

Ekonomi kreatif digital : Peluang umkm di tahun 2025

Afis Rizkyan

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail : afisrizyann@gmail.com

Kata Kunci:

UMKM, kreatif digital, ekonomi, peluang, tahun 2025

Keywords:

MSMEs, digital creativity, economy, opportunities, 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi besar dalam sektor ekonomi, khususnya dalam ekonomi kreatif. Di tahun 2025, digitalisasi memberikan peluang strategis bagi usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk tumbuh lebih cepat, menjangkau pasar yang lebih luas, serta meningkatkan daya saing di tengah era globalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan tantangan yang dihadapi UMKM dalam memanfaatkan ekosistem ekonomi kreatif digital, serta merumuskan strategi adaptif untuk memaksimalkan peluang tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur dan wawancara kepada pelaku UMKM diberbagai sektor kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi membuka akses kepada platform e-commerce, media sosial, dan sistem pembayaran digital yang mendukung meningkatkan produktivitas dan inovasi. Meski begitu, rendahnya literasi digital, terbatasnya infrastruktur, serta kendala pendanaan masih menjadi tantangan utama yang dihadapi. Untuk itu, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan menjadi kunci dalam membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan bagi UMKM.

ABSTRACT

The advancement of digital technology has driven significant transformations in the economic sector, particularly in the creative economy. By 2025, digitalization presents strategic opportunities for Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) to grow faster, reach broader markets, and enhance their competitiveness in the era of globalization. This study aims to analyze the potentials and challenges faced by MSMEs in leveraging the digital creative economy ecosystem, as well as to formulate adaptive strategies to maximize these opportunities. A descriptive qualitative approach was employed, utilizing literature studies and interviews with MSMEs actors across various creative sectors. The findings indicate that digitalization enables access to e-commerce platforms, social media, and digital payment systems, all of which contribute to increased productivity and innovation. Nevertheless, low digital literacy, limited infrastructure, and funding constraints remain the main challenges. Therefore, synergy between the government, the private sector, and educational institutions is key to building an inclusive and sustainable digital ecosystem for MSMEs.

Pendahuluan

Memasuki tahun 2025, dunia terus mengalami transformasi dunia yang pesat. Teknologi tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga membuka peluang ekonomi baru yang semakin luas. Salah satu sektor yang berkembang signifikan adalah ekonomi kreatif digital-sebuah ekosistem yang menggabungkan kreativitas, inovasi dan teknologi dalam menghasilkan nilai ekonomi. Seiring dengan dinamika perkembangan saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting sebagai penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Selama sepuluh tahun terakhir, sektor ekonomi kreatif digital telah



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

berkembang menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Di tengah disrupsi teknologi dan percepatan digitalisasi, sektor UMKM dituntut untuk beradaptasi agar tetap kompetitif (Damanik & Sabila, 2022).

Tahun 2025 diprediksi sebagai momentum krusial bagi UMKM Indonesia untuk memperkuat eksistensinya di ranah digital. Pemberdayaan UMKM dapat ditingkatkan melalui edukasi pemasaran digital, yang memberikan pemahaman dan keterampilan praktis bagi pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi untuk memperluas jangkauan pasar (Sadiyah et al., 2024). Hal tersebut diperkuat oleh (Vania & Fikriah, 2023), yang menyampaikan bahwa penerapan creative digital marketing memberikan kontribusi signifikan terhadap keberlanjutan UMKM, terutama dalam membangun daya saing dan mempertahankan eksistensi usaha dalam jangka panjang. Pemerintah, swasta, dan masyarakat sipil memainkan peran penting dalam menciptakan ekosistem yang mendukung pengembangan UMKM berbasis digital. Agar mampu bersaing dan tumbuh di era digital, UMKM perlu memiliki pemahaman yang mendalam tentang peluang dan tantangan yang terdapat dalam ekosistem ekonomi kreatif digital. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana peluang ini dapat di manfaatkan secara optimal oleh pelaku UMKM di tahun 2025. Akan ada banyak pertanyaan tentang bagaimana cara yang tepat untuk memanfaatkan Ekonomi kreatif digital yang sangat berperan penting untuk UMKM. Dalam UMKM tidak selamanya usaha akan berjalan dengan mulus melainkan pasti ada masalah atau resiko-resiko yang harus di hadapi oleh pengusaha. Nah dari masalah-masalah yang akan muncul ini akan timbul pertanyaan bagaimanasih cara terbaik untuk mengatasi masalah-masalah tersebut. Tapi sebelum itu mari kita bahas apa peran digitalisasi yang mempengaruhi UMKM ini.

Pembahasan

Strategi internasionalisasi umkm perlu didasarkan pada pemahaman teori serta perspektif global, agar pelaku usaha mampu bersaing di pasar internasional dengan pendekatan yang terstruktur dan adaptif terhadap dinamika global (Yuliati & Osijo, 2024). Adapun Study Ekonomi kreatif yang dilakukan oleh United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) pada tahun 2010 mendefenisikan ekonomi kreatif sebagai “An evolving concept based on creative assets potentially generating economic growth and development”. Dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Mendorong peningkatan pendapatan, serta menciptakan pekerjaan, pendapatan ekspor dan impor serta tidak lupa mempromosikan kepedulian social, keragaman budaya, dan pengembangan manusia.
2. Dalam penjabaran ini tidak lupa menyertakan aspek social, budaya, dan ekonomi dalam pengembangan teknologi, hak-hak intelektual, dan pariwisata.
3. Aktivitas-aktivitas ekonomi yang memakai pengetahuan dengan tujuan pengembangan dan memiliki keterhubungan lintas level ekonomi mikro dan makro secara keseluruhan
4. Pilihan-pilihan strategi yang dilakukan untuk pengembangan yang membutuhkan Tindakan lintas kementerian dengan kebijakan inovasi dan kreatif yang multi disiplin

5. Ekonomi kreatif adalah jantung terhadap industri kreatif

Departemen perdagangan Republik Indonesia pada tahun 2008 menyatakan bahwa ekonomi kreatif digital menjadi Upaya untuk membangun ekonomi secara berkepanjangan dengan menimbulkan daya saing yang memiliki banyak sumber daya yang di perbarukan (Avianto et al., 2020). Industri kreatif juga berfungsi sebagai penggerak untuk menciptakan nilai ekonomi yang baik di era ekonomi kreatif. Dalam hal ini industri kreatif dapat menciptakan transaksi ekonomi, bukan hanya ekonomi melainkan juga dapat menciptakan transaksi social dan budaya. Hubungan antara ekonomi kreatif dengan industri kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang mencakup industri dengan kreativitas yang mengandalkan manusia sebagai aset utama untuk menciptakan nilai tambah ekonomi yang akan merubah bagaimana pandangan orang-orang akan ekonomi kreatif digital ini

*“Kegiatan ekonomi berdasarkan kreativitas
dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya
cipta individu bernilai ekonomis dan berpengaruh terhadap
kesejahteraan Masyarakat Indonesia”*

Pengembangan ekonomi kreatif memerlukan strategi yang terarah, seperti penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas sdm, dan dukungan infrastruktur yang memadai guna mendorong pertumbuhan sektor ini secara berkelanjutan (Bimantara et al., 2020). (Wahyuningsih & Satriani, 2019) menyatakan bahwa pendekatan ekonomi kreatif berkontribusi secara positif terhadap pertumbuhan ekonomi, karena mampu menciptakan nilai tambah melalui inovasi, kreativitas, dan pemanfaatan potensi lokal sebagai sumber daya ekonomi baru. Jika kita berbicara tentang ekonomi kreatif digital pasti tidak luput dari pertanyaan apa saja peran-peran ekonomi kreatif digital. Berikut merupakan peran-peran ekonomi kreatif digital sebagai sarana untuk mempermudah seseorang melakukan atau membangun usaha sebagai berikut :

1. Digitalisasi sebagai Enabler Ekonomi Kreatif

Digitalisasi memungkinkan pelaku UMKM untuk memperluas pasar, meningkatkan efisiensi produksi, serta memperkuat brand melalui media sosial dan e-commerce. (Basri & UPY, 2022) menekankan bahwa bahan ajar ekonomi kreatif harus mampu membekali peserta didik dengan pemahaman tentang inovasi, kewirausahaan, serta pemanfaatan potensi lokal sebagai dasar dalam pengembangan usaha yang kreatif dan berkelanjutan. Teknologi seperti artificial intelligence, Internet of Things (IoT), dan cloud computing membuka peluang baru dalam penciptaan produk dan layanan berbasis kreativitas. Seperti yang kita ketahui Enabler ini sangat bermanfaat untuk orang-orang yang mau mulai ide bisnis yang membutuhkan support agar ide bisnisnya bisa berkembang kedepannya. Tapi jika Enabler di gunakan oleh orang-orang yang suka dengan tindakan yang negatif seperti memfasilitasi orang-orang dalam merugikan diri sendiri dan orang lain contohnya : membiayai seseorang untuk membeli alcohol, membiayai seseorang untuk berbuat jahat dan lain-lain.

2. Platform Digital dan Akses Pasar Global

Platform seperti Tokopedia, Shopee, dan TikTok Shop memberikan akses kepada UMKM untuk menjangkau konsumen lebih luas, bahkan hingga pasar internasional. Keberadaan fintech juga mempermudah akses pembiayaan yang selama ini menjadi hambatan klasik bagi pelaku UMKM. Tidak usah jauh-jauh memikirkan bagaimanasih caranya untuk memulai UMKM di zaman yang sudah canggih seperti ini. Platform-platform yang sudah di sebut di awal kalimat menjadi alat untuk kita melakukan kegiatan pasar secara online, apalagi alat-alat ini bukan hanya digunakan di dalam negeri saja melainkan mendunia. Jadi tugas kita sekarang bagaimana cara kita menggunakan dan mengembangkan teknologi ini mungkin, sebagai penegak UMKM yaitu pengusaha-pengusaha ataupun pelanggan dalam platform tersebut.

3. Peran Kebijakan dan Infrastruktur Digital

Dukungan kebijakan seperti program digitalisasi UMKM oleh Kementerian Koperasi dan UKM, serta pembangunan infrastruktur TIK (Teknologi Informasi dan Komunikasi), menjadi pendorong utama transformasi digital UMKM. Tantangan utama tetap pada ketimpangan literasi digital dan akses teknologi di daerah tertinggal. Dalam kebijakan dan infrastruktur digital kita perlu mendalami bagaimana cara mengatur peran ekonomi kreatif digital dengan baik :

Kebijakan :

- a. **Menciptakan iklim kondusif** Asalkan kebijakan yang dilakukan jelas dan mampu mendukung investasi dalam sektor digital ini baik dari dalam maupun luar, semoga bisa berjalan dengan efisien.
- b. **Melindungi data dan privasi** Mengatur perlindungan data pribadi dan mengamankan siber menjadi krusial dalam menambah kepercayaan Masyarakat terhadap ekosistem digital
- c. **Mendorong inovasi** Kebijakan yang mendukung inovasi akan merasa terbantu bagi orang-orang yang memiliki inovasi-inovasi baru asalkan inovasi tersebut bermanfaat untuk ekosistem digital ini.
- d. **Memastikan keadilan akses** Kebijakan yang mementingkan pemerataan yang tidak hanya di kota-kota besar melainkan di tempat-tempat terpencil juga harus merasakan manfaatnya, agar Masyarakat di derah-daerah terpencil tidak merasakan kesenjangan digitalisasi
- e. **Mendukung meningkatkan literasi digital** Kebijakan ini mungkin dapat membantu Masyarakat mendapatkan pelatihan agar bisa memanfaatkan teknologi secara bijak dan baik untuk kedepannya
- f. **Infrastruktur digital :**
 - 1) **Mempercepat Konektivitas** Jaringan yang stabil dan cepat merupakan hal penting dalam transformasi digital, Pembangunan infrastruktur seperti BTS (Base Transceiver Station) dan serat optic akan menghubungkan seluruh wilayah dan Masyarakat. Ini akan menjadikan negara kita sebagai negara yang adil untuk Indonesia ini.

- 2) **Mendukung layanan digital** Layanan digital yang kuat dan baik sangat memungkinkan penyediaan berbagai layanan digital seperti Pendidikan, layanan Kesehatan jarak jauh, dan transaksi keuangan digital. Layanan ini akan sangat membantu Masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan serta mempermudah Masyarakat dalam menangani masalah tersebut.
- 3) **Meningkatkan produktivitas** Infrastruktur yang dapat meningkatkan produktivitas bisnis dan pemerintah serta efisiensi berbagai sektor ekonomi.
- 4) **Mendorong inovasi** Infrastruktur digital yang maju dapat menjadi landasan bagi pengembangan berbagai inovasi teknologi dan produk digital.
- 5) **Mengurangi kesenjangan digital** Pembangunan infrastruktur digital di daerah terpencil dan kurang terlayani dapat membantu mengurangi kesenjangan digital antara perkotaan dan pedesaan.

4. Prediksi dan Strategi Tahun 2025

Tahun 2025 diperkirakan akan menjadi titik akselerasi transformasi digital UMKM. Strategi seperti kolaborasi antar pemangku kepentingan, pengembangan talenta digital, dan insentif untuk inovasi akan semakin penting. UMKM yang mampu mengadopsi model bisnis berbasis data dan pelanggan akan memiliki keunggulan kompetitif.

Tantangan-tantangan ekonomi kreatif digital

Ekonomi kreatif digital tidak selalu berjalan dengan baik dan efisien akan tetapi pasti ada masalah atau tantangan yang harus di hadapi oleh para pelaku UMKM.

1. **Minimnya pendanaan** Pendanaan merupakan sumber utama dalam menjalankan dan membangun usaha, karena pendanaan menjadi penunjang utama disebabkan kekurangan pendanaan bagi seseorang atau individu yang biasanya usaha tersebut dilakukan secara pribadi. Meenjadikan seseorang atau individu ragu akan menjalankan usaha. Jika berpaku pada pinjaman kepada bank atau media lain banyak persyaratan yang membuat orang berpikir dua kali jika ingin meminjamnya.
2. **Kurangnya tenaga kerja.** Biasanya UMKM kebanyakan dilakukan secara individu yang menyebabkan usahanya itu dilakukan secara turun temurun ini yang menjadi masalah utama UMKM tersebut sulit untuk berkembang. Tentunya kondisi seperti ini yang mengakibatkan terbatasnya tenaga kerja yang baik baik dari segi Pendidikan formal, Kemahiran yang menyebabkan rusak nya tata Kelola usaha yang sulit berkembang dengan maksimal.
3. **Terbatasnya jaringan usaha** Kurangnya jaringan yang luas karena banyak usaha yang dimiliki oleh keluarga sendiri hal ini menyebabkan keterbatasan untuk menjangkau pasar yang luas. Apalagi di era digital ini pasar sangat mudah di jangkau walaupun berada di bagian bumi yang lain. Jadi akar masalah yang dihadapi lebih tertuju pada UMKM perseorangan atau pribadi yang sulit mendapat jaringan usaha.

4. **Minimnya fasilitas dan infrastruktur** Kurangnya fasilitas sangat menghambat perkembangan ekonomi kreatif digital dalam mengembangkan pasar, banyak orang mampu dan ahli dalam perekonomian tapi terkendala oleh fasilitas yang tidak memadai atau kurang dan mungkin tidak memiliki fasilitas sama sekali. Biasanya hal ini terjadi pada orang-orang yang kurang mampu padahal mereka punya potensi untuk mengembangkan pasar.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Tahun 2025 menjadi momentum penting bagi UMKM untuk memanfaatkan potensi ekonomi kreatif digital. Dengan pemanfaatan teknologi seperti platform daring, media sosial, dan sistem pembayaran digital, pelaku UMKM dapat memperluas pasar dan meningkatkan daya saing. Transformasi digital bukan hanya mendukung efisiensi, tetapi juga membuka jalan bagi inovasi yang dapat memperkuat posisi UMKM dalam ekonomi nasional. Dengan kesiapan adaptasi dan dukungan dari berbagai pihak, UMKM mampu menjadi pilar utama dalam pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Dan jika ingin usahanya berkembang maka bangunlah jaringan dan luaskan pengetahuan tentang ekonomi kreatif digital yang baik dan efisien.

Saran

1. **Tingkatkan Pemahaman Digital** : Perlu adanya pelatihan berkelanjutan untuk pelaku UMKM agar mereka mampu memahami dan mengaplikasikan teknologi digital dalam operasional usaha. Dan juga dapat membantu serta mendorong orang-orang untuk memulai usaha.
2. **Perluasan Akses Teknologi dan Pembiayaan** : Dukungan dari pemerintah dan sektor swasta dibutuhkan dalam bentuk fasilitas infrastruktur digital dan akses permodalan yang lebih inklusif. Hal ini dapat membantu Masyarakat kita yang kurang dalam segi finansial yang berkeinginan menjadi salah satu pelaku UMKM di era digitalisasi.
3. **Dorong Kolaborasi Bisnis** : Sinergi antara UMKM dengan pelaku industri lain seperti startup dan platform digital dapat mempercepat transformasi dan memperluas jaringan usaha. Dalam hal ini Ketika Masyarakat mendapatkan dorongan atau mengetahui kolaborasi bisnis, mereka dapat mendapatkan banyak literasi tentang ekonomi digital kreatif yang baik dengan cara bekerja sama antara pihak satu dan pihak yang lain.
4. **Ciptakan Aturan yang Mendukung** : Regulasi yang fleksibel dan berpihak pada inovasi akan menciptakan iklim usaha yang sehat, sekaligus menjamin keamanan data dan hak cipta. Aturan yang diterapkan juga harus benar-benar dilaksanakan dengan baik agar tidak terjadi hal-hal yang merugikan diri sendiri dan orang lain. Dalam aturan-aturan yang diterapkan jangan sampai memberatkan pihak-pihak yang terlibat agar dalam satu organisasi dapat berjalan dengan baik Dan efisien.
5. **Promosi Global Produk Lokal** : UMKM perlu diarahkan untuk menjangkau pasar internasional melalui strategi digital marketing yang efektif dan pemanfaatan.

Dalam hal ini kita dapat memanfaatkan platform-platform yang berkembang dalam dunia ekonomi digital kreatif saat ini.

Daftar Pustaka

- Avianto, B. N., Durmasema, A. R., Pratama, A. Y. N., & Rendisky, J. (2020). Statistik Ekonomi Kreatif 2020. *Pusat Data Dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Wwww. Kemenparekraf. Go. Id.
- Basri, A. I., & UPY, P. M. (2022). *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif*. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(1), 1–13.
- Damanik, A. S., & Sabila, R. (2022). Dampak peranan ekonomi kreatif terhadap pengembangan umkm di masa transisi (Cafe Lookup Kota Tasikmalaya). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 111–120.
- Sadiyah, H., Anliwiarta, Z., Surya, E. A., & Naurah, J. (2024). Pemberdayaan umkm batik melalui edukasi pemasaran digital. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(5), 1723–1729. <http://repository.uin-malang.ac.id/19547/>
- Vania, A., & Fikriah, N. L. (2023). Dampak creative digital marketing terhadap keberlanjutan UMKM di Kota Malang. <http://repository.uin-malang.ac.id/16638/>
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205.
- Yuliati, Y., & Osijo, I. U. (2024). STRATEGI INTERNASIONALISASI UMKM: TEORI DAN PERSPEKTIF. GET PRESS INDONESIA. <http://repository.uin-malang.ac.id/22569/>