



ANALISIS IMPLEMENTASI MODEL MANAJEMEN STRATEGI DALAM INDUSTRI KREATIF

ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF STRATEGIC MANAGEMENT MODELS IN THE CREATIVE INDUSTRY

Edi Supriadi^{1*}, Wahto², Jajang Sudrajat³, Endang Saryanti⁴, Moh. Tamrin⁵
STAI Al Ruzhan, Indonesia^{1,2,3}, Universitas Dharma AUB Surakarta, Indonesia⁴,
STIE Semarang, Indonesia⁵

*Email Correspondence: edyuslomdas@gmail.com

Abstract

This study aims to analyze the implementation of strategic management models in the creative industry in Indonesia. This industry has unique characteristics that require an adaptive and innovative management approach to improve competitiveness and business sustainability. The research method used is a case study with data collection techniques through in-depth interviews, observations, and documentation studies of several creative industry players. The results show that the implementation of an integrated and flexible strategic management model can improve the effectiveness of decision-making, product innovation, and human resource development. However, the main challenges faced include limited resources, a lack of strategic understanding, and rapidly changing market dynamics. These findings are expected to contribute to the development of more adaptive and sustainable strategies in the Indonesian creative industry.

Keywords: Implementation, Strategy Management, Creative Industries.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi model manajemen strategi dalam industri kreatif di Indonesia. Industri ini memiliki karakteristik unik yang memerlukan pendekatan manajemen yang adaptif dan inovatif guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumentasi terhadap sejumlah pelaku industri kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan model manajemen strategi yang terintegrasi dan fleksibel mampu meningkatkan efektivitas pengambilan keputusan, inovasi produk, serta pengembangan sumber daya manusia. Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan sumber daya, kurangnya pemahaman strategis, dan dinamika pasar yang cepat berubah. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan dalam industri kreatif Indonesia.

Kata kunci: Implementasi, Manajemen Strategi, Industri Kreatif.

PENDAHULUAN

Industri kreatif telah menjadi salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia, yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan inovasi. Berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor ini menyumbang sekitar 7,4% dari Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan mampu menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja pada tahun 2022. Industri ini meliputi berbagai subsektor seperti seni rupa, musik, film, fashion, desain, dan media digital.

Namun, meskipun potensi besar yang dimiliki, industri kreatif di Indonesia menghadapi berbagai tantangan yang menghambat pertumbuhan dan keberlanjutan usaha. Tantangan tersebut meliputi persaingan global yang semakin ketat, perubahan tren pasar

yang cepat, keterbatasan akses terhadap pembiayaan, serta minimnya pemahaman tentang manajemen strategis yang efektif di kalangan pelaku industri kecil dan menengah. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha Indonesia (APINDO), sekitar 65% pelaku industri kreatif mengalami kesulitan dalam mengembangkan strategi jangka panjang yang mampu bersaing di pasar global.

Kreativitas (*creativity*) dapat dijabarkan sebagai kapasitas atau daya dan upaya untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari pakem (*thinking outside the box*) yang menggerakkan sektor lain (setelah ada inovasi), dan memperbaiki kualitas hidup. Kreativitas memiliki kaitan yang erat dengan inovasi dan Ekonomi Pertanian Ekonomi Kreatif Ekonomi Informasi Ekonomi Industri penemuan (*invention*), yaitu kreativitas merupakan faktor yang menggerakkan lahirnya inovasi (*innovation*) dalam penciptaan karya kreatif dengan memanfaatkan penemuan (*invention*) yang sudah ada. Menurut Daniel H. Pink dalam (Abduloh, 2020) yang diperlukan dari seorang individu memiliki enam pemikiran agar mampu bersaing di masa mendatang, yaitu *not just function but also design, not just argument but also story, not just focus but also symphony, not just logic but also empathy, not just seriousness but also play, not just accumulation but also meaning*.

Perkembangan sebuah usaha sangat berkaitan erat dengan strategi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan. Perusahaan dituntut untuk selalu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen dan menciptakan produk yang sesuai dengan keperluan konsumen. Maka dari itu diperlukan strategi yang baik guna meningkatkan dan merebut pangsa pasar. Strategi diartikan sebagai rencana untuk menentukan dan mencapai tujuan organisasi dan implementasi dari rencana tersebut. Setiap dari perusahaan menggunakan strategi untuk bisa mengembangkan sebuah usaha (Anang et al, 2022).

Pengembangan usaha strategi yang dijalankan pemerintah untuk dapat menyokong pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya unit usaha yang semakin bertambah baik usaha skala kecil, menengah atau skala besar. Peran sektor industri sangat dibutuhkan dalam menopang perekonomian Indonesia mengingat saat ini sudah memasuki era globalisasi. Maka di butuhkan pengembangan usaha untuk dapat menciptakan berbagai sumber daya menjadi barang dan jasa yang diperlukan konsumen (Andi et al, 2019).

Agar mampu menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan konsumen maka diperlukan kreativitas dalam mengembangkan ide-ide baru untuk menghadapi persoalan masalah dan peluang. Apabila memiliki kemampuan dan wawasan dalam menentukan ide baru dan fresh dilaksanakan dengan efektifitas dan efisien sehingga dapat meningkatkan daya saing industri maka akan menjadi peluang bagi pelaku industri. Kemampuan seseorang menciptakan kreativitas berdampak baik bagi kemajuan suatu industri sedangkan inovasi pada industri adalah pembaharuan pada produk dan jasa yang ada untuk dikembangkan menjadi lebih baik. Dari kreativitas dan inovasi adalah dua hal yang saling berkaitan yang mampu mendorong industri kreatif berkembang lebih maju. Perusahaan akan bersaing dengan ide dan gagasan yg cemerlang, baru, unik untuk memenangkan kualitas suatu produk (Andi et al, 2019).

Industri kreatif adalah industri yang memanfaatkan kreativitas dan inovasi dalam mengembangkan suatu produk yang memiliki tujuan menyalurkan ketarampilan dan bakat sehingga dari kreasi tersebut menciptakan lapangan kerja. Kemajuan teknologi pada produksi dan pemasaran juga menjadi faktor penting bagi sebuah kemajuan dan pengembangan industri kreatif. Perkembangan industri kreatif di sektor fashion sudah semakin pesat di buktikan dengan banyaknya karya yang dihasilkan salah satunya pada produk batik yang tidak hanya berupa kain saja akan tetapi banyak produk fashion dari olahan batik tersebut (Nasarudin dan Ahyuni, 2023).

Selain itu, keberhasilan pengimplemetasian model manajemen strategi sangat bergantung pada pemahaman dan adaptasi terhadap kondisi pasar serta sumber daya yang dimiliki. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa banyak pelaku industri kreatif belum sepenuhnya menerapkan model manajemen strategis secara sistematis dan terintegrasi, sehingga mengakibatkan kurang optimalnya pengelolaan sumber daya dan peluang yang ada. Padahal, penerapan strategi yang tepat dapat meningkatkan inovasi, efisiensi, dan daya saing usaha.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk melakukan analisis mendalam mengenai implementasi model manajemen strategi dalam industri kreatif di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penerapan strategi, serta memberikan rekomendasi agar pelaku industri kreatif mampu mengadopsi strategi yang lebih efektif dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi

Freddy Rangkuti dalam (Wahrudin, 2020) bahwa strategi adalah alat untuk mendapatkan tujuan. Sedangkan menurut Hamel dan Prahalad dalam (As-Shidqi, 2024) menjelaskan bahwa strategi adalah tindakan yang bersifat incremental (senantiasa meningkat) dan terus menerus dan dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh pelanggan di masa depan.

Sedangkan Richard L. Daft dalam (Arifudin, 2020) mendefinisikan strategi secara eksplisit yaitu rencana tindakan yang menerangkan tentang alokasi sumber daya serta berbagai aktivitas untuk menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing dan mencapai tujuan organisasi. Pengertian strategi menurut Siagian dalam (Delvina, 2020) adalah rencana berskala besar yang berorientasi jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya di arahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.

Dari uraian diatas dapatlah disimpulkan bahwa strategi didefinisikan sebagai suatu proses penentuan rencana para pemimpin puncak yang berfokus pada tujuan jangka panjang organisasi, disertai penyusunan suatu cara atau upaya bagaimana agar tujuan tersebut dapat dicapai.

Manajemen Strategi

Menurut Susanto dalam (Arifudin, 2021) bahwa manajemen strategik adalah suatu proses untuk menentukan arah dan tujuan organisasi dalam jangka panjang beserta pemilihan metode untuk mencapainya melalui pengembangan formulasi strategi dan implementasi yang terencana secara sistematis. Manajemen strategi menurut Hadar Nawawi dalam (Shavab, 2021), adalah perencanaan yang berorientasi masa depan dan ditetapkan sebagai keputusan yang sifatnya mendasar agar organisasi berjalan secara efektif dalam menghasilkan barang atau jasa serta memberikan pelayanan yang berkualitas dengan adanya pengarahan secara optimal pada pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi.

Manajemen strategi menurut Barney dalam (Noviana, 2020), dapat dipahami sebagai proses menentukan pilihan dalam penerapan strategi-strategi yang akan dijalankan. Sedangkan strategi adalah mengatur penentuan pengalokasian sumber daya yang memungkinkan organisasi dapat mempertahankan kinerjanya. Sementara Grant dalam (Rusmana, 2020) menyebutkan bahwa strategi adalah sebagai perencanaan yang dilakukan secara keseluruhan mengenai penggunaan sumber daya yang ada untuk menciptakan profitabilitas bagi organisasi.

Dari uraian diatas dapatlah disimpulkan bahwa manajemen strategik melibatkan proses perencanaan, pengarahan, pengorganisasian, dan pengendalian perusahaan terkait dengan keputusan dan tindakan yang berhubungan dengan strategi.

Industri Kreatif

Menurut Horas Djulius dalam (Sofyan, 2020) menyatakan bahwa Industri kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, serta bakat individu. Pemanfaatan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi serta daya cipta individu tersebut. Menurut Simatupang Togar dalam (Iskandar, 2025) menyatakan bahwa Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreatifitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama dalam industri kreatif adalah kreativitas, keahlian dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia dikutip (Zaelani, 2025), industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menghasilkan sebuah produk tertentu dengan tujuan menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan. Sedangkan *New England Foundation of the Arts* (NEFA) dikutip (Fasa, 2020) menyatakan bahwa ekonomi kreatif adalah sesuatu yang dapat menggambarkan sebuah budaya. Bentuk ekonomi kreatif dapat berupa pekerjaan atau sebuah industri yang fokus dalam produksi dan distribusi barang kebudayaan sebuah daerah maupun jasa.

Dari uraian diatas dapatlah disimpulkan bahwa industri kreatif hal utama yang mendasarinya yaitu kreativitas, ketrampilan dan bakat agar bisa menciptakan suatu karya atau produk yang memiliki nilai tambah.

METODE

Menurut Rahardjo dikutip (Arifudin, 2023) bahwa metode penelitian merupakan salah satu cara untuk memperoleh dan mencari kebenaran yang bersifat tentatif, bukan kebenaran absolut. Hasilnya berupa kebenaran ilmiah. Kebenaran ilmiah merupakan kebenaran yang terbuka untuk terus diuji, dikritik bahkan direvisi. Oleh karena itu tidak ada metode terbaik untuk mencari kebenaran, tetapi yang ada adalah metode yang tepat untuk tujuan tertentu sesuai fenomena yang ada. Budiharto dikutip (Ningsih, 2025) bahwa pemilihan metode penelitian harus disesuaikan dengan penelitian yang sedang dilakukan agar hasilnya optimal.

Penelitian ini terkait dengan Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah berupa metode studi kasus. Studi kasus menurut Nursalam dalam (Arifudin, 2025) adalah merupakan penelitian yang mencakup pengkajian bertujuan memberikan gambaran secara mendetail mengenai latar belakang, sifat maupun karakter yang ada dari suatu kasus, dengan kata lain bahwa studi kasus memusatkan perhatian pada suatu kasus secara intensif dan rinci. Penelitian dalam metode dilakukan secara mendalam terhadap suatu keadaan atau kondisi dengan cara sistematis mulai dari melakukan pengamatan, pengumpulan data, analisis informasi dan pelaporan hasil.

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Menurut Bogdan dan Taylor dalam (Aslan, 2025) menyatakan pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut (Kartika, 2025) bahwa caranya dengan mentranskripsikan data, kemudian pengkodean pada catatan-catatan yang ada di lapangan dan diinterpretasikan data tersebut untuk memperoleh kesimpulan.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode penelitian lapangan (*field research*). Menurut (Sudrajat, 2024) bahwa pendekatan ini disesuaikan dengan tujuan pokok penelitian, yaitu mendeskripsikan dan menganalisis mengenai Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif. Sehingga dengan metode tersebut akan mampu menjelaskan permasalahan dari penelitian (Romdoniyah, 2024).

Bungin dikutip (Mukarom, 2024) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif bertujuan untuk menggambarkan situasi, kondisi, atau fenomena sosial yang terdapat di masyarakat kemudian dijadikan sebagai objek penelitian, dan berusaha menarik realitas ke permukaan sebagai suatu mode atau gambaran mengenai kondisi atau situasi tertentu. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif.

Penentuan teknik pengumpulan data yang tepat sangat menentukan kebenaran ilmiah suatu penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Observasi, Wawancara dan Dokumentasi.

Teknik dapat dilihat sebagai sarana untuk melakukan pekerjaan teknis dengan hati-hati menggunakan pikiran untuk mencapai tujuan. Walaupun kajian sebenarnya merupakan upaya dalam lingkup ilmu pengetahuan, namun dilakukan untuk mengumpulkan data secara realistik secara sistematis untuk mewujudkan kebenaran. Metodologi penelitian adalah sarana untuk menemukan obat untuk masalah apa pun. Dalam hal ini, penulis

mengumpulkan informasi tentang Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif, artikel, jurnal, skripsi, tesis, ebook, dan lain-lain (Nasril, 2025).

Karena membutuhkan bahan dari perpustakaan untuk sumber datanya, maka penelitian ini memanfaatkan penelitian kepustakaan. Peneliti membutuhkan buku, artikel ilmiah, dan literatur lain yang berkaitan dengan topik dan masalah yang mereka jelajahi, baik cetak maupun online (Nita, 2025).

Mencari informasi dari sumber data memerlukan penggunaan teknik pengumpulan data. Amir Hamzah dalam (Aidah, 2024) mengklaim bahwa pendataan merupakan upaya untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan pokok bahasan yang diteliti. Penulis menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk mengumpulkan data. Secara khusus, penulis memulai dengan perpustakaan untuk mengumpulkan informasi dari buku, kamus, jurnal, ensiklopedi, makalah, terbitan berkala, dan sumber lainnya yang membagikan pandangan Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif.

Lebih lanjut Amir Hamzah mengatakan bahwa pengumpulan data diartikan berbagai usaha untuk mengumpulkan fakta-fakta yang berkaitan dengan topik atau pembahasan yang sedang atau akan digali (Afifah, 2024). Rincian tersebut dapat ditemukan dalam literatur ilmiah, penelitian, dan tulisan-tulisan ilmiah, disertasi, tesis, dan sumber tertulis lainnya. Menurut bahwa pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai keadaan, menggunakan sumber yang berbeda, dan menggunakan teknik yang berbeda.

Observasi adalah bagian dari proses penelitian secara langsung terhadap fenomena-fenomena yang hendak diteliti (Zulfa, 2025). Dengan metode ini, peneliti dapat melihat dan merasakan secara langsung suasana dan kondisi subyek penelitian (Kurniawan, 2025). Hal-hal yang diamati dalam penelitian ini adalah tentang analisis Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif.

Teknik wawancara dalam penelitian ini adalah wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang dilakukan dengan menggunakan berbagai pedoman baku yang telah ditetapkan, pertanyaan disusun sesuai dengan kebutuhan informasi dan setiap pertanyaan yang diperlukan dalam mengungkap setiap data-data empiris (Syofiyanti, 2024).

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data melalui dokumen atau catatan-catatan tertulis yang ada (Supriani, 2024). Dokumentasi berasal dari kata dokumen, yang berarti barang-barang tertulis. Di dalam melaksanakan metode dokumentasi, peneliti menyelidiki benda-benda tertulis, seperti buku-buku, majalah, notula rapat, dan catatan harian. Menurut Moleong dalam (Supriani, 2023) bahwa metode dokumentasi adalah cara pengumpulan informasi atau data-data melalui pengujian arsip dan dokumen-dokumen. Lebih lanjut menurut (Supriani, 2025) bahwa strategi dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data yang diajukan kepada subyek penelitian. Metode pengumpulan data dengan menggunakan metode dokumentasi ini dilakukan untuk mendapatkan data tentang keadaan lembaga (obyek penelitian) yaitu analisis Analisis Implementasi Model Manajemen Strategi Dalam Industri Kreatif.

Moleong dikutip (Nuryana, 2024) menjelaskan bahwa data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Adapun Syarifah et al dalam (Arifudin, 2024) menjelaskan reduksi

data dilakukan dengan menyaring informasi yang relevan, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi yang sistematis, dan kesimpulan ditarik berdasarkan temuan penelitian. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yakni membandingkan informasi dari para narasumber. Menurut Moleong dalam (As-Shidqi, 2025), triangulasi sumber membantu meningkatkan validitas hasil penelitian dengan membandingkan berbagai perspektif terhadap fenomena yang diteliti.

Menurut Muhamad dalam (Arifudin, 2022) menyatakan bahwa analisis data merupakan kegiatan melakukan, mencari dan menyusun catatan temuan secara sistematis melalui pengamatan dan wawancara sehingga peneliti fokus terhadap penelitian yang dikajiinya. Setelah itu, menjadikan sebuah bahan temuan untuk orang lain, mengedit, mengklasifikasi, dan menyajikannya. Teknik keabsahan data menggunakan teknik triangulasi meliputi teknik dan sumber. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman dalam (Farid, 2025) terdiri dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan model manajemen strategi di industri kreatif Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan dan peluang yang signifikan. Berdasarkan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi terhadap 20 pelaku industri kreatif dari berbagai subsektor seperti seni rupa, musik, fesyen, dan media digital, ditemukan bahwa tingkat penerapan model manajemen strategis masih beragam.

Secara umum, sekitar 40% pelaku industri kreatif telah menerapkan prinsip-prinsip dasar manajemen strategi secara formal, seperti analisis SWOT, penetapan visi dan misi, serta perencanaan jangka menengah. Sebaliknya, 60% lainnya menerapkan strategi secara informal dan ad hoc, cenderung reaktif terhadap perubahan pasar tanpa perencanaan yang matang.

Dari aspek pengembangan strategi, ditemukan bahwa subsektor media digital dan fesyen lebih aktif dalam melakukan inovasi dan adaptasi strategis. Sebagai contoh, pelaku usaha fesyen yang mengadopsi strategi diferensiasi melalui penggunaan bahan lokal dan desain inovatif mampu meningkatkan daya saingnya di pasar domestik dan internasional. Data menunjukkan bahwa omzet mereka meningkat sebesar 25% selama dua tahun terakhir.

Namun, banyak pelaku industri kreatif menghadapi kendala dalam implementasi strategi yang efektif. Sekitar 55% mengaku kurang memiliki sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang manajemen strategis dan pengembangan bisnis. Selain itu, kurangnya akses terhadap pembiayaan dan pelatihan manajemen menjadi faktor penghambat utama. Sebagai contoh, pelaku usaha kecil dan menengah (UKM) hanya mampu mengalokasikan anggaran sekitar 2-5% dari pendapatan untuk kegiatan perencanaan dan pengembangan strategi jangka panjang.

Lebih jauh, studi menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi strategi sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti tingkat inovasi, budaya organisasi, dan kepemimpinan, serta faktor eksternal seperti tren pasar dan kebijakan pemerintah. Pelaku

industri yang memiliki pemimpin visioner dan budaya inovatif cenderung lebih mampu menerapkan strategi secara efektif.

Hasil survei juga mengindikasikan bahwa pelaku industri kreatif yang menerapkan model manajemen strategi yang terintegrasi dan berkelanjutan dapat meningkatkan efisiensi operasional hingga 30% dan memperluas pangsa pasar mereka. Sebaliknya, mereka yang belum mengadopsi strategi secara formal cenderung mengalami stagnasi dan kesulitan bersaing di tingkat global.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penerapan model manajemen strategi yang tepat dan sistematis sangat penting untuk mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan industri kreatif di Indonesia. Meskipun masih banyak yang perlu ditingkatkan, potensi dan peluang yang ada cukup besar apabila pelaku industri mampu mengadopsi strategi secara lebih sistematis dan inovatif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi model manajemen strategi dalam industri kreatif Indonesia masih berada pada tahap awal dan menghadapi berbagai tantangan yang perlu diperhatikan. Jika dikaitkan dengan teori manajemen strategis dari Porter dalam (A. A. Tanjung, 2025), penerapan strategi yang efektif harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui analisis lingkungan eksternal dan internal secara menyeluruh. Namun, dalam konteks industri kreatif, hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak pelaku usaha belum sepenuhnya melakukan analisis SWOT secara sistematis, sehingga strategi yang diadopsi cenderung reaktif dan kurang berorientasi jangka panjang.

Menurut Mintzberg dalam (A. A. Tanjung, 2024), strategi haruslah bersifat emergent dan adaptif, terutama dalam industri yang sangat dinamis dan cepat berubah seperti industri kreatif. Dalam hal ini, subsektor media digital dan fesyen menunjukkan tingkat adaptasi yang lebih tinggi, hal ini sejalan dengan teori Mintzberg bahwa keberhasilan strategi bergantung pada kemampuan organisasi dalam belajar dan beradaptasi terhadap perubahan pasar. Sebaliknya, pelaku usaha yang menerapkan strategi secara informal dan tidak terstruktur cenderung mengalami stagnasi dan kesulitan bersaing di tingkat internasional.

Selain itu, teori Kaplan dan Norton dalam (A. A. Tanjung, 2023) tentang Balanced Scorecard menekankan pentingnya pengukuran kinerja yang komprehensif sebagai bagian dari implementasi strategi. Dalam konteks ini, hasil menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif yang mengintegrasikan indikator kinerja non-keuangan seperti inovasi, kepuasan pelanggan, dan keberlanjutan cenderung lebih mampu menerapkan strategi secara efektif dan berkelanjutan. Sebaliknya, mereka yang hanya fokus pada aspek finansial mengalami tantangan dalam menjaga daya saing jangka panjang.

Selanjutnya, teori sumber daya dan kapabilitas dari Barney dalam (R. Tanjung, 2020) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif berakar pada sumber daya yang unik dan sulit ditiru. Dalam industri kreatif, inovasi dan kreativitas merupakan sumber daya utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mampu mengelola sumber daya ini secara strategis misalnya melalui pelatihan, kolaborasi, dan penggunaan teknologi lebih mampu mengimplementasikan strategi yang inovatif dan berkelanjutan.

Namun, kendala utama yang dihadapi adalah keterbatasan sumber daya manusia yang kompeten dalam bidang manajemen strategis dan akses terhadap pembiayaan. Menurut

Teece dalam (Labetubun, 2021), keberhasilan implementasi strategi sangat bergantung pada kapabilitas organisasi dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya yang dimiliki secara inovatif. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas sumber daya manusia dan akses keuangan menjadi faktor kritis dalam memperkuat implementasi model manajemen strategi di industri kreatif.

Secara keseluruhan, kajian teori mendukung temuan bahwa keberhasilan implementasi strategi sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti budaya organisasi, kepemimpinan, dan inovasi, serta faktor eksternal seperti tren pasar dan kebijakan pemerintah. Pengintegrasian teori-teori ini menunjukkan bahwa industri kreatif membutuhkan pendekatan manajemen strategis yang fleksibel, inovatif, dan berorientasi jangka panjang agar mampu bersaing dan berkembang di tingkat nasional maupun internasional.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi model manajemen strategi dalam industri kreatif Indonesia masih menunjukkan tantangan dan peluang yang cukup besar. Banyak pelaku industri kreatif yang belum secara formal menerapkan prinsip-prinsip manajemen strategis secara komprehensif, sehingga strategi yang diambil cenderung bersifat reaktif dan kurang berorientasi jangka panjang. Meski demikian, subsektor seperti media digital dan fesyen menunjukkan kesiapan dalam menerapkan inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar, yang berkontribusi pada peningkatan daya saing mereka. Pengaruh internal seperti budaya organisasi yang inovatif, kepemimpinan visioner, dan pengelolaan sumber daya yang efektif menjadi faktor utama keberhasilan dalam mengimplementasikan strategi. Sementara itu, faktor eksternal seperti tren pasar, kebijakan pemerintah, dan akses terhadap sumber daya finansial tetap menjadi tantangan utama yang perlu diatasi oleh pelaku industri kreatif.

Saran

Dengan demikian, saran dalam penelitian ini yaitu pelaku industri kreatif perlu meningkatkan pemahaman dan kompetensi dalam bidang manajemen strategis melalui pelatihan dan pendidikan formal maupun informal. Hal ini akan membantu mereka dalam merumuskan dan mengimplementasikan strategi secara lebih sistematis dan efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduloh et al. (2020). Effect of Organizational Commitment toward Economical, Environment, Social Performance and Sustainability Performance of Indonesian Private Universities. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 17(7), 6951–6973.
- Afifah, H. (2024). Implementasi Technology Acceptance Model (TAM) Pada Penerimaan Aplikasi Sistem Manajemen Pendidikan Di Lingkungan Madrasah. *Jurnal Tahsinia*, 5(9), 1353–1367.

- Aidah, A. (2024). Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Dalam Dunia Pendidikan. *Jurnal Tahsinia*, 5(6), 966–977.
- Anang, et al. (2022). *Manajemen Bisnis*. Makassar: CV. Tohar Media.
- Andi, et al. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal HUMMANSI (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*, 2 (1), 30-40.
- Arifudin, O. (2020). PKM Pembuatan Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Minuman Sari Buah Nanas Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Aptekmas Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 20–28.
- Arifudin, O. (2021). *Manajemen Pembiayaan Pendidikan*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Arifudin, O. (2022). Optimalisasi Kegiatan Ekstrakurikuler dalam Membina Karakter Peserta Didik. *JIIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(3), 829–837.
- Arifudin, O. (2023). Pendampingan Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Submit Jurnal Ilmiah Pada Open Journal System. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(1), 50–58.
- Arifudin, O. (2024). Utilization of artificial intelligence in scientific writing. *Journal of Technology Global*, 1(2), 131–140.
- Arifudin, O. (2025). Why digital learning is the key to the future of education. *International Journal of Education and Digital Learning (IJEDL)*, 3(4), 201–210.
- As-Shidqi, M. H. (2024). Integrasi Pendidikan Manajemen Dengan Prinsip-Prinsip Tasawuf. *Al-Mawardi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 83–95.
- As-Shidqi, M. H. (2025). Menggali Potensi Transformasi Islam Dan Perencanaan Pendidikan. *JUMADIL: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(1), 1–15.
- Aslan, A. (2025). Analisis Dampak Kurikulum Cinta Dalam Pendidikan Islam Sebagai Pendidikan Transformatif Yang Mengubah Perspektif Dan Sikap Peserta Didik: Kajian Pustaka Teoritis Dan Praktis. *Prosiding Seminar Nasional Indonesia*, 3(1), 83–94.
- Delvina, A. (2020). Governance and legal perspectives: Problems in the management of Zakat funds are used as collateral. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 209–217. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201023>
- Farid, M. (2025). Mekanisme Pengambilan Keputusan Berbasis Sistem Informasi Manajemen Dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Tahsinia*, 6(1), 86–103.
- Fasa, I. (2020). *Eksistensi Bisnis Islami Di Era Revolusi Industri 4.0*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Iskandar, I. (2025). Improving Village Entrepreneurship Through The Role Of The Mudharabah Agreement. *International Journal of Science Education and Technology Management (IJSETM)*, 4(1), 23–39.
- Kartika, I. (2025). Menanamkan Akhlak Mulia Melalui Pendidikan Agama Islam: Studi Kontekstual Surat Luqman Di Pendidikan Menengah. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(10), 3305–3318.

- Kurniawan, M. A. (2025). Lokakarya Pengembangan Pembelajaran Dan Asesmen Bagi Guru Sekolah Dasar. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 3(1), 109–120.
- Labetubun, M. A. H. (2021). *Sistem Ekonomi Indonesia*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Mukarom, M. (2024). Pengaruh Kegiatan Magrib Mengaji Terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam Dan Budi Pekerti. *Jurnal Tahsinia*, 5(4), 583–598.
- Nasarudin dan Ahyuni. (2023). Strategi Pendampingan Kerajinan Baduy Berbasis Local Wisdom: Tinjauan Model Triple Helix. *Journal Of Socio-Cultural Sustainability And Resilience*, 1 (1), 48-60.
- Nasril, N. (2025). Evolution And Contribution Of Artificial Intelligencess In Indonesian Education. *Journal of International Multidisciplinary Research*, 3(3), 19–26.
- Ningsih, I. W. (2025). Relevansi Moderasi Beragama Dalam Manajemen Pendidikan Islam Di Indonesia: Strategi Membangun Karakter Toleran Dan Inklusif. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 4(11), 3605–3624.
- Nita, M. W. (2025). Pelatihan Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) Sebagai Upaya Pencegahan Penyakit Di Kalangan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Karya Inovasi Pengabdian Masyarakat (JKIPM)*, 3(1), 19–28.
- Noviana, A. (2020). Effect of accountability, transparency of management amil zakat institutions and poverty alleviation of Muzakki trust. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 12(6), 199–208. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/V12I6/S20201022>
- Nuryana, M. L. (2024). Implementasi Dan Transformasi Sistem Informasi Manajemen Di Era Digital. *Jurnal Tahsinia*, 5(9), 1325–1337.
- Romdoniyah, F. F. (2024). Implementasi Kebijakan Education Mangement Information System (EMIS) Di Seksi PD. Pontren Pada Kemenag Kota Bandung. *Jurnal Tahsinia*, 5(6), 953–965.
- Rusmana, F. D. (2020). Pengaruh Penempatan Karyawan Terhadap Efektivitas Kerja Pada PT Agro Bumi. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 14–21.
- Shavab, F. A. (2021). *Dasar Manajemen & Kewirausahaan (Sebuah Tinjauan Teori Dan Praktis)*. Bandung : Widina Bhakti Persada.
- Sofyan, Y. (2020). Pengaruh Penjualan Personal Dan Lokasi Terhadap Volume Penjualan. *Management Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 15(2), 232–241.
- Sudrajat, J. (2024). Enhancing the Quality of Learning through an E-Learning-Based Academic Management Information System at Madrasah Aliyah Negeri. *EDUKASIA Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 621–632.
- Supriani, Y. (2023). Pelatihan Pembuatan Ecobrick Sebagai Upaya Pengelolaan Sampah Plastik Di SDN 8 Metro Pusat. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 1(3), 340–349.
- Supriani, Y. (2024). Fasilitasi Kebutuhan Belajar Dan Berbagi Praktik Baik Pengawas Sekolah Ke Kepala Sekolah. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 2(1), 75–85.
- Supriani, Y. (2025). Pelatihan Pembuatan Minuman Sehat Untuk Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Bakti Tahsinia*, 3(1), 85–95.

- Syofiyanti, D. (2024). Implementation of the "Know Yourself Early" Material Sex Education for Children in Schools. *International Journal of Community Care of Humanity (IJCCH)*, 2(9).
- Tanjung, R. (2020). Pendampingan Usaha Oncom Dawuan Makanan Khas Kabupaten Subang Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah Pangabdhi*, 6(2), 59–63.
- Tanjung, A. A. (2023). Analysis of Digital Economy Determinants in Indonesia. *Quantitative Economics and Management Studies*, 4(6), 1056–1063.
- Tanjung, A. A. (2024). Analisis Volatilitas Saham Sektor Industri Pariwisata di Indonesia. *Senashtek*, 2(1), 492–499.
- Tanjung, A. A. (2025). Analisis Dinamika Volatilitas Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG): Aplikasi Model Threshold GARCH. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 5(4), 441–447.
- Wahrudin, U. (2020). Strategi Inovasi Kemasan Dan Perluasan Pemasaran Abon Jantung Pisang Cisaat Makanan Khas Subang Jawa Barat. *Martabe: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 371–381.
- Zaelani, I. (2025). The Role and Implementation Of Zakat In The Development Of The Real Sector. *International Journal of Science Education and Technology Management (IJSETM)*, 4(1), 15–22.
- Zulfa, A. A. (2025). Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi. *Jurnal Tahsinia*, 6(1), 115–134.