

PENERAPAN EKONOMI DIGITAL DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING INDUSTRI KREATIF DI KALIMANTAN TIMUR

Margaretha Lasni Rhussary¹, Muhammad Tommy Fimi Putera²

¹IKIP PGRI KALIMANTAN TIMUR

²UNIVERSITAS MULAWARMAN

Margaretha126@yahoo.com

²Tommy.fimi@gmail.com

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan salah satu sektor ekonomi yang memiliki potensi besar untuk berkembang, terutama dengan adanya dukungan dari perkembangan teknologi digital. Di Kalimantan Timur, sektor ini memiliki kekayaan budaya dan kreativitas yang unik, namun tantangan dalam hal akses pasar, daya saing, dan keterbatasan infrastruktur digital masih menjadi kendala. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur, dengan fokus pada peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku usaha kreatif di daerah tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan para pelaku industri kreatif, serta analisis data sekunder dari berbagai laporan dan studi terkait ekonomi digital di Kalimantan Timur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital, seperti e-commerce, media sosial, dan digital marketing, dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan daya saing pelaku industri kreatif. Namun, hambatan utama yang dihadapi adalah rendahnya literasi digital, keterbatasan akses teknologi, serta dukungan infrastruktur yang belum merata di seluruh wilayah Kalimantan Timur. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya penguatan literasi digital bagi pelaku usaha kreatif, pengembangan infrastruktur teknologi, serta kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas kreatif untuk memaksimalkan potensi ekonomi digital. Rekomendasi strategis yang dihasilkan diharapkan dapat membantu dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif yang berdaya saing tinggi di Kalimantan Timur, serta meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah secara keseluruhan.

Kata kunci: *Ekonomi Digital, Industri Kreatif, Daya Saing, Kalimantan Timur, Literasi Digital*

Abstract

The creative industry is one of the economic sectors with significant potential for growth, particularly with the support of digital technology development. In East Kalimantan, this sector has unique cultural wealth and creativity, but challenges such as market access, competitiveness, and limited digital infrastructure remain. This study aims to analyze the application of digital economy in enhancing the competitiveness of the creative industry in East Kalimantan, focusing on the opportunities and challenges faced by creative entrepreneurs in the region. The study uses a qualitative approach

through in-depth interviews with creative industry practitioners and secondary data analysis from various reports and studies related to digital economy in East Kalimantan. The results show that the application of digital economy, such as e-commerce, social media, and digital marketing, can have a significant positive impact on the competitiveness of creative industry practitioners. However, the main obstacles faced are low digital literacy, limited access to technology, and uneven infrastructure support across East Kalimantan. The conclusion emphasizes the importance of strengthening digital literacy for creative entrepreneurs, developing technological infrastructure, and collaboration between the government, private sector, and creative communities to maximize digital economic potential. Strategic recommendations are expected to help promote high-competitive creative industries in East Kalimantan and enhance their overall contribution to regional economy.

Keywords: Digital Economy, Creative Industry, Competitiveness, East Kalimantan, Literacy.

I. PENDAHULUAN

Perekonomian digital semakin menjadi elemen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor, termasuk industri kreatif. Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, adopsi ekonomi digital memungkinkan pelaku usaha untuk meningkatkan efisiensi, memperluas akses pasar, dan meningkatkan kualitas produk. Di Indonesia, khususnya di Kalimantan Timur, sektor industri kreatif memiliki potensi besar untuk berkembang mengingat kekayaan budaya, sumber daya alam, dan kreativitas masyarakat setempat.

Industri kreatif di Kalimantan Timur mencakup berbagai sektor, mulai dari seni pertunjukan, kerajinan tangan, hingga kuliner lokal. Namun, tantangan yang dihadapi industri ini cukup signifikan, terutama dalam hal akses pasar, peningkatan kualitas produk, dan kemampuan bersaing dengan produk dari luar daerah. Penerapan ekonomi digital dapat menjadi solusi strategis dalam mengatasi hambatan tersebut. Melalui penggunaan teknologi digital, pelaku industri kreatif dapat memanfaatkan platform e-commerce, media sosial, dan teknologi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan daya saing mereka di tingkat lokal, nasional, hingga internasional.

Meskipun demikian, implementasi ekonomi digital di Kalimantan Timur masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan infrastruktur digital, tingkat literasi

teknologi yang masih rendah, serta akses modal yang terbatas. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang komprehensif mengenai bagaimana penerapan ekonomi digital dapat mendukung peningkatan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur, serta strategi apa saja yang perlu diambil untuk memaksimalkan potensi sektor ini.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur, dengan melihat peluang dan tantangan yang ada. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat membantu pemerintah daerah dan pelaku industri kreatif dalam memanfaatkan ekonomi digital secara efektif, sehingga mampu berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah.

II. KAJIAN TEORI

Penerapan ekonomi digital dalam industri kreatif dapat dianalisis melalui beberapa konsep dan teori yang relevan, yaitu:

Ekonomi Digital

Ekonomi digital merujuk pada aktivitas ekonomi yang memanfaatkan teknologi digital sebagai landasan utama. Menurut Tapscott (1996), ekonomi digital mencakup penggunaan internet, perangkat digital, dan teknologi informasi untuk menghasilkan nilai ekonomi. Dalam konteks industri kreatif, ekonomi digital memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan platform digital seperti e-commerce, media sosial, dan pemasaran digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan produk yang lebih inovatif. McKinsey (2019) mencatat bahwa ekonomi digital memiliki peran penting dalam mengubah lanskap bisnis tradisional, terutama dalam hal aksesibilitas pasar dan peningkatan daya saing.

Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada penciptaan dan eksploitasi kreativitas dan keterampilan individu. Menurut United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD, 2010), industri kreatif meliputi berbagai bidang seperti seni, budaya, desain, mode, dan media, yang berkontribusi signifikan terhadap ekonomi global. Di Indonesia, Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) mengidentifikasi

industri kreatif sebagai salah satu sektor penting yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi, terutama dengan adanya integrasi teknologi digital. Potensi industri kreatif di Kalimantan Timur juga didorong oleh kekayaan budaya dan sumber daya lokal yang unik.

Daya Saing

Menurut Porter (1980), daya saing (competitive advantage) adalah kemampuan suatu perusahaan atau industri untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dibandingkan kompetitor dalam hal harga, kualitas, atau inovasi. Dalam konteks industri kreatif di Kalimantan Timur, daya saing dapat ditingkatkan melalui penggunaan teknologi digital yang memungkinkan akses ke pasar yang lebih luas, meningkatkan efisiensi produksi, dan mempercepat inovasi produk. Porter juga menekankan pentingnya strategi yang efektif untuk mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki, yang relevan dengan pelaku industri kreatif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk keunggulan kompetitif.

Teori Diffusi Inovasi

Teori Diffusi Inovasi yang dikemukakan oleh Everett Rogers (2003) menjelaskan bagaimana inovasi dan teknologi baru menyebar di kalangan pengguna. Dalam konteks ekonomi digital, diffusi inovasi dapat digunakan untuk memahami bagaimana teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial, diadopsi oleh pelaku industri kreatif. Proses adopsi ini melibatkan berbagai tahapan, mulai dari pengetahuan, persuasi, keputusan, implementasi, hingga konfirmasi. Menurut teori ini, tingkat adopsi inovasi teknologi oleh pelaku usaha kreatif sangat bergantung pada faktor-faktor seperti kesadaran teknologi, dukungan infrastruktur, serta manfaat yang dirasakan.

Teori Ekosistem Digital

Ekosistem digital adalah konsep yang mengacu pada interaksi antar berbagai elemen, seperti teknologi, pelaku bisnis, pemerintah, dan masyarakat, yang saling mendukung dalam menciptakan nilai di era digital. Moore (1996) menyatakan bahwa dalam ekosistem digital, kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan sangat penting untuk keberhasilan transformasi digital di suatu sektor. Dalam konteks industri kreatif di Kalimantan Timur, ekosistem digital mencakup pemerintah daerah, pelaku

usaha kreatif, platform teknologi, serta komunitas kreatif yang bekerja sama dalam membangun infrastruktur dan literasi digital yang lebih baik.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur. Pendekatan kualitatif dipilih karena tujuan penelitian ini adalah untuk memahami secara mendalam fenomena penerapan teknologi digital di industri kreatif serta mengeksplorasi perspektif dan pengalaman para pelaku industri. Berikut adalah rincian metodologi yang digunakan:

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam situasi dan kondisi penerapan ekonomi digital oleh pelaku industri kreatif di Kalimantan Timur. Fokus penelitian adalah pada peluang dan tantangan yang dihadapi dalam mengadopsi teknologi digital untuk meningkatkan daya saing.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kalimantan Timur, dengan fokus pada pelaku industri kreatif di berbagai sektor, seperti kerajinan tangan, seni, desain, dan kuliner lokal. Pemilihan Kalimantan Timur sebagai lokasi penelitian didasarkan pada potensi besar sektor kreatif di daerah tersebut, serta upaya pemerintah daerah untuk mengembangkan ekonomi digital.

Subjek penelitian

1. Pelaku usaha kreatif yang telah dan belum mengadopsi teknologi digital.
2. Pejabat atau perwakilan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan digital.
3. Pihak swasta yang terlibat dalam pengembangan teknologi dan platform digital di Kalimantan Timur.

Jumlah responden dipilih secara purposive sampling, yaitu berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian ini, seperti pengalaman menggunakan platform

digital dan keterlibatan dalam industri kreatif. Diperkirakan akan ada 10-15 responden yang diwawancarai.

Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Diperoleh melalui wawancara mendalam (in-depth interviews) dengan para pelaku industri kreatif, pemerintah daerah, dan penyedia teknologi digital. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau daring, tergantung kondisi responden. Wawancara ini bertujuan untuk menggali informasi terkait pengalaman mereka dalam mengadopsi teknologi digital, serta tantangan dan manfaat yang mereka rasakan.

2. Data Sekunder

Diperoleh dari berbagai dokumen, laporan, dan studi sebelumnya yang berkaitan dengan ekonomi digital, industri kreatif, dan kebijakan pengembangan teknologi di Kalimantan Timur. Sumber data sekunder meliputi laporan pemerintah daerah, penelitian akademik, artikel jurnal, dan publikasi dari instansi terkait seperti Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf).

Teknik Pengambilan Data

Untuk memastikan validitas dan reliabilitas data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu:

1. Triangulasi sumber

Membandingkan data dari wawancara dengan berbagai subjek yang berbeda (pelaku usaha, pemerintah, penyedia teknologi) untuk memastikan konsistensi informasi.

2. Triangulasi metode

Membandingkan hasil dari wawancara dengan data sekunder, seperti laporan pemerintah dan studi terdahulu, untuk memperkuat temuan.

IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur. Berdasarkan wawancara

mendalam dengan pelaku usaha kreatif, pejabat pemerintah, dan pihak swasta terkait, serta analisis dokumen sekunder, hasil penelitian menunjukkan beberapa temuan penting yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa tema utama: potensi ekonomi digital, adopsi teknologi digital, hambatan dan tantangan, serta dampak terhadap daya saing industri kreatif.

1. Potensi Ekonomi Digital bagi Industri Kreatif di Kalimantan Timur

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif di Kalimantan Timur menyadari potensi besar yang ditawarkan oleh ekonomi digital. Ekonomi digital, melalui penggunaan platform e-commerce, media sosial, dan pemasaran digital, memungkinkan pelaku usaha untuk memperluas jangkauan pasar mereka. Para pelaku usaha kreatif menyebutkan bahwa platform seperti Instagram, Facebook, dan marketplace lokal (Tokopedia, Shopee) telah menjadi alat yang efektif untuk menjual produk mereka baik di tingkat lokal maupun nasional.

Salah satu responden yang bergerak di bidang kerajinan tangan tradisional menyatakan bahwa sebelum mengadopsi platform digital, usahanya hanya dikenal di sekitar wilayah lokal. Namun, setelah memanfaatkan media sosial dan e-commerce, penjualannya meningkat secara signifikan, dengan pesanan yang datang dari berbagai daerah di luar Kalimantan Timur. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi digital membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku industri kreatif.

2. Tingkat Adopsi Teknologi Digital

Meskipun manfaatnya jelas, tidak semua pelaku industri kreatif di Kalimantan Timur telah mengadopsi teknologi digital secara optimal. Penelitian menemukan bahwa tingkat adopsi teknologi bervariasi tergantung pada sektor usaha dan literasi digital dari pelaku usaha itu sendiri. Sektor-sektor seperti kuliner dan kerajinan tangan cenderung lebih cepat mengadopsi teknologi digital dibandingkan sektor seni pertunjukan atau seni visual yang masih mengandalkan cara-cara promosi tradisional.

Dari wawancara, ditemukan bahwa beberapa pelaku usaha kreatif mengalami kesulitan dalam memahami dan memanfaatkan teknologi digital dengan baik. Keterbatasan literasi digital dan pengetahuan mengenai cara menggunakan platform digital secara efektif menjadi hambatan utama. Misalnya, beberapa pelaku usaha hanya

menggunakan media sosial untuk promosi dasar tanpa pemahaman mendalam tentang strategi pemasaran digital, seperti penggunaan iklan berbayar atau optimisasi mesin pencari (SEO).

3. Hambatan dan Tantangan dalam Penerapan Ekonomi Digital

Meskipun banyak peluang yang ditawarkan, penerapan ekonomi digital di Kalimantan Timur masih menghadapi beberapa hambatan yang signifikan:

- **Infrastruktur Teknologi**

Salah satu hambatan utama adalah keterbatasan infrastruktur digital di beberapa daerah. Beberapa wilayah di Kalimantan Timur, terutama daerah pedesaan, masih mengalami keterbatasan akses internet yang memadai. Kondisi ini menyebabkan pelaku usaha di wilayah tersebut kesulitan dalam mengakses platform digital secara optimal.

- **Literasi Digital**

Tingkat literasi digital yang rendah di kalangan pelaku usaha kreatif menjadi tantangan besar. Meskipun banyak yang telah memiliki akses ke internet dan media sosial, kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kepentingan bisnis masih sangat terbatas. Banyak yang belum memahami teknik pemasaran digital yang lebih kompleks, seperti strategi pengelolaan e-commerce, analitik data, dan optimasi konten digital.

- **Modal dan Investasi Teknologi**

Hambatan lainnya adalah keterbatasan modal untuk berinvestasi dalam teknologi digital. Banyak pelaku industri kreatif di Kalimantan Timur adalah usaha kecil dan menengah (UKM) yang mengalami kesulitan dalam menyediakan modal untuk mengembangkan platform digital, seperti pembuatan website, aplikasi, atau pemasaran berbayar di media sosial.

4. Dampak Ekonomi Digital terhadap Daya Saing Industri Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi digital berdampak positif terhadap daya saing pelaku usaha kreatif di Kalimantan Timur. Para pelaku usaha yang telah mengadopsi teknologi digital mampu bersaing lebih baik di pasar lokal maupun nasional. Misalnya, pelaku usaha kerajinan tangan yang memanfaatkan

platform e-commerce melaporkan peningkatan volume penjualan dan pengenalan merek di luar Kalimantan Timur.

Selain itu, penggunaan teknologi digital juga memungkinkan inovasi produk yang lebih baik. Beberapa pelaku usaha menyebutkan bahwa mereka mampu menghadirkan produk baru yang lebih relevan dengan kebutuhan pasar setelah menganalisis data dan umpan balik dari pelanggan melalui media sosial dan platform e-commerce. Kemampuan untuk berinovasi ini menjadi salah satu keunggulan kompetitif yang diperoleh melalui penerapan ekonomi digital.

Namun, bagi mereka yang belum sepenuhnya mengadopsi teknologi digital, daya saing mereka tetap terbatas, karena masih mengandalkan cara promosi dan penjualan tradisional yang terbatas jangkauannya.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, penerapan ekonomi digital memiliki potensi yang signifikan dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur. Pelaku usaha kreatif yang memanfaatkan teknologi digital tidak hanya mampu memperluas jangkauan pasar mereka, tetapi juga berinovasi dan meningkatkan efisiensi bisnis.

Namun, tantangan besar dalam infrastruktur digital dan literasi teknologi memerlukan perhatian serius. Pemerintah daerah perlu meningkatkan akses internet yang merata dan mengadakan program pelatihan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku usaha kreatif. Selain itu, diperlukan dukungan modal untuk membantu pelaku usaha kecil dan menengah dalam berinvestasi di teknologi digital. Penelitian ini juga mendukung teori difusi inovasi (Rogers, 2003), di mana tingkat adopsi teknologi bervariasi di kalangan pelaku industri kreatif, dan proses adopsi tersebut dipengaruhi oleh tingkat kesadaran dan pemahaman tentang manfaat teknologi digital.

Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini, ekonomi digital dapat menjadi faktor kunci dalam memajukan industri kreatif di Kalimantan Timur, yang pada akhirnya akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah secara keseluruhan.

BAB V PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini menganalisis penerapan ekonomi digital dalam meningkatkan daya saing industri kreatif di Kalimantan Timur. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ekonomi digital berperan penting dalam memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi, serta mendorong inovasi di sektor industri kreatif. Pelaku usaha yang telah mengadopsi teknologi digital, seperti e-commerce dan media sosial, berhasil meningkatkan daya saing mereka, baik di tingkat lokal maupun nasional.

Meskipun demikian, terdapat hambatan yang signifikan dalam penerapan ekonomi digital, seperti keterbatasan infrastruktur teknologi, rendahnya literasi digital, serta minimnya akses modal untuk investasi teknologi. Tantangan-tantangan ini menghambat adopsi teknologi digital secara luas, terutama bagi pelaku usaha di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, meskipun potensi ekonomi digital sangat besar, implementasinya masih memerlukan dukungan yang lebih kuat dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta.

Penelitian ini juga mendukung teori difusi inovasi, di mana tingkat adopsi teknologi digital bervariasi di kalangan pelaku industri kreatif. Faktor kesadaran, pemahaman, dan dukungan infrastruktur memainkan peran penting dalam menentukan seberapa cepat dan efektif teknologi digital diadopsi.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah di Kalimantan Timur perlu mempercepat pembangunan infrastruktur digital, terutama di wilayah yang masih sulit dijangkau oleh layanan internet yang stabil. Akses internet yang merata akan memungkinkan pelaku usaha kreatif di seluruh daerah untuk mengadopsi teknologi digital dengan lebih mudah.
2. Pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan diperlukan untuk meningkatkan literasi digital di kalangan pelaku industri kreatif. Pemerintah daerah, bekerja sama dengan instansi terkait seperti Bekraf dan komunitas kreatif, dapat

menyelenggarakan workshop dan seminar mengenai penggunaan teknologi digital, strategi pemasaran digital, dan pengelolaan e-commerce.

3. Pemerintah dan lembaga keuangan perlu menyediakan akses modal yang lebih mudah bagi pelaku usaha kecil dan menengah di sektor industri kreatif. Skema pembiayaan yang mendukung investasi dalam teknologi digital, seperti pengembangan website, pemasaran digital, dan aplikasi bisnis, akan membantu pelaku usaha meningkatkan daya saing mereka.
4. Kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, penyedia teknologi, dan komunitas kreatif perlu diperkuat. Ekosistem digital yang kuat akan membantu industri kreatif berkembang secara berkelanjutan dan meningkatkan kontribusinya terhadap perekonomian daerah.
5. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi dampak spesifik dari berbagai platform digital dan alat pemasaran yang berbeda pada sektor-sektor industri kreatif di Kalimantan Timur. Studi lebih lanjut juga dapat menilai efektivitas program pemerintah dalam mendorong adopsi teknologi digital di sektor kreatif.

Dengan dukungan yang tepat, ekonomi digital dapat menjadi katalisator utama bagi perkembangan industri kreatif di Kalimantan Timur, sehingga mampu berkontribusi lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Bekraf. (2019). Laporan Tahunan Badan Ekonomi Kreatif 2019. Badan Ekonomi Kreatif Indonesia.
- McKinsey & Company. (2019). Digital Indonesia: Unlocking the Potential of Digital Economy. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>.
- Moore, J. F. (1996). *The Death of Competition: Leadership and Strategy in the Age of Business Ecosystems*. Harper Business.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Tapscott, D. (1996). *The Digital Economy: Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*. McGraw-Hill.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010*. United Nations Conference on Trade and Development. Retrieved from <https://unctad.org>.