

Bagas_Ekonomi 2

by Rollando Rollando

Submission date: 02-May-2024 07:04PM (UTC+0700)

Submission ID: 2368753352

File name: Artikel_2.pdf (945.75K)

Word count: 7227

Character count: 46081



PERANCANGAN MODEL EKONOMI KREATIF 5.0 BERBASIS *DIGITAL SOCIAL INNOVATION*

Bagas Brian Pratama^{1*}, Dian Wijayanti²
Universitas Ma Chung
bagas.brian@machung.ac.id
*Correspondent Author

ARTICLE INFORMATION

Article History
Received 08-03-2023
Revised 04-04-2023
Accepted 08-04-2023

Keywords
Creative Economy;
Creative Economy
Development Model;
Digital Social Innovation;
Society 5.0.

ABSTRACT

Shifts in social, community, economic and cultural life continue to occur following the development of the digital world. This study aims to design a model for the development of the creative economy in the era of society 5.0 in Indonesia. The research method uses literature study with four main stages, namely library data search, information identification, comparative analysis, and in-depth analysis and conclusion analysis. The design of the model uses the Digital Social Innovation (DSI) framework approach which emphasizes the combination of three ming elements, namely digitalization, innovation, and social. The results of this study provide an overview of the creative economy development model as the main actor that solve social problems in society through the use of technology. In the era of society 5.0, creative economy actors must have the sensitivity to feel, identify, and map social problems so that they are able to generate ideas, strategies, and innovate appropriate solutions supported by the use of digital technology.

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



1. Pendahuluan

Dunia berubah dengan cepat dan aktivitas manusia semakin berkembang secara dinamis dalam segala bidang kehidupan. Pergeseran kehidupan sosial, masyarakat, ekonomi hingga budaya terus terjadi mengikuti perkembangan dunia digital (Pappas *et al.*, 2021). Setiap aktivitas masyarakat secara masif merasakan dampak yang belum pernah terjadi sebelumnya dikarenakan perubahan kondisi ekonomi, keterbatasan sumber daya, urbanisasi, perubahan kondisi demografis hingga terobosan teknologi yang terjadi dalam setiap waktu (Iswanto & Wahjono, 2019). Dekade ini manusia berada pada era teknologi digital dimana ciri utama dari era ini adalah dominasi penggunaan teknologi pada kehidupan manusia. Saat ini hampir seluruh aktivitas manusia mulai dari bangun tidur hingga menuju tidur lagi tidak lepas dari penggunaan internet dan gawai. Teknologi telah menjadi kebutuhan pokok bagi manusia dalam era teknologi digital (Pratama dkk., 2021).

Tren digitalisasi yang ada dengan karakteristik manusia didalamnya menjadi sebuah realitas yang terjadi dan dihadapi saat ini, yang akhirnya memunculkan sebuah konsep baru dengan melahirkan masyarakat digital (Sá *et al.*, 2021). Dalam hal ini, teknologi dapat membawa manfaat dengan mendorong standar hidup yang lebih tinggi dan menyediakan kenyamanan hidup yang lebih baik bagi masyarakat. Akan tetapi, teknologi digital juga memiliki efek negatif, terutama dampaknya terhadap menurunnya kepekaan sosial generasi muda (Anzak *et al.*, 2021). Oleh karena itu, muncul sebuah konsep baru bernama masyarakat 5.0 yang mana merupakan sebuah zaman dimana teknologi tidak lagi menjadi alat utama dalam aktivitas manusia, namun teknologi menjadi bagian tak terpisahkan dari manusia, sementara pemegang peran utama kembali kepada manusia itu sendiri (Potočan *et al.*, 2021). Era ini akan menjadi awal dari perubahan peradaban manusia modern dimana setiap orang dapat bebas mengembangkan kreativitas dan kemampuannya secara humanis dengan memanfaatkan teknologi informasi (Potočan *et al.*, 2021).

Di Indonesia sendiri, untuk mempersiapkan datangnya era baru masyarakat 5.0 diperlukan beberapa upaya dalam menyesuaikan berbagai aktivitas kehidupan sosial dan ekonomi masyarakat dengan perkembangan digital di masa depan. Salah satu yang dapat diperhatikan adalah pada aspek kehidupan ekonomi. Sebagai negara berkembang, Indonesia memiliki potensi besar yaitu industri ekonomi kreatif (Syahsudarmi, 2019). Ekonomi kreatif adalah sebuah industri dimana produk atau jasa yang ditawarkan memiliki keunikan dan originalitas masing-masing, yang biasanya berakar pada satu ciri nilai dan seni tertentu (Mubarok & Fauziana, 2021).

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia harus dimanfaatkan secara maksimal pada era masyarakat 5.0. Momen ini menjadi paduan yang tepat mengingat tujuan dari perkembangan era masyarakat 5.0 terletak pada faktor humanisme (Saksono & Manoby, 2021). Dalam industri ekonomi kreatif sebuah produk diciptakan dari bauran berbagai informasi yang mayoritas berasal dari dalam diri manusia. Untuk membuat sebuah produk, pelaku ekonomi kreatif harus merasakan nilai budaya, kebutuhan jiwa hingga intuisi dalam merancang seni (Habib, 2021). Hal ini tentu tidak dapat terjadi tanpa adanya *sense of humanisme*. Sejalan dengan karakter tersebut, maka era masyarakat 5.0 akan mendukung peningkatan pada proses industri ekonomi kreatif khususnya dengan bantuan teknologi. Jika pada sebelumnya teknologi diciptakan untuk menggantikan tugas manusia serta mengurangi peran manusia, maka era masyarakat 5.0 menjadikan teknologi sebagai alat untuk mempertajam peran manusia pada setiap proses bisnis ekonomi kreatif (Potočan *et al.*, 2021). Untuk itu mengingat irisan yang sangat dekat maka ekonomi kreatif akan mengambil bagian dominan dalam perkembangan era masyarakat 5.0 di Indonesia.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membuktikan peningkatan proses bisnis dan penambahan aspek digital dapat mengoptimalkan pengembangan ekonomi kreatif. Penelitian dari Unceta *et al.* (2021) yang melakukan analisa pengukuran terhadap dampak penggunaan teknologi pada proses bisnis industri kreatif di Spanyol dengan hasil digitalisasi dapat mempercepat proses koordinasi rantai nilai, daya tarik bakat, eksperimen, dan inovasi. Siregar *et al.* (2022) memberikan hasil kesimpulan bahwa peningkatan ekonomi kreatif dengan sentuhan inovasi digital dapat mengoptimalkan kualitas bisnis dari industri ekonomi kreatif tersebut. Bahkan ekonomi kreatif dapat memberikan manfaat langsung pada peningkatan kesejahteraan masyarakat (Wilson, 2010; Casani *et al.*, 2012; Irawan, 2015).

Oleh karena itu berdasarkan penjelasan di atas, maka penelitian ini akan melakukan analisa eksploratif untuk merancang desain model pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia pada era masyarakat 5.0. Jika pada penelitian sebelumnya banyak analisis tentang ekonomi kreatif hanya bertumpu pada peran teknologi digital, namun pada penelitian ini perancangan model ekonomi kreatif menggabungkan tiga unsur yaitu *digital, social, and innovation* (DSI). DSI sendiri merupakan kerangka yang memberikan pemahaman terhadap

penggunaan teknologi untuk merancang atau menghasilkan produk, jasa, sistem, dan proses bisnis yang mampu meningkatkan peran entitas dalam mengatasi permasalahan sosial (Rodrigo *et al.*, 2019). Perancangan model menggunakan kerangka DSI untuk menjawab bagaimana ekonomi kreatif Indonesia dapat meningkatkan peranannya pada era masyarakat 5.0 di masa depan. Penelitian ini menggunakan teknik studi literatur dengan beberapa tahapan analisa diantaranya, pengumpulan literatur, identifikasi informasi, analisa mendalam dan analisa kesimpulan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rancangan strategi untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia dalam era masyarakat 5.0.

2. Kajian Literatur

2.1. Era Masyarakat 5.0

Konsep masyarakat 5.0 merupakan pengembangan dari konsep kehidupan manusia yang menggambarkan dinamika sosial sehari-hari dimulai dari masyarakat 1.0 hingga masyarakat 5.0 (Narvaez Rojas *et al.*, 2021). Masyarakat 1.0 adalah era saat dimana manusia masih berada dalam zaman [22](#) mengenal tulisan dengan kehidupan bertumpu pada aktivitas berburu. Masyarakat 2.0 adalah era pertanian dimana aktivitas utama manusia adalah bercocok tanam untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Sementara masyarakat 3.0 adalah era baru kehidupan modern manusia dimana saat itu manusia sudah masuk ke dalam masa industri. Pada era ini mulai dikembangkan mesin-mesin untuk membantu aktivitas sehari-hari. Awal era ini juga ditandai dengan keluarnya sebuah konsep revolusi industri.

Selanjutnya adalah masyarakat 4.0, era ini merupakan masa dimana [23](#) teknologi informasi dan komunikasi berkembang dengan pesat. Pada masa ini kegiatan manusia bertumpu pada penggunaan komputer dan internet dalam memenuhi fungsi-fungsinya. Pada era masyarakat 4.0 manusia masuk ke dalam dunia digital dimana seluruh aktivitas mereka memanfaatkan teknologi informasi di dalamnya. Selanjutnya adalah era baru yang akan menyambut kehidupan manusia adalah era masyarakat 5.0. Era ini adalah masa dimana teknologi [28](#) bukan hanya menjadi alat yang digunakan untuk membantu kehidupan manusia, namun pada era masyarakat 5.0. Seluruh teknologi adalah bagian dari manusia itu sendiri (Potočan *et al.*, 2021). Teknologi tidak hanya berjalan sesuai dengan fungsi teknisnya, namun semua kehidupan manusia berjalan beriringan dengan teknologi di sekitar mereka (Gularso, 2021; Narvaez Rojas *et al.*, 2021).

2.2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep proses ekonomi mulai dari produksi, distribusi hingga konsumsi barang atau jasa yang memasukkan gagasan dan ide kreatif sebagai unsur utama pembangunnya (Pahlevi, 2017). Termasuk dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah kemampuan intelektual pelaku ekonomi. Pada industri ekonomi kreatif pelaku ekonomi kreatif harus memiliki kemampuan dalam menciptakan sebuah produk yang bernilai inovasi. Pelaku ekonomi kreatif dapat disebut juga sebagai kreator atau inovator karena berhasil menciptakan produk orisinal untuk kegiatan ekonomi (Habib, 2021). Beberapa produk orisinal ekonomi kreatif Indonesia diantaranya seni dan kerajinan, desain, arsitektur, hingga sastra. Seluruh produk tersebut juga tidak terbatas pada bentuk fisik namun dapat juga tertuang dalam media digital, seperti film dan perangkat lunak aplikasi (Sururi, 2017). Dari keti [10](#) ngan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah proses peningkatan nilai tambah dari hasil kekayaan intelektual berupa keahlian, bakat, nilai budaya yang secara kreatif dan inovatif dikembangkan menjadi produk bernilai ekonomis.

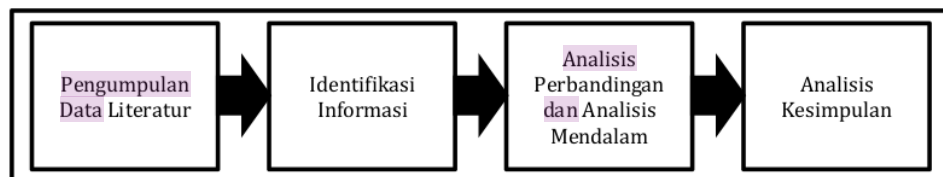
2.3. Digital Social Innovation (DSI)

DSI adalah sebuah kerangka pikir yang memberikan gagasan terhadap gabungan dari tiga unsur material, yaitu digital, sosial, dan inovasi (Rodrigo *et al.*, 2019). Digital merupakan bentuk penggunaan dan pemanfaatan teknologi pada proses atau sistem yang berjalan. Sosial memberikan penekanan terhadap adanya kepentingan serta manfaat sosial yang harus dipertimbangkan. Sementara inovasi menunjukkan adanya keterbaruan dan orisinalitas terhadap ide yang dikembangkan, sehingga dapat diartikan bahwa DSI merupakan metode pikir untuk memanfaatkan teknologi informasi dalam rangka menciptakan produk, merancang proses, membuat sistem dan menentukan kebijakan yang dapat berdampak pada penyelesaian masalah sosial masyarakat untuk pembangunan berkelanjutan (Huh & Kim, 2019; Cortesi *et al.*, 2022).

Kerangka DSI pada penelitian ini digunakan sebagai dasar dalam membangun model bisnis untuk ekonomi kreatif dikarenakan dua hal utama. Pertama, pelaku ekonomi kreatif di Indonesia merupakan salah satu faktor ekonomi yang aktivitasnya dekat dengan masyarakat, sehingga dapat dipertimbangkan bahwa proses hulu ke hilir dari operasi bisnis ekonomi kreatif yang berada di sekitar masyarakat akan memiliki dampak lebih signifikan untuk memberikan kontribusi secara langsung pada masyarakat (Pahlevi, 2017; Habib, 2021). Selain itu, produk yang dihasilkan dari kegiatan ekonomi kreatif juga merupakan hasil dari kreativitas dan inovasi pelaku industri, baik pada produk berbentuk barang maupun jasa. Dalam hal ini kerangka DSI memberikan kerangka pikir yang sejalan dengan memasukkan unsur sosial dan inovasi di dalamnya. Sementara pada era masyarakat 5.0, perhatian utama juga pada pemanfaatan teknologi informasi untuk kemanfaatan sosial (Potočan *et al.*, 2021).

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode studi literatur. Penelitian kualitatif deskriptif adalah serangkaian penelitian yang mengolah data bersifat abstrak untuk kemudian dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2018). Teknik pengambilan data menggunakan studi literatur dan dokumentasi, dimana data didapatkan dari pengumpulan bahan pustaka seperti jurnal, buku, artikel, dan sebagainya. Tahapan analisa terdiri dari empat tahap yaitu pengumpulan data literatur, identifikasi informasi, analisis perbandingan dan analisis mendalam serta terakhir adalah tahap analisa kesimpulan (Pratama dkk., 2021). Untuk lebih jelasnya tahapan metode penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Tahapan Metode Penelitian

Sumber: Data diolah (2023)

Tahapan pertama, pengumpulan data literatur dilakukan dengan pencarian sumber pustaka dan dokumentasi dari jurnal, buku serta artikel Artikel yang dijadikan rujukan menggunakan *database* dari Sciencedirect, Scopus, EBSCO, SINTA, dan ProQuest yang terbit dalam pada tahun 2015 sampai 2022 dengan kata kunci ekonomi kreatif, masyarakat 5.0, DSI, model bisnis ekonomi kreatif, perkembangan masyarakat 5.0 di Indonesia. Setelah data

literatur dikumpulkan dari kriteria tersebut, maka dilakukan tahapan kedua yaitu identifikasi informasi. Pada tahapan ini dilakukan identifikasi terhadap isi pada sumber literatur yang didapat untuk kemudian membuat sintesa pada setiap literatur. Tujuan dari tahapan ini untuk melakukan seleksi terhadap informasi yang dapat digunakan atau tidak dapat digunakan dalam penelitian agar sesuai dengan tujuan penelitian.

Tahapan ketiga adalah analisa perbandingan dan analisa mendalam. Pada tahapan ini hasil sintesa informasi yang telah dibuat sebelumnya dikembangkan melalui dua langkah. Pertama informasi penting terkait ekonomi kreatif dan masyarakat 5.0 dibandingkan satu sama lain untuk mendapatkan gambaran terhadap kondisi ekonomi kreatif di masa depan. Selanjutnya, hasil gambaran tersebut akan dikembangkan berdasarkan kerangka DSI untuk mendapatkan analisa mendalam terkait kebutuhan ekonomi kreatif di masa depan. Pada tahapan akhir adalah analisa kesimpulan. Hasil analisa dari dua metode sebelumnya dijadikan dasar penggambaran model desain pengembangan ekonomi kreatif di era masyarakat 5.0.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Masa Depan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sub sektor perekonomian yang cukup berkembang di Indonesia. Hal ini terlihat dari posisi industri ekonomi kreatif Indonesia yang tercatat menduduki peringkat tiga besar dunia setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan (Pangestu & Ratnawati, 2022). Perkembangan ekonomi kreatif Indonesia sendiri cukup signifikan dengan menyumbang produk domestik bruto negara mencapai 1.100 triliun sepanjang fase 2020 (Kemenparekraf, 2019). Salah satu faktor pendukung dari berkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia adalah kedekatan produk dari ekonomi kreatif terhadap masyarakat Indonesia (Irawan, 2015). Mayoritas produk ekonomi kreatif berupa hasil kerajinan, seni, atau bahkan arsitektur yang memiliki nilai budaya khas di dalamnya, sehingga hal ini memiliki keterikatan sendiri terhadap psikologis masyarakat Indonesia untuk membeli produk dengan identitas tertentu (Arrizal & Sofyantoro, 2020).

Dalam perkembangannya pelaku ekonomi kreatif juga harus terus membuat inovasi untuk menyesuaikan diri dengan keadaan zaman. Pada penelitian ini dirumuskan sintesa dari hasil pencarian data dan informasi melalui artikel penelitian terdahulu yang memberikan gambaran terhadap perkembangan ekonomi kreatif di masa depan. Berikut adalah hasil analisis pada literatur-literatur penelitian yang didapatkan dari database Scencedirect, Scopus, EBSCO, SINTA, dan ProQuest.

Tabel 1. Hasil Analisis Informasi dan Data Penelitian

No	Topik Kajian	Rekomendasi Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif	Sumber Literatur
1.	Signifikansi industri ekonomi kreatif dalam perekonomian negara.	Ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam meningkatkan roda perekonomian negara. Oleh karena itu, perlu adanya penguatan pada proses hulu ke hilir aktivitas operasinya.	Pahlevi (2017); Kemenparekraf, (2019); Mubarak & Fauziana (2021); Wijoyo & Anitasari, (2021); Pangestu & Ratnawati (2022).
2.	Ekonomi kreatif dan peranan sosial masyarakatnya.	Meningkatkan kualitas dari aktivitas bisnis yang dijalankan oleh industri ekonomi kreatif dapat memperbaiki kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat sekitar.	Casani <i>et al.</i> (2012); Gouvea <i>et al.</i> (2021); Habib (2021); Schiray <i>et al.</i> (2017); Wilson (2010).

- | | | | |
|----|-------------------------------|---|---|
| 3. | Digitalisasi ekonomi kreatif. | Pentingnya penggunaan teknologi informasi pada aktivitas bisnis ekonomi kreatif untuk mengoptimalkan kualitas aktivitas bisnis pada industri ekonomi kreatif. | Arrizal & Sofyantoro (2020);
Kemenparekraf (2019);
Sari (2018);
Septanto (2016);
Unceta <i>et al.</i> (2021). |
|----|-------------------------------|---|---|

Sumber: Data Diolah (2023)

Berdasarkan hasil analisis dan penggalian data yang ditampilkan pada Tabel 1 dapat diketahui beberapa hal tentang peningkatan peranan dan perkembangan industri ekonomi kreatif di masa depan. Pertama, ekonomi kreatif memiliki signifikansi yang besar terhadap kemajuan perekonomian negara. Oleh karena itu, potensi ini dapat dikembangkan dengan meningkatkan kualitas dari proses bisnisnya sehingga dapat turut menguatkan perekonomian negara. Selanjutnya, ekonomi kreatif juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat, sehingga peningkatan kualitas bisnis nantinya juga akan berdampak pada kesejahteraan masyarakat.

Salah satu cara untuk meningkatkan kualitas bisnis ekonomi kreatif adalah dengan masuk pada pola bisnis digital. Bisnis digital merupakan ²⁹ satu bentuk strategi bisnis yang sangat berkembang pesat dekade ini. Penggunaan **teknologi digital pada era revolusi industri 4.0** dimaksudkan untuk menciptakan efektivitas dan efisiensi pada setiap proses (Ekasari *et al.*, 2022). Asumsi mendasar peradaban ini adalah bahwa teknologi memiliki tingkat kesalahan lebih rendah dibanding manusia, sementara tingkat penyelesaian pekerjaan jauh lebih cepat (Gouvea *et al.*, 2021; Siregar *et al.*, 2022). Di Indonesia sendiri perkembangan bisnis digital didukung dari banyaknya pengguna internet dalam masyarakat. Tercatat dari data Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia (APII) bahwa per tahun 2022 pengguna internet di Indonesia mencapai 76,36% penduduk atau sebesar 210 juta jiwa (Setiawan *et al.*, 2019). Jumlah pengguna internet yang banyak ini pun juga sejalan dengan kuantitas transaksi ¹³ pada bisnis digital atau *e-commerce* di Indonesia. Bahkan dalam beberapa tahun ini **Indonesia masuk dalam salah satu negara yang memiliki pertumbuhan *e-commerce* terbesar di ASEAN** dengan nilai transaksi mencapai 1,1 miliar US dollar (Kim *et al.*, 2020). Oleh karena itu, pelaku ekonomi kreatif juga berangsur memasuki model bisnis digital agar dapat mengambil peluang besar tersebut.

Terdapat berbagai macam bagian bisnis yang dapat diperhatikan oleh pelaku ekonomi kreatif dalam upaya melakukan perubahan bisnis ke arah digital (Arrizal & Sofyantoro, 2020; Siregar *et al.*, 2022). Pertama adalah dari segi produksi dimana penggunaan teknologi pada proses produksi dapat meningkatkan kualitas hasil produksi dan meminimalisir biaya kesalahan. Bagian kedua adalah bagian pemasaran dan penjualan. Pada pelaku ekonomi kreatif saat ini proses pemasaran dan penjualan dengan pemanfaatan teknologi merupakan satu hal yang signifikan untuk dilakukan. Hal ini karena pasar di dunia maya jauh lebih besar dan memiliki potensi tidak terhingga dibandingkan pasar secara konvensional (Pappas *et al.*, 2021). Pasar di dunia maya memiliki akses tidak terbatas pada ruang dan waktu, artinya setiap individu calon konsumen dapat dengan bebas mengakses dan membeli produk ekonomi kreatif dimanapun dan kapanpun, sedangkan pasar secara konvensional memiliki keterbatasan terhadap bentuk fisik. Berbagai teknologi dan media dapat dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk melakukan digitalisasi pada bagian pemasaran dan penjualan diantaranya media sosial dan *marketplace*.

Penggunaan media sosial pada bagian pemasaran dan penjualan entitas cukup signifikan dalam era digital ini. Berdasarkan data Bank Indonesia pada tahun 2020 menunjukkan nilai penjualan ¹ dengan sosial media mencapai 201 triliun. Nilai ini terus

mengalami pertumbuhan dengan kenaikan 20-30% setiap tahunnya (Sholihin dkk., 2018). Kondisi tersebut menjadi peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk juga turut memanfaatkan teknologi sosial media dalam pemasaran produk mereka. Selain itu, pelaku ekonomi kreatif juga dapat menggunakan teknologi *marketplace*. *Marketplace* merupakan teknologi pasar *online* yang memediasi penjualan dari pelaku usaha kepada konsumen. Dua teknologi ini diharapkan dapat mengoptimalkan proses pemasaran dan penjualan untuk produk ekonomi kreatif (Unceta *et al.*, 2021).

Selanjutnya, bagian terakhir yang paling penting dari entitas ekonomi kreatif adalah pengelolaan organisasi. Pada bagian pengelolaan organisasi pelaku ekonomi kreatif secara konvensional sebelumnya melakukan proses perencanaan, implementasi, pengawasan hingga evaluasi secara *people to people*. Hal ini memiliki beberapa dampak terkait dengan faktor subjektivitas yang tinggi dan juga resiko kelalaian manusia (Gehrke *et al.*, 2016; Satya, 2018). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi pada proses pengelolaan organisasi dapat dilakukan pada beberapa fungsi manajemen. Dalam fungsi perencanaan, teknologi dapat dimanfaatkan sebagai media untuk melakukan pengumpulan data historis lalu membuat peramalan sebagai dasar perencanaan. Sebagai contoh perencanaan anggaran belanja, teknologi dapat dengan mudah melakukan kalkulasi terhadap kebutuhan anggaran di masa depan atas dasar penggunaan anggaran di masa lalu. Perhitungan yang disajikan juga memiliki tingkat akurasi yang tinggi. Contoh lain adalah perencanaan produksi. Teknologi dapat diberikan perintah untuk melakukan kalkulasi terhadap nilai penjualan di masa lalu dan meramalkan nilai penjualan di masa depan sebagai dasar penentuan produksi yang dibutuhkan (Manita *et al.*, 2020). Dalam hal ini terlihat bagaimana teknologi berperan besar untuk mengawali proses pengelolaan organisasi dan manajemen khususnya dalam perencanaan organisasi.

Fungsi selanjutnya adalah fungsi implementasi. Teknologi dalam fungsi implementasi dan pengontrolan secara praktis digunakan untuk membantu meningkatkan proses pengelolaan organisasi. Pelaku ekonomi kreatif tentu harus menyiapkan waktu setiap harinya untuk memastikan bahwa seluruh perencanaan yang telah disusun dapat berjalan dengan optimal saat diimplementasikan. Manajemen perlu melakukan kontrol terhadap arus data serta informasi dari pengelolaan organisasi bisnis mereka (Oesterreich & Teuteberg, 2019). Disini peran teknologi dapat menjadi media yang berperan dalam melakukan pengontrolan data tersebut. Proses implementasi di setiap bagian bisnis dapat dihubungkan satu sama lain sehingga tercipta arus informasi yang diperbaharui setiap waktu. Sebagai contoh pada proses produksi akan ada aliran data bahan baku yang dibeli dari *supplier*, lalu bahan baku di gudang, bahan baku yang diambil dari gudang untuk produksi, bahan jadi setelah produksi hingga barang siap untuk dijual. Seluruh data tersebut akan mengalir pada satu sistem yang dapat diidentifikasi dan dilacak perpindahannya (Kim *et al.*, 2020), sehingga pelaku ekonomi kreatif atau manajemen dapat dengan mudah melakukan pengontrolan.

Fungsi terakhir adalah pada fungsi evaluasi. Bagian pengelolaan organisasi juga memiliki peran penting untuk mengevaluasi hasil proses bisnis yang berlangsung dalam satu entitas (Dzikrullah *et al.*, 2020). Evaluasi digunakan untuk mengetahui adanya kesalahan yang harus diperbaiki di kemudian hari. Tujuannya adalah agar kesalahan ini dapat diminimalisir dan dihindari sehingga tidak menjadi kerugian kembali. Proses evaluasi menggunakan teknologi akan sangat erat kaitannya dengan pengontrolan pada fungsi sebelumnya. Saat proses pengontrolan berjalan optimal, maka data dan informasi yang didapatkan juga akan lengkap sehingga dapat menjadi bahan dasar untuk melakukan evaluasi. Hal ini menjadi penting bagi pelaku ekonomi kreatif karena melakukan evaluasi adalah satu cara untuk menganalisa sejauh mana pencapaian entitas telah dilakukan

dalam periode ini, dan bagaimana cara untuk meningkatkannya di masa depan (Bruno & Schaltegger, 2019).

4.2. Era Baru Kehidupan Manusia dalam Masyarakat 5.0

Seluruh keuntungan yang tercipta dari pemanfaatan teknologi pada dunia industri salah satunya adalah pelaku ekonomi kreatif memang memberikan dampak positif secara fisik. Namun di sisi lain mulai banyak menggantikan peran manusia di berbagai bidang (Gularso, 2021). Otomatisasi hampir menyelubungi proses hulu ke hilir dari kehidupan. Manusia pada masa ini tidak lagi berperan dominan dalam melakukan satu tugas, melainkan akan tergantung pada kecanggihan teknologi. Secara prinsip memang keadaan ini memiliki banyak kelebihan khususnya pada percepatan waktu dan pengurangan *human error*, namun di sisi lain keadaan tersebut ternyata juga banyak berdampak negatif pada kehidupan manusia (Mendling *et al.*, 2017; Uygun, 2021).

Dalam era digital manusia tidak lagi harus bersusah payah untuk menyelesaikan satu tugas. Bahkan kebiasaan ini telah dibentuk sejak di bangku sekolah, pendidikan dalam era ini memanfaatkan teknologi untuk mengisi peran *transfer knowledge* antar manusia. Seperti untuk mendapatkan informasi, kini anak-anak tidak lagi harus bertanya pada orang tua atau guru, mereka cukup memasukan kata kunci di internet dan informasi yang mereka butuhkan. Kondisi ini juga terus berlangsung dalam dunia industri, misalnya untuk mengukur analisa keuangan atau bisnis, kini banyak teknologi yang menggunakan *artificial intelligence* untuk mendapatkan hasil analisa bisnis atau keuangan yang diinginkan. Begitu pula dalam proses sosial masyarakat, kelompok-kelompok masyarakat kini tidak lagi harus melakukan interaksi secara langsung namun tergantikan dengan media konferensi *online* yang semakin masif digunakan. Serta masih banyak lagi fenomena perubahan kondisi kehidupan manusia atas ketergantungan mereka pada era digitalisasi (Arifiani *et al.*, 2019).

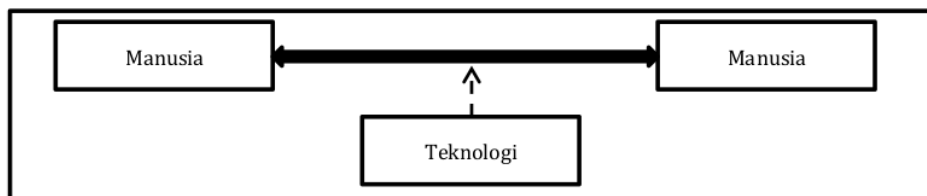
Pola kehidupan di atas akhirnya melahirkan sebuah masa yang mereduksi kemanusiaan dalam kehidupan. Manusia kini menjadi objek nomor dua yang selalu bisa tergantikan oleh mesin kapanpun sesuai dengan perkembangan teknologi (Potočan *et al.*, 2021; Pratama dkk., 2021). Digitalisasi membuat kehidupan manusia lebih mudah dan nyaman, sedangkan untuk menjadi manusia yang berkualitas memerlukan proses dan rintangan hingga dapat menguatkan keterampilan dan karakter mereka. Penggunaan teknologi yang masif dengan melakukan reduksi pada peran manusia melahirkan generasi yang rapuh secara mental dan karakter (Himmetoglu *et al.*, 2021).

Atas dasar fenomena di atas, maka lahirlah sebuah gagasan terhadap perkembangan era kehidupan manusia pada masa selanjutnya. Era ini disebut sebagai era masyarakat 5.0. Berbeda dengan era masyarakat 4.0 dimana tumpuan utama kehidupan adalah teknologi, maka pada era masyarakat 5.0 tumpuan kehidupan kembali kepada manusia itu sendiri (Basbeth *et al.*, 2018; Sá *et al.*, 2021). Era masyarakat 5.0 memberikan sebuah penekanan bahwa teknologi telah berbaur dalam keseharian manusia, sehingga fokus utama bukan lagi pada tingginya teknologi melainkan pada peran setiap individu. Teknologi hanyalah alat selayaknya "kapak" pada era masyarakat 1.0 yang tidak sepadan untuk menggantikan peranan manusia dalam kehidupan.

Pada konsep ² ini dijelaskan bahwa masyarakat 5.0 adalah kondisi peradaban masyarakat yang dapat melatih imajinasi mereka untuk mengidentifikasi berbagai permasalahan dan tantangan dalam menyelesaikan permasalahan kehidupan melalui pemanfaatan teknologi digital (Narvaez Rojas *et al.*, 2021). Masyarakat pada era ini merupakan masyarakat yang kreatif dan inovatif didukung dengan kemampuan teknologi yang memadai. Dalam era masyarakat 5.0 setiap manusia dapat menyelesaikan permasalahan sosial atau ekonomi dengan mengandalkan kemampuan diri melalui

pemanfaatan teknologi. Hal tersebut secara jelas menunjukkan bahwa satu komponen utama yang menjadi penentu penyelesaian masalah adalah kemampuan manusia itu sendiri, bukan teknologinya. Teknologi hanya berperan pasif sebagai pendukung peran manusia.

Integrasi teknologi khususnya *internet of things* dan kecerdasan buatan akan mendukung kinerja dari manusia bukan lagi menggantikan manusia (Potočan *et al.*, 2021). Sebagai contoh pada aktivitas pemrosesan data, teknologi hanya berperan untuk memproses dan menganalisa data namun sumber data dan luaran umpan balik akan kembali kepada manusia sebagai pengendali utama. Identifikasi hasil pemrosesan dan analisa data pun akan tergantung dari peran manusia, memasukkan unsur-unsur fisik yang tidak dapat diterjemahkan dalam bahasa digital akan menjadi faktor dominan. Unsur-unsur ini seperti kondisi lingkungan, psikologis masyarakat, pertimbangan humanis dan bahkan spiritualitas akan menjadi faktor penentu dalam setiap kebijakan (Hermawan *et al.*, 2020). Teknologi dengan keterbatasannya hanya menjadi alat untuk meningkatkan proses pengolahan. Gambaran dari interaksi yang dijelaskan di atas secara sederhana dapat dilihat pada Gambar 2 berikut:



Gambar 2. Pola Interaksi pada Era Masyarakat 5.0.

Sumber: Data diolah (2023)

Era masyarakat 5.0 memberikan ruang terbuka bagi setiap individu untuk dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan mereka. Bayang-bayang mesin yang menggantikan peranan manusia sudah bukan lagi menjadi ancaman. Namun mesin hanya menjadi alat untuk menciptakan nilai lebih pada aktivitas manusia (Basbeth *et al.*, 2018). Setiap manusia dapat dengan bebas berekspresi melalui berbagai media teknologi yang ada. Pada era baru ini penghargaan atas peran manusia juga akan lebih dominan dalam mempengaruhi keputusan dan kebijakan baik di lingkungan ekonomi sosial masyarakat.

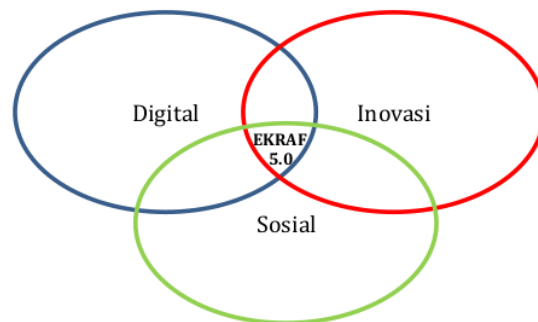
4.3. Rekonstruksi Ekonomi Kreatif dengan Pendekatan *Digital Social Innovation (DSI)*

Melihat kembali bahwa manusia merupakan subjek yang seharusnya memiliki peranan dominan pada proses kehidupan ini, maka proses bisnis dari ekonomi kreatif juga harus dikembalikan sesuai dengan hakikatnya. Pada titik ini pertimbangan terhadap fungsi dari teknologi menjadi penting untuk diidentifikasi peranannya. Hal tersebut untuk memastikan bahwa kecanggihan teknologi dapat bermanfaat untuk meningkatkan nilai dari proses bisnis pelaku ekonomi kreatif. Penelitian ini melahirkan gagasan terhadap rekonstruksi pola perkembangan ekonomi kreatif dengan menggunakan pendekatan DSI yang disebut ekonomi kreatif 5.0. Perumusan terhadap gagasan ekonomi kreatif 5.0 menunjukkan penekanan penting terhadap dua hal utama, yaitu: pertama, kata ekonomi kreatif yang merujuk pada ekonomi kreatif itu sendiri, dan 5.0 yang menunjukkan era masyarakat 5.0, sehingga gagasan ekonomi kreatif 5.0 memberikan gambaran terhadap proses bisnis dari ekonomi kreatif pada era masyarakat 5.0. Penggunaan pendekatan DSI pada gagasan ekonomi kreatif 5.0 merupakan salah satu kerangka pikir visioner yang

terbentuk dari pemahaman atas fungsi dan tanggung jawab humanisme yang melekat pada setiap individu kapanpun waktunya, termasuk di era digital ini (Hermawan *et al.*, 2020; Rodrigo *et al.*, 2019). Kerangka DSI memberikan nilai sosial sebagai satu acuan yang wajib untuk dipertimbangkan dalam pemanfaatan teknologi pada era digital. Artinya, penggunaan teknologi dengan kerangka pikir ini tidak hanya bertujuan untuk pencapaian fisik seperti peningkatan proses bisnis atau laba saja, namun harus berdampak juga dalam mengurangi permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Pada beberapa aspek kerangka DSI bahkan juga lebih fokus pada pengembangan inovasi dalam menyelesaikan permasalahan sosial, dibandingkan inovasi terhadap media teknologi digitalnya (Huh & Kim, 2019; Potočan *et al.*, 2021).

Pada perkembangan ekonomi kreatif, gagasan ekonomi kreatif 5.0 akan mengikuti prinsip dari kerangka DSI yang telah dijelaskan. Ekonomi kreatif 5.0 akan menjadi model yang memberikan kontribusi terhadap penyelesaian masalah sosial dengan memanfaatkan teknologi. Hal ini menjadi penting karena ekonomi kreatif sendiri mayoritas dijalankan oleh masyarakat, sehingga memiliki kedekatan personal dengan masyarakat sekitar. Artinya, kebijakan yang dilakukan oleh pelaku ekonomi kreatif banyak berdampak terhadap kehidupan masyarakat (Mubarak & Fauziana, 2021). Konsep gagasan terhadap implementasi kerangka DSI dalam pembentukan ekonomi kreatif 5.0 digambarkan pada Gambar 3.

Gambar 3 menunjukkan model pengembangan ekonomi kreatif 5.0 merupakan irisan dari tiga unsur kunci yaitu digital, sosial dan inovasi. Digital memberikan penekanan terhadap pemanfaatan teknologi informasi yang memiliki manfaat pada pelaku ekonomi kreatif dalam mengembangkan entitas di era modern. Seperti yang telah dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa implementasi teknologi informasi pada proses bisnis industri ekonomi kreatif akan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan beberapa bagian. Setiap bagian dengan implementasi teknologi akan berdampak terhadap capaian dan manfaat sebagai luaran masing-masing proses. Pada ekonomi kreatif 5.0 digitalisasi diharapkan sudah menjadi bagian tidak terpisahkan pada proses bisnis industri ekonomi kreatif. Artinya, pelaku ekonomi kreatif secara wajar telah menggunakan teknologi informasi pada operasi bisnis. Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa pada era ini memang penggunaan teknologi adalah bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia, oleh karena itu aktivitas bisnis pada industri ekonomi kreatif pun juga telah menyesuaikan diri terhadap momen tersebut (Arrizal & Sofyantoro, 2020).



Gambar 3. Model Pengembangan Ekonomi Kreatif 5.0

Sumber: Data diolah (2023)

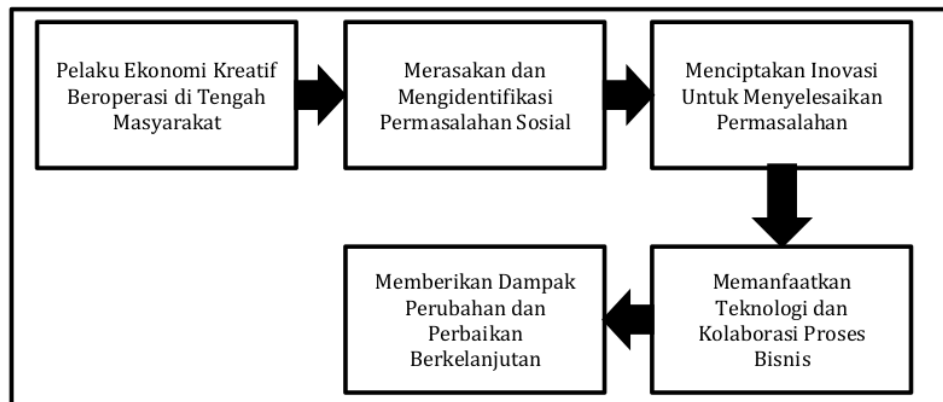
Selanjutnya adalah unsur sosial. Unsur sosial pada pembentukan ekonomi kreatif 5.0 menekankan pada kepentingan isu sosial dalam melaksanakan operasi bisnis entitas. Pada titik ini pelaku ekonomi kreatif harus memiliki pemahaman diri bahwa mereka bukan hanya

Bagas Brian Pratama & Dian Wijayanti (Perancangan Model Ekonomi Kreatif 5.0 Berbasis Digital Social ...) 85

merupakan entitas bisnis yang bergerak untuk mendapatkan laba sebesar-besarnya saja. Namun pelaku ekonomi kreatif harus menyadari peranan mereka sebagai agen sosial yang hidup di tengah masyarakat (Habib, 2021; Mubarok & Fauziana, 2021), sehingga masalah dalam sosial masyarakat di sekitar mereka juga menjadi perhatian yang dapat mereka pertimbangkan dalam membuat keputusan. Pada kondisi ini, maka pelaku ekonomi kreatif akan memiliki pertimbangan pada berbagai aspek sosial, kemanusiaan, lingkungan bahkan spiritualitas untuk memutuskan suatu kebijakan bisnis.

Sementara unsur terakhir pada pembentukan ekonomi kreatif 5.0 adalah inovasi. Inovasi merupakan suatu proses untuk mewujudkan gagasan, ide atau pengetahuan dalam rangka memenuhi tujuan tertentu. Pelaku ekonomi kreatif dalam balutan gagasan ekonomi kreatif 5.0 dituntut untuk dapat memiliki keterampilan dan pengetahuan lebih pada setiap permasalahan yang mereka hadapi. Inovasi pada ekonomi kreatif 5.0 menekankan pada kemampuan pelaku ekonomi kreatif dalam melakukan bauran informasi, data, dan sumber daya untuk menciptakan nilai positif pada kehidupan ekonomi dan sosial.

Ekonomi kreatif 5.0 tersusun dari tiga unsur tersebut yang berarti gagasan ekonomi kreatif 5.0 menekankan pada setiap pelaku ekonomi kreatif untuk dapat secara aktif dan kreatif merumuskan strategi dalam menyelesaikan permasalahan sosial dengan menggunakan bantuan teknologi. Atas kesadaran diri bahwa ekonomi kreatif adalah bagian dari masyarakat, maka pelaku ekonomi kreatif juga secara sadar memahami bagaimana dia dapat berkontribusi untuk masyarakat. Dalam mencapai hal tersebut pada Gambar 4. menunjukkan proses tercapainya DSI pada ekonomi kreatif 5.0.



Gambar 4. Proses Digital Social Innovation pada Model Ekonomi Kreatif 5.0

Sumber: Data diolah (2023)

3 Model ekonomi kreatif 5.0 menunjukkan bagaimana pelaku ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi terhadap permasalahan sosial yang terjadi di masyarakat. Operasi kegiatan ekonomi kreatif yang berada di tengah masyarakat memberikan pemahaman bagaimana kondisi sosial lingkungan di sekitar mereka (Habib, 2021; Mubarok & Fauziana, 2021). Interaksi intensif yang terus dilakukan setiap hari pada operasi entitas, secara tidak langsung memberikan informasi terhadap kondisi lingkungan masyarakat. Ekonomi kreatif 5.0 memberikan pemahaman dan kesadaran diri pelaku ekonomi kreatif untuk merasakan permasalahan yang ada. Pelaku ekonomi kreatif sepatutnya memiliki kepekaan untuk merasakan permasalahan sosial di sekitar mereka. Atas dasar ini pelaku ekonomi kreatif dapat melakukan pemetaan dan mengidentifikasi permasalahan yang ada.

Tahapan selanjutnya setelah berhasil memetakan masalah, pelaku ekonomi kreatif dapat merancang ide untuk mengurangi dampak permasalahan tersebut. Pada tahapan ini pelaku ekonomi kreatif dapat memanfaatkan seluruh informasi dan sumber daya yang mereka punya untuk memperhitungkan kebijakan apa yang paling tepat dalam menyelesaikan masalah sosial tersebut. Tidak jarang butuh pemikiran orisinal yang berani untuk dapat memutuskan satu strategi terbaru. Kemudian berdasarkan ide tersebut maka pelaku ekonomi kreatif dapat melakukan implementasi terhadap strategi mereka. Implementasi ini harus dijalankan dengan optimal melalui pertimbangan mulai dari perencanaan hingga pengawasan dan bentuk evaluasinya. Disinilah peran teknologi akan signifikan mempengaruhi proses yang ada (Harnengsih dkk., 2018; Sudjiman & Sudjiman, 2020). Mulai dari pengumpulan informasi, implementasi hingga evaluasi, teknologi digunakan untuk membantu mewujudkan inovasi sosial yang dirancang oleh pelaku ekonomi kreatif. Dari sini tiga unsur pembentuk ekonomi kreatif 5.0 akan menjadi satu bauran yang bersama-sama menciptakan perbaikan atas permasalahan sosial di masa depan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

Perubahan kehidupan manusia dari satu era menuju era lain membawa dampak terhadap aktivitas masyarakat. Pada era modern ini digitalisasi mendominasi aktivitas kehidupan manusia mulai dari hulu ke hilir. Dalam rangka menekan dampak negatif yang dihasilkan muncul sebuah konsep masyarakat 5.0. Era masyarakat 5.0 adalah sebuah masa dimana nilai kemanusiaan menjadi perhatian utama bagi pengambilan keputusan. Teknologi di era ini bukan lagi berperan sebagai pengganti manusia, namun teknologi hanya sebagai alat untuk meningkatkan nilai dari manusia. Begitu pula pada industri ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif di Indonesia khususnya dengan pola dan proses bisnis yang ada memiliki kedekatan secara psikologis dengan masyarakat. Atas dasar ini maka upaya restrukturisasi ekonomi kreatif di Indonesia harus dilakukan untuk mengoptimalkan momen masyarakat 5.0.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka penelitian ini memberikan gagasan terhadap perubahan model pengembangan ekonomi kreatif dengan berbasis kerangka DSI. Kerangka DSI merupakan konsep yang menggabungkan tiga unsur penting yaitu digitalisasi, sosial, dan inovasi. Tiga unsur ini diharapkan menjadi satu bauran yang dapat berguna untuk meningkatkan nilai dari ekonomi kreatif di Indonesia. Gambaran terhadap perkembangan gagasan ekonomi kreatif 5.0 menitikberatkan pada peningkatan peran ekonomi kreatif dalam menyelesaikan permasalahan sosial melalui pemanfaatan teknologi secara kreatif dan inovatif.

5.2. Saran

Penelitian ini juga memiliki beberapa keterbatasan diantaranya. Pencarian artikel rujukan yang dibatasi dengan beberapa kata kunci dan *database* artikel tertentu, hal ini dapat berakibat pada tidak terserapnya informasi lain yang mungkin relevan. Selain itu hasil analisa perkembangan ekonomi kreatif pada penelitian juga secara khusus hanya pada tiga unsur utama yaitu digital, inovasi, dan sosial. Oleh karena itu penelitian selanjutnya dapat melakukan pencarian lebih dalam terkait dengan topik penelitian ekonomi kreatif pada era masyarakat 5.0 dengan menggunakan pendekatan-pendekatan lainnya. Hal ini untuk memberikan penyempurnaan sehingga didapatkan gambaran lebih komprehensif pada perkembangan ekonomi kreatif di masa depan.

Daftar Pustaka

- Anzak, S., Sultana, A., & Fatima, A. (2021). Impact of Digital Technology On Health And Social Well-Being of Digital Natives. *Humanities & Social Sciences Reviews*. <https://doi.org/10.18510/hssr.2021.9354>
- Arifiani, L., Budiastuti, I. D., & Erika, W. K. (2019). The Effect of Disruption Technology, And The Future Knowledge Management Toward Service Innovation For Telecommunication Industry 4.0 In Indonesia. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*. <https://doi.org/10.35940/ijeat.F1040.0986S319>
- Arrizal, N. Z., & Sofyantoro, S. (2020). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dan UMKM di Masa Pandemi Melalui Digitalisasi. *Birokrasi Pancasila : Jurnal Pemerintahan, Pembangunan, Dan Inovasi Daerah*, 2(1), 39–48.
- Basbeth, F., Abd Ghani, N. H., & Sedyowidodo, U. (2018). Smart Destination Branding: The Need for New Capability and Opportunities for Entrepreneurship. *Proceeding - 2018 International Conference on ICT for Smart Society: Innovation Toward Smart Society and Society 5.0, ICISS 2018*. <https://doi.org/10.1109/ICTSS.2018.8549943>
- Bruno, F. S., & Schaltegger, C. A. (2019). 21st Century Economics: economic Ideas You Should Read and Remember. In *Springer*.
- Casani, F., Rodríguez-Pomeda, J., & Sánchez, F. (2012). New business models in the creative economy: Emotions and social networks. *Universia Business Review*.
- Cortesi, A., Berionni, C., Veeckman, C., Leonardi, C., Schiavo, G., Zancanaro, M., Cescon, M., Sangiuliano, M., Tampakis, D., & Falelakis, M. (2022). Families_Share: digital and social innovation for work–life balance. *Digital Policy, Regulation and Governance*. <https://doi.org/10.1108/DPRG-02-2021-0028>
- Dzikrullah, A. D., Harymawan, I., & Ratri, M. C. (2020). Internal audit functions and audit outcomes: Evidence from Indonesia. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1750331>
- Ekasari, K., Eltivia, N., Pratama, B. B., & Azizah, N. (2022). Improving the quality of business processes with Financial information systems. *International Journal of Informatics, Economics, Management and Science (IJIEMS)*, 1(2), 125–135. <https://doi.org/10.52362/ijiems.v1i2.880>
- Gehrke, L., Bonse, R., & Henke, M. (2016). Towards a management framework for the digital transformation of logistics and manufacturing. *23rd EurOMA Conference*.
- Gouvea, R., Kapelianis, D., Montoya, M. J. R., & Vora, G. (2021). The creative economy, innovation and entrepreneurship: an empirical examination. *Creative Industries Journal*. <https://doi.org/10.1080/17510694.2020.1744215>
- Gularso, D. (2021). Era Society 5.0 Dan Revolusi Industri 4.0 (Community Education For The Future of Indonesia). *Jurnal Berdaya Mandiri*.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>
- Harnengsih, S., Indupurnahayu, I., & Hurriyaturohman, H. (2018). Peranan Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Teknologi Dalam Menyediakan Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Manajemen Pada. PT. Astra Otoparts Tbk. Divisi Winteq. *Neraca Keuangan: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*. <https://doi.org/10.32832/neraca.v13i2.2309>
- Hermawan, I., Supiana, S., & Zakiah, Q. Y. (2020). Kebijakan Pengembangan Guru di Era Society 5.0. *JlEMAN: Journal of Islamic Educational Management*. <https://doi.org/10.35719/jieman.v2i2.33>
- Himmatoglu, B., Ayduğ, D., & Bayrak, C. (2021). Education 4.0: Defining The Teacher, The

- Student, And The School Manager Aspects Of The Revolution. *Turkish Online Journal of Distance Education*. <https://doi.org/10.17718/TOJDE.770896>
- Huh, T., & Kim, J. H. (2019). Multiple conjunctural impact on digital social innovation: Focusing on the OECD countries. *Sustainability (Switzerland)*. <https://doi.org/10.3390/su11184887>
- Irawan, A. (2015). Ekonomi Kreatif Sebagai Suatu Solusi Mensejahterakan Masyarakat Dalam Meningkatkan Tingkat Perekonomian. *Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis (SNEB)*.
- Iswanto, A. C., & Wahjono. (2019). Akuntan Dalam Era Revolusi Industri 4.0 Dan Tantangan Era Society 5.0. *Infokam*.
- Kemendikparekraf. (2019). Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2019. *Journal of Chemical Information and Modeling*.
- Kim, Y., Andersen, M., Skjoett-Larsen, T., Alcaide González, M. Á., De La Poza Plaza, E., Guadalajara Olmeda, N., Wolniak, R., Hąbek, P., Hameed, I., Riaz, Z., Arain, G. A., Farooq, O., Frederiksen, C. S., Rodrigo, P., Arenas, D., Thorne, L., Mahoney, L. S., Gregory, K., Convery, S., ... Zhang, L. (2020). The Ecosystem of e-Business: Technologies, Stakeholders, and Connections - 17th Workshop on e-Business, WeB 2018, Santa Clara, CA, USA, December 12, 2018, Revised Selected Papers. *Journal of Business Ethics*.
- Manita, R., Elommal, N., Baudier, P., & Hikkerova, L. (2020). The digital transformation of external audit and its impact on corporate governance. *Technological Forecasting and Social Change*. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2019.119751>
- Mendling, J., Baesens, B., Bernstein, A., & Fellmann, M. (2017). Challenges of smart business process management: An introduction to the special issue. In *Decision Support Systems*. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2017.06.009>
- Mubarok, D., & Fauziana, E. (2021). Perkembangan Ekonomi Kreatif Dalam Menopang Perekonomian Rakyat Di Masa Pandemi Covid 19. *Ekonomi Pembangunan Insitut Bisnis Muhammadiyah Bekasi*.
- Narvaez Rojas, C., Alomia Peñafiel, G. A., Loaiza Buitrago, D. F., & Tavera Romero, C. A. (2021). Society 5.0: A Japanese concept for a superintelligent society. In *Sustainability (Switzerland)* 13(2). <https://doi.org/10.3390/su13126567>
- Oesterreich, T. D., & Teuteberg, F. (2019). The role of business analytics in the controllers and management accountants' competence profiles: An exploratory study on individual-level data. *Journal of Accounting and Organizational Change*. <https://doi.org/10.1108/JAOC-10-2018-0097>
- Pahlevi, A. S. (2017). Gagasan Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional Daya Saing sub sector industry kreatif dan Penyelarasan Industri kreatif kreatif. *Prosiding Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Sedi Dan Desain*.
- Pangestu, A. I., & Ratnawati, S. (2022). Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Masa Pandemi Covid-19 Dalam Perspektif Social Entrepreneurship. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.31949/entrepreneur.v3i1.1489>
- Pappas, I. O., Mikalef, P., Dwivedi, Y. K., Jaccheri, L., Krogstie, J., & Mäntymäki, M. (2021). *Correction to: Digital Transformation for a Sustainable Society in the 21st Century*. https://doi.org/10.1007/978-3-030-29374-1_66
- Potočan, V., Mulej, M., & Nedelko, Z. (2021). Society 5.0: balancing of Industry 4.0, economic advancement and social problems. *Kybernetes*. <https://doi.org/10.1108/K-12-2019-0858>
- Pratama, B. B., Eltivia, N., & Ekasari, K. (2021). Revolusi akuntan 4.0. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 12(2), 388–400. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/ub.jamal.2021.12.3.31>
- Rodrigo, L., Palacios, M., & Ortiz-Marcos, I. (2019). Digital social innovation: Analysis of the conceptualization process and definition proposal. In *Direccion y Organizacion*. <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i67.545>
- Sá, M. J., Santos, A. I., Serpa, S., & Ferreira, C. M. (2021). Digital Literacy in Digital Society 5.0:

- Some Challenges. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*.
<https://doi.org/10.36941/ajis-2021-0033>
- Saksono, H., & Manoby, W. M. (2021). Good Public Governance Towards Society 5.0 in Indonesia: A Review. *Psychology and Education*.
- Sari, P. P. (2018). Pemanfaatan Teknologi Digital Sebagai Percepatan Berusaha Oleh Ekonomi Kreatif. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*.
<https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1824>
- Satya, V. E. (2018). Kajian Singkat Terhadap Isu Aktual Dan Strategis Strategi Indonesia Menghadapi Industri 4.0. *Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI*.
- Schiray, D. M., Carvalho, C. C., & Afonso, R. (2017). Creative economy as a social technology approach: A case study in favela da Mangueira, Rio de Janeiro, Brazil. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion*. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2016-0160>
- Septanto, H. (2016). Ekonomi Kreatif dan Inovatif Berbasis TIK ala Gojek dan Grabbike. *Bina Insani ICT Journal*, 3(1), 213–219.
- Setiawan, I., Rasiska, S., & Supyandi, D. (2019). Korban “Tuhan-Tuhan” Digital: Garapan Masa Depan Penyuluhan Pembangunan 4.0. *Indonesian Journal of Socio Economics*.
- Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. (2018). Keunggulan Sosial Media Dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital Di Indonesia. *Prosiding 4th Seminar Nasional Dan Call for Papers Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Siregar, D. A., Nizma, C., & Damanik, D. S. H. (2022). Strategy for Strengthening Creative Economy Based on Digital Entrepreneurship Through the Pentahelix Model in Deli Serdang Regency (Case Study in Percut Sei Tuan District). *Proceedings of International Conference on Multidisciplinary Research*. <https://doi.org/10.32672/pic-mr.v4i1.3759>
- Sudjiman, P. E., & Sudjiman, L. S. (2020). Analisis Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer Dalam Proses Pengambilan Keputusan. *TeIka*.
<https://doi.org/10.36342/teika.v8i2.2327>
- Sugiyono, D. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & DS. CV *Alfabeta*.
- Sururi, A. (2017). Inovasi Model Pengembangan Kebijakan Ekonomi Kreatif Provinsi Banten. *Administrasi Negara*.
- Syahsudarmi, S. (2019). Ekonomi Kreatif Sebagai Solusi Alternatif Meningkatkan Daya Saing Di Era Digital. *Jurnal Daya Saing*. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v5i1.328>
- Unceta, A., Barandiaran, X., & Lakidain, A. (2021). Digitalisation of creative industries fostered by collaborative governance: public innovation labs in gipuzkoa. *Sustainability (Switzerland)*.
<https://doi.org/10.3390/su13052568>
- Uygun, Y. (2021). The Fourth Industrial Revolution-Industry 4.0. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3909340>
- Wijoyo, H. S. H., & Anitasari, H. (2021). Pemetaan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v4i2.3205>
- Wilson, N. (2010). Social creativity: Re-qualifying the creative economy. *International Journal of Cultural Policy*. <https://doi.org/10.1080/10286630903111621>

Bagas_Ekonomi 2

ORIGINALITY REPORT

7%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

link.altmetric.com

Internet Source

1%

2

berita.upi.edu

Internet Source

1%

3

docplayer.info

Internet Source

<1%

4

eprints.uad.ac.id

Internet Source

<1%

5

mail.jurnal.iain-bone.ac.id

Internet Source

<1%

6

journal.universitاسbumigora.ac.id

Internet Source

<1%

7

kc.umn.ac.id

Internet Source

<1%

8

ejournal.uin-malang.ac.id

Internet Source

<1%

9

p3m.sinus.ac.id

Internet Source

<1%

10	repository.usu.ac.id Internet Source	<1 %
11	core.ac.uk Internet Source	<1 %
12	balai-nirwana.blogspot.com Internet Source	<1 %
13	hobiternak.com Internet Source	<1 %
14	masyona.blogspot.com Internet Source	<1 %
15	www.msn.com Internet Source	<1 %
16	www.scielo.br Internet Source	<1 %
17	www.scribd.com Internet Source	<1 %
18	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
19	indotimnews.com Internet Source	<1 %
20	journal.uinsgd.ac.id Internet Source	<1 %
21	jurnal.sttstarslub.ac.id Internet Source	<1 %

22	jurnal.uindatokarama.ac.id Internet Source	<1 %
23	www.itera.ac.id Internet Source	<1 %
24	auditfinanciar.cafr.ro Internet Source	<1 %
25	darwintz.wordpress.com Internet Source	<1 %
26	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
27	ejournal.iain-tulungagung.ac.id Internet Source	<1 %
28	jurnal.peneliti.net Internet Source	<1 %
29	repositori.umrah.ac.id Internet Source	<1 %
30	stim.qom.ac.ir Internet Source	<1 %
31	repo.unand.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches Off