

PERAN BANK PEMERINTAH DALAM MENDORONG EKONOMI KREATIF DI INDONESIA: ANALISIS SWOT

Nicky Handayani, Irmawati Wijaya* dan Risa Septiani

Universitas Gunadarma

Jl. Margonda Raya No. 100, Depok, Jawa Barat, 16424

nickyhandayani09@gmail.com, irmafildkenz@gmail.com, risaseptiani_sef@gmail.com

*Corresponding Author

ABSTRAK

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang memiliki potensi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, namun pengembangannya masih menghadapi berbagai kendala, khususnya aspek modal dan dukungan kelembagaan. Bank pemerintah memiliki peran strategis guna mengatasi hambatan melalui penyediaan akses pembiayaan dan layanan pendukung. Penelitian bertujuan menganalisis peran strategis Bank pemerintah dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan metode analisis SWOT. Sampel penelitian meliputi empat bank BUMN—Bank Mandiri, BNI, BTN, dan BRI—pada periode 2022 hingga 2024. Data diperoleh melalui studi literatur berupa laporan tahunan, kebijakan OJK, dan publikasi kementerian terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank pemerintah memiliki kekuatan signifikan berupa infrastruktur digital, program inklusi keuangan, serta portofolio pembiayaan berkelanjutan yang dapat diarahkan untuk mendukung sektor ekonomi kreatif. Terdapat kelemahan berupa ketergantungan teknologi di wilayah dengan kesenjangan digital, belum adanya produk keuangan spesifik untuk pelaku kreatif, dan keterbatasan akses pelaku informal terhadap layanan perbankan. Di sisi lain, ada peluang besar melalui kerjasama dengan marketplace, platform digital, dan kemajuan teknologi. Ancaman misalnya persaingan fintech dan risiko keamanan siber sebagai tantangan serius. Saran penelitian berupa pengembangan produk keuangan kreatif berbasis proyek, royalti, dan reputasi digital, serta penguatan literasi keuangan dan digital. Strategi adaptif dan kolaboratif diperlukan guna Bank pemerintah mampu menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi kreatif nasional di era digital.

Kata Kunci: *Ekonomi kreatif, Bank pemerintah, SWOT.*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu motor pertumbuhan ekonomi Indonesia, mampu berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan penyerapan tenaga kerja [1]. Namun, salah satu hambatan utama adalah akses permodalan yang terbatas bagi pelaku usaha kreatif, terutama usaha mikro dan *startup* kreatif yang pada umumnya belum memiliki agunan atau jaminan untuk memperoleh kredit di perbankan [2]. Ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi yang melibatkan bisnis dan organisasi yang menghasilkan nilai dan pendapatan dari produksi, distribusi, pemasaran, dan penjualan karya seni, budaya, dan kreatif lainnya [3].

Ekonomi kreatif mendapatkan perhatian dan berkembang setelah

terbentuknya Badan Ekonomi Kreatif yang saat ini bergabung dalam kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif [4]. Pelaku ekonomi kreatif terdapat pada 17 sub sektor diantaranya kriya, musik, seni rupa, seni pertunjukkan, fesyen, kuliner, fotografi, pengembangan permainan, desain interior, desain produk, desain komunikasi visual, arsitektur, periklanan, penerbitan, televisi dan radio, aplikasi, film, animasi dan video [12].

Berdasarkan data Kemenkraf tahun 2022 terdapat tiga subsektor utama ekonomi kreatif yaitu kuliner berkontribusi sebesar 41,7% menjadi subsektor tertinggi, khususnya pada pariwisata dan penciptaan lapangan kerja, fesyen berkontribusi sebesar 18,2% memiliki pasar yang luas dan berkembang mengikuti tren terkini, dan kriya berkontribusi sebesar 15%

mengandalkan sumber daya alam untuk menghasilkan karya bernilai tinggi. Ketiga sub sektor ekonomi kreatif ini merupakan penyumbang terbesar nilai tambah ekonomi kreatif di Indonesia [5]. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) dan Bekraf tahun 2020, nilai total PDB sektor ekonomi kreatif mencapai Rp 1,134 triliun dimana subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau kurang lebih 41%.

Pada penelitian ini membahas, bank pemerintah (seperti bank BRI, bank BNI, bank Mandiri, dan bank BTN) yang berpotensi besar untuk mengisi celah pembiayaan atau pengkreditan melalui skema kredit usaha rakyat (KUR), kredit mikro, atau program inklusi keuangan. Namun demikian hingga saat ini belum nampak dukungan optimal dikarenakan adanya kebijakan internal bank yang bersifat konservatif serta kurangnya sinergi dengan ekosistem ekonomi kreatif.

Sebagai pilar utama perbankan nasional, Bank BRI, bank BNI, bank Mandiri, dan bank BTN memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan nasional, termasuk dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Bank BRI fokus pada pemberdayaan UMKM melalui pembiayaan mikro dengan jangkauan ke pelosok desa [18]. Bank BNI mendukung inovasi digital dan ekosistem kewirausahaan kreatif melalui program inkubasi dan kolaborasi lintas sektor [16]. Bank Mandiri aktif dalam mendanai sektor kreatif unggulan seperti fesyen dan kuliner melalui berbagai produk pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan [19]. Dan bank BTN mulai merambah dukungan pada sub sektor kreatif yang berkaitan dengan properti dan desain interior, terutama melalui program pembiayaan hunian berbasis desain kreatif [17].

Bank dan lembaga keuangan memiliki peran penting dalam mendorong investasi, inovasi, dan pertumbuhan ekonomi melalui akses kredit dan manajemen risiko yang baik [6], sementara itu inklusi keuangan dan literasi keuangan menjadi prioritas agar pelaku ekonomi

kreatif yang “*unbankable*” dapat turut andil dalam ekosistem pembiayaan formal [2].

Analisis *Streght*, *Weekness*, *Oportunity*, *Threat* (SWOT) merupakan metode yang efektif untuk memetakan kondisi internal dan eksternal secara komprehensif. SWOT membantu 1) mengidentifikasi kapabilitas Bank pemerintah dalam memberikan modal besar, jaringan luas, dan mematuhi regulasi Pemerintah. 2) Mengenali batasan internal seperti evaluasi kredit atau kurangnya produk yang khusus untuk sub sektor ekonomi kreatif. 3) Menelaah peluang eksternal dengan mengembangkan *fintech*, potensi *startup* kreatif, dan dukungan kebijakan pemerintah. 4) ancaman seperti persaingan dan ketidakpastian ekonomi makro. Metode SWOT telah banyak digunakan dalam studi strategis, termasuk tentang *fintech reward crowdfunding* untuk ekonomi kreatif di Indonesia [7] dan pengembangan industri kreatif [8].

Analisis SWOT digunakan untuk pengembangan strategi yang tepat guna meningkatkan keterlibatan Bank pemerintah dalam mendukung ekonomi kreatif [9]. Dengan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal, Bank pemerintah dapat merumuskan langkah strategis untuk menjadi pendorong utama sektor ekonomi kreatif [8].

Hingga saat ini, belum ditemukan penelitian secara khusus mengkaji hubungan antara ekonomi kreatif dan perbankan dengan menggunakan analisis SWOT, sedangkan penelitian yang ada umumnya terbatas pada tinjauan literatur mengenai ekonomi kreatif. Penelitian yang dilakukan oleh [6] mengenai peran perbankan dan lembaga keuangan dalam pengembangan ekonomi menegaskan bahwa sektor perbankan berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui investasi, inovasi, pengurangan kemiskinan, serta penguatan kerjasama dengan pemerintah. Dan Penelitian yang dilakukan oleh [5] tentang perkembangan serta peran ekonomi kreatif di Indonesia dari masa ke masa, hasil penelitiannya

bahwa ekonomi kreatif di Indonesia sejak diperkenalkan pada 2006 telah menunjukkan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan domestik bruto, tenaga kerja, dan ekspor namun masih menghadapi tantangan pada infrastruktur, pembiayaan, dan pendidikan kreatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran bank pemerintah dalam mendorong perkembangan sektor ekonomi kreatif di Indonesia melalui pendekatan analisis SWOT. Untuk itu, penelitian ini dirancang guna menjawab beberapa pertanyaan utama. Pertama, apa kekuatan internal yang dimiliki oleh bank pemerintah dalam mendukung sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam hal pengkreditan dan inklusi keuangan?. Kedua, apa kelemahan internal yang menjadi penghambat efektivitas peran bank pemerintah dalam menjangkau dan melayani pelaku usaha kreatif?. Ketiga, peluang eksternal apa yang dimanfaatkan oleh bank pemerintah untuk memperluas ekonomi kreatif nasional?. Dan terakhir, ancaman eksternal apa yang perlu diwaspadai dalam menghadapi dinamika dan tantangan yang berkembang di sektor ekonomi kreatif?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif menggunakan metode analisis SWOT untuk mengevaluasi peran strategis Bank pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Sampel yang digunakan adalah Bank milik Pemerintah yaitu Bank Mandiri, Bank BNI, Bank BTN, dan Bank BRI selama periode 2022 sampai dengan 2024. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi pustaka yang mencakup jurnal ilmiah, laporan tahunan laporan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI), dan kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Data yang digunakan dalam penelitian adalah data sekunder seperti laporan kebijakan, temuan riset industri, serta publikasi dari lembaga terkait.

Alur metode penelitian dimulai dari identifikasi masalah terkait peran bank

pemerintah dalam mendukung ekonomi kreatif, dilanjutkan dengan pengumpulan data sekunder dari dokumen resmi dan literatur terkait. Data yang diperoleh direduksi dan diklasifikasikan ke dalam empat komponen SWOT. Hasil klasifikasi dan interpretasi hasil analisis untuk merumuskan kesimpulan serta rekomendasi strategis mengenai peran bank pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia.

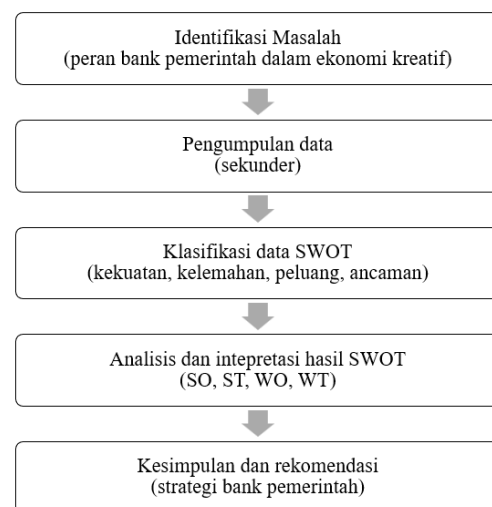


Diagram 1. Alur Metode Penelitian SWOT (Bank pemerintah dalam ekonomi kreatif)

Sumber: Data diolah, 2025

Teknik analisis data merupakan langkah-langkah analisis meliputi beberapa tahap. Pertama, reduksi data yaitu menyeleksi, merangkum, dan mengelompokkan data sesuai kategori SWOT. Kedua, mengidentifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan), mengidentifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman). Ketiga, penyusunan strategi matriks SWOT. Keempat, interpretasi dan penarikan kesimpulan yaitu menjelaskan makna temuan, peran bank pemerintah, dan rekomendasi strategis yang relevan untuk meningkatkan kontribusi Bank pemerintah dalam mendukung sektor ekonomi kreatif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif berbasis SWOT.

Sumber data merupakan data sekunder yang berasal dari laporan tahunan bank, regulasi pemerintah, dan statistik industri kreatif. Literatur yang digunakan berupa jurnal penelitian terdahulu dan publikasi dari lembaga ekonomi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis *streghts*, *weaknesses*, *oportunity*, dan *threat* (SWOT) dalam penelitian ini menjabarkan secara komprehensif posisi bank pemerintah dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Berikut penjelasan berdasarkan element SWOT;

Kekuatan (*Strengths*)

Bank Mandiri mengembangkan 1) transformasi digital inklusif melalui *platform* Livin' by Mandiri dan KOPRA by Mandiri menunjukkan adopsi tinggi terhadap layanan keuangan digital yang modern dan efisien, mendukung pelaku ekonomi kreatif dalam transaksi keuangan, pembiayaan, hingga ekspansi bisnis. 2) program wirausaha muda mandiri dan pembiayaan mikro termasuk untuk perempuan di pedesaan mendukung sektor ekonomi kreatif yang di dominasi oleh pelaku UMKM dan generasi muda. 3) menyiapkan Rp 264,1 triliun portofolio berkelanjutan termasuk pembiayaan untuk sektor transportasi ramah lingkungan, industri kreatif hijau, dan digital carbon tracking. terbukti dengan klasifikasi pembiayaan berkelanjutan berdasarkan POJK 51/2017 - UMKM dan kegiatan sosial sebesar Rp 135 triliun dan laporan kinerja rasio kredit Umkm terhadap total kredit 2023 (8,9%), 2022 (9,52%), 2021 (8,82%), 2020 (7,18%), 2019 (6,23%)4) Livin' merchant dan smart branch memberi pelaku ekonomi kreatif solusi praktis dari pencatatan transaksi hingga pengelolaan keuangan berbasis digital, penting bagi binis kreatif modern.

Bank BNI membuat ekosistem digital komprehensif menyediakan *one-stop digital financial services* melalui Wonder mobile Banking, BNIDirect, dan API Banking, fitur ini mendukung ekonomi

kreatif mengakses perBankan secara fleksibel. Program BNI Xpora mendukung UMKM menembus pasar global, pelaku ekonomi kreatif berasal dari UMKM sehingga menjadi jembatan ekspansi internasional. Jaringan 2.122 kantor cabang, 13.390 ATM, dan 185.697 Agen46 tersebar sampai daerah terpencil sehingga BNI mampu menjangkau pelaku ekonomi kreatif di wilayah minim akses keuangan formal. Bank BNI menyalurkan Rp 4,6 triliun melalui *sustainability linked load*, termasuk sektor dengan dampak sosial dan lingkungan yang relevan bagi ekonomi kreatif berbasis komunitas dan berkelanjutan.

Bank BTN melakukan digitalisasi layanan melalui BTN *m-Banking*, BTN properti Portal, dan Smarth Branch yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku ekonomi kreatif untuk akses pembiayaan dan layanan keuangan. Bank BTN berkampanye menjak Gen Z dan milenial untuk melek investasi dan mengembangkan usaha, segmen ini mendominasi pelaku industri kreatif. Bank BTN berpotensi memperluas skema pembiayaan untuk ruang kreatif, studio, *co-working space* yang dibutuhkan oleh pelaku kreatif. serta Bank BTN juga membentuk komite ESG dan implementasi *roadmap* keuangan berkelanjutan dapat membuka peluang pembiayaan proyek ekonomi kreatif berorientasi sosial dan lingkungan.

Bank BRI berkomitmen kuat melalui *champion of financial inclusion* terhadap pelaku ultra mikro dan UMKM yang merupakan tulang punggung ekonomi kreatif, bersinergi dengan pegadaian dan PNM yang berhasil melayani lebih dari 37 juta nasabah dengan kredit lebih dari RP 611 triliun termasuk banyak pelaku ekonomi kreatif informal, terutama perempuan dan usaha rumah tangga. Bank BRI melalui aplikasi BRImo memiliki 31,5 juta pengguna dan mendukung lebih dari Rp 3,1 miliar transaksi per tahun, Agen BRILink menjangkau 77% desa di Indonesia mendukung pelaku kreatif pedesaan dalam akses layanan keuangan. Bank BRI melalui program pemberdayaan

dan pelatihan UMKM seperti rumah BUMN, Desa BRILiaN dan Klasterku Hidupku mendukung pelaku ekonomi kreatif dalam bidang seni, kerajinan, kuliner, dan fesyen agar naik kelas, *go digital*, dan *go global*.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Bank Mandiri sangat bergantung pada teknologi dan infrastruktur digital menimbulkan kesenjangan digital untuk daerah terpencil yang masih jauh dari akses internet, sehingga banyak pelaku ekonomi kreatif belum mampu mengakses layanan digital. Bank Mandiri masih bias menangani sektor ekonomi kreatif, inisiatif untuk UMKM namun belum ada program eksplisit difokuskan pada sub sektor ekonomi kreatif seperti seni, media, fesyen, film.

Bank BNI belum fokus eksplisit pada ekonomi kreatif, saat ini program pembiayaan dan pemberdayaan BNI lebih fokus pada sektor UMKM umum dan korporasi, belum terlihat pendekatan sub sektor spesifik ekonomi kreatif. Adanya keterbatasan akses finansial untuk pelaku kreatif informal, pelaku ekonomi kreatif tidak memiliki legalitas usaha sehingga menyulitkan akses ke pembiayaan formal dari perbankan.

Bank BTN sebagian besar sumber daya dan strategi bisnis terkonsentrasi sektor properti, bukan langsung pada subsektor ekonomi kreatif. Minimnya program khusus untuk ekonomi kreatif dilihat dari tidak ditemukannya inisiatif eksplisit pada laporan tahunan terkait pembiayaan, pelatihan, dan kolaborasi *platform* digital kreator.

Bank BRI belum ada skema khusus ekonomi kreatif, belum secara eksplisit membangun pendekatan melalui program keuangan khusus bagi sub sektor ekonomi kreatif dan banyak pelaku kreatif bekerja secara informal atau *freelance freelance* yang menyulitkan pemenuhan syarat pembiayaan konvensional seperti tidak punya jaminan, laporan keuangan, atau riwayat kredit.

Peluang (*Opportunities*)

Bank Mandiri mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di era digital dengan menjadi mitra strategis dalam pembiayaan dan inkubasi startup kreatif. Kolaborasi dituangkan melalui *marketplace* digital, e-wallet, dan *platform* streaming sebagai penyedia layanan perbankan khusus kreator. Jumlah pengguna Livin' mencapai 23 juta jiwa atau lebih dari Rp 2,82 miliar transaksi per tahun, terdapat peluang untuk menyusun produk perbankan berbasis kebutuhan segmen kreatif tertentu.

Sektor ekonomi kreatif Indonesia berkontribusi lebih dari 7% terhadap PDB sehingga Bank BNI memiliki peluang untuk menciptakan produk pembiayaan khusus sub sektor ekonomi kreatif melalui kolaborasi dengan startup dan *marketplace* seperti menjalin kemitraan dengan *platform* digital seperti Tokopedia dan Bukalapak, hal ini untuk mendukung kreator ekonomi digital melalui integrasi API Banking dan solusi pembayaran.

Bank BTN meraup milenial dan gen Z sebagai mayoritas dalam rancangan program pembiayaan properti atau ruang khusus kreator dan pelaku seni yang terintegrasi dengan hunian atau inkubasi bisnis. Bank BTN juga dapat mengembangkan produk KPR Studio atau Kredit Galeri bagi pelaku seni serta menjajaki pembiayaan berbasis intelektual kapital seperti royalti film, musik, dan konten digital.

Bank BRI dapat menciptakan produk berbasis proyek terutama dalam digitalisasi konten, desain, dan industri kreatif lokal. Dengan integrasi 34,7 juta nasabah ultra mikro Bank BRI dapat mengembangkan produk keuangan berbasis analisis kebutuhan pelaku kreatif menggunakan *machine learning*. Dan potensi kolaborasi dengan *marketplace* lokal untuk menjangkau pelaku kreatif digital.

Ancaman (*Threats*)

Persaingan *Fintech* baru yang berfokus pada layanan keuangan untuk ekonomi kreatif dengan pendekatan yang lebih agile dan spesifik terhadap kebutuhan

komunikasi kreatif, dan ancaman siber yang terus meningkat dapat mempengaruhi kepercayaan pelaku usaha terhadap *platform* digital (Livin' Mandiri).

Bank BNI menghadapi persaingan *Fintech* dan Bank digital khusus kreator seperti Modalku, Kredivo yang berpotensi menyerap pasar pelaku ekonomi kreatif lebih cepat, adanya keterbatasan literasi keuangan pelaku kreatif tentang manajemen keuangan dan pembiayaan formal yang menghambat potensi kolaborasi optimal dengan Bank BNI.

Bank BTN dalam menghadapi persaingan *Fintech* seperti Bank Jago atau SeaBank yang telah menargetkan pelaku ekonomi kreatif dengan solusi pembiayaan mikro berbasis komunitas. Beberapa pelaku industri kreatif memiliki penghasilan tidak tetap, bergantung pada proyek menyebabkan risiko tinggi dalam skema kredit konvensional, sehingga sektor kreatif sulit berkembang melalui pembiayaan dari Bank BTN.

Bank BRI menghadapi ketimpangan infrastruktur digital, meskipun agen BRILink luas akses internet dan literasi digital yang rendah di beberapa daerah menjadi tantangan dalam akselerasi inklusi keuangan kreatif secara merata. Bank BRI menghadapi pelaku kreatif yang berpendapatan tidak tetap membuat risiko tinggi dalam skema kredit konvensional tanpa penyesuaian mekanisme mitigasi risiko.

PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa Bank pemerintah memiliki potensi yang cukup besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia, walau belum secara optimal berjalan dengan baik. Kekuatan utama terletak pada infrastruktur keuangan yang luas dan dukungan kebijakan Pemerintah, namun tantangan internal seperti kurangnya adaptasi produk keuangan dan keterbatasan pemahaman terhadap model bisnis kreatif perlu dilakukan perbaikan.

Analisis SWOT mengindikasikan perumusan strategi dapat memanfaatkan

peluang eksternal, seperti kemajuan teknologi dan regulasi yang pro-ekonomi kreatif, seiring mengatasi kelemahan struktural di dalam institusi perbankan.

Dilihat dari keempat Bank BUMN menunjukkan kekuatan strategis dan sinergis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia melalui sinergi digitalisasi mengembangkan *platform* digital unggulan seperti Livin' by Mandiri, BRImo, Wonder by BNI, dan BTN *M-Banking* mendukung pelaku ekonomi kreatif untuk akses layanan keuangan dan transaksi digital, pembiayaan UMKM melalui program wirausaha muda mandiri, BNI Xpora, BRI's *ultra micro holding*, dan BTN *campaign* untuk Gen Z menunjukkan pelaku kreatif muda sebagai basis utama ekonomi kreatif diberi perhatian khusus dalam aspek pembiayaan, pelatihan, dan pemberdayaan. Penguatan inklusi keuangan dengan mengalokasikan *portofolio* besar untuk pembiayaan berkelanjutan yang dapat diarahkan untuk industri kreatif berbasis lingkungan, sosial, dan digital guna membuka ruang bagi pelaku kreatif untuk memperoleh akses ke modal yang ramah dan bertanggung jawab, dan jangkauan luas dengan agen BRILink di 77% desa, 185.697 Agen46 BNI, dan *Smart branch* merupakan implikasi dukungan terhadap pelaku kreatif, menciptakan ekosistem keuangan merata dan inklusif.

Berdasarkan identifikasi kelemahan masing-masing Bank pemerintah berfokus pada program dan pembiayaan dominan UMKM tanpa menyentuh karakteristik unik sub sektor kreatif, kesenjangan infrastruktur digital menyebabkan pelaku ekonomi kreatif di daerah terpencil sulit mengakses layanan digital, pelaku ekonomi kreatif tidak memiliki legalitas usaha, jaminan, dan laporan keuangan sehingga kesulitan dalam mengakses kredit konvensional.

Bank pemerintah memiliki pondasi teknologi, jaringan, dan kapabilitas pembiayaan tidak hanya mendukung tetapi mendorong akselerasi pertumbuhan ekonomi kreatif digital nasional. Peluang

yang dimiliki Bank Mandiri berperan sebagai mitra strategis kreator melalui kolaborasi *marketplace*, *e-wallet*, dan *platform streaming*, Bank BNI menyasar pelaku kreatif digital guna mendukung kreator dalam transaksi, pencairan dana, dan pembukuan otomatis, Bank BTN strategis dalam ruang fisik kreatif (*studio*, *co-working space*) menjawab kebutuhan pelaku senin yang membutuhkan ruang sekaligus modal kerja, dan Bank BRI berbasis ultra mikro dapat membangun produk keuangan kreatif berbasis proyek dan kemitraan lokal untuk menjangkau kreator digital informal.

Berdasarkan paparan ancaman persaingan dari *Fintech* dan Bank digital meningkat pesat yang lebih sesuai dengan kebutuhan pelaku ekonomi kreatif dibandingkan skema perbankan konvensional, pelaku ekonomi kreatif memiliki profit risiko tinggi dalam hal skema kredit formal, dan keamanan siber seperti *platform* digital (*Livin'* dan *BRImo*) menghadapi tantangan meningkatkan serangan siber yang menurunkan kepercayaan pelaku usaha kreatif.

Ada beberapa saran yang diajukan dalam penelitian diantaranya; 1) Meskipun Bank pemerintah memiliki kekuatan mendukung pelaku ekonomi kreatif, masih diperlukan langkah taktis dan tearah pada sub sektor ekonomi kreatif yaitu dengan menciptakan produk keuangan khusus ekonomi kreatif seperti menyediakan kredit kreatif mikro khusus bagi pelaku informal tanpa jaminan dan berbasis reputasi digital. 2) transformasi dukungan aktif terhadap ekonomi kreatif berharap Bank pemerintah mampu menyesuaikan perubahan paradigma dan inovasi produk, bukan sekedar memperluas pembiayaan tapi mampu beradaptasi dengan dinamika baru dunia kreatif yang informal berbasis proyek dan digital. Bank pemerintah berpotensi menjadi pemicu utama pertumbuhan ekonomi kreatif dengan dasar mampu mendesain strategi khusus yang adaptif, inklusif, dan kolaboratif seperti merancang skema pembiayaan non tradisional berbasis pendapatan proyek (bukan aset tetap), jejak

digital (misal hasil penjualan *e-commerce*) dan kemitraan komunitas kreatif sebagai pengganti jaminan. Serta pelatihan literasi digital dan keuangan kreatif berbasis komunitas. 3) Ditinjau dari segi peluang, diharapkan Bank pemerintah mampu membuat portofolio produk sub sektor ekonomi kreatif seperti kredit royalti (berbasis penghasilan dari *Youtube*, *Spotify*), cicilan alat produksi (kamera, *software*, dan laptop) dan kredit berbasis proyek (film, senin pertunjukan, dan festival). Perluas inisiatif literasi keuangan digital kreatif dengan mengadakan pelatihan keuangan kreator (seperti manajemen royalti, pencatatan proyek, menetisasi aset digital). Dan 4) memperkuat keamanan digital dan mengedukasi melalui kampanye literasi keamanan digital guna memperkuat kepercayaan pelaku ekonomi kreatif dengan menginvestasikan sistem *cybersecurity*, *autentikasi biometrik*, dan *real time fraud detection* pada setiap *platform*.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Y. Manuhutu dan A. S. Agung, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Ekonomi," *Musamus J. Econ. Dev.*, vol. 6, no. 01, hal. 31–37, 2023, doi: 10.35724/feb.v6i01.6102.
- [2] N. Hadiyati, "Kebijakan Financial Inclusion Terhadap Pelaku Ekonomi Kreatif Yang Unbankable Di Indonesia," *J. Komunitas Yust.*, vol. 4, no. 2, hal. 386–396, 2021, doi: 10.23887/jatayu.v4i2.38091.
- [3] R. Qusairy, N. S. Ramadhan, A. Adani, dan R. Firdaus, "Peran Ekonomi Kreatif terhadap Peningkatan Kesejahteraan UMKM di Indonesia," *Semin. Nas. Pariwisata dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. April, hal. 264–272, 2025.
- [4] Masetya mukti Dhety chusumastuti, dewi gita, eti jumiati, muhammad zaini, dillah faradilla, devi yuliantina, umi nandiro, wowok meirianto, hasaruddin, auda nuril,

- aditya wiralatief, *konsep ekonomi kreatif*. 2024.
- [5] A. D. A. Syafitri dan F. L. Nisa, "Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa," *J. Ekon. Bisnis Dan Manaj.*, vol. 2, no. 3, hal. 189–198, 2024, doi: 10.59024/jise.v2i3.810.
- [6] I. Ismamudi, N. Hartati, dan S. Sakum, "Peran Bank dan Lembaga Keuangan dalam Pengembangan Ekonomi: Tinjauan Literatur," *J. Akunt. Neraca*, vol. 1, no. 2, hal. 35–44, 2023, doi: 10.59837/jan.v1i2.10.
- [7] R. Zakaria dan M. Satyawan, "Strategi Implementasi Fintech Reward Crowdfunding di Indonesia Sektor Ekonomi Kreatif," *J. Bisnis dan Manaj. West Sci.*, vol. 2, no. 02, hal. 145–167, 2023, doi: 10.58812/jbmws.v2i02.328.
- [8] M. Yunus, I. A. Sari, dan Wahyuastuti, "Strategi Pengembangan UMKM di Provinsi Jawa Tengah Melalui Pendekatan SWOT Balanced Scorecard," *Kaji. Ekon. Keuang.*, vol. 5, no. 3, hal. 218–228, 2021.
- [9] S. Adekantari dan L. Rukmana, "Peran Bank BSI Dalam Meningkatkan Perekonomian UMKM," *Al-Bayan J. Huk. dan Ekon. Islam*, vol. 4, no. 1, hal. 2987–4335, 2024.
- [10] A. D. Putri, M. Jannah, N. Nabilas, dan S. Ramadani, "Ekonomi Kreatif Sebagai Kunci dalam Meningkatkan Produktivitas dan Daya Saing," *Semin. Nas. Pariwisata dan Kewirausahaan*, vol. 4, no. April, hal. 333–340, 2025, [Daring]. Tersedia pada: <http://usahid.ac.id/conference/index.php/snpk/article/view/346/292>.
- [11] I. R. Aysa, "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital," *J. At-Tamwil Kaji. Ekon. Syariah*, vol. 2, no. 2, hal. 121–138, 2020, doi: 10.33367/at.v2i2.1337
- [12] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif web:<https://www.kemenparekraf.go.id>
- [13] Otoritas Jasa Keuangan (OJK), "OJK – Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia," [Online]. Available: <https://www.ojk.go.id/>.
- [14] Bank Indonesia (BI), "Bank Sentral Republik Indonesia," [Online]. Available: <https://www.bi.go.id/>.
- [15] Badan Pusat Statistik (BPS), "Badan Pusat Statistik," [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/>.
- [16] Bank Negara Indonesia (BNI), "Beranda – BNI," [Online]. Available: <https://www.bni.co.id/>.
- [17] Bank Tabungan Negara (BTN), "Bank BTN – Official Website," [Online]. Available: <https://www.btn.co.id/>.
- [18] Bank Rakyat Indonesia (BRI), "PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk," [Online]. Available: <https://bri.co.id/>.
- [19] Bank Mandiri, "Bank Mandiri – Official Site," [Online]. Available: <https://www.bankmandiri.co.id/>.