

KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MENDUKUNG PERTUMBUHAN STARTUP DI SEKTOR INDUSTRI KREATIF

Fadri Ari Sandi

Universitas Terbuka
Jl. Cabe Raya, Pondok cabe, Kec. Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Banten 15437

e-mail : fadri.ari@ecampus.ut.ac.id

Abstract

The growth of startups in the creative industry sector in Indonesia has experienced significant development over the past decade. The government has implemented various strategic policies to encourage a competitive, innovative, and sustainable startup ecosystem. This study aims to identify and analyze various government policies that support the development of startups in the creative industry through a desk study approach. The study results indicate that programs such as the Creative Economy Agency (Bekraf), the formation of the Creative Economy Law, the provision of tax incentives, and the development of digital infrastructure are important pillars in supporting the startup ecosystem. However, challenges remain in terms of equitable access, intersectoral collaboration, and policy sustainability. This research provides theoretical and practical insights for the government, industry players, and academics in developing strategies that are more adaptive to the dynamics of the creative industry in the digital era.

Keywords: *government policy, start-ups, creative industries, digital economy, literature review*

Abstrak

Pertumbuhan startup di sektor industri kreatif di Indonesia mengalami perkembangan signifikan dalam satu dekade terakhir. Pemerintah telah mengimplementasikan berbagai kebijakan strategis guna mendorong ekosistem startup yang berdaya saing, inovatif, dan berkelanjutan. Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis berbagai kebijakan pemerintah yang mendukung perkembangan startup di industri kreatif melalui pendekatan studi pustaka. Hasil studi menunjukkan bahwa program seperti Bekraf, pembentukan UU Ekonomi Kreatif, pemberian insentif pajak, hingga pembangunan infrastruktur digital menjadi pilar penting dalam mendukung ekosistem startup. Meskipun demikian, tantangan masih muncul dalam hal pemerataan akses, kolaborasi antar sektor, dan keberlanjutan kebijakan. Penelitian ini memberikan wawasan teoretis dan praktis bagi pemerintah, pelaku industri, dan akademisi dalam mengembangkan strategi yang lebih adaptif terhadap dinamika industri kreatif di era digital.

Kata Kunci : kebijakan pemerintah, startup, industri kreatif, ekonomi digital, studi pustaka

A. Pendahuluan

Perkembangan sektor digital di Indonesia menciptakan kesempatan luar biasa untuk kemajuan industri kreatif, yang bisa berfungsi sebagai penggerak utama bagi ekonomi nasional. Di zaman Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) semakin meluas dan berdampak pada setiap segi kehidupan, industri kreatif memiliki kemampuan untuk melahirkan inovasi yang bukan saja mampu meningkatkan efisiensi dan ekektivitas dalam produksi, namun juga menghadirkan model bisnis baru yang responsif terhadap kebutuhan pasar yang terus berubah mengikuti perkembangan zaman. Ketahanan ekonomi Indonesia telah terbukti dalam menghadapi berbagai tantangan global seperti ketegangan geopolitik, ancaman resesi, dan krisis energi. Sampai akhir pada triwulan III-

2023, Indonesia mampu mencatatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 4,94 persen. Harapan serupa juga tergambar dalam performa pada sektor industri dibidang manufaktur, dimana pada periode yang sama terdapat pertumbuhan sebesar 5,20 persen (Kementerian Perindustrian, 2023).

Salah satu pencapaian dominan dalam sektor industri manufaktur terdapat pada bidang industri kreatif. Ini dapat dilihat dari pencapaian nilai tambah industri kreatif sebesar Rp.1,05 triliun pada kuartal ketiga tahun 2023. Angka ini telah mencapai 82,1 persen dari target tahun 2023 sebesar Rp.1,28 triliun. Selain itu, kinerja ekspor dari industri kreatif pada kuartal ketiga tahun 2023 mencapai USD 17,4 miliar, dengan subsektor fesyen memberikan kontribusi sebesar USD 9,88 miliar dan subsektor kriya menyumbang USD 6,26 miliar (Kementerian Perindustrian, 2023). Bagi Kemenperin, pencapaian ini mencerminkan peningkatan potensi masa depan industri kreatif di Indonesia. Oleh karena itu, pengembangan industri kreatif yang merupakan bagian dari sektor industri kecil dan menengah saat ini tidak dapat lagi dilakukan dengan cara konvensional dan tradisional. Untuk saat ini, semakin banyak generasi muda yang mampu menghasilkan berbagai produk usaha yang unik dan inovatif. Unit usaha yang mereka kelola juga telah dilengkapi dengan identitas merek yang sudah dirancang dengan baik.

Dalam hal ini, pemerintah melalui Kementerian Perindustrian telah berperan aktif dalam mengembangkan platform bagi anak muda yang terlibat dalam industri kecil dan menengah, terutama yang berkaitan dengan bidang ekonomi kreatif. Inisiatif ini dilaksanakan melalui program CBI atau *Creative Business Incubator* yang diselenggarakan di Bali Creative Industry Center (BCIC). Berdasarkan informasi dari MIKTI atau Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia, hingga akhir tahun 2021 terdapat 1.190 perusahaan startup di Indonesia. Sebagian besar, atau sebanyak 39,59 persen dari jumlah tersebut, berlokasi di kawasan Jabodetabek dengan total 481 startup. Untuk Kawasan dengan jumlah startup terbanyak berikutnya masih berada Malang dengan 115 startup, selanjutnya diikuti oleh Bandung dengan 93 startup, dan Yogyakarta dengan 85 startup (Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia, 2021).

Salah satu fenomena penting yang muncul sejalan dengan perkembangan ekonomi digital adalah e-commerce. Platform e-commerce telah merevolusi metode bagi pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen, memungkinkan mereka untuk mempromosikan produk secara luas tanpa terikat oleh batasan geografis (Putra et al., 2025). Ini memberikan peluang besar bagi profesional di industri kreatif, seperti desainer, seniman, dan pengrajin lokal, untuk memasarkan produk mereka ke audiens yang lebih luas. Melalui e-commerce, produk kreatif yang unik dan berkualitas tinggi menjadi mudah diakses oleh konsumen di seluruh Indonesia, bahkan secara global, sehingga meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional.

Dalam hal ini, pemerintah memiliki peranan vital dalam merancang dan mengimplementasikan kebijakan yang mendukung pertumbuhan industri kreatif dan e-commerce (Bahtiar, 2020). Investasi dalam infrastruktur digital yang kuat, yang mendukung akses dan konektivitas bagi pelaku usaha kecil dan menengah, sangatlah penting. Selain itu, peningkatan kualitas pendidikan, terutama di bidang teknologi dan kewirausahaan, juga menjadi hal yang krusial untuk memberikan keterampilan yang relevan dan inovatif kepada masyarakat. Dengan demikian, kita dapat membangun ekosistem yang mendukung pengembangan bakat dan kreativitas, serta mendorong lahirnya wirausahawan baru yang berdaya saing tinggi baik di tingkat nasional maupun internasional.

Di Indonesia, ekonomi kreatif diakui sebagai sektor strategis yang mendukung pertumbuhan ekonomi nasional. Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), secara aktif melaksanakan berbagai inisiatif untuk memperkuat ekosistem industri kreatif yang kompetitif, termasuk melalui fasilitasi akses pembiayaan, pelatihan kewirausahaan, dan pembangunan creative hub di berbagai lokasi. Percepatan proses digitalisasi juga memperluas akses pasar dan mempercepat transformasi sektor ini, memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk menjangkau konsumen global dengan lebih efisien (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis apa saja kebijakan pemerintah dalam mendukung ekonomi kreatif terhadap sektor startup berkelanjutan di era digital dan mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi pelaku industri kreatif dalam menghadapi dinamika persaingan global.

B. Kerangka Teori

1. Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah merupakan tindakan, keputusan, atau program yang dibuat oleh pemerintah untuk menyelesaikan masalah publik dan mencapai tujuan pembangunan. Dalam konteks ekonomi digital dan industri kreatif, kebijakan pemerintah memiliki fungsi sebagai regulator, fasilitator, dan akselerator pembangunan ekonomi berbasis inovasi. Menurut Thomas R. Dye (2017), kebijakan publik adalah “*whatever governments choose to do or not to do,*” yang berarti segala sesuatu yang dipilih pemerintah untuk dilakukan maupun tidak dilakukan. Definisi ini menekankan bahwa pemerintah memiliki otoritas dalam menentukan arah pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Sementara itu, William N. Dunn (2018) menyatakan bahwa kebijakan publik merupakan pola tindakan pemerintah yang dirancang untuk memecahkan masalah publik melalui proses perencanaan, implementasi, dan evaluasi kebijakan. Dalam

pengembangan startup dan industri kreatif, kebijakan pemerintah diwujudkan melalui regulasi digital, bantuan modal usaha, inkubator bisnis, dan penguatan infrastruktur teknologi. Teori kebijakan pemerintah juga berkaitan dengan konsep governance modern yang menempatkan pemerintah sebagai aktor kolaboratif bersama sektor swasta, akademisi, dan masyarakat dalam mendorong pertumbuhan ekonomi digital.

2. Startup

Startup merupakan perusahaan rintisan yang berorientasi pada inovasi, teknologi, dan pertumbuhan bisnis yang cepat. Startup lahir sebagai respons terhadap perkembangan teknologi digital dan kebutuhan pasar yang dinamis. Menurut Eric Ries (2017), startup adalah organisasi yang dibentuk untuk menciptakan produk atau layanan baru dalam kondisi ketidakpastian yang tinggi. Konsep ini menekankan pentingnya inovasi berkelanjutan, eksperimen pasar, dan kemampuan adaptasi bisnis. Selanjutnya, Steve Blank (2020) menjelaskan bahwa startup merupakan organisasi sementara yang dirancang untuk mencari model bisnis yang dapat diulang dan dikembangkan secara cepat (scalable). Dengan demikian, startup tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga pada penciptaan inovasi berbasis teknologi. Dalam ekonomi digital, startup menjadi aktor utama dalam menciptakan transformasi digital melalui aplikasi digital, e-commerce, financial technology, dan platform berbasis internet.

3. Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, ide, dan inovasi manusia sebagai sumber utama penciptaan nilai ekonomi. Menurut United Nations Conference on Trade and Development (2021), industri kreatif adalah aktivitas ekonomi berbasis pengetahuan yang memanfaatkan kreativitas dan kekayaan intelektual untuk menghasilkan produk dan jasa bernilai ekonomi tinggi. Sementara itu, John Howkins (2016) menjelaskan bahwa ekonomi kreatif dan industri kreatif bertumpu pada ide, talenta, dan kreativitas manusia sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Teori industri kreatif menempatkan kreativitas sebagai faktor produksi utama yang dapat meningkatkan daya saing daerah dan nasional. Industri kreatif juga berkaitan erat dengan perkembangan startup karena keduanya sama-sama memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas pasar dan menciptakan inovasi produk.

4. Ekonomi Digital

Ekonomi digital merupakan sistem ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital, internet, dan data sebagai fondasi utama aktivitas ekonomi. Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (2024), ekonomi digital adalah seluruh aktivitas ekonomi yang bergantung pada teknologi digital, termasuk internet, platform digital, cloud computing, dan big data. Selain itu, Bukht dan Heeks (2018) mendefinisikan ekonomi digital sebagai bagian dari

aktivitas ekonomi yang berbasis teknologi digital dan menciptakan transformasi dalam produksi, distribusi, serta konsumsi barang dan jasa. Dalam perspektif teori modernisasi ekonomi, ekonomi digital menjadi instrumen penting dalam meningkatkan produktivitas, efisiensi, inovasi, dan konektivitas ekonomi global. Ekonomi digital juga mempercepat pertumbuhan startup dan industri kreatif melalui pemanfaatan platform digital dan sistem teknologi informasi.

C. Metode

Penelitian ini dilaksanakan dengan metode Library Research, di mana data dijelaskan dan diuraikan berdasarkan berbagai sumber pustaka atau literatur yang relevan dengan topik yang sedang diteliti. Ini merupakan sebuah studi kualitatif di mana peneliti memiliki dasar yang kokoh dalam pengumpulan informasi yang bersifat ilmiah. Dengan menggunakan metode ini, peneliti dapat mendalami landasan teoritis, kerangka konseptual, serta pemahaman mendalam terhadap isu atau fenomena tertentu yang berkaitan. Penelitian ini menekankan pada eksplorasi dan analisis terhadap berbagai sumber tertulis, baik berupa buku, jurnal, dokumen resmi, maupun publikasi ilmiah lainnya. Pendekatan kualitatif diterapkan untuk lebih memahami konteks, tantangan, dan peluang yang dihadapi dalam mengembangkan sektor tersebut. Dengan dukungan pondasi ilmiah yang kokoh, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi yang signifikan dalam merumuskan apa saja kebijakan serta strategi pengembangan yang berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan startup ekonomi kreatif di masa yang akan datang.

D. Hasil dan Pembahasan

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu fondasi esensial dalam ekonomi kontemporer, khususnya di Indonesia. Peran pemerintah sangat vital dalam memperkuat sektor ekonomi kreatif melalui beberapa kebijakan yang strategis. Data dari Kementerian Perindustrian tahun 2023 menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif berkontribusi sekitar 7,8% terhadap Produk Domestik Bruto Nasional, yang menegaskan peranan penting sektor ini dalam perekonomian negara. Akan tetapi, dalam era digital yang semakin berkembang, muncul berbagai tantangan baru (Kementerian Perindustrian, 2023).

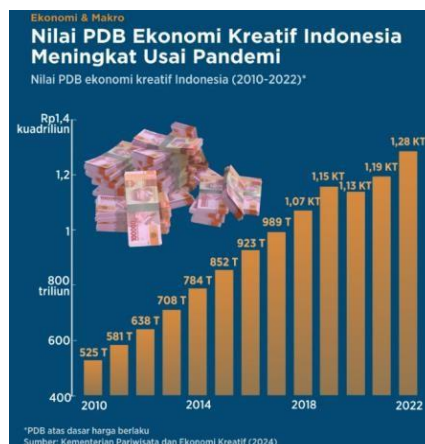
Bidang Ekonomi kreatif saat ini menjadi perhatian utama dalam upaya meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi di beberapa negara, termasuk Indonesia. Istilah "ekonomi kreatif" sendiri merujuk pada sebuah pandangan yang menekankan kreativitas pada karya, pengetahuan, dan ide sebagai elemen penting dalam menciptakan nilai ekonomi (Firdaus et al., 2024). Sejak secara resmi diumumkan oleh pemerintah Indonesia pada tahun 2006, ekonomi kreatif telah mengalami kemajuan yang pesat dan menjadi sektor yang krusial dalam perekonomian nasional.

Menurut BEKRAF, terdapat 16 sub-sektor industri kreatif, berikut ini adalah keenam belas sub- sektor industri tersebut :



Gambar 1. 16 Subsektor Ekonomi Kreatif
Sumber: Bekraf 2019

Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif di Indonesia dapat diukur melalui berbagai indikator, seperti adanya peningkatan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), munculnya lapangan kerja, serta ekspor barang kreatif. Berdasarkan informasi dari Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), pada tahun 2019, sektor ekonomi kreatif menyumbangkan setidaknya sebesar 7,44% dari PDB nasional, dengan jumlah total sebesar Rp.1.100 triliun. Di samping itu, sektor ini juga berhasil menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja, dengan mayoritas berasal dari generasi muda yang memiliki keterampilan tinggi dan inovasi yang kuat (Badan Pusat Statistik, 2020). Sejalan dengan informasi dari Kemenparekraf, Produk Domestik Bruto (PDB) dari sektor ekonomi kreatif Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan pasca pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020. Pada tahun 2022, nilai PDB untuk ekonomi kreatif berdasarkan harga yang berlaku telah mencapai Rp.1.280 triliun atau Rp.1,28 kuadriliun.



Gambar 2. Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia
Sumber: Bekraf 2022

Pada gambar di atas terlihat kemajuan Nilai PDB yang dihasilkan dari sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemerintah Indonesia memainkan peran yang krusial dalam mendorong kemajuan startup di industri kreatif, yang dalam beberapa tahun terakhir menjadi salah satu penyokong utama pertumbuhan ekonomi digital di tingkat nasional. Dengan berbagai kebijakan strategis, pemerintah berusaha membangun lingkungan yang mendukung kemunculan startup yang inovatif, fleksibel, dan bersaing di pasar global. Dukungan pemerintah ini terwujud melalui beberapa kebijakan seperti yang akan di bahas di bawah ini.

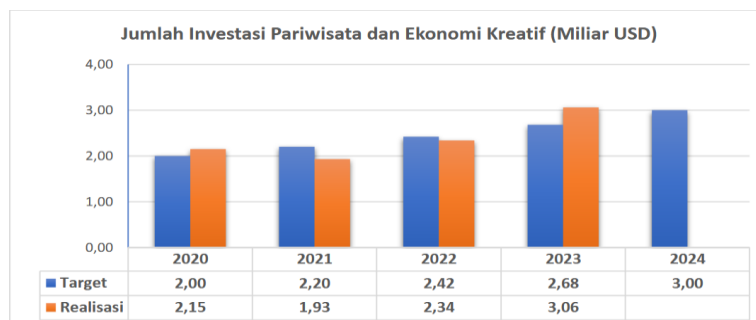
1. Kebijakan Pengembangan Infrastruktur Industri Kreatif

Menurut Organisation for Economic Co-operation and Development (2024), infrastruktur digital merupakan elemen fundamental dalam meningkatkan produktivitas, inovasi, dan daya saing industri kreatif di era ekonomi digital. Infrastruktur yang dimaksud meliputi akses internet, teknologi informasi, jaringan komunikasi, pusat data, serta platform digital yang mendukung proses produksi dan distribusi produk kreatif. Industri kreatif, yang meliputi berbagai subsektor seperti desain, seni pertunjukan, film, musik, animasi, aplikasi digital, hingga kuliner, memerlukan dukungan infrastruktur yang tidak hanya bersifat fisik, tetapi juga digital dan kelembagaan. Infrastruktur menjadi fondasi utama bagi pelaku kreatif dalam mengakses sumber daya, memproduksi karya, dan memasarkan hasil kreativitas mereka secara lebih luas dan efektif.

Pemerintah Indonesia menyadari pentingnya infrastruktur sebagai penggerak utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, pembangunan pusat-pusat kreativitas seperti creative hub, co-working space, rumah kreatif, dan studio multimedia menjadi bagian dari agenda pembangunan nasional. Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya menyediakan ruang fisik bagi para pelaku industri kreatif untuk berkarya dan berkolaborasi, tetapi juga menjadi pusat edukasi dan pelatihan keterampilan digital yang dibutuhkan dalam era ekonomi berbasis pengetahuan. Kehadiran ruang kreatif ini juga membantu menciptakan komunitas yang solid serta mendorong pertukaran ide dan inovasi lintas disiplin. Selain infrastruktur fisik, pembangunan infrastruktur digital menjadi aspek yang sangat krusial. Akses internet yang merata dan cepat, ketersediaan platform digital untuk distribusi karya, serta sistem pembayaran daring yang aman dan mudah digunakan merupakan bagian penting dari ekosistem digital yang mendukung industri kreatif. Melalui konektivitas digital, pelaku industri kreatif, terutama yang berada di daerah-daerah, dapat menjangkau pasar nasional dan internasional tanpa harus berpindah ke pusat kota (Harsono et al., 2025). Hal ini turut memperkuat inklusi ekonomi dan pemerataan pertumbuhan sektor kreatif di seluruh wilayah Indonesia.

Pemerintah telah menerbitkan sejumlah regulasi, seperti Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif yang menjadi payung hukum utama dalam pengembangan industri

kreatif, termasuk startup. Di sisi kelembagaan, pembentukan Bekraf serta pendirian Creative Hub di berbagai daerah menjadi upaya konkret membangun ekosistem yang inklusif dan kolaboratif. Pemerintah melakukan investasi dalam pengembangan infrastruktur yang dianggap memberikan dukungan dan kontribusi terhadap perkembangan industri kreatif, seperti *coworking space*, fasilitas teknologi, dan pusat-pusat kreatif. Langkah ini bertujuan untuk menciptakan ruang bagi para pelaku industri kreatif dalam berinovasi dan berkarya. Salah satu contohnya dengan pembangunan “*Creative Hubs*” yang terdapat di beberapa kota besar di Indonesia yang memberikan fasilitas lengkap untuk startup dan komunitas kreatif.



Gambar 3. Jumlah Investasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kemenparekraf
Sumber: Bekraf 2024

2. Kebijakan Dukungan Pembiayaan dan Investasi

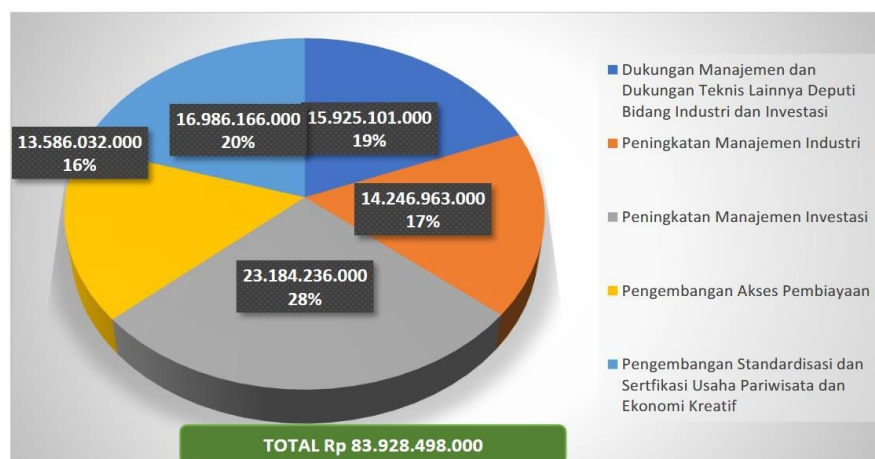
Dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif, faktor pembiayaan merupakan salah satu aspek krusial dalam pengembangan industri kreatif, khususnya bagi para pelaku usaha rintisan atau startup yang kerap menghadapi tantangan permodalan di tahap awal. United Nations Conference on Trade and Development (2021) menjelaskan bahwa sektor ekonomi kreatif memerlukan dukungan pembiayaan yang inklusif melalui hibah, insentif fiskal, pendanaan inovasi, serta kemitraan dengan sektor swasta. Dukungan tersebut penting untuk memperkuat kapasitas pelaku industri kreatif dalam menghasilkan inovasi dan memperluas pasar global berbasis digital. Infrastruktur keuangan ini akan memperkuat iklim inovasi dan mendorong munculnya lebih banyak startup di sektor kreatif. Untuk mendukung keberlangsungan dan pertumbuhan sektor ini, pemerintah telah meluncurkan berbagai program pembiayaan yang bertujuan memberikan akses pendanaan yang fleksibel, mudah, dan sesuai dengan karakteristik usaha kreatif yang sering kali berbasis ide dan inovasi.

Melalui berbagai inisiatif, pemerintah menghadirkan skema pembiayaan yang dirancang tidak hanya untuk memberikan suntikan modal, tetapi juga mendampingi pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas manajerial dan keberlanjutan bisnis. Salah satu bentuk dukungan datang

dari Lembaga Pengelola Dana Bergulir Koperasi dan UMKM (LPDB-KUMKM) yang menyalurkan dana bergulir kepada pelaku industri kreatif yang memenuhi syarat. Program ini memberikan pilihan pembiayaan dengan bunga rendah dan tenor yang disesuaikan dengan siklus usaha kreatif, yang sering kali tidak memiliki jaminan fisik sebagaimana usaha konvensional.

Selain itu, pemerintah melalui kolaborasi dengan sektor swasta dan lembaga keuangan juga menginisiasi pendanaan dalam bentuk *venture capital* atau pendanaan ekuitas. Pendekatan ini memberi ruang bagi *startup* kreatif untuk mendapatkan modal dari investor yang tidak hanya menanamkan dana, tetapi juga terlibat dalam pengembangan bisnis. Dalam konteks ini, program seperti *Startup Studio Indonesia* dan *Gerakan Nasional 1000 Startup Digital* tidak hanya menjadi platform inkubasi ide, tetapi juga jembatan antara pelaku usaha dan investor potensial.

Dukungan pembiayaan juga hadir melalui insentif pajak, program kredit usaha rakyat (KUR) yang mulai diperluas cakupannya ke sektor kreatif, serta hibah kompetitif yang diberikan dalam bentuk bantuan langsung tunai atau pendanaan program oleh kementerian teknis seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Skema hibah ini biasanya ditujukan untuk pembiayaan produksi, promosi, hingga pengembangan kapasitas usaha dalam bentuk pelatihan atau partisipasi dalam pameran nasional maupun internasional.



Gambar 4. Pagu Anggaran Deputi Bidang Industri dan Investasi Kememparekraf 2023

Sumber: Bekraf 2023

Pemerintah memberikan akses pembiayaan melalui berbagai program, seperti pembiayaan untuk *startup* yang berbasis kreatif, serta adanya Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang bertujuan untuk meningkatkan daya saing terutama bagi usaha kecil dan menengah. Di samping itu juga, pemerintah memfasilitasi kerjasama dengan investor swasta guna mempercepat pengembangan usaha kreatif. Dukungan fiskal seperti insentif pajak untuk *startup*, program pembiayaan dari LPDB-KUMKM, serta keberadaan skema pembiayaan seperti Dana Ventura Pemerintah

(Amvesindo) menjadi langkah strategis untuk mendorong pertumbuhan modal di sektor startup kreatif.

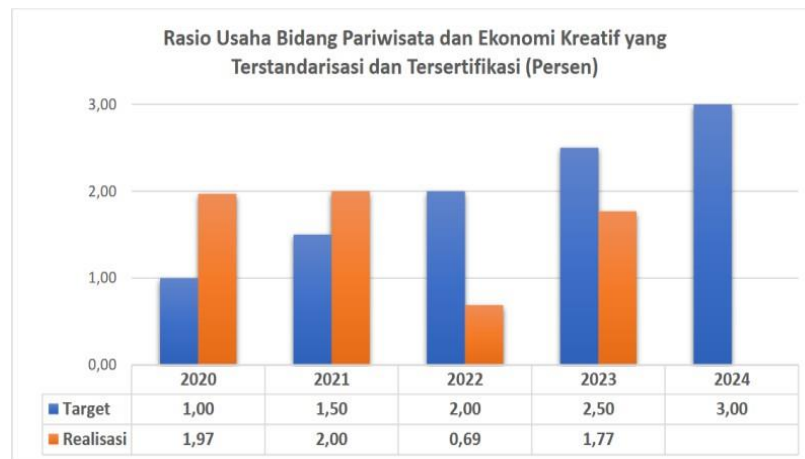
3. Kebijakan Regulasi dan Perlindungan Kekayaan Intelektual

United Nations Conference on Trade and Development (2021) menjelaskan bahwa perlindungan regulatif terhadap karya kreatif merupakan faktor utama dalam meningkatkan kepercayaan pelaku industri kreatif untuk terus berinovasi. Regulasi yang kuat dapat menciptakan kepastian hukum, meningkatkan nilai ekonomi karya kreatif, dan mendorong pertumbuhan investasi pada sektor ekonomi kreatif berbasis digital. Pemerintah berupaya menjaga dan melindungi karya-karya kreatif dengan menerapkan peraturan yang tegas terkait hak kekayaan intelektual. Tindakan ini sangat diperlukan untuk memberikan jaminan kepada para kreator ataupun inovator agar mendapat pengakuan dan manfaat ekonomi dari karya yang mereka hasilkan. Selain itu, pemerintah juga mensosialisasikan kebijakan ataupun peraturan yang dapat mempermudah proses bisnis pada sektor kreatif. Regulasi terhadap perlindungan kekayaan intelektual merupakan elemen fundamental dalam mendukung pertumbuhan sektor industri kreatif, terutama di tengah arus perkembangan ekonomi digital yang begitu pesat (Nazia et al., 2023). Di Indonesia, industri kreatif sangat bergantung pada hasil karya, ide, dan inovasi yang lahir dari kemampuan intelektual individu atau kelompok. Oleh karena itu, keberadaan sistem hukum yang menjamin perlindungan terhadap hak kekayaan intelektual menjadi hal yang mutlak agar para pelaku industri dapat merasa aman dan terlindungi dalam menciptakan serta mendistribusikan karya mereka.

Pemerintah telah menetapkan berbagai regulasi yang menjadi payung hukum dalam perlindungan kekayaan intelektual, mulai dari hak cipta, merek dagang, paten, desain industri, hingga rahasia dagang. Undang-Undang Hak Cipta dan Undang-Undang Merek menjadi landasan utama dalam memberikan perlindungan terhadap produk-produk kreatif seperti musik, film, desain grafis, produk fashion, karya sastra, dan bentuk karya lain yang berkembang di ranah industri kreatif. Dengan regulasi ini, para kreator memiliki hak eksklusif atas karya mereka, yang memungkinkan mereka untuk memonetisasi, melisensikan, bahkan memperluas jangkauan pasar secara legal. Di samping itu, keberadaan Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI) di bawah Kementerian Hukum dan HAM menjadi institusi utama yang menangani pendaftaran, edukasi, dan penegakan hukum atas pelanggaran hak kekayaan intelektual. Pemerintah juga terus mendorong peningkatan kesadaran masyarakat, khususnya para pelaku usaha kecil dan menengah di sektor kreatif, akan pentingnya mendaftarkan karya atau produknya agar tidak mudah dibajak atau diklaim pihak lain. Edukasi dilakukan melalui berbagai program pelatihan, sosialisasi, serta

penyederhanaan proses pendaftaran agar lebih terjangkau dan mudah diakses.

Perlindungan kekayaan intelektual bukan hanya memberikan rasa aman bagi kreator, tetapi juga menciptakan iklim usaha yang sehat dan kompetitif (Sinaga, 2020). Ketika hak cipta dan hak atas merek terlindungi, maka nilai ekonomi dari sebuah karya meningkat, mendorong munculnya lebih banyak inovasi dan investasi di sektor kreatif. Dengan demikian, regulasi yang kuat menjadi pendorong utama bagi berkembangnya ekosistem industri kreatif yang berbasis pada keunikan, orisinalitas, dan keberlanjutan ide.



Gambar 5. Rasio Usaha Bidang Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang Terstandarisasi dan Tersertifikasi

Sumber: Bekraf 2024

Namun demikian, tantangan dalam implementasi regulasi kekayaan intelektual masih cukup besar. Maraknya pelanggaran hak cipta di ruang digital, pembajakan, dan rendahnya kesadaran hukum di kalangan pelaku industri masih menjadi pekerjaan rumah yang perlu ditangani secara kolaboratif antara pemerintah, penegak hukum, platform digital, dan masyarakat. Di era transformasi digital seperti sekarang ini, dibutuhkan pendekatan yang adaptif dan berbasis teknologi dalam pengawasan dan penegakan hak kekayaan intelektual agar regulasi yang ada tidak tertinggal dari perkembangan zaman. Dengan dukungan regulasi yang progresif dan perlindungan hukum yang efektif, sektor industri kreatif di Indonesia memiliki peluang besar untuk tumbuh lebih kuat dan menjadi kekuatan ekonomi nasional yang berbasis pada kreativitas, budaya lokal, dan inovasi global (Lestari et al., 2023).

4. Kebijakan Bidang Pendidikan dan Pelatihan

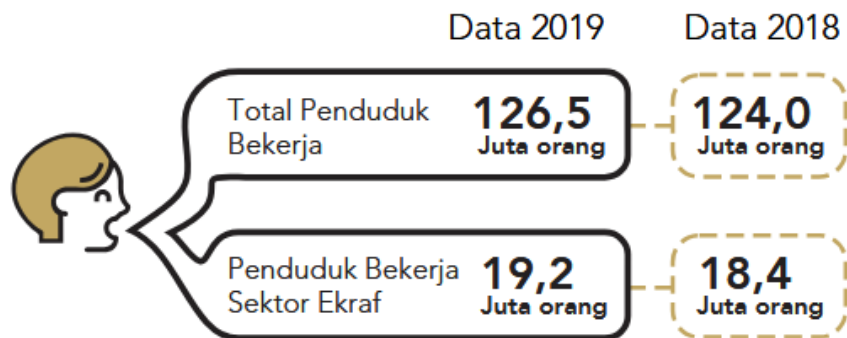
Pemerintah memasukkan pembelajaran ekonomi kreatif kedalam kurikulum baik itu terhadap pendidikan formal ataupun non-formal. Pendidikan tentang ekonomi kreatif merupakan bagian integral dalam membentuk generasi yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman serta siap bersaing di era digital (Rahayu et al., 2023). Ekonomi kreatif menempatkan ide,

keaktivitas, dan inovasi sebagai aset utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi, sehingga sistem pendidikan harus mampu mengakomodasi dan mendorong potensi tersebut sejak dini. Pemahaman tentang ekonomi kreatif tidak hanya penting bagi pelaku usaha atau seniman, tetapi juga bagi siswa, mahasiswa, pendidik, dan masyarakat luas sebagai bagian dari ekosistem pembangunan ekonomi berbasis kreativitas.

Simatupang mengatakan Industri kreatif yang berfokus terhadap bakat, keterampilan, dan kreativitas merupakan elemen fundamental dari setiap individu (Simatupang, 2007). Komponen utama dalam industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan kemampuan yang dapat meningkatkan kesejahteraan melalui penyajian karya intelektual (Fitria, 2021). Dalam konteks Indonesia, penguatan pendidikan ekonomi kreatif dilakukan dengan memasukkan unsur kreativitas dan kewirausahaan ke dalam kurikulum pendidikan formal dan nonformal. Banyak institusi pendidikan mulai menyelenggarakan program studi atau mata kuliah yang berfokus pada industri kreatif, seperti desain komunikasi visual, film dan animasi, musik, game, kuliner, fashion, hingga manajemen seni pertunjukan. Selain itu, pendekatan pembelajaran yang lebih praktis dan berbasis proyek semakin dikembangkan agar peserta didik tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menghasilkan karya nyata yang bernilai ekonomi dan sosial. Pendidikan ekonomi kreatif juga bertujuan menanamkan pola pikir kritis, inovatif, dan kolaboratif. Dalam dunia kreatif, keberhasilan tidak hanya diukur dari nilai akademik, tetapi dari kemampuan menciptakan solusi baru, mengekspresikan ide secara orisinal, dan memanfaatkan teknologi sebagai sarana produksi serta distribusi. Oleh karena itu, pengembangan soft skill seperti kepemimpinan, komunikasi, dan pemecahan masalah menjadi bagian penting dari sistem pendidikan yang mengusung semangat ekonomi kreatif.

Peran pemerintah, lembaga pendidikan, serta dunia industri sangat dibutuhkan untuk menciptakan sinergi yang efektif dalam mengembangkan pendidikan ekonomi kreatif. Pemerintah melalui Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi serta Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terus mendorong kolaborasi antara sekolah, universitas, inkubator bisnis, dan pelaku industri kreatif agar dapat mencetak lulusan yang siap masuk ke dalam ekosistem industri secara nyata. Dukungan berupa pelatihan vokasional, sertifikasi keahlian, magang industri, serta kompetisi kreatif di berbagai level menjadi upaya konkret dalam menjembatani dunia pendidikan dengan kebutuhan pasar kerja di sektor kreatif.

TENAGA KERJA EKONOMI KREATIF



Gambar 6. Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia Tahun 2019
Sumber: Bekraf 2019

Pada tahun 2019, jumlah penduduk yang bekerja pada bidang ekonomi kreatif mencapai sebesar 19,2 juta orang, yang merupakan 15,21% dari total jumlah tenaga kerja nasional. Persentase pertumbuhan tenaga kerja di sektor ekonomi kreatif dari tahun 2018 ke 2019 adalah sebesar 4,02% (Badan Pusat Statistik, 2020). Membangun kesadaran akan pentingnya ekonomi kreatif melalui pendidikan juga berarti menumbuhkan apresiasi terhadap karya lokal dan budaya Indonesia. Hal ini menjadi kekuatan tersendiri dalam menciptakan produk kreatif yang tidak hanya kompetitif, tetapi juga berakar pada identitas bangsa. Dengan pendidikan yang terarah dan berkelanjutan, ekonomi kreatif tidak sekadar menjadi tren sesaat, tetapi akan tumbuh menjadi salah satu pilar utama pembangunan nasional yang inklusif, inovatif, dan berdaya saing tinggi di tingkat global. Pelatihan, seminar, dan workshop yang diadakan secara berkala dan berkelanjutan untuk dapat meningkatkan kemampuan dan pengetahuan para pelaku industri kreatif, terutama dalam bidang manajemen bisnis dan pemasaran digital. Program pembangunan jaringan internet hingga pelosok daerah, penyediaan platform e-learning dan mentoring startup (seperti Gerakan Nasional 1000 Startup Digital), serta kolaborasi dengan inkubator bisnis dari perguruan tinggi menjadi penopang pengembangan sumber daya dan literasi digital pelaku startup.

5. Kebijakan Promosi dan Akses Pasar

Mempromosikan produk-produk kreatif merupakan langkah strategis yang tidak hanya bertujuan meningkatkan penjualan, tetapi juga membangun identitas, nilai, dan citra dari sebuah karya atau brand yang dihasilkan oleh pelaku industri kreatif. Dalam era digital saat ini, promosi tidak lagi terbatas pada media konvensional, melainkan telah merambah berbagai platform digital yang memungkinkan jangkauan audiens yang lebih luas, cepat, dan terukur. Produk kreatif yang bersifat unik dan personal membutuhkan pendekatan promosi yang berbeda dari produk massal, karena nilai yang ditawarkan tidak hanya terletak pada fungsi, tetapi juga pada cerita, konsep, dan

emosi yang menyertainya. Pemasaran produk kreatif menekankan pentingnya narasi atau storytelling yang kuat. Konsumen saat ini tidak sekadar membeli barang, tetapi juga membeli makna di balik produk tersebut. Oleh karena itu, pelaku kreatif perlu mampu menyampaikan proses kreatif, filosofi desain, serta inspirasi di balik karya mereka melalui berbagai media komunikasi. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi ruang utama untuk menampilkan proses di balik layar, testimoni, hingga konten visual yang menarik dan autentik. Platform ini memungkinkan hubungan yang lebih dekat dan interaktif antara kreator dan audiens, sehingga membangun loyalitas serta kepercayaan terhadap merek. Selain digital marketing, keikutsertaan dalam pameran, bazar, atau festival industri kreatif juga menjadi sarana penting dalam mempromosikan produk kreatif. Melalui kegiatan ini, pelaku usaha bisa memperkenalkan produknya secara langsung kepada publik, mendapatkan feedback instan, serta menjalin koneksi dengan pembeli potensial, investor, maupun sesama kreator. Pemerintah dan berbagai lembaga pendukung ekonomi kreatif turut mendorong kegiatan promosi ini melalui penyelenggaraan event nasional maupun internasional yang melibatkan pelaku dari berbagai sub-sektor industri kreatif. Kolaborasi juga menjadi pendekatan efektif dalam memperluas jangkauan promosi. Bekerja sama dengan influencer, komunitas, atau brand lain yang memiliki nilai sejalan dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan dan menjangkau audiens baru yang relevan. Dalam dunia kreatif, kolaborasi sering kali tidak hanya menghasilkan karya baru, tetapi juga menjadi strategi promosi yang dinamis dan segar. Hal ini memperkuat posisi produk kreatif sebagai bagian dari gaya hidup dan budaya masyarakat.

Upaya promosi yang efektif harus pula memperhatikan identitas visual dan konsistensi brand. Logo, kemasan, warna, hingga bahasa komunikasi yang digunakan perlu mencerminkan nilai-nilai yang ingin dibawa oleh produk kreatif tersebut. Kesadaran akan branding ini tidak hanya membedakan produk dari pesaing, tetapi juga memperkuat daya ingat konsumen terhadap karya yang ditawarkan. Dalam menghadapi pasar yang semakin kompetitif dan cepat berubah, kemampuan mempromosikan produk kreatif secara inovatif dan adaptif menjadi kunci keberhasilan. Bukan hanya soal bagaimana menjual barang, tetapi bagaimana menciptakan pengalaman yang berkesan dan relevan dengan kebutuhan serta gaya hidup masyarakat modern. Dengan promosi yang terencana, otentik, dan terhubung dengan identitas budaya, produk-produk kreatif Indonesia memiliki potensi besar untuk bersinar di pasar lokal maupun global.

Pemerintah berperan aktif dalam mempromosikan produk kreatif lokal, baik itu di pasar nasional maupun internasional. Salah satu upaya pemerintah dalam mempromosikan produk kreatif lokal di pasar internasional adalah melalui partisipasi dalam pameran internasional, seperti Expo Dubai. Untuk di dalam negeri pemerintah sudah meluncurkan Program “Beli Kreatif

Lokal” yang bertujuan untuk mendorong masyarakat agar lebih mendukung produk-produk kreatif dalam negeri.

E. Kesimpulan

Kebijakan pemerintah Indonesia telah menunjukkan peran signifikan dalam membentuk dan mendukung ekosistem startup di sektor industri kreatif. Melalui pendekatan regulatif, fiskal, dan kolaboratif, pemerintah berhasil membuka banyak peluang bagi pertumbuhan ekonomi digital nasional. Namun, perlu adanya penyempurnaan dalam pelaksanaan kebijakan, terutama pada aspek inklusivitas, keberlanjutan program, serta perbaikan koordinasi antar instansi. Penelitian ini merekomendasikan pentingnya monitoring dan evaluasi berkala serta pendekatan kebijakan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan startup yang terus berkembang. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup menjanjikan, dikarenakan memiliki kontribusi yang besar terhadap laju pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) serta mampu menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat usia produktif. Sektor ini juga dianggap berpengaruh dalam melestarikan dan mempromosikan budaya lokal, sehingga mampu memperkuat eksistensi budaya Indonesia di kancah internasional.

Teknologi informasi dan komunikasi sangat berperan penting pada perkembangan sektor digital, seperti aplikasi dan permainan. Pemerintah sendiri sangat mendukung terhadap perkembangan ekonomi kreatif. Hal ini dapat dilihat melalui kebijakan dan program yang proaktif seperti pendirian Badan Ekonomi Kreatif yang selama ini telah membantu pertumbuhan pada sektor ini. Meskipun demikian masih terdapat beberapa tantangan yang mesti ditangani seperti akses pembiayaan, keterbatasan infrastruktur, perlindungan hak kekayaan intelektual, dan minimnya pendidikan serta pelatihan pada sektor ekonomi kreatif. Prospek ekonomi kreatif di Indonesia sendiri sangatlah menjanjikan dengan adanya peluang dari efek globalisasi dan perkembangan teknologi saat ini. Dengan adanya dukungan kebijakan dari pemerintah tentang upaya meningkatkan kualitas sumber daya manusia, serta regulasi ketat terkait perlindungan hak kekayaan intelektual dapat menjadi faktor pendorong untuk dapat memaksimalkan potensi yang ada saat ini. Melalui strategi yang komprehensif dan kolaboratif, ekonomi kreatif dapat terus berkembang sehingga dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya Indonesia di masa yang akan datang.

Pemerintah memiliki peran strategis dalam mendukung perkembangan startup dan industri kreatif melalui berbagai kebijakan berbasis ekonomi digital. Kebijakan tersebut diwujudkan dalam bentuk regulasi, insentif fiskal, pengembangan infrastruktur digital, pembiayaan usaha, hingga penguatan ekosistem inovasi dan kewirausahaan. Dalam mendukung pertumbuhan startup, terdapat sedikitnya 5 kebijakan pemerintah utama, yaitu pengembangan ekosistem startup digital

nasional, penyediaan infrastruktur teknologi dan internet, program inkubasi dan akselerasi bisnis startup, dukungan pembiayaan dan investasi digital, dan regulasi transformasi ekonomi digital dan perlindungan usaha digital. Sementara itu, dalam mendukung sektor industri kreatif, terdapat sedikitnya 6 kebijakan pemerintah utama, yaitu pengembangan ekonomi kreatif nasional, perlindungan hak kekayaan intelektual (HKI), insentif fiskal dan bantuan pembiayaan pelaku kreatif, penguatan digitalisasi industri kreatif, pengembangan SDM kreatif dan kewirausahaan, kolaborasi pemerintah dengan sektor swasta dan komunitas kreatif.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2020). *Retrieved from Statistik Ekonomi Kreatif*.
- Bahtiar, R. A. (2020). Potensi, Peran Pemerintah, dan Tantangan dalam Pengembangan E-Commerce di Indonesia [Potency, Government Role, and Challenges of E-Commerce Development in Indonesia]. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 11(1), 13–25. <https://doi.org/10.22212/jekp.v11i1.1485>
- Bukht, R., & Heeks, R. (2018). “Defining, Conceptualising and Measuring the Digital Economy.” *Development Informatics Working Paper*, 68, 1–24.
- Cunningham, S., & Flew, T. (2019). *Creative Industries and Digital Transformation*. London: Sage Publications.
- Eric Ries. (2017). *The Startup Way*. New York: Crown Business.
- Firdaus, A. R., Vynatria, A. D., Husna, S. L., Alfareza, M. F. N., & Hidayah, A. A. (2024). Ekonomi Kreatif Sebagai Lokomotif Baru Perekonomian Indonesia Menuju Indonesia Yang Maju. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 44–52. <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i2.2518>
- Fitria, F. (2021). Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 2(1), 27–34. <https://doi.org/10.36908/akm.v2i1.300>
- Harsono, I., Sulistiowati, S., Apriyanto, & Demung, I. W. (2025). *Buku Referensi Pembangunan Ekonomi Kewilayahan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- John Howkins. (2016). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Tahunan Ekonomi Kreatif*.
- Kementerian Perindustrian. (2023). *Performa Sektor Industri Manufaktur*.

- Lestari, S., Y., A., & Syaifuddin, M. (2023). Perlindungan Hukum Bagi Pemegang Merek Pada Pembangunan Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Program Pascasarjana Ilmu Hukum*, 9(2), 65–80.
- Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia. (2021). *Creative Business Incubator (CBI)*
- Nambisan, S. (2017). “Digital Entrepreneurship: Toward a Digital Technology Perspective of Entrepreneurship.” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1029–1055.
- Nazia, F., Sanusi, & Widyastuti, T. V. (2023). *Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Ekonomi Kreatif*. PT. Nasya Expanding Management.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2024). *Digital Economy Outlook 2024*. Paris: OECD Publishing.
- Putra, B. P. P., Judijanto, L., Apriyanto, Susilo, A., Kusumastuti, S. Y., Jamaludin, Arifiyanti, A. A., & Fika Hartina Sari. (2025). *Tren Bisnis Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Rahayu, S., Susilawati, T., Iskandar, D., Nuramat, F., Najib, M., & Fadhilah Majid, A. (2023). Komunikasi Fundamental pada Pendidikan Kewirausahaan Bagi Generasi Digital. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 4(2), 81–87. <https://doi.org/10.34306/abdi.v4i2.997>
- Simatupang, T. M. (2007). Gelombang Ekonomi Kreatif. *Pikiran Rakyat*.
- Sinaga, N. A. (2020). Pentingnya Perlindungan Hukum Kekayaan Intelektual Bagi Pembangunan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Hukum Sasana*, 6(2), 144–165. <https://doi.org/10.31599/sasana.v6i2.385>
- Steve Blank. (2020). *The Four Steps to the Epiphany*. California: K&S Ranch.
- Thomas R. Dye. (2017). *Understanding Public Policy* (15th ed.). Boston: Pearson.
- United Nations Conference on Trade and Development. (2021). *Creative Economy Outlook 2021*. Geneva: UNCTAD.
- William N. Dunn. (2018). *Public Policy Analysis* (6th ed.). New York: Routledge.