

# Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kota Parepare

<sup>1</sup> Muhamad Rasdy Gery Runtu

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Bisnis Andi Sapada

E-mail: [rasdyamsir@gmail.com](mailto:rasdyamsir@gmail.com)

## ABSTRAK

Teknologi informasi saat ini sudah semakin berkembang pesat. Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi tersebut, mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya berbagai kegiatan usaha masyarakat sehingga memasuki era ekonomi baru yang salah satunya adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ini menjadi sangat elastis dan dinamis dalam menghadapi tantangan globalisasi dan modernisasi terlebih saat ini dunia masih dilanda Covid 19 termasuk melanda pula Indonesia. Dengan pemanfaatan perkembangan teknologi informasi, ekonomi kreatif ini dapat memacu masyarakat Kota Parepare untuk kembali bangkit dan mampu membangun kembali roda perekonomian yang beberapa waktu anjlok. Metode Penelitian bersifat deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan sampling, observasi, wawancara dan studi Pustaka. Khusus wawancara teknis dilakukan dengan Kepala Dinas/Kepala Badan dan pelaku usaha dan masyarakat. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa Teknologi Informasi telah dimanfaatkan oleh Pelaku Usaha dan Masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif yang mendukung pertumbuhan ekonomi Kota Parepare.

Kata kunci : Teknologi Informasi, Pengembangan, Ekonomi Kreatif.

## I. Pendahuluan

- II. Pesatnya Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang super cepat di abad ini, mendorong semua sumber-sumber dan faktor-faktor produksi untuk dapat menyesuaikan dengan perkembangan yang dinamis ini. Perkembangan dan pengembangan teknologi dan informasi itu dilakukan agar berbagai aktifitas dapat menjadi lebih praktis, efektif dan efisien sehingga dapat memaksimalkan sumber daya yang ada terutama dari sumber daya manusia dalam meningkatkan produktifitas agar kinerja menjadi lebih baik. Hal ini mengingat, persaingan usaha mengalami pergeseran paradigma menuju kearah yang sebelumnya masih bersifat sederhana dan konvensional, berubah dengan mengikuti perkembangan teknologi informasi sehingga beralih menjadi pengelolaan yang bersifat dan berubah dengan istilah digital yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat memberikan ransangan ide dan kreatifitas yang didukung dengan ragam media yang tersedia saat ini.
- III. Dengan perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi ini, pertukaran informasi dapat dilakukan lebih cepat baik berupa suara, data, maupun video dengan jangkauan yang sangat luas, yang dapat menembus ruang dan waktu yang tak terbatas. Dengan memanfaatkan digitalisasi informasi ini dalam kegiatan usaha, akan dapat memberikan keuntungan yang sangat besar, baik dari pihak penyelenggara atau penyedia jasa maupun pelanggan, dimana yang mampu menguasai teknologi informasi dengan dukungan ide dan kreatifitas akan memiliki peluang yang lebih besar dalam memperoleh laba atau keuntungan dari usaha yang dijalankan. mengingat potensi pasar yang sangat luas dengan permintaan yang sangat tinggi terhadap suatu produk (barang dan jasa), baik di dalam negeri maupun di luar negeri dalam artian *market place* nya akan semakin luas.
- IV. Istilah ekonomi kreatif telah diperkenalkan sejak tahun 2006, namun baru dapat diintensifkan pada tahun 2009 dengan pengembangan 14 sub sektor ekonomi dalam industri dengan didukung melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009. Dengan

Instruksi Presiden tersebut, juga menandai sebagai Tahun Indonesia Kreatif. Konsep ekonomi kreatif di era baru mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide serta pengetahuan dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi yang utama.

- V. Ekonomi Kreatif (Ekraf) merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional yang berkelanjutan dan menekankan pada penambahan nilai barang lewat daya pikir serta kreatifitas manusia. Saat ini, Ekonomi kreatif menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia ditengah perlambatan pertumbuhan ekonomi global. Pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia.<sup>1</sup>
- VI. Kemudian berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 92 Tahun 2011, pemerintah secara resmi membentuk Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif yang bertanggung jawab dalam pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia baik Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya maupun Ekonomi Berbasis Media, Desain dan IPTEK dengan mengembangkan 17 sub sektor ekonomi yang sebelumnya hanya 14 sub sektor. Hal ini didasarkan karena Indonesia memiliki peluang besar untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional melalui pengembangan ekonomi kreatif.
- VII. Pelaku-pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif, menempati bagian terbesar dari seluruh aktivitas ekonomi rakyat Indonesia. Indonesia juga akan mengalami bonus demografi hingga tahun 2035, dimana hingga tahun 2035 jumlah penduduk usia produktif diperkirakan diatas 60 persen dan 27 persen diantaranya adalah penduduk muda dengan rentan usia 16-30 tahun. Penduduk muda Indonesia tersebut berpotensi menjadi wirausaha dan tenaga kerja yang memiliki ide dan kreatifitas yang mampu menggerakkan dinamika ekonomi, sosial, dan budaya. Peluang tersebut ditunjang pula dengan masih banyaknya wilayah dan kawasan yang memiliki potensi sumber daya yang besar namun belum dikembangkan secara optimal.
- VIII. Ekonomi kreatif dapat berkontribusi positif terhadap perekonomian nasional maupun daerah khususnya di Kota Parepare, baik terhadap nilai tambah, lapangan kerja, lapangan usaha baru, maupun keterkaitan antar sektor. Berdasarkan Data Pokok Kota Parepare Tahun 2019 yang disusun oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare jumlah usaha ekonomi kreatif di Kota Parepare tahun 2018 adalah sebanyak 77 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 487 orang dengan nilai investasi 501 Juta – 5 Milyar. Usaha ekonomi kreatif ini paling banyak berada pada sub sektor kuliner (makanan dan minuman) 55 unit usaha dan pakaian jadi sebanyak 22 unit usaha. Sedangkan data pada tahun 2014 jumlah unit usaha ekonomi kreatif sebanyak 27 unit usaha dengan jumlah tenaga kerja 142 orang dengan nilai investasi 501 jutarupiah – 5 milyar rupiah.<sup>2</sup>
- IX. Dengan memadukan ide serta kreatifitas dengan Teknologi Informasi yang berkembang pesat tersebut, akan dapat memaksimalkan kegiatan para pelaku usaha ekonomi kreatif, karena dengan berbagai media komunikasi yang ada saat ini, akan sangat membantu para pelaku usaha dalam memasarkan produk yang mereka hasilkan terlebih pada kondisi Pandemi Covid-19 yang masih tetap ada hingga saat ini, baik itu melalui aplikasi Whatsapp, Instagram, Twitter, Facebook serta media komunikasi lainnya. Hal tersebut juga didukung dengan jasa Kurir baik yang disediakan sendiri oleh pelaku usaha maupun melalui aplikasi Grab Food dan Gojek yang ada di Kota Parepare.

---

<sup>1</sup> Statistik Ekonomi Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020

<sup>2</sup> Data Pokok Kota Parepare, Dinas Kominfo, 2019

## II. Tinjauan Teori Teknologi Informasi

Istilah teknologi informasi (TI), sering dijumpai baik dalam media grafik, seperti surat kabar dan majalah, maupun media elektronik, seperti radio dan televisi. Istilah tersebut merupakan gabungan dua istilah dasar yaitu teknologi dan informasi. Teknologi dapat diartikan sebagai pelaksanaan ilmu, sinonim dengan ilmu terapan.

Teknologi informasi menjadi andalan dan menjadi tulang punggung kehidupan manusia. Jika dahulu komputer dianggap hal yang mewah, namun sekarang boleh dikatakan sebuah komputer bukan lagi menjadi barang mewah, oleh sebab itu siapa saja harus dapat memanfaatkan komputer. Yang menjadi persoalan adalah mampukah setiap individu memanfaatkan komputer dengan segala hal yang ada didalamnya dengan baik ?.

Dengan pesatnya teknologi yang ditandai dengan membanjirnya suatu informasi. Salah satu penerapan teknologi informasi yang menggenggelobal adalah jaringan internet. Melalui jaringan ini dapat dikatakan meniadakan jarak dan batas dalam penyebaran akses informasi. Disatu sisi ada pendapat bahwa melalui internet dapat diperoleh semua informasi yang diperlukan, siapa saja baik perorangan ataupun lembaga berlomba menampilkan informasinya dalam internet. Namun demikian setiap informasi tersebut tentu banyak juga informasi yang tidak benar di internet.

Teknologi diawali dengan alat-alat sederhana yang dibuat oleh manusia pada jaman dahulu. Contohnya saja pada teknologi otomotif, mungkin roda saat ini dianggap oleh manusia hanya hal yang biasa saja, namun pada jaman dahulu teknologi tersebut adalah teknologi paling inovatif, karena roda sangat membantu manusia untuk melakukan perjalanan dan berbagai aktivitas lainnya. Namun jika dibandingkan dengan teknologi sekarang, roda mungkin hanya tinggal sejarah. Dalam perkembangannya, teknologi akan mengalami revolusi atau perubahan, produk teknologi yang dirasa canggih saat ini bisa jadi akan tertinggal dengan penemuan teknologi baru atau sesuatu yang baru tanpa mengubah konsep teknologi lama.

Teknologi berasal dari bahasa Yunani yaitu *Technologia* yang menurut Webster Dictionary berarti *systematic treatment* atau penanganan sesuatu secara sistematis, sedangkan *techne* sebagai dasar kata teknologi berarti skill atau keahlian, keterampilan dan ilmu.<sup>3</sup> Kata teknologi sering dipahami oleh orang awam sebagai sesuatu yang berupa mesin atau hal-hal yang berkaitan dengan permesinan. Namun menurut Roger, teknologi adalah suatu rancangan atau desain untuk alat bantu tindakan yang mengurangi ketidakpastian dengan hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu hasil yang diinginkan.<sup>4</sup> Menurut pendapat Jacques Ellul mendefinisikan teknologi sebagai keseluruhan metode yang secara rasional mengarah dan memiliki ciri efisien dalam setiap kegiatan manusia.<sup>5</sup> Dari beberapa pendapat ahli yang telah disebutkan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa teknologi adalah suatu rancangan atau desain melalui suatu proses atau tahapan yang memiliki nilai tambah untuk menghasilkan suatu produk dan memiliki ciri efisiensi dalam setiap kegiatan manusia. Teknologi bisa dikatakan ilmu pengetahuan yang ditransformasikan kedalam produk, proses, jasa dan struktur praktis.

Perkembangan teknologi terbaru, termasuk mesin cetak, telepon dan internet telah mengurangi hambatan fisik untuk komunikasi dan memungkinkan manusia untuk berinteraksi secara bebas dalam skala global. Perkembangan yang sangat pesat dalam teknologi informasi saat ini, tidak ada yang tidak memanfaatkan teknologi dari dewasa sampai anak-anak, teknologi tersebut berupa alat perangkat lunak dengan memanfaatkan jaringan internet misalnya Facebook, Twitter, Whatsapp dan media lainnya serta perangkat keras misalnya laptop, telepon, smartphone dan lain sebagainya.

---

<sup>3</sup> Nana Sudjana dan Ahmad Rifai, *Teknologi Pengajaran*, Sinar Baru, Bandung, 1989, hal. 183

<sup>4</sup> Fatah Syukur NC, *Teknologi Pendidikan*, Rasai Media Group, Semarang, 2008, hal. 117.

<sup>5</sup> Ibid., hal. 205

Banyaknya teknologi yang berkembang di masyarakat saat ini bukan berarti semuanya berdampak positif saja akan tetapi dapat pula berdampak negatif, semuanya kembali dari penggunaan serta manfaat apa yang dicari dan akan diperoleh dari memanfaatkan sebuah teknologi. Sebagai pengguna teknologi sebaiknya disikapi secara bijak. Teknologi ini dapat berwujud fisik maupun non fisik (software atau hardware) yang berhasil dibuat oleh manusia untuk memudahkan dan menggampangkan realisasi hidupnya di dalam dunia. Hal mana juga memperlihatkan tentang wujud dari karya cipta dan seni.

Dalam kehidupan sehari-hari kita tidak terlepas dari informasi. Informasi itu sendiri sering di sangkut pautkan dengan teknologi yang secara umum kita kenal dengan istilah teknologi informasi. Namun informasi memiliki pengertian yang sangat luas bukan hanya ada dalam teknologi. Meskipun kenyataannya tidak bisa kita pungkiri bahwa informasi ini memiliki kaitan erat dengan teknologi, karena dengan perkembangan teknologi itu sendiri informasi juga berkembang dengan pesat, karena itu tepatlah jika dikatakan bahwa perkembangan teknologi dan informasi ini membentuk sebuah jaman yang disebut Era Informasi dan Teknologi.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, informasi adalah sejumlah data yang telah diolah melalui pengolahan data dalam rangka menguji tingkat kebenarannya dan ketercapaiannya sesuai dengan kebutuhan. Burch dan Strater menyatakan bahwa informasi adalah pengumpulan atau pengolahan data untuk memberikan pengetahuan atau keterangan.<sup>6</sup> Sedangkan Azhar Susanto mengatakan bahwa informasi adalah hasil pengolahan data yang memberikan arti dan manfaat.<sup>7</sup>

Berdasarkan Pengertian informasi menurut para ahli yang telah disebutkan diatas, dapat disimpulkan bahwa informasi adalah sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi bentuk data, yang dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkan.

Awalnya teknologi informasi dikembangkan manusia sebagai sistem pengenalan bentuk gambar, yang lalu kemudian mereka menorehkan pada dinding-dinding gua, misalnya aktivitas berburu dan binatang buruannya. Pada masa ini, manusia mulai mengenali benda yang ada sekitar lingkungan mereka dan mewakili bentuknya pada lukisan di dinding tempat mereka tinggal. Kemampuan mereka dalam berbahasa hanya berkisar pada bentuk suara dengusan dan isyarat tangan sebagai awal berkomunikasi.

Perkembangan teknologi informasi selanjutnya ditandai dengan diciptakan dan digunakannya alat-alat yang menghasilkan bunyi dan syarat, seperti gendang, terompet yang terbuat dari tanduk binatang, serta isyarat asap sebagai alat pemberi peringatan terhadap bahaya. Pada masa ini, teknologi informasi belum menjadi teknologi massal seperti yang kita kenal sekarang dan hanya digunakan pada saat-saat khusus.

## **Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan yang berasal dari sumberdaya manusia sebagai faktor produksi. Kementerian Perdagangan Indonesia (2009), mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.<sup>8</sup>

Menurut *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTD)* Ekonomi Kreatif didefinisikan sebagai siklus produksi barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan modal intelektual sebagai masukan utamanya.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Deni Darmawan, Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, Remaja Rosda Karya, Bandung, 2012, hal. 14

<sup>7</sup> Danim, Sudarwan, Media Komunikasi Pendidikan, Bumi Aksara, Jakarta, 2008, hal. 132

<sup>8</sup> Reniati, Kreatifitas Organisasi & Inovasi Bisnis, Alfabeta, Bandung, 2013, hal. 2

<sup>9</sup> Felipe Buitrago Restrepo & Ivan Duque Marquez, Orange Economy, terj. Hedwigis Hapsari, Mizan, Jakarta, 2015, hal. 37

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021 telah merilis 17 sub sektor ekonomi kreatif yang sangat berpotensi dapat meningkatkan perekonomian Indonesia terlebih pasca Pandemi Covid-19. Sub sektor ekonomi kreatif tersebut sebagai berikut :<sup>10</sup>,

1. Aplikasi, Masyarakat sudah fasih menggunakan berbagai jenis aplikasi digital seperti peta atau navigasi, media sosial, berita, bisnis, musik, penerjemah, permainan dan lain sebagainya. Berbagai aplikasi tersebut didesain supaya mempermudah pengguna dalam melakukan aktivitas sehari-hari.
2. Arsitektur : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya instruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (town planning, urban design, landscape architecture) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya: arsitektur taman, desain interior).
3. Desain Komunikasi Visual, didefinisikan sebagai layanan profesional yang menciptakan dan mengembangkan konsep dan spesifikasi yang mengoptimalkan fungsi, nilai, dan penampilan suatu produk dan sistem untuk keuntungan pengguna maupun pabrik (Industrial Design Society of America- IDSA). Desain komunikasi visual didefinisikan sebagai proses desain yang tujuan utamanya adalah menyampaikan gagasan atau ide yang menggunakan bantuan visual.
4. Desain Produk, merupakan bidang seni terapan yang menggabungkan banyak bidang ilmu, seperti ilmu perilaku manusia, ilmu perangkat perantara manusia dan mesin, lingkungan, dan produk tersebut sendiri, dalam proses pembuatan produknya.
5. Desain Interior Desain interior didefinisikan sebagai kegiatan yang memecahkan masalah fungsi dan kualitas interior; menyediakan layanan terkait ruang interior untuk meningkatkan kualitas hidup; dan memenuhi aspek kesehatan, keamanan, dan kenyamanan publik.
6. Fotografi yakni sebuah usaha yang mendorong penggunaan kreativitas individu dalam memproduksi citra dari suatu objek foto dengan menggunakan perangkat fotografi, termasuk di dalamnya media perekam cahaya, media penyimpan berkas, serta media yang menampilkan informasi untuk menciptakan kesejahteraan dan juga kesempatan.
7. Musik, segala jenis usaha dan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pendidikan, kreasi/komposisi, rekaman, promosi, distribusi, penjualan, dan pertunjukan karya seni musik.
8. Kriya, merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya.
9. Kuliner, kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian produk makanan dan minuman yang menjadikan unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan/atau kearifan lokal; sebagai elemen terpenting dalam meningkatkan cita rasa dan nilai produk tersebut, untuk menarik daya beli dan memberikan pengalaman bagi konsumen.
10. Fesyen, gaya hidup dalam berpenampilan yang mencerminkan identitas diri atau kelompok
11. Penerbitan, Fokus utama dalam penerbitan adalah penciptaan konten kreatif yang membutuhkan sumber daya manusia kreatif yang bekerja mengelola informasi dengan mengandalkan ide atau gagasan (pemikiran kreatif).
12. Film, Animasi dan Video, karya seni gambar bergerak yang memuat berbagai ide atau gagasan dalam bentuk audiovisual, serta dalam proses pembuatannya menggunakan kaidah- kaidah sinematografi.
13. Periklanan, cakupan kegiatannya tidak hanya terbatas pada pemasaran produk/jasa tetapi juga telah berkembang menjadi pemasaran sosial, sarana membangun citra suatu perusahaan/individu (image marketing), kampanye politik dan juga untuk membangun relasi dengan masyarakat.

---

<sup>10</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Data Statistik Ekonomi Kreatif 2020.

14. Permainan Interaktif, suatu media atau aktivitas yang memungkinkan tindakan bermain berumpan balik dan memiliki karakteristik setidaknya berupa tujuan (objective) dan aturan (rules).
15. Seni Pertunjukan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan misalnya pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian kontemporer, drama, musik tradisional, musik teater, opera, termasuk tur musik etnik, desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.
16. Seni Rupa, adalah berupa bentuk gabungan dari berbagai aspek yang melingkupi seni, desain, dan kerajinan.
17. Televisi dan Radio : kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti games, kuis ,reality show, infotainment, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan station relay (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.

Berdasarkan hasil studi pemetaan Industri Kreatif yang dilakukan Departemen Perdagangan Republik Indonesia, industri kreatif memiliki karakteristik umum sebagai berikut :

1. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah terjadi hampir pada seluruh subsektor industri kreatif.
2. Fluktuasi pertumbuhan nilai tambah tersebut diikuti oleh fluktuasi pertumbuhan jumlah perusahaan.
3. Fluktuasi pertumbuhan penyerapan tenaga kerja tinggi, tetapi tidak setinggi fluktuasi pertumbuhan perusahaan.
4. Memiliki tingkat teknologi dan produktivitas modal yang relatif konstan. Artinya teknologi yang digunakan bukan teknologi tinggi dan bukan industri padat modal (capital intensive).

Menurut Deni Dwi Hartono dan Malik Cahyadi Indikator keberlangsungan dalam konomi kreatif adalah sebagai berikut<sup>11</sup> :

1. Produksi, Teori Produksi adalah teori yang menggambarkan hubungan antara jumlah input dan output (yang berupa barang atau jasa) yang dapat dihasilkan dalam satu waktu periode. Menurutnya dalam teori tersebut disebutkan bahwa produksi ditunjukkan untuk memberikan pemahaman tentang perilaku perusahaan dalam menggunakan masukan (input) untuk produksi dan menjual keluaran (output) atau produk sehingga dengan demikian produsen dapat memaksimalkan keuntungannya maupun mengoptimalkan efisiensi produksinya.
2. Pasar dan Pemasaran, Pasar adalah tempat dimana pembeli dan penjual berkumpul untuk membeli dan menjual barang. Olehnya itu pasar merupakan tempat bertransaksi atas suatu produk barang atau jasa. Selanjutnya pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya.
3. Manajemen dan Keuangan, manajemen adalah suatu proses perencanaan, pengorganisaasian, pengarahan, dan pengawasan usaha-usaha para anggota organisasi dan penggunaan sumber-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan. Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer menggunakan seluruh sumber daya perusahaan untuk mencari dana, mengelola dana, dan membagi dana dengan tujuan mampu memberikan profit bagi perusahaan.
4. Kebijakan Pemerintah, Pemerintah memiliki kekuasaan untuk membuat dan menetapkan hukum serta undang-undang. Pemerintah yang dimaksud adalah pemerintah pusat dan pemerintah daerah yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif, baik keterkaitan dalam substansi, maupun keterkaitan administrasi. Hal ini disebabkan karena pengembangan

---

<sup>11</sup> Deni Dwi Hartono, & Malik Cahyadin, "Pemeringkatan Faktor keberlangsungan Usaha Industri Kreatif Di Kota Surakarta", Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik, Vol. 4, No. 2 (Desember, 2013),

ekonomi kreatif bukan hanya pada pengembangan industri, tetapi juga meliputi pengembangan ideologi, politik, sosial dan budaya.

- 1) Kemitraan Usaha, kemitraan dikatakan sebagai kerjasama usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan usaha dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.

### III. Metode

Penelitian dilaksanakan di Kota Parepare dengan menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif yakni desain penelitian yang disusun dalam rangka memberi gambaran secara sistematis tentang informasi ilmiah yang berasal dari subjek atau objek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha ekonomi kreatif sub sektor fesyen dan kuliner (makanan dan minuman) yang ada di Kota Parepare sebanyak yang jumlahnya sebanyak 340 orang. Berdasarkan jumlah populasi tersebut, maka digunakan rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel. Adapun jumlah sampel yang didapatkan berdasarkan rumus slovin adalah sebanyak 184 pelaku usaha. Sampel diambil berdasarkan metode simple random sampling.

### IV. Hasil dan Analisis

Perkembangan Teknologi Informasi telah memicu lahirnya industri kreatif yang saat ini telah menjadi fenomena global. Selain di negara maju, perkembangan industri kreatif juga tumbuh secara pesat di beberapa negara termasuk Indonesia dan lebih khusus di Kota Parepare. Dalam industri kreatif khususnya, peranan teknologi informasi menjadi dominan dalam menghasilkan karya kreatif. Diantara 17 kelompok industri kreatif, setidaknya 10 industri sangat terkait erat dengan teknologi informasi. Industri tersebut yaitu periklanan, arsitektur, disain produk, video dan film, fotografi, permainan interaktif (game), musik, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, juga riset dan pengembangan. Tersedianya piranti keras sebagai pendukung utama subsektor industri kreatif dalam pengolahan data, memproduksi, pasca produksi dan distribusi. Perkembangan teknologi ini menawarkan kemudahan-kemudahan yang dapat dinikmati dalam proses produksi sampai pada distribusi menjadi lebih cepat dan tingkat kualitas yang dihasilkan lebih baik.

Dalam penelitian ini terdapat dua sektor usaha ekonomi kreatif yang peneliti akan ungkapkan yang didasarkan pada hasil observasi yang penulis lakukan, ternyata kedua sektor ini yang paling banyak digeluti oleh pelaku usaha yang ada di Parepare khususnya sejak Pandemi Covid-19 yang turut berpengaruh pada kegiatan ekonomi masyarakat Parepare. Usaha ekonomi kreatif tersebut adalah sektor kuliner dan sektor fesyen. Kedua sektor usaha ekonomi kreatif tersebut akan dilihat dan selanjutnya akan dianalisis secara deskriptif apakah Teknologi Informasi telah dimanfaatkan dalam mendukung usaha yang mereka lakukan dan apakah teknologi informasi telah berpengaruh terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Kota Parepare.

Responden yang telah ditetapkan melalui rumus Slovin sebanyak 184 orang ditentukan sebanyak 100 orang dari pelaku usaha fesyen dan 84 orang dari pelaku kuliner yang telah diacak dengan simple random sampling yang selanjutnya kepada responden diajukan beberapa pertanyaan sehubungan dengan apa yang menjadi fokus dalam kegiatan yang dilakukan yakni pemanfaatan teknologi informasi dalam melakukan aktifitas usaha ekonomi kreatif yang selanjutnya dikemukakan seperti nampak pada tabel-tabel di bawah ini :

**Tabel 1 Umur dan Tingkat Pendidikan Responden**

Usaha Kreatif	30 – 50 Tahun	Pendidikan S-1	Non Sarjana
Fesyen	100	88	12
Kuliner	84	78	6

Data: Hasil Wawancara

**Tabel 2 Tingkat Pemahaman Penggunaan Teknologi Informasi**

Tingkat Pemahaman	Fesyen	Kuliner	%
Cukup Memahami	19	20	21,20
Memahami	36	30	35,87
Sangat Memahami	45	34	42,93
Jumlah	100	84	100

Data: Hasil wawancara

**Tabel 3 Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Menjalankan Usaha**

Tingkat Pemanfaatan	Fesyen	Kuliner	%
Cukup Memanfaatkan	-	-	0
Memanfaatkan	44	37	44,02
Sangat Memanfaatkan	56	47	55,98
Jumlah	100	84	100

Data: Hasil wawancara

**Tabel 4 Platform Media Yang Digunakan Dalam Promosi Usaha**

Platform Media	Fesyen	Kuliner	%
Facebook	42	32	40,22
Instagram	22	21	23,27
Whatsapp	36	31	36,41
Tiktok	-	-	0
Jumlah	100	84	100

Data: Hasil wawancara

**Tabel 5 Pengaruh Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Kegiatan Usaha**

Tingkat Pengaruh	Fesyen	Kuliner	%
Cukup Berpengaruh	-	-	0
Berpengaruh	43	33	41,30
Sangat Berpengaruh	57	51	58,70
Jumlah	100	84	100

Data: Hasil wawancara

**Tabel 6 Peningkatan Pendapatan Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Untuk Kegiatan Usaha**

Tingkat Pemahaman	Fesyen	Kuliner	%
Cukup Meningkatkan	-	-	0
Meningkat	37	36	39,67
Sangat Meningkatkan	63	48	60,33
Jumlah	100	84	100

Data: Hasil wawancara

Masyarakat yang berkembang dan maju secara peradaban serta memiliki kesejahteraan yang baik adalah masyarakat yang memiliki dasar pengetahuan ekonomi yang baik. Hal ini mutlak diperlukan, khususnya di Indonesia, yang perekonomiannya masih berkembang.<sup>12</sup> Ekonomi kreatif merupakan suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya, lingkungan) berbasis gagasan/ide yang lahir dari kreativitas manusia dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan. Kreativitas tidak sebatas pada karya yang berbasis seni dan budaya, namun juga bisa berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, engineering dan ilmu telekomunikasi.

<sup>12</sup> Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Data Statistik Ekonomi Kreatif 2020

Industrialisasi menciptakan suatu pola kerja, pola produksi dan pola distribusi yang lebih murah dan lebih efisien. Adanya perkembangan dan penemuan baru di bidang teknologi informasi dan komunikasi seperti internet, email, google, play store dan sebagainya semakin mendorong manusia menjadi lebih aktif dan produktif dalam menunjang kinerja, kreasi dan kreatifitasnya dalam suatu bidang usaha. Dampak yang muncul akibat dari fenomena perubahan gelombang ini adalah munculnya daya saing atau kompetisi pasar yang semakin besar. Kondisi ini menuntut pelaku usaha mencari cara agar bisa melakukan promosi dan menekan biaya semurah mungkin dan seefisien mungkin guna mempertahankan eksistensinya.

Hasil penelitian terhadap beberapa pertanyaan yang diajukan kepada para responden dalam penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa Teknologi Informasi telah dimanfaatkan dan berpengaruh positif bagi pengembangan usaha ekonomi kreatif yang ada di Kota Parepare, walau ada perbedaan kebutuhan, namun secara umum teknologi informasi berpengaruh positif terhadap kegiatan usaha yang dilakukan oleh para pelaku usaha, sehingga menjadi penting untuk melihat bagaimana hubungan antara pemanfaatan Teknologi Informasi secara khusus pada kedua sektor usaha ekonomi kreatif.

Tingkat pemahaman responden akan teknologi informasi telah difahami dan sangat memahami dengan baik oleh responden, dimana terdapat 78,89 % responden yang telah memberikan jawaban. Tingkat pemahaman ini berkorelasi positif dengan pemanfaatan Teknologi Informasi dalam mendukung kegiatan usaha para pelaku usaha fesyen dan kuliner, dimana terdapat 100 % responden mengatakan telah memanfaatkan dan sangat memanfaatkan teknologi informasi tersebut.

Sebagai contoh dalam penjualan online subsektor Fesyen dan Kuliner, mereka melakukan penjualan atau memperkenalkan apa yang menjadi produksi usahanya, seluruh proses yang dilakukan memanfaatkan video baik siaran langsung melalui akun facebook, sedangkan yang melalui akun whatsapp setelah melakukan proses video/perekaman selanjutnya dilakukan proses edit video lalu kemudian diadakan uploading video. Proses penjualan/pemasaran dan pengenalan produk fesyen dan kuliner ini melalui akun facebook terdapat 40,22 % responden, yang memanfaatkan media Instagram 23,27 % melalui whatsapp 36,41 %.

Pemanfaatan teknologi informasi oleh responden memberi jawaban berpengaruh 41,30 % dan sangat berpengaruh 58,70 % dalam pengembangan usaha yang dilakukan, hal ini juga berkorelasi dengan adanya peningkatan pendapatan pelaku usaha fesyen dan kuliner, dimana terdapat 39,67 % responden memberi jawaban ada peningkatan penjualan produk dan 60,33 % memberi jawaban sangat meningkat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi sangat mendukung pengembangan usaha ekonomi kreatif.

Ada 2 hal pokok yang perlu diperhatikan dari usaha ekonomi kreatif, yakni kreativitas dan inovasi. Kreativitas dijabarkan sebagai kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, fresh, dan disukai oleh pelanggan. Seseorang yang memiliki kreativitas dan dapat memaksimalkan kemampuan itu, bisa menciptakan dan menghasilkan sesuatu yang berguna bagi dirinya sendiri beserta orang lain. Inovasi yaitu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun proses yang lebih baik, bernilai tambah, dan bermanfaat.

Dalam penelitian yang dilakukan terungkap bahwa pelaku fesyen dan kuliner sebelum memperkenalkan produk yang mereka jual, terlebih dahulu mereka meminta masukan dari para teman, keluarga dan kerabat lainnya. Hasil dari masukan tersebut kemudian mereka olah sedemikian rupa yang selanjutnya melakukan proses perekaman terlebih dahulu lalu melakukan proses editing dan selanjutnya melakukan pemasaran melalui media sosial secara online. Hal ini memberi nuansa baru terhadap usaha yang mereka lakukan.

## V. Kesimpulan

Ekonomi Kreatif khususnya Subsektor Fesyen dan Kuliner di Kota Parepare telah berkembang dengan memanfaatkan teknologi informasi yakni melalui akun media sosial facebook, whatsapp dan Instagram. Pemanfaatan teknologi informasi tersebut berkorelasi positif dengan pemahaman pelaku usaha ekonomi kreatif sejalan dengan adanya peningkatan pemasukan atau pendapatan pelaku usaha ekonomi kreatif subsektor fesyen dan kuliner. Setelah mencermati hasil penelitian yang dilakukan maka beberapa saran yang dapat Kami berikan yaitu untuk Pemerintah Kota Parepare agar lebih memperhatikan pengembangan usaha ekonomi kreatif pada sektor lain dengan memberi ruang dan pengembangan modal usaha yang dikerjasamakan dengan Pihak Bank. Untuk pelaku usaha ekonomi kreatif agar lebih memaksimalkan pemanfaatan teknologi informasi bukan saja dari media sosial akan tetapi dapat lebih dikembangkan melalui pengembangan website, pemanfaatan ojek online secara maksimal, sistem pembayaran yang lebih mudah dengan memanfaatkan sistem pembayaran elektronik

## Referensi

- Aldy Purnomo, Rochmat. *Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia*, Cet. 1, 2016, Surakarta.
- Amiruddin, M. M. (2016). Khiyār (hak untuk memilih) dalam Transaksi On-Line: Studi Komparasi antara Lazada, Zalara dan Blibli. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(1), 47-62.
- Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). Economic democracy: examining the law enforcement of business competition in indonesia. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 1255-1262.
- Bakry, M., Masse, R. A., Arake, L., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2021). How to attract millennials? Indonesian sharia banking opportunities. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 18, 376-385.
- Bakry, M., Syatar, A., Abubakar, A., Risal, C., Ahmad, A., & Amiruddin, M. M. (2021). Strengthening the cyber terrorism law enforcement in Indonesia: Assimilation from Islamic jurisdiction. *International Journal of Criminology and Sociology*, 10, 1267-1276.
- Bakry, M., Syatar, A., Haq, I., Mundzir, C., Arif, M., & Amiruddin, M. M. (2020). Arguing Islamophobia during COVID-19 Outbreaks: A Consideration Using Khusūṣ Al-Balwā. *International Journal of Criminology and Sociology*, 9(6), 2757-65.
- Damirah, D. (2018). Influence Of Financial Performance Against Economic Value Added And The Impact On Market Reactions On Listing Manufacturing Companies In Indonesia Stock Exchange. *Quest Journals Journal of Research in Business and Management*, 6(4), 13-20.
- Danim, Sudarwan, 2008. *Media Komunikasi Pendidikan*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Darmawan, Deni. 2012, *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Data Pokok Kota Parepare, 2019, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Parepare.
- Data Statistik Ekonomi Ekonomi Kreatif, 2020, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Republik Indonesia.
- Felipe Buitrago Restrepo & Ivan Duque Marquez, *Orange Economy*, 2005, terj. Hedwigis Hapsari, Mizan, Jakarta.

- Fikri, F., Bahri, A., & Budiman, B. (2017). Islamic Inheritance Legislation Toward The National Law: The Analysis Of Justice Values In Bacukiki Parepare Society. In *Al-Risalah: Forum Kajian Hukum dan Sosial Kemasyarakatan* (Vol. 17, No. 01, pp. 45-60).
- Hamid, A. (2022). Internalisasi Konsep Cycle Relation Model Pada Komunitas Agama Lokal di Indonesia:(Perspektif Sosial, Ekonomi dan Politik Pada Kepercayaan Towani Tolotang, Aluk Todolo dan Patuntung di Sulawesi Selatan). *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 24(2).
- Hanike, Y. Damirah.(2019). Analisis Pengaruh Rasio Keuangan Terhadap Economic Value Added Pada Perusahaan Efek Indonesia Melalui Pendekatan StrukturalTRUKTURAL Equation Model–Partial Least Square| Hanike| Amal: Jurnal Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah*, 1(2), 177-191.
- Marilang; Bakry, Muammar; Arbani, Tri Suhendra; Syatar, Abdul; Amiruddin, Muhammad Majdy; Ishak, Nurfaika. (2021). Establishing Omnibus Law In Indonesia: Strict Liability In Environmental Law. *J. Legal Ethical & Regul. Isses*, 24, 1.
- Masse, R. A., Halidin, A., Amiruddin, M. M., & Marjuni, K. N. (2020). Supply Chain and Firm Performance with the Moderating Role of Leadership Dependency. *Int. J Sup. Chain. Mgt Vol*, 9(4), 470.
- Nana Sudjana, Nana dan Rifai, Ahmad. 1989, Teknologi Pengajaran, Sinar Baru, Bandung.
- Naro, W., Abubakar, A., Syatar, A., Amiruddin, M. M., & Pallawagau, B. (2021). Have Attitudes towards Religiousness Shifted Due Covid 19 Outbreak? Evidence from Moslem Generations in Makassar-Indonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(3), 322-334.
- Naro, W., Abubakar, A., Yani, A., Amiruddin, M. M., & Syatar, A. (2020). Developing learning method on post-graduated program: A blended learning based on web-blog and print technology design. *Cypriot Journal of Educational Sciences*, 15(5), 1404-1421.
- Naro, W., Syatar, A., Amiruddin, M. M., Haq, I., Abubakar, A., & Risal, C. (2020). Shariah assessment toward the prosecution of cybercrime in indonesia. *International Journal*, 9, 573.
- Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia Prawirosoentoso Suyadi, Primasari Dewi, Manajemen Strategic dan Pengambilan Keputusan Korporasi, Bumi Aksara, Jakarta, 2014.
- Putra, A. P., & Bahri S, A. (2021). Respons Pemerintah dan Pengusaha Lokal dalam Menangani Masalah “Zero-Dollar Tourist” Cina di Bali. *Jurnal Kajian Bali*, 11(2), 317-336.
- Reniaty, 2013, Kreatifitas Organisasi & Inovasi Bisnis, Alfabeta, Bandung.
- Soeratno, M.E.c, Dr. Lincoln Arsyad, M.S.c, Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Menejemen YKPN, Yogyakarta, 2008.
- Sofjan Asauri, Manajemen Pemasaran, Rajawali Pers, Jakarta, 2011.
- Statistik Ekonomi Kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020
- Steiner, G. A & Miner, JB, Kebijakan dan Strategi Pemasaran Menejemen, Erlangga, Jakarta, 1997.

- Sugiono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, PT. Grafindo, 2013.
- Syarifuddin, A. D. I. (2022). Service Quality and Online Customer Rating on F&B Purchase Decisions. *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 15(2), 133-141.
- Syarifuddin, A. D. I., Basalamah, S., Sinring, B., & Mas'ud, M. (2021). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Intention and Decisions on Frozen Food in Makassar, Indonesia. *Am J Humanit Soc Sci Res*, 5(4), 32-40.
- Syatar, A. (2021). BAY AL SALAM AS FINANCING ALTERNATIVE DURING PANDEMIC OUTBREAK: A PROPOSAL TO INDONESIA. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 27, 1-7.
- Syatar, A., Rahman, A., Ilham, M., Mundzir, C., Arif, M., Hasim, H., & Amiruddin, M. M. (2020). Qurban innovation due to the Covid-19: Experiences from Indonesia. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 7(10), 1600-1614.
- Syukur NC, Fatah. 2008, Teknologi Pendidikan, Rasai Media Group, Semarang.
- Tijjang, B., Nurfadhilah, N., Putra, P., Jayadi, U., & Ilham, R. (2022, August). The Influence of Product Quality and Purchase Decisions on Helmet LTD's Brand Image. In *Proceedings of the 6th Batusangkar International Conference, BIC 2021, 11-12 October, 2021, Batusangkar-West Sumatra, Indonesia*.
- Yunus, M., Muhammadun, M., Mahsyar, M., & Abubakar, A. (2022). Apropriasi Tradisi Mappanre Temme menjelang Pernikahan pada Masyarakat Bugis (Studi Living Quran). *AL QUDS: Jurnal Studi Alquran dan Hadis*, 6(1), 363-384.