

Perkembangan Ekonomi Kreatif dan Peluang Bisnis Pada Era Digital di Kalangan Mahasiswa

¹Muhammad Didan Fazzari

¹Universitas Djuanda, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Prodi Administrasi Publik, didanfazzari@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif telah menjadi pilar penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional di era digital dan globalisasi. Dengan berlandaskan pada ide, inovasi, dan kreativitas, sektor ini membuka peluang bisnis yang luas, khususnya bagi mahasiswa sebagai generasi muda produktif. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menggambarkan peluang bisnis yang dimiliki oleh mahasiswa dalam ekonomi kreatif yang didukung oleh teknologi digital, seperti platform e-commerce dan media sosial untuk mengembangkan ide bisnis, memproduksi, dan memasarkan produk-produk kreatif mereka. Sektor seperti pengembangan aplikasi, konten digital, desain grafis, dan e-commerce menawarkan peluang yang menjanjikan. Namun, banyak tantangan yang di hadapi seperti persaingan ketat, keamanan data, dan keterbatasan sumber daya masih harus dihadapi. Strategi pengembangan yang bisa dilakukan meliputi pemasaran online, peningkatan kemampuan digital, kolaborasi, dan perlindungan hak kekayaan intelektual sangat penting untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif. Dengan dukungan yang tepat, mahasiswa dapat menjadi penggerak utama dalam bidang ekonomi kreatif dan memberikan kontribusi yang berarti bagi perekonomian lokal serta nasional.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, peluang bisnis mahasiswa, teknologi digital

PENDAHULUAN

Dalam era digital dan globalisasi saat ini, ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar utama yang mendorong pertumbuhan ekonomi ditingkat nasional. Dengan berlandaskan pada ide, inovasi, dan kreativitas. Sektor ini tidak hanya menghasilkan nilai tambah yang signifikan. Namun, Hal ini juga menciptakan berbagai peluang bisnis yang luas, terutama bagi mahasiswa. Perubahan gaya hidup yang semakin dinamis, perkembangan pesat dalam teknologi informasi, serta akses data yang semakin terbuka telah memperkuat ekosistem tersebut. Sehingga memberikan peluang yang lebih luas bagi mahasiswa untuk berinovasi dan berwirausaha.

Mahasiswa, yang termasuk dalam kelompok usia produktif, memiliki potensi besar untuk menangkap peluang bisnis di sektor ekonomi kreatif. Dengan mengandalkan kreativitas serta pemahaman terhadap tren pasar, mereka dapat menciptakan beragam produk dan layanan yang relevan dengan kebutuhan masyarakat modern. Peluang usaha bagi mahasiswa tidak hanya membantu dalam meningkatkan kemandirian keuangan, tetapi juga memberikan kontribusi besar dalam menciptakan lapangan kerja baru serta mendorong perekonomian lokal dan nasional.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam fenomena ekonomi kreatif dan peluang bisnis pada era digital di kalangan mahasiswa. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang kaya dan kontekstual melalui study literatur. Metode ini sangat sesuai untuk mengkaji fenomena sosial yang kompleks dan dinamis seperti perkembangan ekonomi kreatif yang melibatkan aspek kreativitas, inovasi, dan teknologi digital di kalangan mahasiswa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan ekonomi kreatif di era digital memberikan peluang besar bagi mahasiswa untuk mengembangkan bisnis dan wirausaha. Mahasiswa memanfaatkan teknologi digital untuk mencari ide, membuat produk, dan mempromosikan usaha mereka sehingga dapat menjangkau konsumen yang lebih luas. Teknologi yang semakin canggih menjadi faktor utama pendukung, meskipun persaingan yang ketat menjadi tantangan signifikan. Mahasiswa yang aktif menggunakan internet dan platform digital dapat menjadi pionir dalam bisnis digital, seperti e-commerce, aplikasi mobile, dan layanan online yang tidak terbatas oleh batas geografis.

Selain itu, ekonomi kreatif di era digital juga didukung oleh berbagai platform seperti e-commerce (Tokopedia, Bukalapak, Shopee), media sosial (Instagram,

YouTube), dan startup teknologi yang membantu pelaku kreatif menjangkau pasar global dan meningkatkan pendapatan. Industri kreatif yang berkembang meliputi musik digital, pembuatan konten, gaming, dan pengembangan aplikasi digital yang sangat relevan dengan minat dan keahlian mahasiswa.

- **Pemanfaatan Teknologi Digital oleh Mahasiswa**

Mahasiswa memanfaatkan teknologi digital untuk menciptakan kesempatan wirausaha dengan cara menggali ide bisnis, mengembangkan produk, dan melakukan promosi melalui platform online. Internet serta media sosial berfungsi sebagai alat utama dalam memperluas jaringan pemasaran. Internet dan media sosial kini berfungsi sebagai alat utama untuk memperluas jaringan pasar dan meningkatkan penjualan produk kreatif. Ini sejalan dengan data yang menunjukkan bahwa mahasiswa merupakan pengguna internet yang paling aktif dalam memanfaatkan platform tersebut.

- **Peluang Bisnis Kreatif di Era Digital**

Era digital memberikan kesempatan besar bagi mahasiswa untuk berinovasi dalam dunia bisnis kreatif. Beberapa sektor yang mengalami pertumbuhan pesat meliputi konten digital, desain grafis, kerajinan tangan, fesyen, musik, pengembangan game, dan aplikasi digital. Platform digital memungkinkan produk kreatif dari berbagai daerah untuk mendapatkan pengakuan secara nasional maupun internasional, sehingga membuka peluang pasar yang lebih luas bagi para pelaku ekonomi kreatif muda.

Beberapa peluang bisnis yang menjanjikan bagi mahasiswa di era digital meliputi:

1. Pengembangan aplikasi mobile atau web yang dapat menyelesaikan masalah sehari-hari atau kebutuhan industri tertentu.
2. E-commerce dan dropshipping yang memungkinkan mahasiswa menjual produk tanpa harus menyimpan stok barang secara fisik.

3. Pembuatan konten digital dan jasa kreatif seperti desain grafis, animasi, dan produksi musik yang semakin diminati pasar digital.

- **Tantangan dan Dukungan yang Diperlukan**

Meski peluang besar terbuka, mahasiswa menghadapi sejumlah tantangan dalam mengembangkan bisnis kreatif di era digital, antara lain:

1. Persaingan yang sangat ketat di pasar digital, sehingga mahasiswa perlu strategi pemasaran yang kuat dan inovasi yang membedakan produk mereka
2. Keamanan data dan privasi dalam transaksi digital yang harus diperhatikan agar bisnis berjalan aman dan terpercaya.
3. Perkembangan teknologi yang cepat menuntut mahasiswa untuk terus belajar dan beradaptasi agar tidak tertinggal.
4. Keterbatasan sumber daya seperti modal, waktu, dan akses jaringan yang masih menjadi kendala bagi sebagian mahasiswa.

- **Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif**

Strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital meliputi pemasaran produk secara online, peningkatan kapasitas keterampilan, kolaborasi antar pelaku industri kreatif, serta perlindungan hak kekayaan intelektual. Kebijakan akselerasi transformasi digital menjadi pendorong utama pertumbuhan sektor kreatif yang mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan inovasi produk.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif dalam konteks digital dan globalisasi sekarang berperan sebagai penggerak utama bagi pertumbuhan ekonomi nasional. Keterlibatan mahasiswa, yang merupakan generasi muda yang produktif dan inovasi. Dengan memanfaatkan teknologi digital dan akses informasi yang luas, mahasiswa memiliki peluang besar untuk menciptakan bisnis kreatif di berbagai sektor seperti konten digital, aplikasi, e-

commerce, desain, dan musik. Meskipun banyak peluang yang menjajikan, mahasiswa juga dihadapi oleh beberapa tantangan, seperti persaingan yang ketat, keamanan data, perkembangan teknologi yang pesat, serta keterbatasan sumber daya. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi yang efektif untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Strategi ini mencakup pemasaran online, peningkatan keterampilan, kolaborasi antar pihak, serta perlindungan hak atas kekayaan intelektual. Dengan adanya bantuan yang tepat, mahasiswa dapat menjadi pendorong utama dalam ekonomi kreatif dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal maupun nasional.

REFERENSI

- Putri, S. R., Muzaki, M. H. N., & Raras, D. F. (2023). Edukasi tentang Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kreativitas Mahasiswa UTP Surakarta. *Jurnal Teknologi dan Manajemen*, 6(2). Nur Hayati, A., Julyati Hisyam, C., Intan Maharani, A., & Arinda Putri, P. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta). *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 2(3), 116–134. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v2i3.3834>
- Febri, R., & Pradani, E. (n.d.). EKONOMI KREATIF MELALUI SOSIAL MEDIA. Ismunandar, A., Afrelian, M. I., & Zulkarnain, M. F. (2023). PERAN DIGITALISASI DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF MASYARAKAT (STUDI DI DESA SUMBERREJO KECAMATAN BATANGHARI, KABUPATEN LAMPUNG TIMUR). *Communnity Development Journal*, 4(3), 5686–5691.
- Kartika, N. (2024). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Transformasi Digital Mengubah Gagasan Menjadi Penghasilan*. Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi, 5(7), 22-32. Artikel ini membahas peran generasi muda, khususnya Gen Z, dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan teknologi digital <https://sites.unnes.ac.id/kimefe/2024/07/ekonomi-kreatif-indonesia-transformasi-digital-mengubah-gagasan-menjadi-penghasilan/>
- Pratama, B. B., & Wijayanti, D. (2023). *Perancangan Model Ekonomi Kreatif 5.0 Berbasis Digital Social Innovation*. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 13(1), 76-90. Membahas model

Karimah Tauhid, Volume 4 Nomor 8 (2025), e-ISSN 2963-590X | Fazzari.
ekonomi kreatif yang memanfaatkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saing
dan keberlanjutan bisnis kreatif.

<http://journal2.uad.ac.id/index.php/fokus/article/download/7811/3555>

Pradani, R. F. E., & Lindawati. *Ekonomi Kreatif Melalui Sosial Media*. E-Journal UNUJA. Artikel ini mengulas pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran dan pengembangan usaha kreatif di era digital.

Aysa, I. R. (2020). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital*. Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 2(2), 121-138. Mengkaji strategi yang dijalankan pelaku ekonomi kreatif dalam menghadapi tantangan era digital, termasuk kolaborasi dan pengelolaan bisnis professional. <https://ejournal.uit-lirboyo.ac.id/index.php/perbankan/article/view/1337>

Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan di Era Digital (2025). Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK), 4, 288–295. DOI:10.36441/snpk.vol4.2025.340. Menjelaskan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan tantangan yang dihadapi di era digital.

Sholihin, M. R., Arianto, W., & Khasanah, D. F. *Keunggulan Sosial Media dalam Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Digital di Indonesia*. Prosiding Ekonomi Kreatif. Membahas peran media sosial dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/PEKED/article/view/1286>

Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Digital, Politeknik Pratama (2024) <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jcsr/article/download/3843/3630/11936>

Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digitalisasi, Kompasiana (2024) https://www.kompasiana.com/azkanniswah1192/659a826cde948f4cc8173c22/pengembangan-ekonomi-kreatif-pada-era-digitalisasi?page=all&page_images=2

Peran Mahasiswa Bisnis Digital di Ekonomi Kreatif, Kabar Babel (2025) <https://www.kabarbabel.com/2025/05/20/peran-mahasiswa-bisnis-digital-di-ekonomi-kreatif/>

Membidik Masa Depan: 5 Peluang Kewirausahaan Mahasiswa di Era Digital, Telkom University (2024) <https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/membidik-masa-depan-5-peluang-kewirausahaan-mahasiswa-di-era-digital/>

Analisis Ekonomi Kreatif dan Penggunaan Teknologi Digital di Indonesia, Jurnal Lentera Bisnis (2025) <https://plj.ac.id/ojs/index.php/jrlab/article/download/1258/885/5318>

<https://feb.umsu.ac.id/ekonomi-kreatif-pengertian-ciri-ciri-manfaat-dan-contohnya/>

<https://surabaya.telkomuniversity.ac.id/membidik-masa-depan-5-peluang-kewirausahaan-mahasiswa-di-era-digital/>

<https://baraka.uma.ac.id/peluang-kewirausahaan-digital-untuk-mahasiswa/>