

Pengaruh digitalisasi pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia

Denti Amaliya

Program Studi Akuntansi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang;
e-mail: dentiamaliya16@gmail.com

Kata Kunci:

digital; ekonomi kreatif;
ekonomi global

Keywords:

digital; creative economy;
global economy

ABSTRAK

Digitalisasi merupakan pendorong utama perubahan perekonomian global, termasuk di sektor industri kreatif Indonesia. Artikel ini menganalisis dampak digitalisasi terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif Indonesia. Studi ini mengkaji bagaimana teknologi digital seperti internet, media sosial, dan platform e-commerce telah mengubah cara para pelaku industri kreatif beroperasi, berinovasi, dan berinteraksi dengan pasar. Temuannya menunjukkan

bahwa digitalisasi tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional dan akses pasar, namun juga membuka peluang baru bagi konten kreatif dan penciptaan produk. Namun tantangan seperti kesenjangan digital dan kebutuhan untuk meningkatkan literasi digital masih perlu diatasi untuk memaksimalkan potensi industri kreatif di era digital.

ABSTRACT

Digitalization is the main driver of change in the global economy, including in Indonesia's creative industry sector. This article analyzes the impact of digitalization on the growth and development of Indonesia's creative industries. This study examines how digital technologies such as the internet, social media and e-commerce platforms have changed the way creative industry players operate, innovate and interact with the market. The findings show that digitalization not only improves operational efficiency and market access, but also opens up new opportunities for creative content and product creation. However, challenges such as the digital divide and the need to increase digital literacy still need to be overcome to maximize the potential of creative industries in the digital era.

Pendahuluan

Digitalisasi merupakan suatu proses pemberian, pemakaian atau implementasi sistem digital (KBBI, 2021). Dalam era digital saat ini, transformasi ekonomi menjadi semakin tak terelakkan, dan Indonesia tidak terkecuali dari fenomena ini. Sebagai negara dengan populasi yang besar dan pertumbuhan internet yang pesat, digitalisasi telah menjadi salah satu kekuatan pendorong utama dalam mengubah lanskap ekonomi Indonesia, termasuk sektor ekonomi kreatif.

Digitalisasi ekonomi merupakan suatu fenomena dimana semua aktifitas ekonomi masyarakat berubah menjadi berbasis telekomunikasi (Saputra, 2021). Kehadiran digitalisasi akan memberikan keuntungan yang banyak bagi komponen masyarakat, khususnya bagi para pelaku ekonomi kreatif. Untuk mengiklankan barang-barang mereka, pelaku ekonomi kreatif perlu menyesuaikan dan tetap waspada terhadap



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.

perubahan, pengguna media digital pada dasarnya terus mengalami perkembangan. Ekonomi kreatif sangat bergantung terhadap modal manusia. Ekonomi kreatif membutuhkan sumberdaya manusia yang kreatif, mampu melahirkan berbagai ide dan menerjemahkannya ke dalam bentuk barang dan jasa yang bernilai ekonomi.

Ekonomi kreatif merupakan bagian penting dari perekonomian Indonesia, mencakup berbagai industri yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta ekspresi budaya dan identitas bangsa. Badan Ekonomi Kreatif (2023), menyatakan bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai sekitar 7,4%, meningkat dari tahun sebelumnya. Selain itu, survei dari Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pada tahun yang sama, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 200 juta orang. Selain itu, dukungan pemerintah melalui berbagai kebijakan dan inisiatif, seperti program "100 Smart City" dan "Go Digital Vision 2020," juga turut mendorong percepatan digitalisasi di sektor ekonomi kreatif.

Namun, digitalisasi juga membawa tantangan yang harus dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif di Indonesia. Tantangan tersebut meliputi isu hak cipta dan kekayaan intelektual, perubahan pola konsumsi, serta kebutuhan untuk terus beradaptasi dengan teknologi yang berkembang pesat. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku di sektor ini untuk memiliki pemahaman yang baik tentang teknologi digital dan kemampuan untuk mengintegrasikannya ke dalam strategi bisnis mereka.

Pada pendahuluan ini, kami akan membahas bagaimana digitalisasi telah mempengaruhi sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Kami akan mengeksplorasi dampak teknologi digital, seperti internet, media sosial, dan platform e-commerce, terhadap pertumbuhan dan perkembangan industri kreatif di Indonesia. Melalui pemahaman yang lebih dalam tentang pengaruh digitalisasi pada sektor ekonomi kreatif, diharapkan kita dapat mengidentifikasi strategi yang tepat untuk memanfaatkan potensi teknologi digital secara semaksimal mungkin, sehingga mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara keseluruhan.

Pembahasan

Digitalisasi telah menjadi salah satu faktor dalam transformasi ekonomi global, termasuk di Negara Indonesia. Sektor ekonomi kreatif, yang mencakup berbagai bidang seperti seni, desain, musik, film, animasi, mode, dan game, merasakan dampak yang signifikan dari perkembangan teknologi digital. Artikel ini membahas bagaimana digitalisasi mempengaruhi sektor ekonomi kreatif di Indonesia, dengan dukungan data dan analisis dari berbagai sumber terpercaya.

Akses ke Pasar yang Lebih Luas

Digitalisasi telah menjadi kunci pembuka bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk memperluas akses ke pasar global. Berikut adalah beberapa cara di mana digitalisasi memberikan akses ke pasar global bagi pelaku ekonomi kreatif:

1. Platform E-commerce: Teknologi digital telah memungkinkan pelaku ekonomi kreatif untuk menjual produk mereka secara langsung kepada konsumen di seluruh dunia melalui platform e-commerce. Melalui platform ini, mereka dapat membuat toko online mereka sendiri tanpa harus memiliki infrastruktur fisik di berbagai negara.
2. Media Sosial: Platform media sosial (Instagram, Facebook, dan Twitter) memungkinkan pelaku ekonomi kreatif untuk membangun merek mereka dan menjangkau audiens global dengan biaya yang relatif rendah. Dengan membagikan konten kreatif secara teratur dan menggunakan fitur-fitur seperti tagar dan geotagging, agar menarik perhatian konsumen di berbagai belahan dunia.
3. Pasar Digital Global: Digitalisasi telah membuka pintu bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk menjual karya-karya mereka secara langsung kepada konsumen di pasar digital global seperti iTunes, Amazon Kindle Store, dan Steam (untuk industri game). Kegiatan ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens global tanpa harus bergantung pada distributor tradisional.
4. Kolaborasi Internasional: Digitalisasi juga memfasilitasi kolaborasi antar pelaku ekonomi kreatif dari berbagai negara. Melalui platform kolaborasi online seperti Google Drive, Dropbox, dan Trello, mereka dapat bekerja sama dengan proyek-proyek kreatif tanpa terhalang oleh batas geografis.

Inovasi dan Kolaborasi

Pengaruh teknologi digital sangat signifikan dalam mendorong inovasi dan kolaborasi diantara pelaku industri kreatif. Berikut merupakan beberapa cara teknologi digital dapat memengaruhi proses inovasi dan kolaborasi:

1. Akses Terhadap Alat dan Sumber Daya Kreatif: Teknologi digital menyediakan akses yang lebih besar ke berbagai alat dan sumber daya kreatif, contohnya: seperti perangkat lunak desain grafis, perangkat lunak pengeditan video, perpustakaan gambar dan suara, serta platform pembelajaran online. Hal ini memungkinkan para pelaku industri kreatif untuk mengembangkan ide-ide baru dan menghasilkan karya yang lebih inovatif.
2. Kolaborasi Jarak Jauh: Teknologi digital yang berada di lokasi yang berbeda memungkinkan kolaborasi antar pelaku industri secara efektif. Melalui alat kolaborasi online seperti Google Drive, Dropbox, Slack, dan Zoom, mereka dapat berbagi ide, file, serta umpan balik secara real-time tanpa harus bertemu secara fisik. Hal ini membuka peluang bagi kolaborasi lintas batas geografis yang lebih luas.
3. Platform Kolaborasi Online: Terdapat juga platform khusus yang dirancang untuk memfasilitasi kolaborasi diantara pelaku industri kreatif, seperti Behance, Dribbble, dan GitHub. Di sini, para profesional juga dapat membagikan portofolio mereka, memberikan umpan balik, dan bahkan berkolaborasi dalam proyek-proyek terbuka atau tertutup.
4. Pencarian Bakat Global: Teknologi digital memungkinkan para pelaku industri kreatif untuk mencari bakat dan mitra potensial di seluruh dunia. Melalui platform profesional seperti LinkedIn dan situs pencarian bakat seperti Creativepool, dapat

membantu untuk terhubung dengan seseorang yang memiliki keterampilan dan minat yang relevan untuk proyek-proyek tertentu.

5. Integrasi Teknologi Baru: Inovasi dalam teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI), realitas virtual (VR), dan realitas augmentasi (AR) juga memungkinkan terciptanya pengalaman kreatif yang baru dan unik. Pelaku industri kreatif dapat berkolaborasi dengan para ahli teknologi untuk mengintegrasikan teknologi-teknologi ini ke dalam karya-karya kita.

Pemasaran dan Promosi

Peran media sosial dan platform digital dalam pemasaran dan promosi produk kreatif sangat penting dalam era digital saat ini. Berikut beberapa cara di mana media sosial dan platform digital memainkan peran kunci dalam mempromosikan produk kreatif:

1. Membangun Brand Awareness: Media sosial memungkinkan pelaku industri kreatif untuk membangun brand awareness atau kesadaran merek dengan cara yang lebih interaktif dan terukur. Dengan membagikan konten kreatif secara teratur, kita dapat menarik perhatian audiens dan memperkenalkan merek kita kepada calon konsumen.
2. Engagement yang Tinggi: Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan LinkedIn menawarkan cara yang efektif untuk berinteraksi langsung dengan audiens. Melalui komentar, like, dan berbagi konten, pelaku industri kreatif dapat membangun hubungan yang kuat dengan pengikut mereka, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas merek dan konversi penjualan.
3. Targeting yang Tepat: Platform media sosial menyediakan alat targeting yang canggih guna memungkinkan pelaku industri kreatif untuk menjangkau audiens yang relevan dengan produk atau layanan kita. Kita dapat menyasar berdasarkan demografi, minat, perilaku online, dan lokasi geografis, sehingga memastikan bahwa kampanye pemasaran kita menjadi efektif dan efisien.
4. Penggunaan Konten Visual: Media sosial adalah platform yang sangat visual, dan hal ini merupakan kesempatan bagi pelaku industri kreatif untuk memamerkan produk mereka dengan cara yang menarik. Dengan menggunakan foto, video, dan grafik yang berkualitas tinggi, mereka dapat menarik perhatian pengguna dan membangun citra merek yang kuat.
5. Kampanye Iklan yang Terukur: Platform media sosial menyediakan fitur iklan yang dapat diukur dengan baik, yang memungkinkan pelaku industri kreatif untuk melacak kinerja kampanye mereka secara real-time. Mereka dapat melihat metrik seperti jumlah tayangan, klik, dan konversi, dan menggunakan informasi ini untuk mengoptimalkan strategi pemasaran mereka secara terus-menerus.
6. Integrasi dengan E-commerce: Banyak platform media sosial yang menawarkan fitur belanja langsung atau integrasi dengan platform e-commerce, ini memungkinkan pelaku industri kreatif untuk menjual produk mereka langsung kepada pengikut mereka tanpa meninggalkan platform. Hal ini membuat proses pembelian menjadi lebih mudah dan nyaman bagi para konsumen.

Pengembangan Skill dan Pendidikan

Akses terhadap sumber daya pendidikan online telah mengubah cara pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan keterampilan dan memperluas pengetahuan mereka. Berikut adalah beberapa cara di mana akses ini memengaruhi pengembangan keterampilan para pelaku ekonomi kreatif:

1. **Fleksibilitas dalam Pembelajaran:** Sumber daya pendidikan online memberikan fleksibilitas waktu dan tempat bagi pelaku ekonomi kreatif untuk belajar. Mereka dapat mengakses materi pembelajaran kapan saja dan di mana saja sesuai dengan jadwal mereka, tanpa harus terikat pada waktu dan lokasi tertentu.
2. **Akses ke Materi Berkualitas:** Melalui platform pendidikan online seperti Coursera, Udemy, dan Skillshare, pelaku ekonomi kreatif dapat mengakses berbagai kursus, tutorial, dan sumber daya pembelajaran yang diajarkan oleh para ahli di bidang mereka. Ini memungkinkan mereka untuk mempelajari keterampilan baru atau meningkatkan keterampilan yang sudah dimiliki dengan cara yang terstruktur dan terarah.
3. **Beragamnya Materi Pembelajaran:** Sumber daya pendidikan online mencakup berbagai topik, mulai dari desain grafis, fotografi, dan pembuatan film, hingga manajemen bisnis, pemasaran digital, dan kewirausahaan. Ini memberikan peluang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk menjelajahi berbagai bidang dan mengembangkan keterampilan yang relevan dengan industri mereka.
4. **Belajar Mandiri dan Otonom:** Pembelajaran online mendorong pembelajaran mandiri dan otonom. Pelaku ekonomi kreatif dapat memilih materi pembelajaran yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka, serta mengikuti kursus-kursus yang sesuai dengan tingkat keterampilan mereka. Sehingga mereka dapat belajar secara mandiri tanpa harus tergantung pada instruktur atau lembaga tertentu.
5. **Pembaruan Terus-menerus:** Industri kreatif terus berkembang dengan cepat, dan pelaku ekonomi kreatif perlu terus memperbarui dan mengembangkan keterampilan mereka sesuai dengan perkembangan teknologi dan tren industri saat ini. Sumber daya pendidikan online memungkinkan mereka untuk tetap terkini dengan perkembangan terbaru dalam industri mereka melalui kursus yang terus diperbarui dan konten pembelajaran yang relevan.

Pengaruh pada Industri Tradisional

Transformasi industri kreatif tradisional akibat digitalisasi telah mengubah lanskap industri secara signifikan. Berikut adalah beberapa perubahan yang terjadi dalam hal ini:

1. **Distribusi dan Akses:** Sebelum terjadi era digitalisasi, industri kreatif tradisional sering kali terbatas oleh distribusi fisik yang mahal dan sulit untuk dijangkau. Namun, dengan kemunculan platform digital seperti streaming musik, situs web e-commerce, dan platform penerbitan mandiri, karya-karya kreatif dengan mudah dapat diakses oleh khalayak global tanpa perlu melalui rantai distribusi tradisional.
2. **Model Bisnis yang Berubah:** Model bisnis tradisional dalam industri kreatif, seperti penjualan fisik CD atau DVD, telah tergantikan oleh model bisnis digital seperti

langganan streaming, penjualan digital, dan konten berlangganan. Hal ini memungkinkan pelaku industri untuk menciptakan pendapatan yang berkelanjutan dari karya-karya digital mereka tanpa harus bergantung pada penjualan fisik.

3. **Partisipasi Konsumen yang Aktif:** Digitalisasi telah mengubah peran konsumen dalam industri kreatif dari pemirsa pasif menjadi partisipan aktif. Melalui platform seperti media sosial, konsumen dapat berinteraksi secara langsung dengan kreator, memberikan umpan balik, bahkan berkontribusi pada proses kreatif melalui kampanye crowdfunding atau konten yang dibuat bersama.
4. **Penggunaan Data dan Analitik:** Platform digital memungkinkan para pelaku industri untuk mengumpulkan data konsumen yang lebih rinci dan menganalisis perilaku mereka dengan lebih baik. Hal ini memungkinkan mereka untuk membuat keputusan yang lebih cerdas dalam hal pemasaran, pengembangan produk, dan strategi bisnis lainnya.
5. **Demokratisasi Kreativitas:** Digitalisasi telah memecahkan batasan-batasan tradisional yang ada dalam industri kreatif, seperti biaya produksi tinggi atau kesulitan akses ke pasar. Hal ini telah menciptakan peluang baru bagi para kreator independen dan para pemula untuk mengekspresikan kreativitas mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas tanpa perlu terikat oleh lembaga atau distributor besar.

Tantangan dan Hambatan

Proses digitalisasi sektor ekonomi kreatif sudah pasti terdapat tantangan dan hambatan. Berikut adalah beberapa tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam proses digitalisasi:

1. **Hak Cipta dan Perlindungan Kekayaan Intelektual:** Digitalisasi meningkatkan risiko pelanggaran hak cipta dan pencurian konten kreatif. Memastikan perlindungan yang cukup terhadap kekayaan intelektual menjadi tantangan, terutama dengan mudahnya distribusi digital yang dapat menyebarluaskan karya tanpa izin.
2. **Kesenjangan Akses dan Keterampilan:** Meskipun akses ke teknologi digital semakin meluas, masih ada kesenjangan akses yang signifikan di beberapa wilayah. Selain itu, ada juga kesenjangan dalam keterampilan digital di antara pelaku industri kreatif. Beberapa orang mungkin tidak memiliki keterampilan teknis yang cukup untuk memanfaatkan teknologi digital sepenuhnya.
3. **Biaya Implementasi:** Implementasi teknologi digital memerlukan investasi yang signifikan dalam infrastruktur teknologi dan pelatihan karyawan. Bagi pelaku industri kreatif yang berukuran kecil atau independen, biaya ini dapat menjadi hambatan yang signifikan.
4. **Privasi dan Keamanan Data:** Dalam era digital, keamanan data menjadi perhatian paling utama. Pelaku industri kreatif sering memiliki data sensitif tentang karya-karya mereka dan konsumen mereka. Memastikan privasi dan keamanan data menjadi tantangan penting dalam proses digitalisasi.

5. Adopsi Teknologi yang Tepat: Memilih teknologi yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis merupakan tantangan tersendiri. Beberapa pelaku industri kreatif mungkin kesulitan dalam memilih platform atau alat yang tepat untuk mendukung kreativitas dan mencapai tujuan bisnis mereka.
6. Perubahan Model Bisnis: Digitalisasi sering kali membutuhkan perubahan dalam model bisnis tradisional. Ini dapat mencakup peralihan dari model berbasis produk fisik menjadi model berlangganan digital, atau pergeseran dari penjualan langsung ke konsumen menjadi model bisnis yang lebih terfragmentasi.
7. Persaingan yang Ketat: Dengan adanya digitalisasi, persaingan dalam industri kreatif menjadi semakin ketat. Dengan lebih mudahnya akses ke pasar global, para pelaku industri kreatif harus bersaing dengan lebih banyak pesaing, baik lokal maupun internasional.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Dalam artikel ini, kita dapat menyimpulkan bahwa digitalisasi memiliki pengaruh yang signifikan pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia dalam peningkatan akses dan ekspansi pasar, digitalisasi telah membuka pintu bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memperluas akses mereka ke pasar global melalui platform digital dan media sosial. Inovasi dan kolaborasi teknologi digital memfasilitasi diantara para pelaku industri kreatif guna memungkinkan mereka untuk menciptakan karya-karya yang lebih kreatif dan berkualitas. Media sosial dan platform digital menjadi alat yang efektif untuk pemasaran dan promosi produk kreatif, ini memungkinkan pelaku industri untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif rendah. Digitalisasi juga telah menciptakan model bisnis baru untuk monetisasi konten kreatif melalui platform digital, seperti langganan, penjualan digital, dan konten berbayar. Akses ke sumber daya Pendidikan online telah membantu dalam pengembangan keterampilan pelaku ekonomi kreatif, memungkinkan mereka untuk terus memperbarui dan meningkatkan keterampilan mereka sesuai dengan perkembangan industri. Meskipun banyak manfaat dari digitalisasi, masih terdapat tantangan yang perlu diatasi, seperti masalah hak cipta, privasi data, dan kesenjangan digital. Dengan demikian, digitalisasi memiliki dampak yang luas dan beragam pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Sementara membuka peluang baru, digitalisasi juga memunculkan tantangan yang perlu diperhatikan oleh para pelaku industri dan pemerintah. Dalam menghadapi tantangan ini, kolaborasi antara berbagai pihak menjadi kunci utama untuk memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan dan inklusif dalam sektor ekonomi kreatif.

Saran

1. Mendorong Investasi dalam Infrastruktur Teknologi: Pemerintah perlu mengalokasikan lebih banyak sumber daya untuk membangun infrastruktur teknologi yang memadai, terutama di daerah yang mengalami kesenjangan digital. Hal ini akan membantu pelaku industri kreatif di seluruh Indonesia untuk memanfaatkan potensi digitalisasi secara lebih efektif.

2. Memperkuat Perlindungan Hak Cipta dan Privasi Data: Pemerintah harus meningkatkan upaya dalam menegakkan hukum terkait hak cipta dan privasi data, serta mengeluarkan regulasi yang jelas dan efektif untuk melindungi karya-karya kreatif dan data pribadi.
3. Mendorong Kolaborasi dan Kemitraan: Industri kreatif, teknologi, dan pemerintah perlu bekerja sama dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh sektor ini. Hal ini dapat dilakukan melalui pembentukan kemitraan strategis, proyek kolaboratif, dan pertukaran pengetahuan dan sumber daya.
4. Mengembangkan Keterampilan Digital: Pelaku industri kreatif perlu meningkatkan keterampilan digital agar dapat mengadopsi teknologi baru dengan lebih baik dan memanfaatkannya untuk meningkatkan kreativitas dan efisiensi dalam produksi dan distribusi karya-karya kreatif.
5. Menggalakkan Kesadaran akan Manfaat dan Risiko Digitalisasi: Pemerintah, industri, dan masyarakat sipil perlu bekerja sama untuk meningkatkan kesadaran akan manfaat dan risiko digitalisasi dalam sektor ekonomi kreatif. Ini dapat dilakukan melalui kampanye penyuluhan, seminar, dan workshop yang bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana digitalisasi dapat memengaruhi industri kreatif.

Daftar Pustaka

- Atmojo, S., & Wijayanti, A. (2021). Pengaruh digitalisasi layanan perbankan dan customer experience terhadap ekonomi kreatif yang dimoderasi peraturan Bank Indonesia selama masa pandemi Covid 19. *Jurnal Akuntansi Manajerial (Managerial Accounting Journal)*, 6(2), 29-42. <https://tinyurl.com/329e94b4>
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan transformasi digital bagi kemajuan perekonomian indonesia. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 3(2), 140-153. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1963>
- Ermawati, S., & Lestari, P. (2022). Pengaruh startup sebagai digitalisasi bagi ekonomi kreatif di Indonesia. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 221-228. <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v1i5.77>
- KBBI. (2021). Arti kata digitalisasi. *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online*. <https://kbbi.web.id/digitalisasi>
- Mahsun, M., Rofiq, A., & Ismail, M. (2022). Strategi pengembangan industri kreatif pariwisata ramah muslim melalui SOAR Analysis dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *OECONOMICUS Journal of Economics*, 6(2), 140-151. <http://repository.uin-malang.ac.id/11581/>
- Meylianingrum, K. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai bentuk pengembangan pangan dan ekonomi kreatif (Studi kasus UMKM Desa Suwaru Kabupaten Malang). <https://tinyurl.com/5xeu3cfd>
- Mukaffi, Z. (2019). Strategi pengembangan industri kreatif berbasis kearifan lokal (Studi pada sentra industri kerajinan batik Banyuwangi). *At-Tahdzib: Jurnal Studi Islam dan Muamalah*, 7(2), 20-43.

- Murdiansyah, I. (2023). Pengembangan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kreatif. <http://repository.uin-malang.ac.id/16297/>
- Riswanto, A., Zafar, T. S., Sunijati, E., Harto, B., Boari, Y., Astaman, P., ... & Hikmah, A. N. (2023). Ekonomi Kreatif: Inovasi, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif di Indonesia. *PT. Sonpedia Publishing Indonesia*. <https://tinyurl.com/3x26adaf>
- Saputra, A. S. (2021). Pengaruh teknologi informasi pada koperasi di era industri 4.0. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan*, 1(5), 505–510.
- Solekah, N. A., Jaya, T. J., Wardana, G. K., Budianto, E. W. H., & Meylianingrum, K. (2022). Diseminasi digitalisasi branding, pemasaran, dan penjualan produk komunitas UMKM Kecamatan Gempol, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. <http://repository.uin-malang.ac.id/11454/1/11454.pdf>
- Syauqi, A. T. (2016). Startup sebagai digitalisasi ekonomi dan dampaknya bagi ekonomi kreatif di indonesia. *Department of Electrical Engineering and Information Technology*, 3(2),14.