

PERANAN PEMERINTAH DAN SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK INDUSTRI EKONOMI KREATIF DI INDONESIA

Asiva Nissa Sabilla¹, Mirzam Arqy Ahmadi²

^{1,2}Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta

¹b100210556@student.ums.id, ²maa692@ums.ac.id

Abstract

This research aims to enhance the role of the government and human resources in supporting the growth of the creative economy industry in Indonesia. The creative economy in Indonesia shows great potential, but still faces various challenges, such as limited financial access, inefficient infrastructure, and the need to improve the quality of human resources. The method used by the researcher is qualitative and supported by literature review sources. The researcher connects the portrayals of the government's role and the existing human resources in Indonesia to the creative economy industry. The results of this study examine how collaboration between the government and business actors is essential to address existing challenges. This research will also discuss the policies issued by local governments to support the development of the creative economy, as well as the importance of market access and financing for micro, small, and medium enterprises. (UMKM). Thus, this research is expected to contribute to the development of strategies that support the growth of the creative economy in Indonesia.

Keywords: Creative Economy, Government Role, Human Resource.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan peran pemerintah dan sumber daya manusia dalam mendukung pertumbuhan industri ekonomi kreatif di Indonesia. Ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan potensi yang besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan, seperti akses keuangan yang terbatas, infrastruktur yang kurang efisien, dan kualitas sumber daya manusia yang perlu ditingkatkan. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dan didukung dengan sumber kajian pustaka. Peneliti menghubungkan gambaran-gambaran peranan pemerintah dan juga sumber daya manusia yang ada di Indonesia terhadap industri ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini melihat bagaimana kolaborasi antara pemerintah dan pelaku usaha sangat diperlukan untuk mengatasi tantangan yang ada. Penelitian ini juga akan membahas kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah daerah untuk mendukung

Article History

Received: January 2025

Reviewed: January 2025

Published: January 2025

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

pengembangan ekonomi kreatif, serta pentingnya akses pasar dan pembiayaan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Peran Pemerintah, Sumber Daya Manusia

LATAR BELAKANG

Menurut (Arifianti, Mohammad, and Alexandri 2017) Dalam beberapa tahun mendatang, ekonomi kreatif akan menjadi *trend* ekonomi global karena stagnasi pertumbuhan ekonomi dan kerusakan lingkungan yang semakin memprihatinkan. Orang-orang di seluruh dunia didorong untuk berpikir tentang cara mengoptimalkan nilai tambah dari barang dan jasa sambil mempertahankan peradaban dan kehidupan manusia. Di Indonesia sendiri menunjukkan pertumbuhan yang cukup pesat, lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif ini dapat mencakup banyak aspek. Selain itu juga bisnis di Indonesia saat ini menyajikan berbagai pilihan dan bentuk kepada Masyarakat (M A Ahmadi 2024), dan salah satu pilihan bisnis di Indonesia yang saat ini menguntungkan adalah bisnis yang bergerak di dalam bidang ekonomi kreatif ini. Departemen Perdagangan (Fitriana, Noor, and Hayat 2014) mengidentifikasi setidaknya ada 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu:

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar barang seni
4. Kerajinan (*Handicraft*)
5. Desain
6. Fashion
7. Film, video, dan fotografi
8. Permainan interaktif
9. Musik
10. Seni Pertunjukan
11. Penerbitan dan percetakan
12. Layanan komputer dan perangkat lunak
13. Radio dan televisi
14. Riset dan pengembangan

Ada beberapa alasan yang melatarbelakangi kenapa ekonomi kreatif di Indonesia ini sangat perlu di kembangkan dan diperhatikan lebih khusus, yaitu : memberi kontribusi ekonomi yang sangat signifikan, menciptakan suatu iklim bisnis yang positif, membangun citra dan identitas bangsa, bergantung pada sumber daya terbarukan, menumbuhkan inovasi dan kreativitas, dan memberikan dampak positif pada masyarakat (Konvensi and Ekonomi 2025). Ekonomi kreatif ini juga jelas di dukung oleh kemajuan terkini dalam kecerdasan buatan memungkinkan untuk mempersempit kesenjangan antara keduanya (Markwell 2024). Meskipun

potensi yang dimiliki industri ini sangat besar, sektor ini juga masih menghadapi berbagai macam tantangan, seperti kurangnya akses dalam pembiayaan, infrastruktur yang memadai, serta kualitas sumber daya manusia yang masih harus ditingkatkan. Untuk mengatasi hal tersebut perlu adanya kolaborasi antara pemerintah dan juga sumber daya manusia atau pelaku usaha itu sendiri. Hal ini pastinya bertujuan untuk mencapai potensi industri ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Untuk mendorong pemberdayaan masyarakat yang mengutamakan ekonomi kreatif, penting untuk menggali dan mengasah potensi kreatif, inovasi, dan inovasi yang ada dalam masyarakat. Secara umum, ekonomi kreatif adalah konsep yang berfokus pada kreativitas sebagai cara untuk mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui penggunaan sumber daya yang tidak hanya terbarukan, tetapi juga tidak terbatas, seperti kreativitas, ide, bakat, dan talenta yang ada di Masyarakat (Food et al. 2021)

Menurut (Leonardo Ordóñez Galaz, Pastrana, and Villegas 2024) pada studi yang dilakukan tersebut mengungkapkan bahwa usaha di bidang ekonomi kreatif, mereka menghadapi tantangan unik, memerlukan pendekatan komprehensif dan dukungan kelembagaan untuk pembangunan berkelanjutan dalam ekosistem kewirausahaan lokal. Oleh karena itu, dalam proses perkembangan ekonomi kreatif juga harus di dukung dengan adanya Pendidikan yang mengarah ke hal tersebut. Pendidikan ekonomi kreatif merupakan pendidikan yang berfokus pada pengembangan keterampilan dan pengetahuan dalam menciptakan, mengembangkan, dan memasarkan produk atau jasa yang berbasis kreativitas, inovasi, dan seni (Masruroh and Suprianik 2023).

Berkaitan dengan hal tersebut, pada penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam terkait dengan peran dan dukungan pemerintah serta sumber daya manusia dalam mendorong pertumbuhan industri ekonomi kreatif di Indonesia. Dengan memahami dan menganalisis peran dari kedua faktor ini, diharapkan dapat ditemukannya strategi yang efektif untuk mendukung sektor ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

KAJIAN PUSTAKA

Bagian ini secara khusus membahas studi dan penelitian sebelumnya tentang pemberdayaan masyarakat. Studi-studi ini dapat digunakan sebagai pijakan atau referensi untuk menyusun dan menjelaskan penelitian teoritis tentang pemberdayaan masyarakat. Dari kegagalan dan kesuksesan berbagai pendekatan, banyak pengetahuan dan informasi yang dapat diperoleh.

Studi pertama dilakukan oleh Rosmawaty Sidauruk dengan judul Peningkatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jawa Barat. Studi ini secara singkat memberikan penjelasan tentang masalah yang dihadapi oleh pemerintah provinsi yang telah mengeluarkan peraturan daerah dan cetak biru tentang industri kreatif. Beberapa masalah yang timbul termasuk kesulitan untuk membedakan subsektor industri kreatif dari sektor lain, yang menyebabkan penganggaran belum ditetapkan khusus untuk kegiatan ekonomi kreatif. Kemudahan perijinan, investasi, dan perlindungan HAKI masih belum optimal. Selain itu, masih ada masalah dengan permodalan dan kurangnya perhatian. Pemda telah mengeluarkan kebijakan seperti Cetak Biru Rencana Pengembangan Industri Kreatif Jawa Barat,

Keputusan Gubernur Jawa Barat No. 500/Kep.146-Bapp/2012 tentang Komite Pengembangan Ekonomi Kreatif Jawa Barat, dan adanya Rencana Aksi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Jawa Barat (Sidauruk 2013).

Studi kedua oleh Muhammad Nizham Ramadhika Handrawan dan Fauzatul Laily Nisa dengan judul penelitian Peran Pemerintah dalam penggunaan Ekonomi Kreatif dengan Kondisi Pertumbuhan Nilai SDM dan SDA yang beragam di Indonesia. Secara singkat studi ini menjelaskan terkait dengan potensi ekonomi kreatif yang berkontribusi terhadap ekonomi nasional. Dengan penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi untuk berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, pelestarian budaya, dan penciptaan lapangan kerja. Namun, ekonomi kreatif menghadapi tantangan terkait kualitas dan distribusi sumber daya manusia, serta distribusi sumber daya alam yang tidak merata (Ekonomi et al. 2024). Dengan demikian Masyarakat Indonesia dihimbau untuk turut andil dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

Studi ketiga oleh Ummi Khoiriyah, Isfandayani dan Mas Deden Tirtajaya dengan judul penelitian Peran Gen Z Dalam Penguatan Ekonomi Kreatif. Studi ini menemukan bahwa generasi Z dapat membuat produk tentang ekonomi kreatif dengan memperluas pengetahuan mereka tentang subjek tersebut. Mereka dapat membuat produk kerajinan tangan seperti tempat pensil yang bernilai ekonomis, membuat suatu foto produk yang menarik (Khoiriyah, Isfandayani, and Tirtajaya 2022). Dalam hal ini dapat kita lihat bahwasanya dalam pengembangan industri ekonomi kreatif juga dapat melalui kegiatan-kegiatan penyuluhan agar dapat memberikan pengetahuan mendalam terkait industri ekonomi kreatif kepada masyarakat.

Studi keempat oleh Dina Dellyana, Nina Arina, dan Tribowo Rachmat Fauzan dengan judul penelitian *Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective*. Pada penelitian ini menjelaskan terkait dengan strategi dan kebijakan adaptif yang terlibat dalam ekonomi kreatif. Selain itu juga memberikan wawasan tentang pemahaman dan kolaborasi antara pegawai negeri sipil yang dapat memberikan informasi tidak hanya bagi Indonesia, tetapi juga negara-negara lain yang berupaya memanfaatkan kekuatan transformatif dari sektor yang berkembang pesat saat ini (Dellyana, Arina, and Fauzan 2023).

Studi kelima oleh Ria Arifianti dan Mohammad Benny Alexandri dengan judul penelitian Aktivitas Sub-Sektor Ekonomi Kreatif di Kota Bandung. Pada penelitian ini mereka berfokus pada kota Bandung mengembangkan lebih jauh jaringan industri kreatifnya ke kecamatan atau kelurahan. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji terkait dengan pentingnya memperbaiki aktivitas yang bernilai rendah diganti dengan adanya pelatihan-pelatihan tentang aktivitas yang berkaitan dengan ekonomi kreatif. Penelitian ini menghasilkan rencana untuk aktivitas ekonomi kreatif untuk kota Bandung, sesuai dengan persyaratan UNESCO, dengan menggunakan pendekatan eksploratif.

Studi keenam oleh Márcio Soares Guimarães Altamirano, Otniel Lopez Osorio, Pedro Martínez Ponce, dan Wendy Montes. Dengan judul penelitian Pemetaan video naratif sebagai strategi budaya dan pariwisata pasca pandemi di kota Oaxaca, Meksiko. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis reaktivitas sosial dan ekonomi yang menjadi prioritas setelah pandemi. Pada penelitiannya mereka mengusulkan sebuah pertunjukan publik, yang pada akhirnya mempunyai kemungkinan untuk dilaksanakan, dengan tujuan untuk mendiversifikasi

tawaran budaya di ibu kota, baik bagi penduduk lokal maupun pengunjung, begitu juga dengan nilai tambah pada sektor pariwisata. Dari penelitian ini menghasilkan ruang, salah satu situs arsitektur dengan pengakuan warisan terbesar di kota yang berfungsi sebagai layar dan panggung, dan membuat konten, melalui narasi audiovisual yang menonjolkan aspek sosiokultural dan tradisional (Márcio Soares Guimarães et al. 2023)

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan oleh peneliti adalah metode kualitatif dan didukung dengan sumber kajian pustaka. Peneliti menghubungkan gambaran-gambaran peranan pemerintah dan juga sumber daya manusia yang ada di Indonesia terhadap industri ekonomi kreatif. Dalam penelitian kualitatif ini kajian pustaka yang digunakan bersumber dari jurnal-jurnal yang tersedia pada *Google Scholar*, *Scopus*, dan artikel-artikel yang mendukung terkait konsep tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Mirzam Arqy Ahmadi et al. 2024)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran pemerintah dalam industri ekonomi kreatif

1. Pembentukan Badan ekonomi Kreatif

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 membentuk Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) oleh pemerintah Indonesia. Ini menunjukkan bahwa pemerintah sangat berkomitmen untuk meningkatkan dan memaksimalkan potensi industri kreatif Indonesia. Bisnis kreatif membantu usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengatasi tantangan di sektor ekonomi kreatif dan meningkatkan kontribusi sektor ini terhadap perekonomian nasional. Untuk mencapai tujuan dan sasaran strategis tersebut maka arah kebijakan yang dapat dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif adalah melanjutkan hal-hal sbb: Penguatan bidang hukum dan kekayaan intelektual, penguatan bidang cipta dan budaya, penguatan bidang pemasaran dan komersialisasi, penguatan bidang SDM dan kelembagaan, penguatan pembiayaan dan keuangan (Otk and Strategis 2025).

2. Kebijakan dan Perlindungan Hak Cipta

Pemerintah memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung industri ekonomi kreatif ini. Hal ini dilakukan dengan pembuatan kebijakan dan regulasi yang tepat, dimana dalam pembuatannya regulasi dan kebijakan itu meliputi pendidikan dan pelatihan yang berfokus pada ketrampilan kreatif serta Pembangunan sarana dan prasarana yang mendukung. Selain itu pemerintah juga berkewajiban melindungi hak cipta dan hak kekayaan intelektual (HAKI) atas karya-karya milik pelaku ekonomi kreatif. Langkah ini bertujuan untuk melindungi hasil dari kreativitas individu. Bentuk perlindungan hak cipta terhadap ekonomi kreatif dalam MEA terlihat dari kebijakan pemerintah memperbaharui UUHC dan pengesahan Peraturan Presiden No. 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan No. 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif yang kemudian disingkat Perpres Bekraf (Purwadi, n.d.).

3. Fasilitas Akses ke Pasar dan Pembiayaan

Pemerintah menyadari bahwa dari banyak komponen yang diperlukan oleh industri kreatif dan kerajinan, seperti manajemen, sumber daya manusia, dan teknologi, permodalan dan pemasaran adalah yang paling penting. Saat ini sendiri ada bantuan permodalan yang disebut dengan kebijakan mikro kredit dan kredit usaha rakyat (KUR) yang memiliki persyaratan yang lebih mudah dipahami, dibandingkan pinjaman reguler. Pada tahun lalu KUR diluncurkan sekitar Rp 12,5 triliun. Dan untuk tahun ini pemerintah menganggarkan Rp 20 triliun. Diharapkan lebih banyak lagi modal yang bisa diserap oleh usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) dan koperasi di seluruh Indonesia. Selain itu, pemerintah menyadari bahwa pengrajin, terutama UKM, membutuhkan bantuan dan bimbingan dalam hal promosi dan penjualan. Inacraft yang merupakan suatu pameran seni besar yang diadakan oleh pemerintah membantu bisnis UMKM dalam memperkenalkan dan mempromosikan dalam penjualan. (KUR) berpengaruh terhadap besar kecilnya pendapatan UMKM kreatif (Meilinda and Mahmud 2020).

4. Peraturan Daerah dan Strategi Pengembangan

Beberapa provinsi di Indonesia telah membuat peraturan daerah untuk mendukung pengembangan industri kreatif, salah satu contohnya adalah provinsi Jawa Barat. Adapun upaya yang dapat dilakukan oleh pemerintah adalah melalui pengembangan ekonomi kreatif, yaitu suatu konsep ekonomi yang ada di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya (Bekasi 2023). Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 juga menjelaskan tentang pengembangan Ekonomi Kreatif telah menjadi acuan utama dalam strategi pengembangan strategi ekonomi kreatif nasional.

Peran Sumber Daya Manusia dalam industri ekonomi kreatif

1. Kreativitas dan Keterampilan

Industri kreatif sangat bergantung pada bakat, kreativitas, dan keterampilan individu. Industri kreatif seperti batik, desain, TI, dan kerajinan lainnya memanfaatkan kemampuan ini untuk membuat produk dan layanan inovatif. Karena pada dasarnya kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama untuk usaha tersebut bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama.

2. Penyerapan Tenaga Kerja

Sumber Daya Manusia sangat berperan penting dalam penyerapan tenaga kerja lokal. Pengaruh dari ekonomi kreatif dalam penyerapan tenaga kerja adalah bahwa ekonomi kreatif mampu menyerap paling sedikit 1 orang dan paling banyak 30 orang di setiap satu sektor industri kreatif. Maka dalam 40 sampel industri kreatif di kota Medan mampu menyerap 198 tenaga kerja (Bella Avista 2018).

3. Inovasi dan Pengembangan Produk

Kreativitas individu dalam perkembangan industri ekonomi kreatif mendorong adanya inovasi dan pengembangan produk baru. Hal ini akan berdampak pada daya saing suatu produk di suatu daerah. Hal ini juga yang menjadi salah satu peluang yang cukup baik untuk industri ekonomi kreatif, dimana nantinya akan terjadi pertukaran ide dan kolaborasi antar industri, memperkuat jaringan lokal dan memajukan perkembangan ekonomi secara

holistik. Ada beberapa penelitian yang menegaskan bahwasanya inovasi menjadi suatu hal yang penting untuk menunjang keberlangsungan suatu usaha. Usaha keluarga diharapkan lebih mengedepankan kreatifitas, inovatif dari para pengelola dengan lebih mengedepankan ekonomi kreatif sehingga keberlangsungan dapat terus berlangsung sampai generasi berikutnya (Kreatif 2017).

4. Manajemen SDM yang Efektif

Menurut (AR Chaerudin, Bambang Setiadi, and Ahmad Munawir 2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwasanya pergeseran orientasi ekonomi didunia yang memfokuskan pada aset sumber daya manusia ini menyebabkan persaingan luar biasa dalam dunia ekonomi kreatif (*global competition of talents*). Oleh karena itu, dalam pengembangan ekonomi kreatif penting hukumnya untuk memperhatikan manajemen sumber daya manusianya yang efektif. Untuk menjalankan manajemen sumber daya manusia yang efektif di industri kreatif, sangat penting untuk menciptakan lingkungan kerja yang menarik dan memungkinkan perubahan. Hal ini penting untuk menarik dan mempertahankan bakat terbaik serta mendorong karyawan untuk tampil sebaik mungkin. Pendekatan manajemen yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas perusahaan.

KESIMPULAN

Pemerintah Indonesia telah melaksanakan berbagai usaha untuk mendukung perkembangan industri ekonomi kreatif, termasuk pembentukan badan yang secara khusus mengkoordinasikan ekonomi kreatif, menjamin adanya perlindungan hak cipta, promosi, insentif permodalan, dan peraturan daerah. Langkah-langkah tersebut bertujuan untuk meningkatkan kontribusi industri ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Secara umum, peran sumber daya manusia dalam mendukung industri ekonomi kreatif sangat penting. Melalui pengembangan ketrampilan, penciptaan inovasi, dan manajemen yang efektif, SDM dapat menjadi pendorong utama bagi pertumbuhan sektor industri kreatif ini. Oleh karena itu, investasi dalam pengembangan sumber daya manusia harus menjadi prioritas bagi pemerintah dan pelaku industri untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing industri ekonomi kreatif di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M A. 2024. "Manajemen Strategi Dalam Meningkatkan Pemasaran Pada Waralaba Menantea Literature Review." *Jurnal Ekonomi, Akutansi Dan Organisasi* 01 (03): 167–75. <http://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/EKTASI/article/view/1606%0Ahttp://ejurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/EKTASI/article/download/1606/482>.
- Ahmadi, Mirzam Arqy, Rahma Ayuningtyas Fachrunisa, Ahmad Baihaqi, and M Ilham Timur Abdillah. 2024. "Transforming Human Resources Recruitment: The Impact of Artificial Intelligence (AI) on Organizational Attractiveness and Applicant Intent" 9.
- AR Chaerudin, Bambang Setiadi, and Ahmad Munawir. 2020. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Di Desa Citaman Kecamatan Ciomas Kabupaten Serang Banten." *Jurnal Abdimas Bina Bangsa* 1 (1): 26–37. <https://doi.org/10.46306/jabb.v1i1.9>.
- Arifianti, Ria, Dan Mohammad, and Benny Alexandri. 2017. "Activation of Creative Sub-Economic Sector in Bandung City." *Jurnal AdBispreneur* 2 (3): 201–9.
- Bekasi, Kabupaten. 2023. "(1), 2)" 1: 74–84.
- Bella Avista. 2018. "Analisis Pengaruh Ekonomi Kreatif Dalam Penyerapan," no. November: 0–75.
- Dellyana, Dina, Nina Arina, and Tribowo Rachmat Fauzan. 2023. "Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective." *Sustainability (Switzerland)* 15 (23): 1–14. <https://doi.org/10.3390/su152316234>.
- Ekonomi, Jurnal, Kreatif Indonesia, Muhammad Nizham, Ramadhika Handrawan, and Fauzatul Laily Nisa. 2024. "Yang Beragam Di Indonesia" 2 (3): 157–69.
- Fitriana, Aisyah Nurul, Irwan Noor, and Ainul Hayat. 2014. "PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI KOTA BATU (Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan Di Kota Batu) Aisyah Nurul Fitriana, Irwan Noor, Ainul Hayat." *Jap* 2 (2): 281–86.
- Food, Halal, Islamic Traveling, Creative Economy, Muhammad Alhada, Fuadilah Habib, Universitas Islam, Negeri Sayyid, Ali Rahmatullah, Ekonomi Kreatif, and Peningkatan Ekonomi. 2021. "Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif 1" 1 (2): 82–110.
- Khoiriyah, Ummi, Isfandayani Isfandayani, and Mas Deden Tirtajaya. 2022. "Peran Generasi Z Dalam Penguatan Ekonomi Kreatif." *Devosi* 3 (2): 6–14. <https://doi.org/10.33558/devosi.v3i2.4580>.
- Konvensi, Hasil, and Pengembangan Ekonomi. 2025. "EKONOMI KREATIF INDONESIA 2025," 4–8.
- Kreatif, Mendukung Ekonomi. 2017. "Ecoment Global 1" 2: 1–11.
- Leonardo Ordóñez Galaz, Paulina Alejandra Cruchett Pastrana, and Ricardo Zavala Villegas. 2024. "Análisis Del Discurso de Emprendimientos de La Economía Creativa En La Provincia Del Marga-Marga (Chile), Con Relación a Su Vinculación Con El Ecosistema Creativo y Cadena de Valor." *Economia Creativa*, no. 19. <https://ciecpress.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/669>.

- Márcio Soares Guimarães, Otniel Lopez Altamirano, Pedro Martínez Osorio, and Wendy Montes Ponce. 2023. "Videomapping Narrativo Como Estrategia Cultural y Turística Pos-Pandemia En La Ciudad de Oaxaca, México." *Economia Creativa*, no. 19. <https://ciecpres.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/640>.
- Markwell, Tristan. 2024. "Creating Formal Futures Games with AI Assistance." *Economia Creativa*, no. 20. <https://ciecpres.centro.edu.mx/ojs/index.php/CentroTI/article/view/694>.
- Masruroh, Nikmatul, and Suprianik Suprianik. 2023. "Peran Pemerintah Dalam Pengembangan Potensi Desa Melalui Pendidikan Ekonomi Kreatif." *Global Education Journal* 1 (2): 73–85. <https://doi.org/10.59525/gej.v1i2.136>.
- Meilinda, Devi, and Amir Mahmud. 2020. "Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), Total Aset, Jumlah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Semarang." *Business and Accounting Education Journal* 1 (3): 247–57. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.45659>.
- Otk, Rancangan, and Rencana Strategis. 2025. "Badan Ekonomi Kreatif:" 1–13.
- Purwadi, Ari. n.d. "Perlindungan Hukum Hak Cipta Fesyen Terhadap Ekonomi Kreatif Dalam Masyarakat Ekonomi Asean," 172–79.
- Sidauruk, Rosmawaty. 2013. "Peningkatan Peran Pemerintah Daerah Dalam Rangka Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jawa Barat." *Jurnal Bina Praja* 05 (03): 141–58. <https://doi.org/10.21787/jbp.05.2013.141-158>.