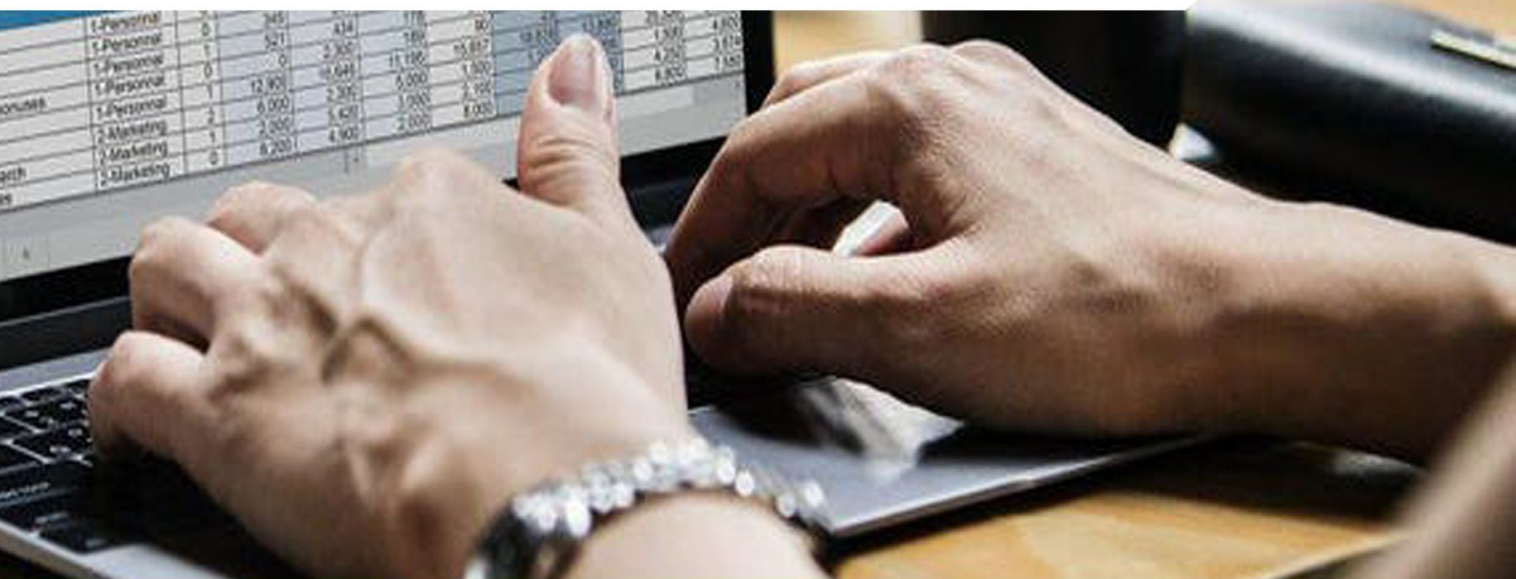




# Inovasi PEMASARAN

Untuk Ekonomi Kreatif



Dr. Sri Rohaetin, M.Si.  
Fendy Hariatama H., S.Pd., M.Pd.  
Grace Evelina Buji, SE., M.Si.  
Dewi Rakhmawati, S.Hum., M.Si.  
Revnussa Octobery, SE., M.Si.

# **INOVASI PEMASARAN**

## **Untuk Ekonomi Kreatif**

**INOVASI PEMASARAN: Untuk Ekonomi Kreatif** adalah panduan esensial bagi para profesional, pengusaha, dan akademisi yang ingin memahami dan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif di era digital dan ekonomi kreatif. Buku ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana inovasi dalam pemasaran dapat menjadi kunci keberhasilan dalam bersaing dan berkembang di pasar yang terus berubah.

Buku ini dimulai dengan pengantar tentang konsep ekonomi kreatif, menjelaskan sektor-sektor yang termasuk di dalamnya dan pentingnya inovasi dalam mendorong pertumbuhan. Selanjutnya, pembaca akan diajak untuk memahami dasar-dasar inovasi pemasaran, mengapa hal ini penting, dan bagaimana inovasi dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Di dalam buku ini, berbagai strategi pemasaran inovatif dibahas secara mendalam, termasuk penggunaan teknologi digital, media sosial, dan analisis data untuk memahami perilaku konsumen dan menciptakan kampanye pemasaran yang efektif. Buku ini juga menyajikan studi kasus dan contoh nyata dari perusahaan-perusahaan sukses di sektor ekonomi kreatif, memberikan wawasan praktis dan inspirasi bagi pembaca. Selain itu, pembaca akan mendapatkan informasi tentang teknik dan alat pemasaran yang dapat digunakan untuk mengimplementasikan strategi inovatif, seperti desain grafis, storytelling, dan pengalaman pelanggan. Buku ini juga mengulas tantangan yang dihadapi oleh bisnis dalam ekonomi kreatif, serta cara mengatasi hambatan dan memanfaatkan peluang yang ada.



**Penerbit** : CV. AA. RIZKY  
**Alamat** : Jl. Raya Ciruas Petir,  
Puri Citra Blok B2 No. 34 Pipitan  
Kec. Walantaka - Serang Banten  
**E-mail** : aa.rizkypress@gmail.com  
**Website** : www.aarizky.com

---

# **INOVASI PEMASARAN Untuk Ekonomi Kreatif**

---

**Undang-undang No.19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta**  
**Pasal 72**

1. Barang siapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling sedikit 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran hak cipta terkait sebagai dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

# **INOVASI PEMASARAN**

## **Untuk Ekonomi Kreatif**

**Dr. Sri Rohaetin, M.Si.**  
**Fendy Hariatama H., S.Pd., M.Pd.**  
**Grace Evelina Buji, SE., M.Si.**  
**Dewi Rakhmawati, S.Hum., M.Si.**  
**Revnussa Octobery, SE., M.Si.**



**PENERBIT:**  
**CV. AA. RIZKY**  
**2024**

# **INOVASI PEMASARAN**

## **Untuk Ekonomi Kreatif**

© Penerbit CV. AA RIZKY

**Penulis:**

**Dr. Sri Rohaetin, M.Si.**  
**Fendy Hariatama H., S.Pd., M.Pd.,**  
**Grace Evelina Buji, SE., M.Si.**  
**Dewi Rakhmawati, S.Hum., M.Si.**  
**Revnussa Octobery, SE., M.Si.**

**Desain Cover & Tata Letak:**

Tim Kreasi CV. AA. Rizky

Cetakan Pertama, Juli 2024

**Penerbit:**

**CV. AA. RIZKY**

Jl. Raya Ciruas Petir, Puri Citra Blok B2 No. 34  
Kecamatan Walantaka, Kota Serang - Banten, 42183  
Hp. 0819-06050622, Website : [www.aarizky.com](http://www.aarizky.com)  
*E-mail: aa.rizkypress@gmail.com*

**Anggota IKAPI**

**No. 035/BANTEN/2019**

**ISBN : .....**

xii + 146 hlm, 23 cm x 15,5 cm

Copyright © 2024 pada Penulis dan Penerbit

**Hak cipta dilindungi undang-undang**

Dilarang memperbanyak buku ini dalam bentuk dan dengan cara  
apapun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

## PRAKATA

Dengan segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, buku ini, *"INOVASI PEMASARAN: Untuk Ekonomi Kreatif"*, berhasil diselesaikan. Buku ini hadir di tengah-tengah kebutuhan akan panduan praktis dan teoritis dalam dunia pemasaran, terutama bagi mereka yang berkecimpung dalam sektor ekonomi kreatif. Di era digital ini, inovasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, buku ini dirancang untuk memberikan wawasan, strategi, dan teknik-teknik terbaru dalam pemasaran yang inovatif.

Proses penulisan buku ini tidak terlepas dari dukungan dan kontribusi banyak pihak. Pertama-tama, tim ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan masukan sampai diterbitkan buku ini. Tanpa dukungan, dan inspirasi, buku ini mungkin tidak akan pernah terwujud.

Selanjutnya, tim juga ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang telah menyediakan lingkungan akademik yang kondusif untuk pengembangan ilmu pengetahuan. Dukungan dari rekan-rekan sejawat, sangat berarti dalam proses penulisan dan penyelesaian buku ini.

Buku ini tidak hanya merupakan hasil dari pemikiran pribadi, tetapi juga hasil dari kolaborasi dan diskusi dengan berbagai pihak yang ahli di bidangnya. Oleh karena itu, tim juga mengucapkan terima kasih kepada semua narasumber,

kolega, dan praktisi pemasaran yang telah berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi para pembaca, terutama mereka yang terlibat dalam industri kreatif dan berusaha untuk menerapkan inovasi dalam strategi pemasaran mereka. Tim berharap buku ini dapat menjadi referensi yang berguna dan menginspirasi para pelaku ekonomi kreatif untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri.

Palangka Raya, Juli 2024

Penulis,

## DAFTAR ISI

PRAKATA .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB 1 PENGANTAR EKONOMI KREATIF .....	1
1.1 Definisi Ekonomi Kreatif .....	1
1.2 Karakteristik Ekonomi Kreatif .....	8
1.3 Contoh Penerapan Ekonomi Kreatif .....	9
1.4 Manfaat Ekonomi Kreatif .....	9
BAB 2 SEJARAH EKONOMI KREATIF DI INDONESIA.....	11
2.1 Awal Mula Ekonomi Kreatif di Indonesia ...	11
2.2 Perkembangan Ekonomi Kreatif Era Kolonial .....	12
2.3 Era Kemerdekaan dan Kebangkitan Nasionalisme.....	13
2.4 Era Orde Baru: Industrialisasi dan Perubahan Sosial.....	14
2.5 Pencanangan Ekonomi Kreatif sebagai Sektor Prioritas .....	15
BAB 3 RUANG LINGKUP EKONOMI KREATIF .....	21
3.1 Lingkup Industri Kreatif .....	22
3.2 Peran Teknologi .....	27

BAB 4	PERTUMBUHAN POLA EKONOMI KREATIF DI INDONESIA .....	31
	4.1 Faktor Pendukung Pertumbuhan Ekonomi Kreatif.....	31
	4.2 Mempertahankan Keberadaan Ekonomi Kreatif.....	32
BAB 5	PILAR EKONOMI KREATIF DI INDONESIA	51
	5.1 Industri ( <i>Industry</i> ).....	52
	5.2 Teknologi ( <i>Technology</i> ) .....	52
	5.3 Institusi ( <i>Institution</i> ) .....	53
	5.4 Lembaga Keuangan ( <i>Financial Institution</i> ) .	54
BAB 6	AKTOR DAN PERANANNYA DALAM EKONOMI KREATIF DI INDONESIA .....	55
	6.1 Pengembangan Ekonomi Kreatif .....	55
	6.2 Keterlibatan Pemerintah .....	61
BAB 7	TANTANGAN PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF DI INDONESIA.....	67
BAB 8	PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA .....	75
	8.1 Analisis <i>Creative Resource</i> di Indonesia.....	75
	8.2 Analisis Sektor Industri Kreatif.....	78
	8.3 Analisis Cuaca Usaha dan Persaingan Industri Kreatif .....	81
BAB 9	STUDI KASUS PENERAPAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA .....	85
	9.1 Gemscool.....	85
BAB 10	KARAKTER WIRAUSAHA SUKSES .....	95
	10.1 Membangun Mimpi dan Mengejar Cita-cita ( <i>Dream</i> ) .....	95

10.2	Wirausaha Dan Impian .....	96
10.3	Konsep <i>Be – do – have</i> .....	101
10.4	Impian <i>Smart</i> .....	103
10.5	<i>Entrepreneur</i> /Wirausaha .....	104
10.6	Langkah-langkah Memulai Wirausaha ...	109
BAB 11	KOMUNIKASI DAN INTERPERSONAL SKILL .....	115
11.1	Komunikasi .....	115
11.2	Kepemimpinan .....	121
11.3	Motivasi .....	126
BAB 12	MENGEMBANGKAN INOVASI DAN MENCiptAKAN PRODUK LAYANAN YANG UNGGUL .....	131
12.1	Kreativitas Dan Inovasi .....	132
12.2	Penetapan Produk Unggul Dan Manajemen Inovasi .....	133
DAFTAR PUSTAKA	.....	139
TENTANG PENULIS	.....	141

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Misi Ekonomi Kreatif Tahap Akselerasi (20152025).....	47
--	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pergeseran Orientasi Gelombang Ekonomi ....	4
Gambar 9.1 Gemscool .....	86
Gambar 9.2 Java Jazz.....	87
Gambar 9.3 Buka Lapak .....	89
Gambar 9.4 Nulis Buku .....	92
Gambar 9.5 Usaha Catering .....	93
Gambar 11.1 Model Komunikasi.....	116
Gambar 11.2 Konsep Motivasi .....	127

