

**SINERGI INOVASI EKONOMI KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN SOSIAL
DALAM PEMBERDAYAAN KOMUNITAS LOKAL DI ERA DIGITAL**

Nini Gurnayati¹, Mutiara², Dewi Maharani Sutarlin³, Yulia Novita⁴

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Ninigurnayati1234@gmail.com, mtia92898@gmail.com, dewisutarlin5@gmail.com, yulia.novita@uin-suska.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kontribusi ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial dalam mendorong pemberdayaan komunitas lokal di era digital dan masyarakat 5.0. Dalam konteks perubahan sosial-ekonomi yang cepat dan transformasi teknologi yang masif, masyarakat dituntut untuk beradaptasi, berinovasi, dan membangun daya saing berbasis potensi lokal. Ekonomi kreatif, yang mengandalkan ide, kreativitas, dan teknologi, serta kewirausahaan sosial, yang menekankan nilai kemanusiaan dan solusi sosial dalam praktik bisnis, dinilai mampu menjadi penggerak perubahan yang inklusif dan berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan metode campuran, yaitu pendekatan kuantitatif dengan teknik SEM-PLS terhadap 125 pelaku usaha ekonomi kreatif di berbagai daerah Indonesia, serta pendekatan kualitatif deskriptif berbasis kajian literatur dari tujuh jurnal ilmiah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital, orientasi kewirausahaan, dan keterlibatan sosial-budaya berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kapasitas komunitas. Literasi digital terbukti menjadi faktor paling dominan dalam mendukung transformasi usaha kecil menuju pasar digital. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat dalam melestarikan budaya dan menjalin jejaring sosial menjadi kunci penguatan identitas lokal dan kohesi sosial. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan akses digital, pelatihan kewirausahaan, pendampingan usaha komunitas, serta penguatan kolaborasi multipihak (pentahelix) untuk membangun ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif. Dengan strategi yang tepat, sinergi antara kreativitas, teknologi, dan nilai sosial mampu menciptakan pembangunan komunitas yang mandiri, berkelanjutan, dan adaptif terhadap tantangan zaman.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan Sosial, Literasi Digital, Pemberdayaan Komunitas, Era Digital, Society 5.0

Abstract

This study aims to examine the contribution of the creative economy and social entrepreneurship in promoting the empowerment of local communities in the digital era and Society 5.0. Amid rapid socio-economic changes and massive technological transformation, communities are required to adapt, innovate, and build competitiveness based on local potential. The creative economy, which relies on ideas, creativity, and technology, and social entrepreneurship, which emphasizes human values and social solutions in business practices, are considered drivers of inclusive and sustainable change. This research employs a mixed-

method approach: a quantitative survey using SEM-PLS involving 125 creative economy actors across various regions in Indonesia, and a descriptive qualitative approach based on a literature review of seven scholarly journals. The results indicate that digital literacy, entrepreneurial orientation, and socio-cultural engagement significantly influence community capacity building. Digital literacy is the most dominant factor in supporting the transformation of small businesses into the digital marketplace. Moreover, active community participation in cultural preservation and social networking plays a crucial role in strengthening local identity and social cohesion. This study recommends enhancing digital access, providing entrepreneurship training, supporting community-based business mentoring, and reinforcing multi-stakeholder collaboration (pentahelix) to build an inclusive creative economy ecosystem. With appropriate strategies, the synergy between creativity, technology, and social values can foster self-reliant, sustainable, and adaptive community development in the face of future challenges.

Keywords : Creative Economy, Social Entrepreneurship, Digital Literacy, Community Empowerment, Digital Era, Society 5.0

PENDAHULUAN

Di tengah arus perubahan sosial dan ekonomi yang semakin cepat di era digital, masyarakat dituntut untuk lebih adaptif, kreatif, dan berdaya saing. Dalam kondisi seperti ini, pendekatan usaha yang tidak hanya mengejar keuntungan, tetapi juga peduli pada persoalan sosial menjadi semakin relevan. Kewirausahaan sosial muncul sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut—sebuah pendekatan yang menggabungkan semangat bisnis dengan kepedulian sosial, dan menawarkan solusi nyata atas tantangan-tantangan di sekitar kita (Saragih, 2017).

Konsep ini bukan lagi sekadar wacana. Di berbagai daerah, termasuk di lingkungan pesantren, kewirausahaan sosial telah menjadi alat yang efektif untuk menciptakan peluang usaha baru. Contohnya, program Santripreneur di Pondok Pesantren Darul 'Ulum Assyar'iyah tidak hanya mengajarkan keterampilan membuatik kepada para santri, tetapi juga melatih mereka untuk menjadi wirausaha yang mandiri dan bertanggung jawab. “Program ini memberikan bekal keterampilan sekaligus menumbuhkan jiwa kepemimpinan dan semangat kemandirian bagi santri,” tulis Isnawati dkk. (2024).

Di sisi lain, pelaku UMKM juga mulai memanfaatkan teknologi digital untuk mengembangkan usahanya. Berkat pelatihan yang tepat, mereka kini lebih mampu menggunakan media sosial, marketplace, dan strategi pemasaran digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Tohir et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi bukan hanya milik perusahaan besar, tapi juga bisa menjadi kekuatan besar bagi usaha-usaha kecil yang ingin bertumbuh.

Di era Society 5.0, teknologi seperti kecerdasan buatan, big data, dan internet of things menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Namun, yang terpenting adalah bagaimana kita memanfaatkan teknologi itu untuk menyelesaikan persoalan sosial. Shofiyanti dan Nisa (2024) menyebut bahwa kewirausahaan sosial di era digital menjadi jembatan penting antara kemajuan teknologi dan kebutuhan nyata masyarakat.

Tak kalah penting, kolaborasi lintas sektor—antara akademisi, pelaku bisnis, komunitas, pemerintah, dan media—juga menjadi pilar utama dalam mengembangkan usaha sosial. Model ini dikenal dengan pendekatan pentahelix, yang diyakini mampu menciptakan ekosistem inovatif yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Aryanti et al., 2023).

Lebih dari sekadar kegiatan ekonomi, kewirausahaan sosial adalah gerakan yang menyelaraskan semangat bisnis dengan nilai-nilai kemanusiaan. Ia mengajak kita untuk melihat usaha sebagai alat perubahan, sebagai ruang untuk menciptakan lapangan kerja, mengangkat potensi lokal, dan menumbuhkan harapan di tengah masyarakat. Dalam pandangan Darwis dkk. (2021), kewirausahaan sosial bisa menjadi “jalan baru” untuk mewujudkan kesejahteraan yang lebih merata, inklusif, dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Untuk mendapatkan gambaran yang menyeluruh, kami menggunakan dua pendekatan sekaligus. Pertama, pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS digunakan untuk mengetahui hubungan antar variabel melalui data dari 125 responden yang aktif di sektor kreatif. Mereka berasal dari berbagai bidang seperti kerajinan tangan, pariwisata budaya, hingga konten digital.

Kedua, kami menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggali literatur dari tujuh jurnal yang membahas digitalisasi UMKM, peran ekonomi pesantren, dan industri kreatif di masyarakat. Dengan membaca dan menganalisis berbagai sumber ini, kami ingin memahami lebih dalam dinamika dan tantangan yang dihadapi komunitas dalam mengembangkan usahanya.

Kami juga melakukan proses pengkodean dan analisis tema untuk menemukan benang merah dari semua data. Dengan pendekatan ini, kami bisa melihat tidak hanya angka, tetapi juga cerita di baliknya—tentang semangat, harapan, dan perjuangan masyarakat dalam membangun masa depan yang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa kemampuan digital atau literasi digital merupakan faktor paling berpengaruh dalam memberdayakan masyarakat. Ketika seseorang mampu menggunakan teknologi seperti media sosial, marketplace, dan alat digital lainnya, peluang untuk berkembang pun semakin terbuka. Mereka bisa menjual produk ke pasar yang lebih luas, menjalin kerja sama, dan membangun merek yang kuat (Judijanto et al., 2025).

Selain itu, orientasi kewirausahaan yakni sikap pantang menyerah, berani mencoba hal baru, dan mau terus belajar juga sangat penting. Banyak pelaku usaha kecil yang dulunya hanya mengandalkan metode tradisional, kini telah bertransformasi menjadi wirausahawan modern yang mampu bersaing di era digital. Dalam hal ini, pelatihan keterampilan bisnis digital, pengelolaan keuangan sederhana, serta penguatan mental wirausaha menjadi kebutuhan utama yang belum sepenuhnya terpenuhi di lapangan (Dalimunthe & Satiawati, 2025).

Tak kalah penting adalah keterlibatan sosial dan budaya. Komunitas yang aktif menjaga tradisi, membangun kerja sama, dan melestarikan nilai-nilai lokal, cenderung lebih kuat menghadapi perubahan. Mereka tidak hanya berfokus pada keuntungan, tetapi juga pada keberlanjutan dan kebersamaan. Misalnya, komunitas pengrajin batik yang berhasil menggabungkan nilai-nilai lokal dengan teknik pemasaran digital menunjukkan bagaimana budaya tidak hanya dilestarikan, tetapi juga dikomersialkan secara etis (Putri et al., 2025).

Lebih jauh, pemberdayaan masyarakat melalui ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial dapat dilihat sebagai proses yang berkelanjutan dan berlapis. Mulai dari tahap kesadaran (awareness) akan potensi diri dan komunitas, pemahaman (understanding) terhadap dinamika pasar dan teknologi, pemanfaatan (utilization) alat-alat yang tersedia, hingga penerapan dan pengembangan (application and innovation) yang menciptakan dampak ekonomi dan sosial secara langsung (Rahadi, 2018).

Studi pustaka juga menguatkan temuan ini. Digitalisasi terbukti memberi nafas baru bagi UMKM. Banyak pelaku usaha yang sebelumnya hanya mengandalkan sistem jual-beli konvensional kini telah mampu mengakses pasar nasional bahkan internasional melalui platform seperti Tokopedia, Shopee, dan Instagram. Di sisi lain, ekonomi pesantren menunjukkan bagaimana lembaga keagamaan juga dapat menjadi pusat inovasi dan kemandirian ekonomi. Santripreneur, misalnya, bukan hanya menghasilkan produk seperti batik atau makanan olahan, tetapi juga menciptakan jaringan distribusi berbasis komunitas yang solid (Susantiningrum et al., 2020).

Industri kreatif masyarakat, terutama dalam bidang kriya, seni pertunjukan, dan kuliner tradisional, menjadi ladang subur bagi tumbuhnya kewirausahaan sosial. Produk lokal yang dikemas dengan cara kreatif memiliki daya tarik tidak hanya di pasar lokal, tetapi juga internasional. Ini memperkuat posisi komunitas dalam rantai ekonomi global tanpa harus kehilangan identitas budaya mereka(Saragih, 2017).

Lebih dari itu, proses transformasi ini menunjukkan pentingnya kolaborasi. Pemerintah daerah, lembaga pendidikan, swasta, dan masyarakat sipil harus bergerak bersama dalam menciptakan ekosistem yang mendukung. Dukungan dalam bentuk pelatihan, akses permodalan, pendampingan usaha, serta promosi produk lokal sangat dibutuhkan untuk memastikan kesinambungan hasil yang dicapai(Setyarini & Paramitha, 2011).

Tantangan yang masih perlu diatasi adalah kesenjangan digital dan kurangnya literasi teknologi di sebagian besar komunitas, terutama di wilayah pedesaan. Meskipun akses internet sudah mulai merata, masih banyak pelaku usaha yang belum paham cara memanfaatkannya secara optimal. Oleh karena itu, pendidikan digital yang berkelanjutan dan berbasis kebutuhan lokal menjadi sangat penting untuk mendukung transformasi ini(Susantiningrum et al., 2020).

KESIMPULAN

Dari apa yang kami temukan, bisa disimpulkan bahwa ekonomi kreatif dan kewirausahaan sosial adalah dua kekuatan yang saling melengkapi. Keduanya mampu menjadi alat yang ampuh untuk mengangkat potensi lokal dan menjadikan masyarakat lebih mandiri, inklusif, dan berdaya.

Namun, semua ini tidak akan berhasil tanpa dukungan. Pemerintah, lembaga pendidikan, sektor swasta, hingga media harus saling bahu membahu membangun ekosistem yang kondusif. Mulai dari pelatihan keterampilan digital, penyediaan infrastruktur, hingga kebijakan yang ramah terhadap inovasi komunitas.

Kami percaya, jika diberikan kesempatan dan akses yang setara, setiap komunitas di Indonesia bisa berkembang dengan caranya sendiri. Masyarakat lokal bukan hanya penonton dalam perubahan, tetapi bisa menjadi aktor utama yang memimpin masa depan mereka sendiri—dengan semangat kreatif, jiwa sosial, dan teknologi di tangan mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Dalimunthe, Y. K., & Satiawati, L. (2025). *Kelapa Sebagai Bahan Bakar Alternatif Di*

Kecamatan Parung Panjang , Bogor Training On Coconut Shell Waste Processing As An Alternative Fuel In Parung Panjang. 1–7.

- Judijanto, L., Halfi, M., Syahputra, I., & Djunaidi, F. G. (2025). *Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Pemberdayaan Komunitas Lokal Di Era Digital Di Indonesia. 2(02), 76–85.* <https://doi.org/10.58812/Sish.V2.I02>
- Putri, E. A., Awalia, D., Shifatuzzuhroh, A., Suliawati, A. A., Trihadi, T., & Rosidin, A. (2025). *Sosialisasi Dan Pelatihan Manajemen Inovasi : Upaya Membangun Kreativitas Anak Muda Dalam Kewirausahaan Sosial. 1(9), 359–370.*
- Rahadi, D. R. (2018). Analisis Sektor Usaha Kecil & Menengah Menjadi Model Kewirausahaan Sosial Berbasis Ekonomi Kreatif. *Firm Journal Of Management Studies, 3(1), 16.* <https://doi.org/10.33021/Firm.V3i1.382>
- Saragih, R. (2017). Membangun Usaha Kreatif , Inovatif. *Jurnal Kewirausahaan, 3, 27.*
- Setyarini, Y., & Paramitha, M. (2011). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Kinerja. *Jurnal Kewirausahaan, 5(2), 10–17.*
- Susantiningrum, S., Triharyanto, E., & Hantari, D. (2020). Analisis Swot Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat Pusat Pengembangan Kewirausahaan. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis, 25(2), 96.* <https://doi.org/10.20961/Jkb.V25i2.45511>