

**STRATEGI INOVASI DIGITAL PADA INDUSTRI KREATIF DALAM
UPAYA MEMPEROLEH KEUNGGULAN BERSAING PADA ERA
REVOLUSI INDUSTRI 4.0 UNTUK GENERASI MUDA**



OLEH :

I Gede Adiwidya Utama/2415051001/Angkatan 2024

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA

JURUSAN TEKNIK INFORMATIKA

FAKULTAS TEKNIK DAN KEJURUAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Kuasa atas segala limpahan Rahmatnya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan penyusunan makalah ini dalam bentuk maupun isinya yang sangat sederhana. Semoga makalah ini dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan, petunjuk maupun pedoman bagi pembaca dalam pembelajaran.

Penyusun menyadari pentingnya akan sumber bacaan dan referensi internet maupun buku yang telah membantu dalam memberikan informasi yang akan menjadi bahan dalam proses pembuatan makalah ini. Untuk itu Penyusun mengucapkan terima kasih kepada semua rekan sekelompok yang sudah berpartisipasi dalam penyusunan makalah ini.

Penyusun menyadari bahwa makalah yang dibuat ini masih jauh dari kata sempurna baik dari segi penyusunan, bahasa, maupun penulisannya. Oleh karena itu, Penyusun mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pembaca guna menjadi acuan agar Penyusun bisa menjadi lebih baik lagi dimasa mendatang.

Denpasar, 18 Agustus 2024

Penyusun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan.....	2
1.4 Manfaat.....	2
BAB II.....	3
PEMBAHASAN.....	3
2.1 Industri Kreatif.....	3
2.2 Industri Kreatif Digital pada Revolusi Industri 4.0.....	3
2.3 Inovasi pada Revolusi Industri 4.0.....	5
BAB III.....	6
PENUTUP.....	6
3.1 Kesimpulan.....	6
3.2 Saran.....	6
DAFTAR PUSTAKA.....	7

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif (ekraf) adalah konsep ekonomi baru yang menghasilkan produknya melalui optimalisasi ide kreatif, bakat individu, keterampilan, dan inovasi. Ekraf mulai berkembang menjadi tulang punggung perekonomian di Indonesia seiring dengan turunnya kontribusi sektor migas terhadap perekonomian Indonesia. Ekraf mampu menjadi sumber pertumbuhan dan kekuatan baru bagi perekonomian nasional yang berkelanjutan karena ide, daya kreasi dan inovasi merupakan sumber daya terbarukan dan tidak terbatas yang tidak pernah berhenti untuk selalu memberikan nilai tambah terhadap produk yang dihasilkan. Motor penggerak dari ekonomi kreatif adalah industri kreatif. Secara ekonomi, peran industri kreatif dapat dilihat dari dua sudut pandang, yaitu kontribusi terhadap pendapatan nasional dan penyerapan tenaga kerja.

Peluang atau prospek untuk generasi muda mengacu pada potensi dan kemungkinan yang ada bagi mereka dalam mencapai keberhasilan dan pertumbuhan di berbagai bidang, seperti pendidikan, pekerjaan, kewirausahaan, atau pengembangan pribadi. Dalam konteks ini, peluang atau prospek merujuk pada kesempatan yang tersedia bagi generasi muda untuk mencapai tujuan mereka, mengembangkan bakat mereka, dan mempengaruhi perubahan positif dalam masyarakat. Prospek digital marketing untuk generasi muda dalam berwirausaha sangat cerah. Dalam era digital yang terus berkembang, pemasaran online menjadi semakin penting bagi bisnis untuk mencapai audiens mereka. Generasi muda telah tumbuh dengan teknologi dan media sosial, sehingga memiliki pemahaman yang lebih baik tentang cara menggunakan platform digital untuk mempromosikan produk atau jasa.

1.2 Rumusan Masalah

- 1.2.1 Apa yang dimaksud dengan industri kreatif ?
- 1.2.2 Bagaimana Industri Kreatif Digital pada Revolusi Industri 4.0 ?
- 1.2.3 Bagaimana strategi inovasi pada Revolusi Industri 4.0 ?

1.3 Tujuan

- 1.3.1 Untuk mengetahui mengenai industri kreatif.
- 1.3.2 Untuk mengetahui mengenai Industri Kreatif Digital pada Revolusi Industri 4.0.
- 1.3.3 Untuk mengetahui mengenai inovasi pada Revolusi Industri 4.0.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Penulis

Manfaat penyusunan makalah ini bagi penulis untuk dapat menambah pengalaman penyusun dalam menyusun makalah beserta presentasinya, serta dapat memperoleh pengetahuan mengenai Strategi Inovasi Digital pada Industri Kreatif dalam Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0 untuk Generasi Muda.

1.4.2 Manfaat Pembaca

Manfaat penyusunan makalah ini bagi pembaca yaitu sebagai sumber referensi dan informasi yang dapat bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai Strategi Inovasi Digital pada Industri Kreatif dalam Upaya Memperoleh Keunggulan Bersaing pada Era Revolusi Industri 4.0 untuk Generasi Muda.

BAB II

PEMBAHASAN

2.1 Industri Kreatif

Industri kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kreativitas, inovasi, dan keterampilan individu untuk menciptakan berbagai karya atau produk yang memiliki nilai ekonomi dan budaya. Sektor ini mencakup beragam bidang, mulai dari seni rupa, desain, musik, film, hingga kuliner dan fesyen. Industri kreatif tidak hanya menghasilkan karya estetis, tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta memperkaya identitas budaya suatu bangsa.

Industri kreatif dicirikan oleh pemanfaatan ide-ide orisinal, kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren, serta penggunaan teknologi digital yang semakin canggih. Sektor ini memiliki fleksibilitas yang tinggi, memungkinkan para pelaku industri untuk mengekspresikan diri secara bebas dan menghasilkan karya yang unik. Industri kreatif juga mendorong kolaborasi antar berbagai disiplin ilmu, sehingga melahirkan karya-karya inovatif yang mampu menembus pasar global.

2.2 Industri Kreatif Digital pada Revolusi Industri 4.0

Pada revolusi industri 4.0, terjadi penggabungan teknologi otomatis dan cyber sehingga dalam aktifitas bisnis terjadi otomatisasi serta pertukaran data (automation and data exchange). Seperti diketahui bahwa pada revolusi industri 4.0 ini banyak perusahaan yang telah menerapkan konsep digitalisasi/otomatisasi dalam setiap proses operasionalnya. Perkembangan teknologi digital telah memberikan pengaruh signifikan pada sektor ekonomi kreatif di Indonesia. Pemanfaatan teknologi digital sudah dapat dirasakan dampaknya di berbagai sub sektor seperti desain, musik, seni rupa dan sub sektor lainnya.

Revolusi Industri 4.0 telah mentransformasi lanskap bisnis secara mendasar melalui integrasi teknologi otomatisasi dan sistem siber. Otomatisasi proses dan pertukaran data yang intens menjadi ciri khas era ini. Konsep digitalisasi pun telah meresap ke dalam berbagai sektor, termasuk industri kreatif. Di Indonesia, sektor kreatif telah merasakan dampak signifikan dari perkembangan teknologi digital. Mulai dari desain grafis yang semakin efisien dengan perangkat lunak canggih, hingga industri musik yang merilis karya secara global melalui platform digital, transformasi digital telah membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku industri kreatif.

Berkaitan dengan perkembangan tersebut, peluang industri kreatif digital semakin besar. Industri kreatif digital adalah industri kreatif yang menggabungkan unsur kreatifitas dan pemanfaatan teknologi digital dalam proses maupun produk akhirnya. Pada rantai kreasi dan produksi, teknologi dibutuhkan untuk memperoleh, menyebarkan, dan melakukan pertukaran informasi dan memperkaya ide kreasi. Teknologi informasi dibutuhkan pada saat proses produksi melalui pemanfaatan internet dalam pencarian desain-desain baru. Teknologi informasi juga dibutuhkan dalam proses distribusi, promosi, dan transaksi penjualan sehingga proses berjalan lebih efektif dan efisien.

Potensi perkembangan industri ini karena beberapa faktor yaitu: perkembangan teknologi informasi sebagai faktor utama berkembang dengan cepat, akses kepada pusat informasi melalui internet jauh lebih mudah, proses social innovation berjalan mulus, setiap wilayah memiliki keunikan potensi budaya lokal dan keterbukaan masyarakat terhadap budaya modern, terdapat sumber sumber pengetahuan seperti banyaknya kampus yang menjadi sumber SDM yang berkualitas, memiliki kreatifitas dan inovasi yang tinggi. Perpaduan berbagai faktor di atas menghasilkan bertemunya unsur estetik dan teknologi yang menghasilkan industri kreatif digital yang khas.

2.3 Inovasi pada Revolusi Industri 4.0

Inovasi adalah proses memperkenalkan ide, barang, atau metode baru yang berbeda dan lebih baik dari yang sudah ada sebelumnya. Inovasi adalah suatu pembaharuan terhadap berbagai sumber daya sehingga memberikan manfaat yang lebih/value added bagi manusia. Faktor yang sangat penting dalam menentukan proses inovasi adalah kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan. Kemajuan IPTEK merupakan faktor penting dalam menentukan kualitas, positioning, kinerja perusahaan, dan keuntungan sekaligus memenangkan persaingan dalam revolusi industri 4.0. Pada awalnya konsep inovasi digunakan dalam konteks makro bahwa inovasi adalah sebagai kekuatan pendorong yang penting (critical driving force) dalam pertumbuhan ekonomi. Namun saat ini konsep inovasi telah mengalami pergeseran ke dalam konteks mikro yaitu terkait dengan proses inovasi yang terjadi di dalam perusahaan.

Strategi inovasi mengacu kepada teori-teori tentang inovasi yang dikembangkan oleh para ahli. Teori inovasi berkembang sejalan dengan kebutuhan dunia industri dan perkembangan teknologi. Pada teori dasar inovasi, inovasi terbagi menjadi empat jenis, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi perusahaan. Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa yang belum pernah ada atau telah melalui proses pengembangan produk yang menyebabkan terjadinya peningkatan manfaat dari produk tersebut. Inovasi proses adalah penerapan metode produksi atau metode distribusi yang baru atau metode lama yang telah diperbaiki sehingga terjadi peningkatan kinerja yang signifikan. Inovasi pemasaran bertujuan meningkatkan kinerja pemasaran melalui kebijakan pengemasan, penempatan produk, promosi produk, atau harga. Inovasi pemasaran bertujuan untuk meningkatkan penjualan, memenuhi kebutuhan konsumen, membuka pasar baru, dan menempatkan produk perusahaan dalam pasar. Terakhir adalah inovasi perusahaan, yaitu penerapan metode perusahaan baru pada praktik bisnis, perusahaan tempat kerja atau hubungan eksternal perusahaan.

BAB III

PENUTUP

3.1 Kesimpulan

Inovasi adalah proses memperkenalkan ide, barang, atau metode baru yang berbeda dan lebih baik dari yang sudah ada sebelumnya. Revolusi Industri 4.0 telah mentransformasi lanskap bisnis secara mendasar melalui integrasi teknologi otomatisasi dan sistem siber. Konsep digitalisasi pun telah meresap ke dalam berbagai sektor, termasuk industri kreatif. Di Indonesia, sektor kreatif telah merasakan dampak signifikan dari perkembangan teknologi digital. Mulai dari desain grafis yang semakin efisien dengan perangkat lunak canggih, hingga industri musik yang merilis karya secara global melalui platform digital, transformasi digital telah membuka peluang baru dan memperluas jangkauan pasar bagi para pelaku industri kreatif.

Strategi inovasi dalam menghadapi revolusi industri 4.0 menuntut organisasi untuk adaptif dan proaktif. Fokus pada pengembangan sumber daya manusia menjadi kunci, dengan pelatihan yang berkelanjutan untuk menguasai teknologi baru seperti kecerdasan buatan, analisis data, dan otomatisasi. Kolaborasi lintas disiplin juga penting untuk menghasilkan ide-ide inovatif yang mampu memecahkan masalah kompleks. Penerapan teknologi digital secara menyeluruh dalam proses bisnis, mulai dari produksi hingga pemasaran, akan meningkatkan efisiensi dan efektivitas.

3.2 Saran

Sebagai generasi muda harus memiliki strategi inovasi dalam menghadapi revolusi industri 4.0 untuk menuntut organisasi untuk adaptif dan proaktif. Sebagai generasi muda kita harus mengikuti perkembangan teknologi informasi sebagai faktor utama berkembang dengan cepat, akses kepada pusat informasi melalui internet jauh lebih mudah.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, M., & Poddala, P. (2023). Prospek Digital Marketing Untuk Generasi Muda Dalam Berwirausaha. *Journal of Career Development*, 1(1).
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2(1), 27-40.
- Husna, A. N. (Ed.). (2020). *Dari Mahasiswa untuk Indonesia: Kewirausahaan dan Inovasi di Era Digital*. Unimma Press.
- Isjoni. (2006). *Membangun Visi Bersama: Aspek - Aspek Penting dalam Transformasi Pendidikan*. Yayasan Obor Indonesia.
https://www.google.co.id/books/edition/Membangun_Visi_Bersama_Aspek_Aspek_Penti/srTIQ-WBgE4C?hl=id&gbpv=1&dq=desentralisasi+pendidikan&pg=PA8&printsec=frontcover
- Ramli, H. A. M., Sh, M. H., & Arb, F. C. B. (2021). *Hak Cipta Disrupsi Digital Ekonomi Kreatif*. Penerbit Alumni.
- Rofaida, R., Aryanti, A. N., & Perdana, Y. (2019). Strategi inovasi pada industri kreatif digital: Upaya memperoleh keunggulan bersaing pada era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 402-414.
- Waliulu, Y. S., Wahid, Arif, H. M., Mokoginta, D., Novita, R., Rukhmana, T., Asep Deni, M., SENTRYO, I., Prastawa, S., & Iswahyudi, M. S. (2023). *PENDIDIKAN DALAM TRANSFORMASI DIGITAL*. Cendikia Mulia Mandiri.
https://www.google.co.id/books/edition/PENDIDIKAN_DALAM_TRANSFORMASI_DIGITAL/B0zhEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0