ekonomi kreatif berbasis digital.
3. Mengetahui kondisi ekonomi kreatif berbasis digital di Indonesia dengan negara maju menggunakan pendekatan perkembangan penelitian ekonomi kreatif berbasis digital.

### D. Manfaat

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat akademis dan praktis sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis  
Memberikan kontribusi ilmiah dalam kajian penelitian ekonomi kreatif berbasis digital di Indonesia, serta dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dengan menggunakan pendekatan tinjauan literature review.
2. Manfaat Praktis  
Memberikan wawasan dan pemahaman mengenai penelitian ekonomi kreatif berbasis digital menggunakan pendekatan tinjauan literature review agar dapat menjadi acuan bagi para pelaku ekonomi.

### E. Keterbatasan

Pada penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya:

1. Penelitian terbatas dengan rentang waktu 10 tahun (2014-2023).
2. Sumber data yang berasal dari Scopus terbatas pada bidang subjek *social science; business, management, and accounting*; serta *economics, econometrics, and finance*, untuk memastikan relevansi dengan topik yang sedang diteliti.

3. Berfokus pada penelitian ekonomi kreatif berbasis digital di Indonesia. Meskipun data yang digunakan bersumber pada scopus dengan cakupan publikasi global.

