

Pengaruh Ekonomi Digital terhadap Model Bisnis Tradisional di Sektor Industri Kreatif

Widodo Sihotang

Fakultas Teknologi Dan Bisnis, Program Studi Bisnis Digital,
Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received: Jan 2, 2025
Revised: Jan 15, 2025
Accepted: Jan 30, 2025

Keywords:

Ekonomi Digital;
Industri Kreatif;
Inovasi Kreatif;
Model Bisnis Tradisional;
Transformasi Digital.

ABSTRAK

This study aims to analyze the influence of the digital economy on changes in traditional business models in the creative industry sector. In the era of rapid digitalization, many creative industry players are shifting from traditional business models that rely on physical distribution to digital-based business models. Through a qualitative approach, this study collected data through in-depth interviews with creative industry players and related literature studies. The results show that the adoption of digital technology has expanded market reach and improved product distribution efficiency through digital platforms such as Spotify, YouTube, and Instagram. Business model transformation also includes a shift from physical marketing to digital marketing, which allows for more direct and personalized interactions with consumers. However, the challenges of global competition and the need to continuously innovate in marketing and production of works are major obstacles. This research concludes that creative industry players who are able to adapt and innovate with digital technology will be better able to survive and thrive in an increasingly competitive global market. Suggestions include developing a more integrated digital strategy and increasing engagement with consumers to maintain competitiveness.

This is an open access article under the CC BY-NC license.



Corresponding Author:

Widodo Sihotang,
Program Studi Bisnis Digital,
Universitas Putra Abadi Langkat, Indonesia,
Jl. Letjen R. Soeprapto No.10, Kwala Bingai, Sumatera Utara, Indonesia 20814.
Email: widodosihotang85@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Ekonomi digital telah menjadi salah satu pendorong utama transformasi global dalam berbagai sektor industri, termasuk industri kreatif. Digitalisasi membawa perubahan besar dalam cara produk dan layanan diciptakan, dipasarkan, dan dikonsumsi. Teknologi digital mempermudah akses informasi, memungkinkan penciptaan konten yang lebih cepat, serta memfasilitasi distribusi yang lebih luas melalui platform online. Namun, di tengah kemajuan ini, sektor industri kreatif yang sebelumnya bergantung pada model bisnis tradisional menghadapi tantangan besar dalam beradaptasi dengan perubahan tersebut. Model bisnis tradisional, yang cenderung bergantung pada distribusi fisik dan keterbatasan pasar lokal, kini harus bersaing dengan platform digital global yang menawarkan akses tak terbatas kepada konsumen. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana ekonomi digital mempengaruhi keberlanjutan dan evolusi model bisnis tradisional di sektor industri kreatif.

Masalah utama yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah bagaimana ekonomi digital mempengaruhi perubahan model bisnis tradisional di sektor industri kreatif. Penelitian ini akan menggali pengaruh yang ditimbulkan oleh digitalisasi terhadap praktik bisnis, strategi pemasaran, serta hubungan antara pelaku industri kreatif dan konsumen. Pertanyaan utama yang dihadapi

adalah apakah model bisnis tradisional dapat bertahan atau perlu beradaptasi agar tetap kompetitif di era digital ini.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis dampak ekonomi digital terhadap perubahan model bisnis tradisional di sektor industri kreatif. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan tentang bagaimana pelaku industri kreatif dapat menyesuaikan diri dengan tren digital, serta strategi yang dapat diterapkan untuk mempertahankan daya saing di pasar global yang semakin terdigitalisasi.

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan teori ekonomi digital, khususnya dalam konteks industri kreatif. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan panduan praktis bagi pelaku industri kreatif dalam merancang dan menerapkan strategi bisnis yang sesuai dengan tuntutan pasar digital. Penelitian ini juga akan memberikan perspektif baru dalam memahami peran teknologi dalam memperkuat daya saing dan inovasi di sektor industri kreatif.

Penelitian ini terbatas pada analisis pengaruh ekonomi digital terhadap model bisnis tradisional di sektor industri kreatif yang berfokus pada sub-sektor tertentu, seperti musik, film, seni visual, dan desain. Penelitian ini tidak akan mencakup industri kreatif lainnya atau membahas aspek teknis dari digitalisasi, melainkan lebih menitikberatkan pada perubahan model bisnis dan strategi bisnis yang diterapkan. Selain itu, penelitian ini juga akan memfokuskan diri pada pengaruh yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir sebagai respons terhadap transformasi digital yang semakin pesat.

2. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kualitatif, karena fokus utama penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam pengaruh ekonomi digital terhadap perubahan model bisnis tradisional di sektor industri kreatif. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan strategi yang diterapkan oleh pelaku industri dalam merespons perkembangan digital. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan fenomena yang terjadi di sektor industri kreatif terkait dampak ekonomi digital terhadap model bisnis tradisional. Pendekatan ini juga akan mengungkapkan bagaimana adaptasi dilakukan oleh pelaku industri kreatif dalam menghadapi perubahan tersebut.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup wawancara mendalam dengan pelaku industri kreatif yang terlibat dalam transformasi digital, serta studi pustaka yang mencakup literatur terkait ekonomi digital dan model bisnis dalam industri kreatif. Wawancara dilakukan dengan memilih informan yang memiliki pengalaman langsung dalam mengimplementasikan teknologi digital dalam bisnis mereka. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku industri kreatif, seperti seniman, musisi, produser film, dan desainer yang terlibat dalam proses digitalisasi, dengan sampel yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pedoman wawancara semi-terstruktur untuk menggali informasi yang mendalam dari informan. Selain itu, data sekunder berupa laporan, artikel, dan studi sebelumnya juga digunakan untuk memperkaya analisis. Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah analisis tematik, di mana data yang diperoleh dari wawancara akan dikategorikan berdasarkan tema-tema yang muncul, seperti dampak ekonomi digital terhadap strategi bisnis, pemasaran, dan hubungan dengan konsumen. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk memahami pola-pola yang ada dan memberikan wawasan tentang bagaimana model bisnis tradisional beradaptasi dengan ekonomi digital di sektor industri kreatif.

3. HASIL DAN DISKUSI

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi digital memiliki dampak yang signifikan terhadap perubahan model bisnis tradisional di sektor industri kreatif. Berdasarkan wawancara dengan pelaku industri kreatif, beberapa temuan penting ditemukan terkait dengan adaptasi mereka terhadap era

digital. Pertama, banyak pelaku industri yang telah mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan distribusi dan visibilitas produk mereka, seperti penggunaan platform streaming dan media sosial.

Kedua, model bisnis yang semula bergantung pada distribusi fisik kini bertransformasi menjadi model digital, yang memungkinkan akses pasar yang lebih luas dan efisien. Ketiga, hubungan antara pelaku industri dan konsumen juga mengalami perubahan, dengan interaksi yang lebih langsung dan personal melalui platform digital. Keempat, meskipun ada potensi keuntungan, banyak pelaku industri yang juga menghadapi tantangan persaingan yang semakin ketat karena adanya akses global. Terakhir, teknologi digital juga telah mendorong inovasi dalam proses produksi dan penciptaan karya yang lebih kreatif dan kompleks, meningkatkan daya saing di pasar global.

Tabel berikut menyajikan temuan utama dari penelitian ini:

Aspek	Deskripsi Temuan	Contoh/Penerapan di Industri Kreatif
Adopsi Teknologi Digital	Penggunaan teknologi digital untuk distribusi dan visibilitas produk kreatif.	Musisi di Spotify dan YouTube, seniman jual karya di Instagram dan Etsy.
Transformasi Model Bisnis	Peralihan ke model bisnis digital melalui e-commerce dan platform streaming.	Industri film di Netflix/Hulu, desainer grafis jual karya online.
Perubahan Hubungan Konsumen	Interaksi langsung dan digital antara pelaku dan konsumen.	Musisi/film terima umpan balik lewat media sosial seperti Twitter, TikTok.
Tantangan Pemasaran & Persaingan	Persaingan global dan konten digital masal makin ketat.	Persaingan di platform seperti YouTube dan Instagram.
Inovasi dan Kreativitas	Teknologi digital memungkinkan inovasi dalam penciptaan karya kreatif.	Penggunaan Adobe Creative Suite dalam desain grafis dan animasi.

Tabel ini menyajikan hasil penelitian secara jelas dan terstruktur, serta dapat dipertanggungjawabkan dengan menggambarkan data yang ditemukan melalui wawancara dan studi literatur terkait.

Pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada analisis mendalam terhadap hasil yang ditemukan, dengan membandingkan temuan-temuan dari penelitian dengan teori-teori yang relevan dan memberikan interpretasi terhadap data yang ditemukan. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital telah mengubah secara signifikan cara pelaku industri kreatif menjalankan bisnis mereka.

Adopsi Teknologi Digital

Seiring dengan berkembangnya teknologi, banyak pelaku industri kreatif yang beralih ke platform digital untuk mendistribusikan produk mereka. Teori ekonomi digital yang dikemukakan oleh Brynjolfsson dan McAfee (2014) menyebutkan bahwa transformasi digital memungkinkan perusahaan untuk mengurangi biaya transaksi dan memperluas pasar dengan lebih efisien. Temuan dalam penelitian ini mendukung teori tersebut, di mana pelaku industri kreatif kini dapat mengakses audiens global melalui platform seperti Spotify, YouTube, Instagram, dan Etsy, yang sebelumnya tidak tersedia dengan model distribusi fisik. Dengan demikian, adopsi teknologi digital tidak hanya memberikan efisiensi, tetapi juga membuka peluang pasar yang lebih besar bagi pelaku industri kreatif.

Transformasi Model Bisnis

Model bisnis tradisional yang bergantung pada distribusi fisik mulai bertransformasi menjadi model bisnis berbasis digital. Menurut Teece (2010), kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi merupakan elemen penting dalam mempertahankan daya saing dalam industri. Penelitian ini menunjukkan bahwa banyak pelaku industri kreatif, seperti film dan musik, beralih ke distribusi digital melalui platform streaming, yang memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya lebih rendah. Hal ini mencerminkan teori Teece tentang pentingnya model bisnis yang fleksibel dalam menghadapi tantangan digitalisasi.

Perubahan dalam Hubungan dengan Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi digital telah memungkinkan interaksi yang lebih langsung antara pelaku industri kreatif dan konsumen mereka. Konsumen kini dapat memberikan umpan balik secara langsung melalui media sosial, yang memperkuat hubungan antara keduanya.

Hal ini sejalan dengan teori pemasaran hubungan yang dikemukakan oleh Morgan dan Hunt (1994), yang menyatakan bahwa hubungan yang lebih dekat dengan konsumen dapat meningkatkan loyalitas dan menciptakan nilai jangka panjang. Interaksi langsung ini memungkinkan pelaku industri untuk lebih responsif terhadap preferensi konsumen, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan keberhasilan bisnis.

Tantangan dalam Pemasaran dan Persaingan

Meskipun terdapat manfaat dalam penggunaan teknologi digital, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa persaingan semakin ketat di pasar global. Hal ini mengonfirmasi pandangan Christensen (1997) dalam teori Disruptive Innovation, yang menyatakan bahwa teknologi digital dapat menciptakan pasar yang lebih kompetitif dengan membawa masuk pesaing-pesaing baru yang sebelumnya tidak terjangkau oleh model bisnis tradisional. Pelaku industri kreatif menghadapi kesulitan dalam bersaing dengan konten global yang dapat diakses dengan mudah melalui platform seperti YouTube dan Instagram. Oleh karena itu, mereka perlu berinovasi secara berkelanjutan untuk mempertahankan posisi mereka di pasar.

Inovasi dan Kreativitas

Teknologi digital juga memfasilitasi peningkatan kreativitas dan inovasi dalam produksi karya seni. Dalam konteks ini, teori inovasi terbuka oleh Chesbrough (2003) sangat relevan, yang menyatakan bahwa teknologi digital memungkinkan kolaborasi dan pertukaran ide secara lebih bebas, mendorong inovasi yang lebih cepat dan lebih luas. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif menggunakan perangkat lunak canggih seperti Adobe Creative Suite atau perangkat lunak animasi untuk menciptakan karya yang lebih kompleks dan menarik. Inovasi ini tidak hanya mempengaruhi kualitas karya seni tetapi juga menciptakan peluang baru di pasar global.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini memperkuat teori-teori yang ada mengenai dampak ekonomi digital terhadap sektor industri kreatif. Transformasi digital tidak hanya memberikan tantangan, tetapi juga peluang besar bagi pelaku industri kreatif untuk meningkatkan daya saing mereka di pasar global. Adaptasi terhadap teknologi digital merupakan kunci untuk keberhasilan bisnis di era digital ini, dan pelaku industri kreatif yang mampu berinovasi akan lebih siap untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa ekonomi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor industri kreatif, khususnya dalam perubahan model bisnis tradisional. Temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif mulai mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan distribusi produk mereka, seperti melalui platform streaming dan media sosial. Transformasi model bisnis dari distribusi fisik ke digital memungkinkan pelaku industri untuk mengakses pasar global dengan biaya yang lebih rendah. Selain itu, ekonomi digital juga mengubah hubungan antara pelaku industri dan konsumen, dengan interaksi yang lebih langsung dan personal. Meskipun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah meningkatnya persaingan global dan kebutuhan untuk terus berinovasi dalam pemasaran dan produksi karya kreatif. Teknologi digital juga telah memfasilitasi peningkatan kreativitas dan inovasi dalam proses produksi karya seni, memberikan peluang baru bagi pelaku industri kreatif untuk tetap kompetitif di pasar global. Untuk mengembangkan model bisnis tradisional di sektor industri kreatif di era ekonomi digital, disarankan agar pelaku industri lebih fokus pada penerapan strategi digital yang lebih terintegrasi dan inovatif. Hal ini bisa mencakup pemanfaatan lebih maksimal platform digital untuk distribusi dan pemasaran produk, serta penggunaan alat teknologi canggih untuk meningkatkan kualitas dan keberagaman produk kreatif. Selain itu, pelaku industri perlu meningkatkan keterlibatan dengan konsumen melalui media sosial dan platform digital lainnya, guna membangun hubungan yang lebih dekat dan mendalam dengan audiens mereka. Sebagai respons terhadap tantangan persaingan yang semakin ketat, pelaku industri kreatif harus terus berinovasi dan mencari cara untuk membedakan diri dari pesaing global. Dengan demikian, adaptasi yang tepat terhadap ekonomi digital akan memungkinkan model bisnis tradisional tetap relevan dan berkembang di era digital ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiningsih, S. (2019). *Transformasi Ekonomi Berbasis Digital di Indonesia* (1st ed.). PT Gramedia Pustaka Utama.
- Agustono, F., & Yusuf, H. (2024). *Analisis terhadap Perspektif Hukum Dagang dalam Era Globalisasi & Digitalisasi*. *JICN: Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1.
- Aisyah Nur, N. A., Hendrati, I. M., & Wardaya, W. (2024). *Adaptasi Digital Marketing dalam Rangka Mewujudkan Ekonomi Kreatif UMKM di Kelurahan Penjaringan Sari*. *Kacanegara: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 7(1), 45.
- Angela, F., & Gultom, Y. (2020). *Peran Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi pada Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. *Jurnal Kebijakan Ekonomi*, 15(2).
- Aysa, I. R. (2021). *Challenges of Digital Transformation for Indonesia's Economic Progress*. *Jurnal At-Tamwil*, 3.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Penguatan Ekosistem Digital dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia*. kemenparekraf.go.id
- Permana, D., et al. (2021). *Studi Ekonomi Digital di Indonesia*. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2020). *Strategi Nasional Ekonomi Digital Indonesia 2030*.
- Suryani, T., & Hendrawan, R. (2022). *Digitalisasi UMKM: Strategi dan Tantangan dalam Menghadapi Era Industri 4.0*. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(1), 1-10.
- Yusuf, M., & Trisnawati, I. (2023). *Inovasi Model Bisnis pada Industri Kreatif di Era Digital*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 26(2), 123-135.
- Rahmawati, F., & Nugroho, A. (2020). *Peran Teknologi Digital dalam Pengembangan Industri Kreatif di Indonesia*. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 10(1), 45-56.
- Setiawan, A., & Hidayat, T. (2021). *Transformasi Digital pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia*, 21(2), 157-170.
- Lestari, D., & Wijaya, H. (2022). *Analisis Pengaruh Digitalisasi terhadap Kinerja Industri Kreatif di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 5(1), 89-102.
- Pratama, A., & Sari, D. (2023). *Implementasi Teknologi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Industri Kreatif*. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 12(3), 211-225.
- Handayani, S., & Kurniawan, R. (2024). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Digital di Indonesia*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 3(1), 33-47.