



Inovasi Strategis Industri Kreatif Digital Berbasis *START-UP* dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Era Industri 4.0

¹Nuruddin, ²M. Asif Nur Fauzi, ³Muhammad Syaifudin

¹²³STEBI Syaikhona Kholil Sidogiri Pasuruan

¹ nuruddin.nrd1@gmail.com, ² asif.elek24@gmail.com, ³ m.syaifuddin91178@gmail.com

Sections Info

Article history:

Received: Juni, 11, 2025

Accepted: Juni, 15, 2025

Published online: Juni, 30, 20245

Keywords:

Strategic innovation, digital creative industry, competitive advantage, Industrial Revolution 4.0, business strategy

Kata kunci:

Inovasi strategis, industri kreatif digital, keunggulan bersaing, Revolusi Industri 4.0, strategi bisnis

Abstract

This study aims to examine the role of strategic innovation in driving competitive advantage in the digital creative industry in the Industrial Revolution 4.0 era. Rapid technological developments have changed the competitive landscape, requiring industry players to be able to adapt through innovative strategies that focus not only on products, but also on processes, business models, and customer experiences. This study uses a qualitative approach with a case study method on several digital creative industry players in Indonesia. Data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation, then analyzed thematically. The results of the study indicate that strategic innovation that includes the use of digital technology, cross-sector collaboration, and data-based and creativity approaches can increase competitiveness and maintain business relevance amid disruption. This study emphasizes the importance of adaptive capabilities and a culture of innovation in responding to the challenges of the Industrial Revolution 4.0 era. These findings provide theoretical contributions to the development of business strategies in the creative sector as well as practical implications for industry players to formulate sustainable innovation policies.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran inovasi strategis dalam mendorong *keunggulan* bersaing pada industri kreatif digital di era Revolusi Industri 4.0. Perkembangan teknologi yang pesat telah mengubah lanskap persaingan, menuntut pelaku industri untuk mampu beradaptasi melalui strategi inovatif yang tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada proses, model bisnis, dan pengalaman pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus pada beberapa pelaku industri kreatif digital di Indonesia. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis secara tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi strategis yang mencakup pemanfaatan teknologi digital, kolaborasi lintas sektor, serta pendekatan berbasis data dan kreativitas mampu meningkatkan daya saing dan mempertahankan relevansi bisnis di tengah disrupsi. Penelitian ini menegaskan pentingnya kemampuan adaptif dan budaya inovasi dalam menjawab tantangan era Industri 4.0. Temuan ini memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan strategi bisnis di sektor kreatif serta implikasi praktis bagi para pelaku industri untuk merumuskan kebijakan inovasi yang berkelanjutan.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Revolusi Industri 4.0 telah mengubah lanskap bisnis global secara drastis. Integrasi teknologi digital seperti kecerdasan buatan (AI), Internet of Things (IoT), big data, dan otomatisasi tidak hanya mempengaruhi sektor industri manufaktur, tetapi juga berdampak signifikan pada sektor industri kreatif digital. Di era ini, daya saing tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk atau harga tetapi juga oleh kemampuan berinovasi dan adaptasi terhadap perubahan teknologi yang sangat cepat.

Industri kreatif digital, sebagai salah satu sub-sektor unggulan ekonomi kreatif, memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Menurut data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), pada tahun 2022, ekonomi kreatif menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp1.280 triliun dan menyerap lebih dari 23 juta tenaga kerja, dengan subsektor digital seperti aplikasi, game, konten video, dan desain grafis menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan.

Sesuai dengan penelitian oleh Marlinah¹, menyatakan bahwa strategi untuk memperkuat ketahanan ekonomi adalah dengan mendorong perputaran ekonomi melalui sektor ekonomi kreatif yaitu konsep ekonomi modern yang mengandalkan pemanfaatan informasi dan kreativitas dalam menciptakan serta mengembangkan ide-ide inovatif guna mendukung pertumbuhan ekonomi.

Namun, tantangan yang dihadapi pelaku industri kreatif digital tidaklah ringan. Persaingan yang semakin kompetitif, disrupsi teknologi, serta tuntutan konsumen yang terus berubah menuntut strategi yang lebih adaptif dan inovatif. Banyak pelaku usaha belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara *optimal* untuk membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal inilah yang menjadikan inovasi strategis baik dalam model bisnis, proses produksi, distribusi konten hingga pengelolaan merek sebagai kebutuhan mendesak.²

Namun dalam praktiknya terdapat beberapa kendala yang masih menjadi hambatan para pelaku ekonomi *kreatif* dalam memenuhi tantangan era industri 4.0 diantaranya masih banyak pelaku usaha kreatif masih memiliki tingkat literasi digital yang rendah dan peraturan yang ada sering kali belum mampu mengikuti perkembangan teknologi dan model bisnis baru.³

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis bagaimana inovasi strategis *diterapkan* dalam industri kreatif digital dan bagaimana inovasi tersebut mampu meningkatkan keunggulan bersaing di tengah tekanan Revolusi Industri 4.0. Dengan pendekatan ini diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor penentu keberhasilan bisnis kreatif digital di era digitalisasi, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pelaku usaha dan pembuat kebijakan.

B. LANDASAN TEORI

1. Teori Inovasi (Innovation Theory)

Inovasi merupakan kekuatan utama dalam pertumbuhan ekonomi dan perubahan

¹ Lili Marlinah, "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif," *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 17, no. 2 (2017): 258–265.

² Anna Triwijayati et al., "Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital," *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 03 (2023): 306–314.

³ Ashif Jauhar Winarto, Achmad Fageh, and Muhammad Hamdan Ali Masduqie, "Peran Cash Waqf Linked Sukuk (CWLS) Dalam Optimalisasi Pemulihan Ekonomi Nasional Di Masa Pandemi," *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2021): 152–161.

industri. Inovasi mencakup pengembangan produk baru, proses produksi baru, pasar baru, sumber daya baru, dan bentuk organisasi baru. Dalam konteks industri kreatif digital, inovasi tidak hanya berupa teknologi, tetapi juga meliputi inovasi model bisnis dan inovasi pengalaman pengguna (UX).

Inovasi juga menjadi salah satu faktor peningkatan perkembangan usaha. Inovasi diperlukan dalam menciptakan ide-ide baru yang dibutuhkan dalam mempertahankan roda usaha. Penciptaan inovasi dapat berupa inovasi terhadap produk, proses, pasar serta inovasi organisasi.⁴

2. Teori Keunggulan Bersaing (*Competitive Advantage*)

Menurut Michael E. Porter (1985) yang dikutip dari (Ramos & De Barros, 2023) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing dapat dicapai melalui *differentiation* (pembedaan) dan *cost leadership* (kepemimpinan biaya). Di era digital, strategi diferensiasi melalui inovasi kreatif dan teknologi merupakan kunci mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasar yang cepat berubah.

Strategi inovatif tidak hanya menjadi kebutuhan, tetapi juga kunci utama untuk memenangkan persaingan bisnis di era digital yang penuh dengan dinamika dan ketidakpastian.⁵

3. Teori Industri Kreatif

Menurut UNCTAD (2010) dinyatakan bahwa industri kreatif menggabungkan kreativitas, teknologi, dan nilai ekonomi, serta bergantung pada ide, pengetahuan, dan kekayaan intelektual. Industri ini ditandai oleh kolaborasi, fleksibilitas, dan pemanfaatan teknologi digital sebagai sarana produksi, distribusi, dan promosi.⁶

4. Konsep Revolusi Industri 4.0

Revolusi Industri 4.0 ditandai dengan integrasi cyber-physical systems, Internet of Things (IoT), big data, dan kecerdasan buatan (AI) dalam proses produksi dan layanan. Dalam konteks ini, inovasi strategis berarti pemanfaatan teknologi-teknologi tersebut untuk menciptakan nilai tambah dan mempercepat proses adaptasi industri kreatif terhadap kebutuhan pasar global.⁷

5. *Dynamic Capabilities Theory* (Teece, Pisano, & Shuen, 1997)

Menurut Pisano (1997) yang dikutip dari West⁸ bahwa *Dynamic Capabilities Theory* menekankan pentingnya kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan, membangun, dan mengonfigurasi ulang kompetensi internal dan eksternal dalam merespons perubahan lingkungan yang cepat. Teori ini sangat relevan dengan industri kreatif digital yang menghadapi tekanan disrupsi dan perubahan pasar secara konstan.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tujuan untuk memperoleh

⁴ Syukri Hadi and Astri Ayu Purwati, "Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Social And Innovation Capital On Msme Business Performance," *Journal of Economic, Business and Accounting* 4, no. 1 (2020): 255–262.

⁵ Aditya Restu Hapriyanto, "Strategi Inovatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Digital," *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science* 1, no. 6 (2024): 108–117.

⁶ Jérôme Couvat and Delphine Gambaiani, "Evaluation of the Technical Solutions and Management Measures Implemented at the International Level to Reduce the Risks of Collisions between Ships and Large Cetaceans," *Souffleurs d'Ecume* 106 (2013).

⁷ Yeni Nuraeni, "Analisis Terhadap Undang-Undang Ketenagakerjaan Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0," *Jurnal Ketenagakerjaan* 15, no. 1 (2020): 1–12.

⁸ Joel West, "Does Appropriability Enable or Retard Open Innovation," *Open innovation: Researching a new paradigm* (2006): 109–133.

pemahaman mendalam,⁹ mengenai penerapan inovasi strategis dalam industri kreatif digital dan bagaimana hal tersebut berkontribusi terhadap peningkatan keunggulan bersaing di era Revolusi Industri 4.0. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengungkap fenomena kompleks dan kontekstual yang melibatkan persepsi, strategi, serta dinamika organisasi dalam menghadapi perubahan teknologi.

Metode yang digunakan adalah studi kasus. Penelitian dilakukan terhadap beberapa pelaku industri kreatif digital, seperti startup berbasis konten digital, pengembang aplikasi, studio desain, serta agensi kreatif yang telah menerapkan strategi inovatif dalam pengembangan bisnisnya. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi,¹⁰ untuk menggali informasi terkait bentuk-bentuk inovasi strategis yang diimplementasikan, faktor pendukung dan penghambat, serta dampaknya terhadap daya saing perusahaan.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis tematik. Analisis dilakukan melalui proses reduksi data, kategorisasi tema, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.¹¹ Validitas data diperkuat melalui triangulasi sumber dan metode, yaitu dengan membandingkan data dari berbagai narasumber dan teknik pengumpulan data yang berbeda untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.¹²

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dapat diperoleh melalui wawancara, kuisioner, dan lain-lain.¹³ Kemudian untuk Sumber data sekunder adalah sumber data yang bersumber dari catatan yang berasal dari pihak ketiga maupun sumber lainnya, melalui pengadaan studi kepustakaan dengan mempelajari buku- buku yang memiliki hubungan terkait dengan penelitian.¹⁴

Dengan menggunakan pendekatan ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang komprehensif mengenai praktik inovasi strategis di industri kreatif digital Indonesia, sekaligus menghasilkan rekomendasi yang aplikatif bagi pelaku usaha, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya dalam membangun daya saing industri nasional di era digital.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Inovasi Ekonomi Kreatif di Era Revolusi Industri 4.0

Era Revolusi Industri 4.0 telah membawa perubahan paradigma dalam hampir seluruh sektor ekonomi, termasuk sektor ekonomi kreatif. Perkembangan teknologi digital seperti Internet of Things (IoT), kecerdasan buatan (AI), big data, hingga blockchain telah mengubah cara pelaku ekonomi kreatif memproduksi, mendistribusikan, dan memasarkan karya atau

⁹ Nanang Qosim, Ansori Ansori, and Muhammad Hamdan Ali Masduqie, "Gotong Royong Economy: Strengthening Islamic Values Through Local Traditions," in *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, vol. 8, 2024, 105–117.

¹⁰ Muhammad Hamdan Ali Masduqie, Syarifudin, and Ana Toni Roby Yudha, "GREEN ECONOMY OF WASTE BANK IN THE PERSPECTIVE OF MAQASHID SHARIA IN SURABAYA GREEN ECONOMY MELALUI BANK SAMPAH DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH DI KOTA SURABAYA," *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 5 (2021): 593–606.

¹¹ Muhammad Hamdan, Ali Masduqie, and Sirajul Arifin, "Socio-Economic Construction : Inorganic Waste Valuation Through the Indonesian Waqf Board (BWI) on Cash Waqf Development" (2025): 526–538.

¹² Muhammad Hamdan Ali Masduqie, Istiqom Shinta Hardiyanti, and Afri Suhairi Panjaitan, "Manajemen Risiko Asuransi Syariah: Dasar Hukum, Tahapan Dan Urgensinya," *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 9, no. 1 (2023): 22–38.

¹³ Muhammad Hamdan Ali Masduqie, "Analisis Nilai Maqashid Syariah Pada Bank Sampah Dalam Mewujudkan Green Economy Di Kota Surabaya (Studi Kasus Pada Bank Sampah Induk Surabaya)" (UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020).

¹⁴ Muhammad Hamdan, Ali Masduqie, and Ridwan Chesae, "Application of Mudharabah Agreement Regulation through the Compilation of Sharia Economic Law (KHES) in Islamic Banking in Indonesia" 1, no. 2 (2024): 30–38.

produk mereka. Oleh karena itu, strategi inovasi menjadi elemen kunci dalam menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing sektor ini di tengah disrupsi global.

Salah satu strategi inovasi yang banyak diadopsi oleh pelaku ekonomi kreatif adalah digitalisasi proses bisnis. Pelaku usaha mulai memanfaatkan platform digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui e-commerce, media sosial, dan aplikasi berbasis teknologi. Strategi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi distribusi, tetapi juga memungkinkan personalisasi layanan kepada konsumen melalui pemanfaatan data dan analitik digital.

Selanjutnya, inovasi juga tampak dalam bentuk kolaborasi lintas sektor. Banyak pelaku ekonomi kreatif menggandeng sektor teknologi, pendidikan, dan pemerintahan untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih bernilai tambah. Kolaborasi ini mempercepat adopsi teknologi baru serta memperkuat ekosistem inovatif yang saling terhubung.

Selain itu, terdapat upaya mengembangkan model bisnis baru berbasis platform digital, seperti content monetization, NFT (non-fungible token), atau subscription-based services. Strategi ini menunjukkan kemampuan adaptasi pelaku ekonomi kreatif terhadap tren global, sekaligus menciptakan diferensiasi dalam persaingan pasar.

Hotho and Champion (2010) dan Lu and Mu (2011) menggambarkan bahwa industri kreatif digital harus menjawab tantangan dari pelanggan melalui inovasi, yang dilakukan dengan tiga pendekatan yaitu eksplorasi, eksploitasi, dan *learning*. Eksplorasi adalah kemungkinan produk baru dikembangkan dan dipromosikan sehingga produk tersebut sukses dipasarkan / eksploitasi (sukses secara ekonomi). Eksplorasi dan eksploitasi dilakukan melalui proses *learning*.¹⁵

Keberhasilan strategi inovasi juga sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor pendukung seperti kualitas sumber daya manusia (SDM), ketersediaan infrastruktur digital, serta regulasi yang mendukung. Rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses terhadap teknologi masih menjadi kendala signifikan, khususnya bagi pelaku usaha mikro dan kecil. Oleh karena itu, strategi inovasi perlu diimbangi dengan kebijakan pemerintah yang mendorong peningkatan kapasitas SDM, insentif riset dan pengembangan, serta kemudahan akses terhadap teknologi dan pembiayaan.

Strategi inovasi dalam ekonomi kreatif di era Revolusi Industri 4.0 bukan hanya sebatas adopsi teknologi, melainkan juga mencakup transformasi cara berpikir, berkolaborasi, dan menciptakan nilai ekonomi baru yang berbasis pengetahuan dan kreativitas. Inovasi yang bersifat inklusif, adaptif, dan berkelanjutan menjadi kunci utama untuk memperkuat posisi ekonomi kreatif sebagai tulang punggung pertumbuhan ekonomi nasional di masa depan.¹⁶

Hal ini sesuai dengan penelitian Pangandaheng¹⁷ yang menyatakan bahwa strategi untuk sektor pemerintah memerlukan komitmen seluruh pemangku kepentingan dan peran kepemimpinan. Strategi umum yang dapat dilakukan adalah penciptaan nilai – nilai publik dalam transformasi digital (ekonomi, administrasi, kemasyarakatan dan demokrasi) serta perlunya pengembangan pengetahuan tentang pengelolaan proyek transformasi digital dalam konteks pemerintahan.

Peningkatan Daya Saing Industri Kreatif Digital di Era 4.0 berbasis Inkubator Bisnis bagi Start Up Digital

Peningkatan Daya Saing Industri Kreatif Digital di Era 4.0 merupakan aspek krusial,

¹⁵ Ling Lu, Feng and Mu, LingLu, Feng and Mu, “Learning by Innovating: Lessons from China’s Digital Video Player Industry,” 2011).

¹⁶ Muhammad Hamdan Ali Masduqie and Tulus Budi Santoso, “Manfaat Dan Tantangan Regulasi Penyelenggaraan Financial Technology (Fintech) Di Indonesia,” *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 2, no. 2 (2023): 161–177.

¹⁷ Fony Pangandaheng et al., “Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah,” *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 2 (2022).

antara lain pengembangan sumber daya manusia yang melek teknologi, digitalisasi proses produksi dan distribusi, serta penguatan ekosistem inovasi melalui kolaborasi antara pelaku industri, pemerintah, akademisi, dan masyarakat. Industri kreatif digital yang unggul di era ini adalah yang mampu mengintegrasikan kreativitas dengan teknologi untuk menghasilkan nilai tambah ekonomi yang tinggi serta memperluas jangkauan pasar secara global.

Selain itu, peningkatan daya saing juga erat kaitannya dengan dukungan infrastruktur digital, kemudahan regulasi, dan akses terhadap inkubator bisnis atau pendanaan. Tanpa dukungan tersebut, pelaku industri kreatif—terutama start-up digital akan kesulitan berkembang dalam ekosistem digital yang kompetitif. Start-up digital sebagai pelaku utama industri kreatif dituntut tidak hanya mampu menghasilkan inovasi, tetapi juga mengelola pertumbuhan usaha secara strategis agar mampu bertahan dan bersaing secara berkelanjutan.

Salah satu strategi yang terbukti efektif dalam meningkatkan daya saing start-up digital adalah pengembangan inkubator bisnis. Inkubator bisnis berfungsi sebagai wadah pembinaan, pengembangan, dan akselerasi usaha rintisan yang menyediakan dukungan dalam bentuk mentoring, pelatihan, akses jaringan bisnis, fasilitas teknologi, hingga akses ke sumber pendanaan.¹⁸ Keberadaan inkubator memungkinkan start-up untuk meminimalkan risiko kegagalan pada tahap awal serta mempercepat proses komersialisasi inovasi produk dan jasa.

Inkubasi Bisnis merupakan tuntutan dari the new economy global, yang terjadi karena adanya perubahan yang cepat dan signifikan di bidang teknologi, telekomunikasi, dan digitalisasi; adanya deregulasi dan globalisasi.¹⁹

Inkubator bisnis juga berperan penting dalam membantu start-up mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan dan adaptif. Melalui proses inkubasi, pelaku usaha dapat memperbaiki ide usaha, memahami kebutuhan pasar secara lebih akurat, dan memperoleh strategi pemasaran yang efektif. Selain itu, inkubator kerap menjadi jembatan penghubung antara start-up dan ekosistem digital yang lebih luas, termasuk investor, akademisi, lembaga pemerintah, dan mitra industri lainnya.

Beberapa riset menunjukkan bahwa start-up yang mengikuti program inkubasi memiliki tingkat keberhasilan bisnis yang lebih tinggi dibandingkan dengan start-up yang tumbuh secara independen. Hal ini terjadi karena inkubator tidak hanya memberikan fasilitas fisik dan teknis, tetapi juga memfasilitasi pembentukan pola pikir kewirausahaan digital (digital entrepreneurship mindset) yang sangat penting dalam menghadapi dinamika industri 4.0.²⁰

Namun, keberhasilan strategi ini sangat tergantung pada kualitas manajemen inkubator itu sendiri. Inkubator yang efektif harus memiliki kurikulum pengembangan bisnis yang terstruktur, mentor yang kompeten di bidang industri digital, serta kemitraan strategis dengan sektor swasta dan pemerintah. Selain itu, dukungan kebijakan dari negara juga sangat dibutuhkan, seperti insentif pajak bagi investor start-up, kemudahan regulasi usaha digital, serta integrasi inkubator dengan sistem pendidikan tinggi untuk memperkuat ekosistem inovasi.

Inkubator bisnis bukan hanya alat akselerasi usaha, tetapi juga instrumen penting dalam membangun daya saing industri kreatif digital secara nasional. Di tengah disrupsi yang

¹⁸ Ansori Ansori et al., "Implementasi Akad Ba'I Al-Istishna Untuk Pemesanan Parsel Hari Raya Di Koperasi As Sakinah Sidoarjo," *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman* 4, no. 1 (2021): 62–85.

¹⁹ Orchidamoty Orchidamoty, Hesya Nungki Nabila, and Muhammad Firmansyah, "PROSES INKUBASI START-UP DI BADAN RISET INOVASI DAERAH (BRIDA) PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT," *Distribusi-Journal of Management and Business* 11, no. 1 (2023): 67–80.

²⁰ Andy Saputra, "Peran Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal Di Indonesia," *CALYPTRA* 4, no. 1 (2015): 1–24.

ditimbulkan oleh Revolusi Industri 4.0, keberadaan inkubator bisnis yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis kebutuhan pasar akan menjadi fondasi strategis dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi digital yang tangguh dan inovatif.

Inkubator bisnis yang adaptif, kolaboratif, dan berbasis kebutuhan pasar merupakan pilar strategis yang sangat krusial dalam memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi digital yang tangguh dan inovatif. Adaptif berarti inkubator mampu merespons perubahan teknologi, tren global, serta dinamika pasar dengan cepat dan tepat.²¹ Hal ini memungkinkan start-up dan UMKM digital yang dibina untuk terus relevan, kompetitif, dan berkelanjutan di tengah disrupsi yang semakin cepat.

Sifat kolaboratif menunjukkan keterbukaan inkubator untuk membangun jejaring yang luas—baik dengan pemerintah, pelaku industri, investor, perguruan tinggi, maupun mitra internasional. Kolaborasi ini memperkuat ekosistem inovasi yang saling menopang, mempercepat transfer pengetahuan dan teknologi, serta memperbesar peluang penetrasi pasar.²²

Pendekatan berbasis kebutuhan pasar menjamin bahwa ide-ide bisnis yang dikembangkan tidak hanya kreatif, tetapi juga solutif dan memiliki nilai ekonomi yang nyata. Inkubator yang memahami kebutuhan pasar mampu memfasilitasi pengembangan produk dan layanan yang sesuai dengan preferensi konsumen, sekaligus membuka ruang untuk ekspansi dan skalabilitas usaha.

Dengan kombinasi ketiga karakteristik ini, inkubator bisnis berperan sebagai katalisator transformasi digital yang menjembatani potensi lokal dengan tantangan global. Kombinasi tersebut bukan hanya tempat pembinaan teknis, melainkan arena strategis penciptaan inovasi yang berdampak luas.²³ Dalam konteks ini, kehadiran inkubator yang kuat akan mempercepat lahirnya wirausaha digital berkualitas, mendorong kemandirian ekonomi, dan menjadikan Indonesia sebagai poros utama dalam ekonomi digital kawasan baik di tingkat regional maupun global.

E. KESIMPULAN

Peningkatan daya saing industri kreatif digital di era Revolusi Industri 4.0 menuntut strategi inovatif yang terintegrasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar global. Inovasi tidak hanya dimaknai sebagai penciptaan produk baru, tetapi juga sebagai transformasi dalam model bisnis, strategi pemasaran, serta pemanfaatan teknologi digital seperti kecerdasan buatan, Internet of Things (IoT), dan platform daring untuk memperluas jangkauan pasar.

Salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam memperkuat daya saing adalah penerapan inkubator bisnis bagi start-up digital. Inkubator berperan penting dalam membina, mempercepat, dan mendampingi pertumbuhan usaha rintisan melalui fasilitas pelatihan, mentoring, akses pendanaan, dan jaringan kolaboratif. Melalui dukungan ekosistem inkubasi yang baik, start-up digital mampu meningkatkan kemampuan adaptif, inovatif, dan resilien dalam menghadapi tantangan era digital.

Kombinasi antara strategi inovasi dan penguatan inkubator bisnis menjadi kunci utama

²¹ M Asif Nur Fauzi, "IMPLEMENTASI DESA MASLAHAT SEBAGAI ALTERNATIF MEMBANGUN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT PASURUAN," *Journal of Civics and Moral Studies* 8, no. 1 (2023): 21–25.

²² Lailatus Sa'ida, Nikmatul Izzah, and M Asif nur Fauzi, "Membangun Karakter Enterpreneurship Santri Melalui Pengembangan Potensi Pondok Pesantren Assholah Kajeron," *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 1 (2022): 109–122.

²³ Siti Aisyah, Mustafa Kamal Rokan, and Fernanda Putri, "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Transformasi Digital UMKM Kota Dumai SKR Dan Syaui (Studi Perbandingan)," *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 7, no. 2 (2023): 229–240.

dalam membangun industri kreatif digital yang berdaya saing tinggi. Untuk menjamin keberlanjutan, dibutuhkan sinergi antara pelaku industri, akademisi, pemerintah, dan investor dalam membangun ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan di tengah transformasi industri 4.0.

F. DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Siti, Mustafa Kamal Rokan, and Fernanda Putri. "Analisa Faktor Yang Mempengaruhi Penerapan Transformasi Digital UMKM Kota Dumai SKR Dan Syauqi (Studi Perbandingan)." *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi* 7, no. 2 (2023): 229–240.
- Ansori, Ansori, Moch Kalam Mollah, Sumarwati Sumarwati, and Zaini Tamin AR. "Implementasi Akad Ba'I Al-Istishna Untuk Pemesanan Parsel Hari Raya Di Koperasi As Sakinah Sidoarjo." *Mukammil: Jurnal Kajian Keislaman* 4, no. 1 (2021): 62–85.
- Couvat, Jérôme, and Delphine Gambaiani. "Evaluation of the Technical Solutions and Management Measures Implemented at the International Level to Reduce the Risks of Collisions between Ships and Large Cetaceans." *Souffleurs d'Ecume* 106 (2013).
- Fauzi, M Asif Nur. "IMPLEMENTASI DESA MASLAHAT SEBAGAI ALTERNATIF MEMBANGUN SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT PASURUAN." *Journal of Civics and Moral Studies* 8, no. 1 (2023): 21–25.
- Hadi, Syukri, and Astri Ayu Purwati. "Modal Sosial Dan Inovasi Terhadap Kinerja Bisnis Umkm Social And Innovation Capital On Msme Business Performance." *Journal of Economic, Business and Accounting* 4, no. 1 (2020): 255–262.
- Hamdan, Muhammad, Ali Masduqie, and Sirajul Arifin. "Socio-Economic Construction : Inorganic Waste Valuation Through the Indonesian Waqf Board (BWI) on Cash Waqf Development" (2025): 526–538.
- Hamdan, Muhammad, Ali Masduqie, and Ridwan Chesae. "Application of Mudharabah Agreement Regulation through the Compilation of Sharia Economic Law (KHES) in Islamic Banking in Indonesia" 1, no. 2 (2024): 30–38.
- Hapriyanto, Aditya Restu. "Strategi Inovatif Dalam Meningkatkan Daya Saing Bisnis Di Era Digital." *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science* 1, no. 6 (2024): 108–117.
- Lu, Feng and Mu, LingLu, Feng and Mu, Ling. "Learning by Innovating: Lessons from China's Digital Video Player Industry" (2011).
- Marlinah, Lili. "Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif." *Cakrawala-Jurnal Humaniora* 17, no. 2 (2017): 258–265.
- Masduqie, Muhammad Hamdan Ali. "Analisis Nilai Maqashid Syariah Pada Bank Sampah Dalam Mewujudkan Green Economy Di Kota Surabaya (Studi Kasus Pada Bank Sampah Induk Surabaya)." UIN Sunan Ampel Surabaya, 2020.
- Masduqie, Muhammad Hamdan Ali, Istiqom Shinta Hardiyanti, and Afri Suhairi Panjaitan. "Manajemen Risiko Asuransi Syariah: Dasar Hukum, Tahapan Dan Urgensinya." *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi* 9, no. 1 (2023): 22–38.
- Masduqie, Muhammad Hamdan Ali, and Tulus Budi Santoso. "Manfaat Dan Tantangan Regulasi Penyelenggaraan Financial Technology (Fintech) Di Indonesia." *JIESP Journal of Islamic Economics Studies and Practices* 2, no. 2 (2023): 161–177.
- Masduqie, Muhammad Hamdan Ali, Syarifudin, and Ana Toni Roby Yudha. "GREEN ECONOMY OF WASTE BANK IN THE PERSPECTIVE OF MAQASHID SHARIA IN SURABAYA GREEN ECONOMY MELALUI BANK SAMPAH DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH DI KOTA SURABAYA." *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan* 8, no. 5 (2021): 593–606.

- Nuraeni, Yeni. "Analisis Terhadap Undang-Undang Ketenagakerjaan Indonesia Dalam Menghadapi Tantangan Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Ketenagakerjaan* 15, no. 1 (2020): 1–12.
- Orchidamoty, Orchidamoty, Hesya Nungki Nabila, and Muhammad Firmansyah. "PROSES INKUBASI START-UP DI BADAN RISET INOVASI DAERAH (BRIDA) PROVINSI NUSA TENGGARA BARAT." *Distribusi-Journal of Management and Business* 11, no. 1 (2023): 67–80.
- Pangandaheng, Fony, Joubert Baren Maramis, David Paul Elia Saerang, Lucky Otto Herman Dotulong, and Djurwati Soepeno. "Transformasi Digital: Sebuah Tinjauan Literatur Pada Sektor Bisnis Dan Pemerintah." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10, no. 2 (2022).
- Qosim, Nanang, Ansori Ansori, and Muhammad Hamdan Ali Masduqie. "Gotong Royong Economy: Strengthening Islamic Values Through Local Traditions." In *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, 8:105–117, 2024.
- Sa'ida, Lailatus, Nikmatul Izzah, and M Asif nur Fauzi. "Membangun Karakter Enterpreneurship Santri Melalui Pengembangan Potensi Pondok Pesantren Assholah Kajeron." *Al Qodiri: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Keagamaan* 20, no. 1 (2022): 109–122.
- Saputra, Andy. "Peran Inkubator Bisnis Dalam Mengembangkan Digital Startup Lokal Di Indonesia." *CALYPTRA* 4, no. 1 (2015): 1–24.
- Triwijayati, Anna, Yohanes Paulus Luciany, Yulia Novita, Nika Sintesa, and Achmad Zahrudin. "Strategi Inovasi Bisnis Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Pertumbuhan Organisasi Di Era Digital." *Jurnal Bisnis Dan Manajemen West Science* 2, no. 03 (2023): 306–314.
- West, Joel. "Does Appropriability Enable or Retard Open Innovation." *Open innovation: Researching a new paradigm* (2006): 109–133.
- Winarto, Ashif Jauhar, Achmad Fageh, and Muhammad Hamdan Ali Masduqie. "Peran Cash Waqfh Linked Sukuk (CWLS) Dalam Optimalisasi Pemulihan Ekonomi Nasional Di Masa Pandemi." *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 8, no. 2 (2021): 152–161.