

EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF



Dadang Saepuloh

EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF

Dadang Saepuloh

Penerbit
PT. Bidara Cendekia Ilmi Nusantara

EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF

Dadang Saepuloh

ISBN : 978-623-89724-5-6
Cetakan Pertama, Juni 2025

Editor:
Siti Subaidah

Layout dan Desain Cover:
Riska Alicia

Link KDT:
<https://isbn.perpusnas.go.id/bo-penerbit/penerbit/isbn/data/view-kdt/1230428>

Diterbitkan oleh:
PT. Bidara Cendekia Ilmi Nusantara
Jl. Perdamaian No.79, Poris Plawad Indah, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten 15141

Berminat untuk menerbitkan dan mencetak buku hubungi:
Email: bidaracinpress@gmail.com
Whatsapp: +62 815-8558-2370

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga buku ini, "**Ekonomi Kreatif dan Inovatif**", dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini membahas konsep dasar, kerangka teori, serta dinamika perkembangan ekonomi kreatif dan peran inovasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi modern.

Melalui pendekatan multidisipliner, buku ini menguraikan integrasi antara kreativitas, pengetahuan, dan teknologi sebagai fondasi utama ekonomi kreatif. Pembaca akan menemukan bahasan mengenai perbedaan ekonomi kreatif dengan ekonomi konvensional, pentingnya perlindungan hak kekayaan intelektual, peran tenaga kerja kreatif, serta strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, buku ini juga menyoroti tantangan dan peluang dalam pengembangan sektor industri kreatif di tengah arus globalisasi.

Penulis berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa, akademisi, pelaku usaha, maupun pihak-pihak yang tertarik untuk memahami dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif sebagai pilar pembangunan masa depan.

Saya menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat kami harapkan demi penyempurnaan karya ini di masa mendatang. Semoga buku ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik ekonomi kreatif di Indonesia..

Tangerang, Mei 2025

Penulis,

Dr. Dadang Saepuloh, S.Pd., M.Pd.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
Tujuan Pembelajaran.....	1
BAB I PENGANTAR EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF	2
A. Teori Dasar Ekonomi Kreatif.....	2
B. Definisi Ekonomi Kreatif.....	7
C. Konsep Dasar Ekonomi Kreatif	8
D. Perbedaan ekonomi kreatif dengan ekonomi konvensional	12
E. Pentingnya Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Globalisasi	19
F. Hakikat Inovasi dalam Ekonomi Kreatif.....	24
G. Evaluasi	27
Tujuan Pembelajaran.....	29
BAB II SEJARAH DAN PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF	30
A. Gelombang Peradaban Ekonomi dari Tradisional ke Era Kreativitas.....	30
B. Evolusi Kreativitas sebagai Fondasi Munculnya Ekonomi Kreatif Modern	34
C. Sejarah Perkembangan Industri Kreatif di Dunia	39
D. Perkembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia	42
E. Dampak Teknologi Digital pada Perkembangan Ekonomi Kreatif	45
F. Evaluasi	47
Tujuan Pembelajaran.....	49
BAB III KREATIVITAS TANPA BATAS: STRATEGI INOVASI UNTUK EKONOMI KREATIF	50
A. Pengertian dan Konsep Kreativitas	50
B. Pola Pikir (<i>Mindset</i>) yang mendukung Kreativitas	60
C. Karakteristik Individu dan Kelompok yang Inovatif	66

D. Siklus Proses Kreativitas dari Ide hingga Implementasi	70
E. Hubungan antara Kreativitas, Inovasi, dan Pertumbuhan Bisnis	74
F. Evaluasi	77
Tujuan Pembelajaran	79
BAB IV INOVASI SEBAGAI MOTOR PERTUMBUHAN EKONOMI	
KREATIF	80
A. Definisi Inovasi dalam Bisnis & Sosial Budaya	80
B. Makna Strategis Inovasi bagi Daya Saing Usaha.....	83
C. Tahapan Proses Inovasi Mulai dari Riset hingga Komersialisasi	86
D. Jenis-Jenis Inovasi (Produk, Proses, Model Bisnis).....	89
E. Studi Kasus Penerapan Inovasi dalam Industri Kreatif.....	92
F. Evaluasi	95
Tujuan Pembelajaran	97
BAB V SUMBER DAYA MANUSIA UNTUK MENDUKUNG	
EKONOMI KREATIF DAN INOVATIF	98
A. Profil SDM yang dibutuhkan dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif	98
B. Pengembangan Kompetensi Teknis & Soft Skills	104
C. Peran Pendidikan Formal & Nonformal dalam Membentuk SDM Unggul	107
D. Strategi Peningkatan Daya Saing SDM melalui Pelatihan & Inkubasi ..	110
E. Evaluasi.....	113
Tujuan Pembelajaran	115
BAB VI PERAN “KOTA/KAWASAN” SEBAGAI RUANG	
BERKEMBANGNYA INDUSTRI KREATIF	116
A. Demografi Kelas Kreatif (<i>Creative Class</i>).....	116
B. Hubungan Simbiotik antara Kota/Kawasan Urban dengan Aktivitas Kreatif	122
C. Inisiatif Creative Cities Network UNESCO dan Creative Cities oleh British Council: Tujuan dan manfaat	129
D. Studi Kasus Pengembangan Kota/Kawasan Kreatif di Indonesia.....	132

E. Evaluasi.....	139
Tujuan Pembelajaran.....	141
BAB VII INDUSTRI CREATIVE DI ERA DIGITAL:	
KARAKTERISTIK, PERAN DAN PELUANG PASAR.....	142
A. Klasifikasi Industri Kreatif secara Global maupun Nasional.....	142
B. Karakteristik Unik Sektor Kreatif dibandingkan Sektor Lain.....	149
C. Peranan Strategis bagi Perekonomian Nasional.....	152
D. Peluang Pasar Domestik maupun Ekspor.....	154
E. Tantangan Pelaku Usaha Kreatif pada Sektor UMKM.....	157
F. Evaluasi.....	162
Tujuan Pembelajaran.....	164
BAB VIII SINERGI PEMEGANG KEPENTINGAN DALAM	
MENDORONG PERTUMBUHAN EKONOMI CREATIVE.....	165
A. Aktor Utama Penggerak Ekonmi Kreatif (Pemerintah, Pelaku Usaha, Kampus, Masyarakat).....	165
B. Mekanisme Sinergi antar Pemegang Kepentingan.....	168
C. Kreativitas sebagai Kunci Kinerja Bisnis Berkelanjutan.....	178
D. Peran Komunitas Lokal untuk Membangun Jejaring.....	182
E. Pendanaan serta Kebijakan Pendukung.....	187
F. Evaluasi.....	190
Tujuan Pembelajaran.....	192
BAB IX SUSTAINABILITY DAN TANTANGAN MASA DEPAN	
INDUSTRY CREATIVE.....	193
A. Praktik Bisnis Ramah Lingkungan dalam Industri Kreatif.....	193
B. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual Khususnya bagi UMKM Seni-Budaya.....	204
C. Tantangan Digitalisasi Termasuk Isu Hak Cipta Digital.....	212
D. Strategi keberlanjutan pembangunan ekosistem inklusif ekonomi kreatif.....	223
E. Tren Masa Depan Teknologi Digital pada Sektor Kreatif.....	235

F. Evaluasi.....	247
DAFTAR PUSTAKA	248
TENTANG PENULIS.....	256

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Perbedaan dari Perspektif Industri	15
Tabel 1.2. Perbedaan dari Perspektif Tenaga Kerja	17
Tabel 1.3. Perbedaan dari Perspektif Pemasaran	19
Tabel 6.1. Perbandingan Creative Cities Network UNESCO Creative Cities oleh British Council	131
Tabel 9.1. Tantangan dan Rekomendasi Kebijakan	232

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grand Teori Ekonomi Kreatif menurut Ahli	2
Gambar 1.2. Pertumbuhan Ekonomi Kreatif.....	9
Gambar 1.3. Pengembangan Ekonomi Kreatif.....	20
Gambar 2.1. Klasifikasi Industri Kreatif.....	33
Gambar 2.2. Perkembangan Ekonomi Kreatif	39
Gambar 3.1. Kreatifitas Menurut Ahli	50
Gambar 3.2. Konsep dan Elemen Kreativitas	60
Gambar 3.2. Ide dan Implementasi Kreativitas	70
Gambar 4.1. Pandangan Ahli Inovasi dalam Bisnis & Sosial Budaya.....	80
Gambar 4.2. Tahapan Inovasi Riset-Komersialisasi	86
Gambar 5.1. Profil SDM Pendukung Ekonomi Kreatif	98
Gambar 6.1. Demografi Kelas Kreatif	116
Gambar 6.2. Kawasan Kota Kreatif Masa Depan	122
Gambar 6.2. Pengembangan Kawasan Kreatif Masa Depan Indonesia	132
Gambar 7.1. Klasifikasi Industri Kreatif.....	142
Gambar 7.2. Subsektor Ekonomi Kreatif.....	143
Gambar 8.1. Membangun Ekosistem Kreatif.....	165
Gambar 8.2. Bandung Creative Hub	172
Gambar 8.3. Pelaku Ekonomi Kreatif Konser dengan teknologi hemat energi.....	180
Gambar 8.4. Komunitas Kreatif Lokal Sukses Membangun Jaringan	184
Gambar 9.1. Proyeksi Bisnis Ramah Lingkungan Masa Depan	193
Gambar 9.2. Strategi Implementasi Berbasis Lingkungan.....	198
Gambar 9.3. Produk Eco-Print Studio.....	203