



## Konsep dan Implementasi Manajemen Strategis di Industri Kreatif: Tinjauan Sistematis Literatur Reviews

Conita Afriani<sup>1</sup>, Helmas Septiyo Hadi<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Salakanagara

<sup>2</sup>Universitas Muhammadiyah A.R. Fachruddin

Email: conita.afriani@unsaka.ac.id

### ABSTRAK

Industri kreatif telah menjadi sektor strategis dalam perekonomian global dan lokal, ditopang oleh ide, inovasi, dan kreativitas sebagai sumber daya utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara sistematis implementasi manajemen strategis dalam industri kreatif, dengan menelaah tren penelitian utama, kesenjangan pengetahuan, dan implikasi praktisnya. Pendekatan yang digunakan adalah *systematic literature review* dengan mengacu pada protokol PRISMA, mencakup proses identifikasi, penyaringan, dan evaluasi terhadap 420 artikel dari berbagai basis data ilmiah. Hasil akhir seleksi menunjukkan 10 studi utama yang relevan dan berkualitas tinggi. Temuan penelitian menyoroti pentingnya *Strategic Human Resource Management* (SHRM), perencanaan strategis berbasis visi dan SWOT, adaptasi terhadap disrupsi digital, serta model evaluasi kinerja yang fleksibel. Implementasi strategi manajemen yang adaptif, proaktif, dan kolaboratif menjadi kunci bagi perusahaan kreatif untuk tetap kompetitif di tengah dinamika teknologi dan perubahan pasar. Selain itu, kolaborasi antara sektor publik, swasta, dan akademik sangat dibutuhkan guna menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan berkelanjutan industri kreatif. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dan praktis dengan menawarkan kerangka konseptual yang dapat menjadi acuan dalam pengembangan kebijakan dan strategi bisnis di sektor kreatif yang terus berkembang.

**Kata Kunci:** industri kreatif, manajemen strategis, SHRM, perencanaan strategis, evaluasi kinerja, transformasi

### ABSTRACT

The creative industry has become a strategic sector in the global and local economy, supported by ideas, innovation, and creativity as its main resources. This study aims to systematically examine the implementation of strategic management in the creative industry by reviewing major research trends, knowledge gaps, and practical implications. The approach used is a systematic literature review based on the PRISMA protocol, covering the process of identifying, screening, and evaluating 420 articles from various scientific databases. The final selection resulted in 10 relevant and high-quality studies. The findings highlight the importance of Strategic Human Resource Management (SHRM), vision-based strategic planning and SWOT analysis, adaptation to digital disruption, and flexible performance evaluation models. The implementation of adaptive, proactive, and collaborative management strategies is key for creative companies to remain competitive amid technological dynamics and market changes. In addition, collaboration between the public, private, and academic sectors is needed to create an ecosystem that supports the sustainable growth of the creative industry. This study provides theoretical and practical contributions by offering a conceptual framework that can be used as a reference in the development of policies and business strategies in the growing creative sector.

**Keywords:** creative industry, strategic management, SHRM, strategic planning, performance evaluation, transformation

### Pendahuluan

Industri kreatif, sebagai sebuah sektor ekonomi yang dinamis dan inovatif, memegang peranan krusial dalam pertumbuhan ekonomi global dan perkembangan sosial budaya (Sumartono et al., 2024). Industri ini bertumpu pada ide, pengetahuan, dan kreativitas sebagai sumber daya utama, berbeda dengan industri tradisional yang lebih mengandalkan sumber daya alam atau tenaga

kerja fisik (Sugiono, 2020). Manajemen strategis dalam konteks industri kreatif menjadi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan, daya saing, dan kemampuan beradaptasi terhadap perubahan pasar yang cepat (Putri et al., 2021).

Manajemen strategis melibatkan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang (Agusnawati et al., 2024). Tinjauan sistematis literatur ini bertujuan untuk menganalisis secara komprehensif konsep dan implementasi manajemen strategis dalam industri kreatif, mengidentifikasi tren penelitian utama, kesenjangan pengetahuan, dan implikasi praktis bagi para pelaku industri dan pembuat kebijakan. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana organisasi kreatif dapat mengelola sumber daya mereka secara efektif, menghadapi tantangan persaingan, dan memanfaatkan peluang pertumbuhan di era digital.

Strategi pemerintah dalam mewujudkan kota kreatif memerlukan persiapan yang matang dan proses yang panjang, terutama dalam menjadikan budaya sebagai unsur strategis (Yuniar et al., 2022). Kreativitas menjadi modal utama dalam menghadapi tantangan global abad ke-21, di mana perkembangan teknologi digital semakin kompetitif (Aulia et al., 2022). Implementasi Sustainable Development Goals di Indonesia dapat dilakukan oleh pemerintah kota dan masyarakat sipil dengan menggunakan budaya batik sebagai kerangka kota kreatif UNESCO (Yuniar et al., 2022). Transformasi digital dalam industri kreatif memerlukan kerangka kerja yang komprehensif, berbasis teori, dan terukur secara empiris, yang mencakup aspek teknis, digitalisasi objek, standardisasi data, dan dukungan regulasi (Nugraha et al., 2014).

Industri kreatif di Indonesia memiliki potensi besar karena banyaknya individu kreatif yang mampu menghasilkan produk industri yang khas dan dapat diandalkan (Eliyawati et al., 2020). Industri kreatif adalah industri yang didasari oleh keterampilan, kreativitas dan bakat sehingga dapat menciptakan kesejahteraan (Suliyati, 2020). Peningkatan daya saing yang komprehensif memerlukan penguatan teknologi, infrastruktur, sistem, penguasaan pengetahuan, jaringan, dan kolaborasi, yang kuncinya terletak pada kualitas sumber daya manusia (Taufiq et al., 2021).

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal dapat menjadi strategi efektif dalam menghadapi pasar mode, di mana bentuk kearifan lokal memberikan peluang kreativitas bagi masyarakat yang memunculkan industri kreatif (Azizah & Muhfiatun, 2018). Kesiapan teknis dan dukungan kebijakan yang kuat sangat penting untuk keberhasilan kerangka kerja transformasi digital, termasuk standardisasi data, interoperabilitas sistem, dan regulasi pendukung (Nugraha et al., 2014). Dalam era disrupsi teknologi, industri kreatif menghadapi tantangan dan peluang yang signifikan.

Perkembangan teknologi, terutama di era revolusi industri 4.0, berdampak besar pada pengembangan industri kreatif dan bidang terkait (Samsuri et al., 2021). Peluang dalam era digital memungkinkan industri kreatif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan berinteraksi dengan konsumen secara lebih personal. Tantangan yang muncul meliputi persaingan yang semakin ketat, perubahan preferensi konsumen yang cepat, dan kebutuhan untuk terus berinovasi agar tetap relevan. Peran pemimpin politik sangat penting dalam mendukung transformasi digital dalam pelayanan publik dan investasi dalam pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia di sektor publik agar pegawai pemerintah memiliki keterampilan yang diperlukan untuk mengadaptasi teknologi baru (Zen et al., 2025).

Industri kreatif juga dituntut untuk beradaptasi dengan perubahan perilaku konsumen, yang semakin terhubung dan memiliki ekspektasi yang lebih tinggi terhadap pengalaman digital. Hal ini mendorong perusahaan kreatif untuk mengadopsi strategi pemasaran digital yang lebih canggih, memanfaatkan media sosial, dan mengembangkan konten yang relevan dan menarik. Masyarakat, terutama pengusaha, harus jeli dalam melihat peluang positif untuk memberikan solusi bagi kebutuhan pasar saat ini (Wicaksono, 2023). Pengembangan ekonomi kreatif merupakan pilihan yang tepat untuk menjaga ketahanan ekonomi dalam kondisi krisis global saat ini (Romarina, 2016).

Tantangan yang ada adalah bagaimana meningkatkan kemampuan dan kapasitas sumber daya manusia, meningkatkan akses permodalan, dan meningkatkan promosi yang efektif. Pengembangan pendidikan yang mempersiapkan individu untuk menghadapi era digital, regulasi yang bijaksana dalam penggunaan AI, serta kesadaran akan etika dalam teknologi merupakan langkah-langkah penting dalam menjawab tantangan AI bagi manusia di era digitalisasi (Oktavianus et al., 2023). Kreativitas dapat menjadi alat yang ampuh untuk kesuksesan komersial, di mana orisinalitas dan adaptasi menjadi kunci utama (Wiyono, 2020).

Untuk mengoptimalkan potensi industri kreatif, diperlukan inovasi model bisnis yang berkelanjutan dan berorientasi pada penciptaan nilai tambah. Inovasi model bisnis menjadi krusial bagi UKM di industri kreatif untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar (Swasty, 2015). Perusahaan harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan teknologi dan tren pasar, serta mengembangkan strategi yang memungkinkan mereka untuk terus berinovasi dan menciptakan produk atau layanan yang unik dan bernilai bagi pelanggan.

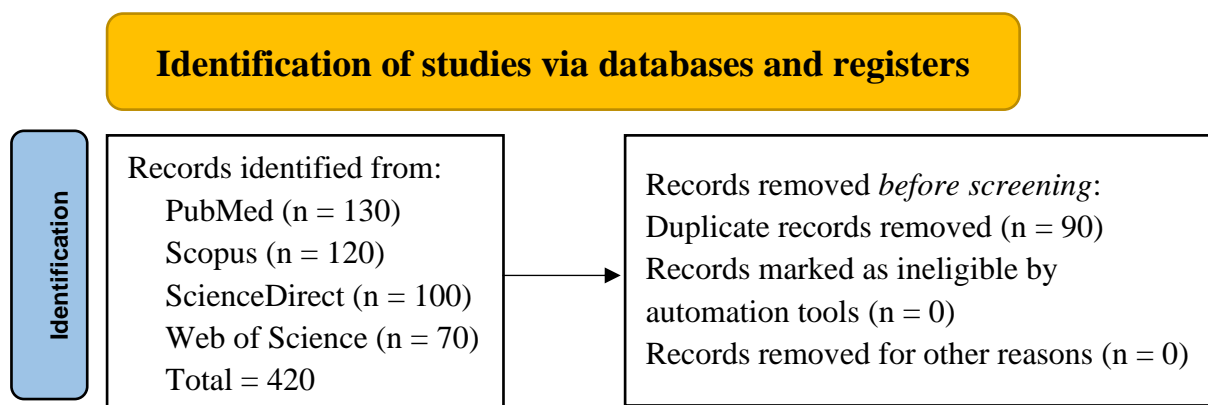
Selain itu, kolaborasi antara pelaku industri, akademisi, dan pemerintah juga penting untuk menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan industri kreatif (Kusworo, 2019; Warsita, 2013). Upaya ini juga melibatkan peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial, sehingga memberikan dampak positif bagi masyarakat secara keseluruhan (Fitrianna, 2023). Sektor industri kreatif memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan melalui peningkatan lapangan kerja, peningkatan ekspor, dan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (Fitrianna, 2023).

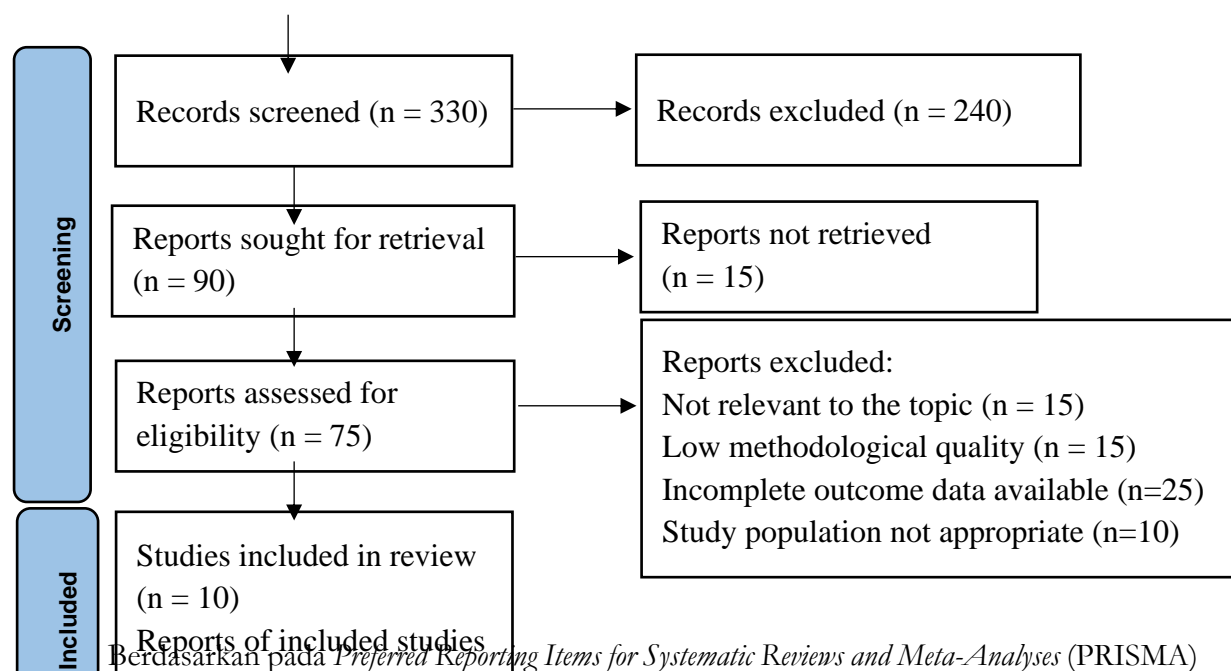
## Metodologi

Metodologi dalam penelitian ini mengacu pada pendekatan **tinjauan pustaka sistematis (systematic literature review)** yang dirancang untuk mengumpulkan, mengevaluasi, dan mensintesis secara kritis literatur ilmiah yang relevan dengan manajemen strategis di sektor industri kreatif. Proses dimulai dengan identifikasi kata kunci utama yang berkaitan, seperti “manajemen strategis,” “industri kreatif,” dan “strategic management in creative industry.” Kata kunci ini digunakan untuk menelusuri berbagai database ilmiah seperti Scopus, ScienceDirect, dan Google Scholar. Tahapan pencarian dilanjutkan dengan penyaringan literatur berdasarkan kriteria inklusi, seperti tahun publikasi (dalam 10 tahun terakhir), relevansi topik, dan ketersediaan teks lengkap.

Setelah artikel yang sesuai dikumpulkan, dilakukan analisis konten secara kualitatif untuk mengidentifikasi pola, tema dominan, dan kesenjangan penelitian yang ada. Evaluasi metodologis juga dilakukan terhadap masing-masing artikel, untuk menilai kejelasan desain penelitian, validitas data, serta potensi bias yang mungkin terjadi. Sintesis temuan dari berbagai sumber ini memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai bagaimana strategi dirancang dan diterapkan di industri kreatif yang dinamis dan sering kali tidak konvensional. Dengan pendekatan ini, penelitian menghasilkan landasan teori dan praktik yang dapat dijadikan referensi dalam pengembangan strategi yang adaptif dan inovatif di sektor industri kreatif.

## Preferred Reporting Items for Systematic reviews and Meta-Analyses (PRISMA) Diagram Flow





Berdasarkan pada *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) Flow di atas, proses identifikasi dan seleksi artikel dilakukan secara sistematis dan bertujuan guna menjamin kualitas serta relevansi studi yang akan diikutsertakan dalam tinjauan sistematis. Pada tahap awal identifikasi, sebanyak 420 artikel berhasil dikumpulkan dari empat basis data utama, yaitu PubMed ( $n = 130$ ), Scopus ( $n = 120$ ), ScienceDirect ( $n = 100$ ), dan Web of Science ( $n = 70$ ). Sebelum masuk ke tahap penyaringan, dilakukan proses eliminasi terhadap artikel duplikat, di mana sebanyak 90 artikel dihapus karena teridentifikasi sebagai duplikat. Tidak terdapat artikel yang dieliminasi oleh alat otomatis maupun alasan lainnya. Dengan demikian, sebanyak 330 artikel tersisa untuk disaring lebih lanjut.

Selanjutnya, pada tahap penyaringan awal berdasarkan judul dan abstrak, 330 artikel diperiksa dan 240 artikel dieliminasi karena tidak sesuai dengan kriteria awal, sehingga 90 artikel diseleksi untuk tahap pencarian teks lengkap. Dari jumlah tersebut, 15 artikel tidak berhasil diakses atau diperoleh teks penuhnya, yang mengakibatkan hanya 75 artikel yang dapat dinilai kelayakannya secara penuh (*full-text assessment*).

Pada proses penilaian kelayakan isi artikel, dilakukan eksklusi terhadap 65 artikel berdasarkan beberapa pertimbangan metodologis dan substansial. Rinciannya, 15 artikel tidak relevan dengan topik, 15 artikel memiliki kualitas metodologi yang rendah, 25 artikel tidak menyajikan data hasil yang lengkap, dan 10 artikel melibatkan populasi yang tidak sesuai dengan kriteria kajian. Proses ini memastikan bahwa hanya studi yang relevan dan berkualitas baik yang dilibatkan dalam analisis sistematis.

Akhirnya, sebanyak 10 studi dinyatakan memenuhi seluruh kriteria dan diikutsertakan dalam tinjauan sistematis. Seluruh studi ini juga dicatat sebagai bagian dari laporan studi yang disertakan (*reports of included studies = 10*). Diagram ini mencerminkan proses seleksi literatur yang ketat dan transparan sesuai dengan pedoman PRISMA, sehingga hasil tinjauan sistematis yang dihasilkan dapat dipercaya dan memiliki nilai ilmiah yang tinggi.

## Hasil Penelitian

No	Judul Artikel	Temuan Utama
1	Strategic Human Resource Management for Sustainability in Creative industries: A Review	Tinjauan menunjukkan bahwa SHRM penting untuk keberlanjutan industri kreatif, dengan fokus pada manajemen bakat, budaya organisasi, keterlibatan

	and Framework Proposal (Irunna Ejibe et al., 2024)	karyawan, dan pengembangan kepemimpinan untuk mendorong inovasi dan kesuksesan jangka panjang.
2	Strategic Planning for Creative Enterprises (Kovalev, 2020)	Visi Strategis penting bagi perusahaan kreatif sebagai panduan yang menyelaraskan aspirasi organisasi dengan upaya bersama pemangku kepentingan. Proses perencanaan strategis melibatkan analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman eksternal untuk mencapai kesuksesan.
3	Strategic Planning in the Management of Cultural and Art Organizations (Молдашева et al., 2024)	Studi di Kazakhstan fokus pada perencanaan strategis di organisasi budaya dan seni, memberikan rekomendasi untuk sistem perencanaan dan manajemen strategis, serta mengidentifikasi kekurangan dalam dokumen strategis yang ada di berbagai tingkat.
4	Strategic Management in Digital Media: The Evolution of Innovative Content Creation (Dr. Amishi Arora et al., 2024)	Studi ini menyimpulkan bahwa perusahaan media digital perlu mengadopsi manajemen strategis yang proaktif, memahami tren dan teknologi, serta mengembangkan metode produksi konten yang inovatif untuk tetap kompetitif dalam ekosistem digital.
5	Strategizing the Music Industry: Trends, Principles and Priorities (Khvorostyanaya & Tevanyan, 2021)	Penelitian ini mengidentifikasi fitur unik merek industri musik, mengembangkan strategi efektif, dan menekankan pentingnya memahami tren global untuk perencanaan strategis serta pengembangan sistem komunikasi strategis untuk peningkatan kehadiran pasar.
6	Strategic Performance Management and Creative Industry (Kourtit et al., 2009)	Makalah ini menekankan pentingnya kerangka evaluasi kinerja kompetitif perusahaan kreatif, mengidentifikasi Faktor Sukses Kritis (CSF) dan fleksibilitas untuk mempertahankan daya saing, serta mendukung kinerja tinggi yang berkelanjutan dalam lingkungan dinamis.
7	Strategies for Creative Industries: an International Review (Foord, 2009)	Survei dan studi kasus kota mengungkapkan kontradiksi dalam kebijakan kreatif, menunjukkan perlunya pemahaman lebih dalam tentang peran industri kreatif dalam ekonomi pengetahuan dan menghindari harapan berlebihan serta memperhitungkan hasil beragam dalam strategi kreatif masa depan.
8	Strategic Management in the Media: Theory to Practice, by Lucy Küng (Jung, 2009)	Menghubungkan teori akademik dan praktik manajemen media, menekankan pentingnya strategi dalam menghadapi persaingan dan perubahan industri media. Membahas teori strategis, implementasi, evaluasi, serta tantangan dalam mendefinisikan industri media.
9	Strategic Management as a Tool for Creating Long-Term Business Value (Artemenko et al., 2022)	Manajemen strategis berfungsi sebagai peta jalan untuk mencapai tujuan jangka panjang perusahaan, dengan fokus pada pengembangan bisnis berkelanjutan, nilai strategis, dan kepuasan semua pemangku kepentingan.

10	Improvisational Management Models in Creative Industries (Jurenienne & Masaityte, 2023)	Artikel ini menyoroti kurangnya perhatian ilmiah pada manajemen improvisasi, meskipun telah dirumuskan sejak 1990-an, dan mengusulkan model hubungan manajemen improvisasi yang menekankan kompetensi, pengambilan keputusan, dan interaksi tingkat improvisasi.
----	---	--

Dalam rangka memahami dinamika manajemen strategis pada industri kreatif, tujuan dari interpretasi ini adalah untuk menyatukan temuan-temuan utama dari berbagai penelitian yang membahas penerapan manajemen strategis di berbagai bidang dalam industri kreatif, termasuk seni, media digital, dan musik. Beberapa penelitian yang ditinjau memberikan wawasan tentang pentingnya perencanaan strategis, evaluasi kinerja, serta manajemen bakat dan kepemimpinan yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, masing-masing kategori tematik akan ditekankan untuk menggali pola-pola dan keterkaitan antarpelitian, dengan penekanan pada kebutuhan untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar.

Industri kreatif, sebagai sektor yang sangat dinamis dan berbasis inovasi, memerlukan pendekatan manajemen strategis yang mampu menjawab tantangan perubahan teknologi, tren pasar, dan ekspektasi konsumen yang terus berkembang. Dalam konteks ini, berbagai penelitian menyoroti pentingnya peran Strategic Human Resource Management (SHRM), perencanaan strategis, serta evaluasi kinerja dan manajemen adaptif sebagai fondasi keberlanjutan dan keunggulan kompetitif di sektor ini. Pendekatan strategis yang mencakup pengelolaan talenta, pengembangan visi jangka panjang, serta kemampuan beradaptasi dalam lanskap digital, menjadi kunci dalam menjaga relevansi dan daya saing perusahaan kreatif. Dengan demikian, studi-studi ini memberikan landasan penting untuk memahami bagaimana praktik manajerial yang terintegrasi secara strategis dapat memperkuat ketahanan dan pertumbuhan berkelanjutan dalam berbagai sub-sektor industri kreatif, mulai dari seni, media digital, hingga musik dan budaya.

### 1. Strategic Human Resource Management (SHRM) dan Keberlanjutan dalam Industri Kreatif

Penelitian oleh Irunna Ejibe et al. (2024) dan Kourtit et al. (2009) menyoroti pentingnya manajemen sumber daya manusia strategis (SHRM) dalam keberlanjutan industri kreatif. Ejibe et al. menekankan bahwa pengelolaan bakat, pengembangan kepemimpinan, dan keterlibatan karyawan menjadi faktor kunci dalam mendukung inovasi dan kesuksesan jangka panjang dalam industri kreatif. Sementara itu, Kourtit et al. menekankan evaluasi kinerja perusahaan kreatif sebagai bagian dari manajemen strategis yang fleksibel dan adaptif terhadap perubahan pasar. Kedua penelitian ini saling melengkapi dengan menunjukkan bagaimana perusahaan kreatif harus memperhatikan kinerja internal serta strategi SDM yang mendukung budaya inovasi, yang sangat penting bagi kelangsungan hidup di pasar yang kompetitif.

### 2. Perencanaan Strategis dalam Organisasi Kreatif

Beberapa penelitian mengkaji pentingnya perencanaan strategis dalam manajemen organisasi kreatif. Kovalev (2020) dan Молдашева et al. (2024) memberikan perspektif tentang bagaimana visi strategis dan analisis SWOT menjadi dasar yang kuat dalam merancang perencanaan strategis untuk perusahaan kreatif. Kovalev menekankan bahwa perencanaan strategis yang baik mengarah pada keselarasan antara aspirasi perusahaan dengan upaya para pemangku kepentingan. Di sisi lain, Молдашева et al. menggambarkan kasus di Kazakhstan yang menunjukkan tantangan dalam implementasi perencanaan strategis dalam organisasi seni dan budaya, termasuk masalah pada dokumen strategis yang ada di berbagai tingkat organisasi. Kedua studi ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang sistematis dan adaptif sangat diperlukan untuk mencapai keberlanjutan dan kesuksesan jangka panjang dalam industri kreatif, khususnya di sektor seni dan budaya.

### 3. Manajemen Strategis dalam Media Digital dan Industri Musik

Penelitian yang dilakukan oleh Arora et al. (2024) dan Khvorostyanaya & Tevanyan (2021) memberikan wawasan tentang bagaimana manajemen strategis diterapkan dalam media digital

dan industri musik. Arora et al. mengusulkan bahwa perusahaan media digital perlu mengadopsi pendekatan strategis yang lebih proaktif dalam memahami tren dan teknologi terbaru untuk menghasilkan konten yang inovatif. Sedangkan Khvorostyanaya & Tevanyan menyoroti pentingnya pengembangan merek dalam industri musik, serta pemahaman tren global yang berpengaruh pada perencanaan strategis mereka. Kedua penelitian ini memberikan gambaran yang serupa tentang kebutuhan untuk beradaptasi dengan perubahan teknologi dan pasar yang cepat, serta bagaimana perusahaan dapat menggunakan manajemen strategis untuk mengelola konten dan merek mereka agar tetap relevan dalam ekosistem digital yang kompetitif.

#### 4. Evaluasi Kinerja dan Model Manajemen dalam Industri Kreatif

Terakhir, penelitian oleh Foord (2009) dan Jurenienne & Masaityte (2023) membahas model-model evaluasi kinerja dalam industri kreatif. Foord (2009) mengidentifikasi tantangan dalam kebijakan kreatif dan perlunya pemahaman yang lebih mendalam tentang peran industri kreatif dalam ekonomi pengetahuan. Sementara itu, Jurenienne & Masaityte (2023) mengusulkan model manajemen improvisasi untuk industri kreatif, yang menekankan pentingnya pengambilan keputusan dan kompetensi manajerial dalam lingkungan yang dinamis. Kedua penelitian ini menekankan pentingnya fleksibilitas dan adaptabilitas dalam manajemen strategis untuk menanggapi perubahan yang cepat dan tak terduga dalam industri kreatif, serta bagaimana model evaluasi kinerja harus mampu mencerminkan pencapaian yang terus berkembang dalam industri tersebut.

### **Pembahasan**

Penelitian yang dilakukan oleh Irunna Ejibe et al. (2024) memberikan tinjauan tentang pentingnya Strategic Human Resource Management (SHRM) dalam keberlanjutan industri kreatif. Fokus utama penelitian ini adalah pada aspek manajemen bakat, budaya organisasi, keterlibatan karyawan, dan pengembangan kepemimpinan. Penulis menekankan bahwa elemen-elemen ini sangat penting untuk mendorong inovasi dan kesuksesan jangka panjang dalam industri kreatif. Dengan menerapkan SHRM secara strategis, perusahaan dapat memperkuat daya saingnya dan memastikan kelangsungan operasional dalam menghadapi tantangan pasar yang dinamis.

Kovalev (2020) dalam penelitiannya menyoroti peran penting visi strategis dalam perusahaan kreatif sebagai panduan untuk menyelaraskan aspirasi organisasi dengan tujuan bersama pemangku kepentingan. Proses perencanaan strategis, yang melibatkan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats), menjadi kunci utama untuk meraih kesuksesan jangka panjang. Dalam penelitian ini, penulis mengungkapkan bahwa perencanaan strategis tidak hanya membantu dalam memanfaatkan kekuatan dan peluang, tetapi juga memberikan arah yang jelas untuk mengatasi ancaman dan kelemahan yang ada.

Studi oleh Молдашев et al. (2024) yang berfokus pada perencanaan strategis di organisasi budaya dan seni di Kazakhstan, memberikan rekomendasi terkait sistem perencanaan yang efektif. Penelitian ini mengidentifikasi kekurangan dalam dokumen strategis yang ada di berbagai tingkat organisasi. Penulis mengusulkan perlunya peningkatan kualitas perencanaan strategis yang mengintegrasikan kebutuhan budaya dan seni, serta memitigasi tantangan yang dihadapi oleh sektor ini, seperti keterbatasan sumber daya dan ketergantungan pada kebijakan pemerintah.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Dr. Amishi Arora et al. (2024), dijelaskan bahwa perusahaan media digital perlu mengadopsi manajemen strategis yang proaktif untuk tetap kompetitif di era digital yang terus berkembang. Penelitian ini menyoroti pentingnya pemahaman tren dan teknologi terbaru serta pengembangan metode produksi konten yang inovatif. Dengan pendekatan strategis yang tepat, perusahaan media digital dapat mengembangkan konten yang relevan dan menarik bagi audiens, sekaligus meningkatkan daya saing mereka dalam ekosistem media digital yang sangat dinamis.

Penelitian oleh Khvorostyanaya & Tevanyan (2021) mengidentifikasi fitur unik merek industri musik dan mengembangkan strategi efektif yang dapat diterapkan dalam industri ini. Penulis menekankan pentingnya pemahaman terhadap tren global dan bagaimana hal tersebut

mempengaruhi perencanaan strategis dalam industri musik. Selain itu, penelitian ini juga membahas perlunya pengembangan sistem komunikasi strategis untuk meningkatkan kehadiran pasar, sehingga memungkinkan perusahaan musik untuk lebih mudah bersaing di pasar global.

Kourtit et al. (2009) dalam makalah mereka membahas pentingnya kerangka evaluasi kinerja kompetitif dalam perusahaan kreatif. Penulis mengidentifikasi Faktor Sukses Kritis (CSF) yang harus diperhatikan perusahaan untuk mempertahankan daya saing di pasar yang sangat dinamis. Mereka menekankan fleksibilitas sebagai kunci untuk mendukung kinerja yang tinggi dan berkelanjutan, yang sangat diperlukan dalam industri kreatif yang sering kali terpengaruh oleh perubahan tren dan preferensi konsumen.

Foord (2009) mengkaji kebijakan strategis yang diterapkan pada industri kreatif melalui studi kasus dan survei internasional. Penelitian ini mengungkapkan adanya kontradiksi dalam kebijakan kreatif yang ada, yang menunjukkan perlunya pemahaman yang lebih dalam tentang peran industri kreatif dalam ekonomi pengetahuan. Penulis juga menyoroti pentingnya realistik dalam merencanakan strategi kreatif di masa depan, mengingat perbedaan yang ada di berbagai negara serta harapan yang seringkali berlebihan terhadap potensi sektor kreatif.

Jung (2009) dalam bukunya menghubungkan teori akademik dengan praktik manajemen media dan menekankan pentingnya penerapan strategi dalam menghadapi persaingan serta perubahan industri media. Penelitian ini memberikan gambaran mengenai implementasi dan evaluasi strategi dalam industri media, serta tantangan yang dihadapi dalam mendefinisikan industri media itu sendiri. Penulis menjelaskan bahwa manajemen strategis sangat diperlukan untuk menghadapi ketidakpastian dan perubahan cepat yang terjadi di industri ini.

Penelitian oleh Artemenko et al. (2022) menekankan bahwa manajemen strategis berfungsi sebagai peta jalan yang mengarahkan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjang mereka. Penulis menyoroti pentingnya pengembangan bisnis berkelanjutan dan nilai strategis yang dapat memberikan manfaat bagi semua pemangku kepentingan. Manajemen strategis, menurut penelitian ini, bukan hanya tentang perencanaan masa depan, tetapi juga tentang pengelolaan sumber daya yang efisien dan penciptaan nilai dalam jangka panjang.

Jureniene & Masaityte (2023) dalam artikel mereka menyoroti kurangnya perhatian ilmiah terhadap manajemen improvisasi dalam industri kreatif. Penulis mengusulkan model hubungan manajemen improvisasi yang lebih baik, dengan fokus pada kompetensi, pengambilan keputusan, dan interaksi tingkat improvisasi yang diperlukan dalam menghadapi situasi yang tidak terduga. Penelitian ini penting untuk menggali lebih dalam mengenai bagaimana industri kreatif dapat mengatasi tantangan yang membutuhkan keputusan spontan dan adaptasi cepat terhadap perubahan.

Penelitian oleh Irunna Ejibe et al. (2024) dan Kourtit et al. (2009) menggarisbawahi peran penting manajemen sumber daya manusia strategis (SHRM) dalam mendukung keberlanjutan industri kreatif. Ejibe et al. menekankan bahwa pengelolaan bakat yang efektif, pengembangan kepemimpinan yang berkelanjutan, serta keterlibatan karyawan yang tinggi adalah faktor-faktor yang sangat mendukung inovasi dan keberhasilan jangka panjang. Dalam konteks industri kreatif yang sangat dinamis dan berfokus pada ide-ide baru, faktor-faktor tersebut sangat diperlukan untuk menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas dan kolaborasi. Di sisi lain, Kourtit et al. (2009) menyoroti pentingnya kerangka evaluasi kinerja yang fleksibel dan adaptif untuk perusahaan kreatif, yang harus terus menyesuaikan diri dengan perubahan pasar. Kedua penelitian ini saling melengkapi dengan memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana perusahaan kreatif harus mengelola kinerja internal dan mengimplementasikan strategi SDM yang mampu mendukung budaya inovasi guna mempertahankan keberlanjutan di pasar yang semakin kompetitif.

Beberapa penelitian mengungkapkan pentingnya perencanaan strategis dalam mengelola organisasi kreatif. Kovalev (2020) dan Молдашева et al. (2024) memberikan wawasan yang menarik mengenai bagaimana visi strategis dan analisis SWOT dapat menjadi dasar yang kuat dalam merancang perencanaan strategis di perusahaan kreatif. Kovalev menekankan bahwa

perencanaan strategis yang baik mampu menyelaraskan aspirasi perusahaan dengan tujuan kolektif para pemangku kepentingan. Dalam konteks ini, perencanaan yang jelas dan terstruktur sangat penting untuk mencapai kesuksesan. Di sisi lain, Молдашева et al. meneliti tantangan implementasi perencanaan strategis di sektor seni dan budaya di Kazakhstan, termasuk ketidaksesuaian dalam dokumen strategis yang ada. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa sistem perencanaan yang lebih adaptif dan sistematis dibutuhkan untuk mengatasi tantangan yang sering muncul dalam pengelolaan organisasi seni dan budaya. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang terencana dengan baik sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan kesuksesan dalam industri kreatif, khususnya dalam sektor seni dan budaya yang penuh dengan tantangan dan dinamika.

Penelitian oleh Arora et al. (2024) dan Khvorostyanaya & Tevanyan (2021) memberikan gambaran penting mengenai bagaimana manajemen strategis diterapkan dalam media digital dan industri musik. Arora et al. (2024) mengusulkan bahwa perusahaan media digital perlu mengadopsi pendekatan strategis yang lebih proaktif untuk memahami tren dan teknologi terbaru. Dengan perkembangan yang cepat di dunia digital, perusahaan media harus mampu menghasilkan konten yang inovatif untuk tetap bersaing di pasar yang sangat kompetitif. Sementara itu, Khvorostyanaya & Tevanyan (2021) membahas pentingnya pengembangan merek dalam industri musik, serta pemahaman yang mendalam tentang tren global yang mempengaruhi perencanaan strategis mereka. Penelitian ini menekankan bahwa perusahaan musik harus memperhatikan pergeseran tren yang terjadi di seluruh dunia agar dapat menyesuaikan diri dan tetap relevan. Kedua penelitian ini memberikan kesamaan pandangan bahwa untuk tetap bertahan dan berkembang dalam ekosistem digital dan musik yang cepat berubah, perusahaan harus mengembangkan strategi yang adaptif terhadap perubahan teknologi dan preferensi pasar yang terus berkembang.

Penelitian oleh Foord (2009) dan Jureniene & Masaityte (2023) membahas pentingnya model evaluasi kinerja yang relevan dalam industri kreatif. Foord (2009) mengidentifikasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh kebijakan kreatif, seperti peran industri kreatif dalam ekonomi pengetahuan yang kurang dipahami dengan baik. Penelitian ini menekankan bahwa pemahaman yang lebih mendalam tentang industri kreatif dan kontribusinya terhadap perekonomian perlu diterapkan dalam perencanaan strategis. Di sisi lain, Jureniene & Masaityte (2023) mengusulkan model manajemen improvisasi yang relevan untuk menghadapi lingkungan yang sangat dinamis dalam industri kreatif. Mereka menekankan pentingnya pengambilan keputusan yang cepat, fleksibilitas manajerial, dan keterampilan dalam menanggapi perubahan yang tiba-tiba. Kedua penelitian ini menunjukkan bahwa untuk menjaga daya saing dan menghadapi tantangan yang tidak terduga, perusahaan dalam industri kreatif perlu mengembangkan model evaluasi kinerja yang lebih fleksibel dan adaptif. Evaluasi kinerja harus mampu mencerminkan perkembangan dan pencapaian yang terus berubah, serta menciptakan ruang untuk inovasi yang tak terduga dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan rangkaian temuan dari berbagai penelitian, dapat disimpulkan bahwa keberlanjutan dan keunggulan kompetitif dalam industri kreatif sangat bergantung pada penerapan manajemen strategis yang holistik dan adaptif. Pendekatan manajemen sumber daya manusia strategis (SHRM) menjadi fondasi penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang inovatif, melalui pengelolaan bakat, pengembangan kepemimpinan, dan keterlibatan karyawan yang mendalam.

Di sisi lain, perencanaan strategis yang berbasis visi jangka panjang dan pemetaan kekuatan serta tantangan organisasi memungkinkan penyelarasan tujuan internal dengan dinamika eksternal, terutama dalam sektor seni dan budaya yang sarat dengan kompleksitas. Selain itu, manajemen strategis dalam sektor media digital dan industri musik menuntut respons proaktif terhadap perubahan teknologi dan tren pasar global untuk mempertahankan relevansi dan posisi di pasar.

Terakhir, keberhasilan industri kreatif juga sangat dipengaruhi oleh model evaluasi kinerja yang fleksibel, yang mampu menangkap perubahan cepat dan mendorong pengambilan keputusan yang responsif. Secara keseluruhan, keberlanjutan industri kreatif tidak dapat dilepaskan dari kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan strategi SDM, perencanaan adaptif, dan evaluasi dinamis dalam satu kerangka manajerial yang inovatif dan kontekstual.

### **Implikasi**

Implikasi dari rangkaian penelitian ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan daya saing dalam industri kreatif sangat bergantung pada penerapan manajemen strategis yang terintegrasi di berbagai aspek organisasi.

Pertama, pengelolaan sumber daya manusia secara strategis (SHRM) tidak hanya penting untuk mendukung inovasi, tetapi juga krusial dalam menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif, adaptif, dan berorientasi pada pengembangan kepemimpinan jangka panjang. Oleh karena itu, organisasi perlu menempatkan strategi SDM sebagai inti dari model bisnis kreatif mereka.

Kedua, pentingnya perencanaan strategis yang disusun berdasarkan visi jangka panjang dan analisis kontekstual menegaskan bahwa organisasi kreatif harus mampu menyelaraskan tujuan artistik dan bisnis dengan kepentingan pemangku kepentingan serta dinamika pasar.

Ketiga, dalam konteks media digital dan industri musik, kemampuan organisasi untuk secara aktif memantau tren global, mengembangkan merek, dan merespons perubahan teknologi menjadi aspek kunci dalam menjaga relevansi dan menciptakan nilai yang berkelanjutan.

Terakhir, dibutuhkan model evaluasi kinerja yang lebih fleksibel dan inovatif, yang tidak hanya menilai pencapaian kuantitatif tetapi juga mengakomodasi improvisasi serta dinamika khas industri kreatif. Dengan kata lain, implikasi utama dari temuan-temuan ini adalah perlunya pendekatan strategis yang kolaboratif, responsif, dan adaptif dalam seluruh siklus manajemen organisasi kreatif agar mampu bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang penuh ketidakpastian.

### **Saran**

Berdasarkan pembahasan berbagai penelitian di atas, saran penelitian yang dapat diajukan adalah perlunya pengembangan model manajemen strategis yang terintegrasi secara khusus untuk industri kreatif, yang menggabungkan elemen Strategic Human Resource Management (SHRM), perencanaan strategis adaptif, pengelolaan merek, serta sistem evaluasi kinerja yang fleksibel.

Penelitian selanjutnya dapat difokuskan pada eksplorasi hubungan antara pengelolaan talenta kreatif dan keberlanjutan inovasi dalam organisasi, termasuk bagaimana keterlibatan karyawan dan gaya kepemimpinan memengaruhi budaya inovatif di sektor seni, media digital, dan musik. Selain itu, perlu dilakukan studi empiris lintas negara dan lintas subsektor untuk memahami konteks sosial-budaya dalam penerapan perencanaan strategis, serta untuk mengidentifikasi hambatan-hambatan struktural dalam implementasinya.

Penelitian juga disarankan untuk mengembangkan kerangka evaluasi kinerja berbasis indikator dinamis, yang mampu menyesuaikan dengan fluktuasi pasar dan tren teknologi. Dengan mengintegrasikan pendekatan-pendekatan tersebut, penelitian masa depan akan mampu memberikan kontribusi signifikan dalam merumuskan strategi keberlanjutan yang efektif dan kontekstual di lingkungan industri kreatif yang terus berkembang.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Agusnawati, R., Nurfadillah, N., Wiradana, N., & Muktamar, A. (2024). Efektivitas Evaluasi Strategi dalam Manajemen Pengendalian Mutu Organisasi. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research*, 2(1), 87. <https://doi.org/10.69693/ijim.v2i1.148>

- Artemenko, L., Ryzhikova, N., & Lagodiienko, V. (2022). Strategic Management as a Tool for Creating Long-Term Business Value. *Herald of Khmelnytskyi National University. Economic Sciences*, 312(6(1)), 75–82. [https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6\(1\)-11](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(1)-11)
- Aulia, G., Solihat, A., Permana, I., Sugiarto, H., & Hamdani, N. A. (2022). The Effect of Work Procedure on Work Consistency in Leather Creative Industry Sector in Garut. *Advances in Economics, Business and Management Research/Advances in Economics, Business and Management Research*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220701.086>
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(2), 63. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i2.1273>
- Dr. Amishi Arora, Dr. Soma Sharma, Dr. Gayathri Band, & Dr. Vaishali Rahate. (2024). Strategic Management in Digital Media: The Evolution of Innovative Content Creation. *EVOLUTIONARY STUDIES IN IMAGINATIVE CULTURE*, 564–570. <https://doi.org/10.70082/esiculture.vi.837>
- Eliyawati, E., Sanjaya, Y., & Ramdani, A. (2020). IMPLEMENTATION OF PROJECT ORIENTED PROBLEM-BASED LEARNING (POPBL) MODEL INTEGRATED WITH STEM TO ENHANCE JUNIOR HIGH SCHOOL STUDENTS' SCIENCE CONCEPT MASTERY. *Jurnal Pena Sains*, 7(2), 120. <https://doi.org/10.21107/jps.v7i2.8260>
- Fitrianna, H. (2023). PENGARUH DIMENSI KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PENGUNJUNG DI KAWASAN PEDESTRIAN JALAN MALIOBORO YOGYAKARTA. *Jurnal Ilmiah Manajemen E M O R*, 6(2), 192. <https://doi.org/10.32529/jim.v6i2.1673>
- Foord, J. (2009). Strategies for Creative Industries: an International Review. *Creative Industries Journal*, 1(2), 91–113. [https://doi.org/10.1386/cij.1.2.91\\_1](https://doi.org/10.1386/cij.1.2.91_1)
- Irunna Ejibe, David Olanrewaju Olutimehin, & Ekene Ezinwa Nwankwo. (2024). Strategic Human Resource Management for Sustainability in Creative industries: A Review and Framework Proposal. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 21(3), 743–751. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.21.3.0738>
- Jung, J. (2009). Strategic Management in the Media: Theory to Practice, by Lucy Küng. *International Journal on Media Management*, 11(1), 46–47. <https://doi.org/10.1080/14241270802634120>
- Jureniene, V., & Masaityte, D. (2023). Improvisational Management Models in Creative Industries. *Intellect XXI*, 2, 2023. <https://doi.org/10.32782/2415-8801/2023-2.2>
- Khvorostyanaya, A. S., & Tevanyan, G. N. (2021). Strategizing the Music Industry: Trends, Principles and Priorities. *Journal of Regional and International Competitiveness*, 3, 79–92. [https://doi.org/10.52957/27821927\\_2021\\_3\\_79](https://doi.org/10.52957/27821927_2021_3_79)
- Kourtit, K., Nijkamp, P., & Waal, A. A. de. (2009). Strategic Performance Management and Creative Industry. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 5(1/2/3), 65. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2009.022099>
- Kovalev, A. (2020). Strategic Planning for Creative Enterprises. *SHS Web of Conferences*, 83, 01034. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20208301034>

- Kusworo, K. (2019). Manajemen Konflik dan Perubahan dalam Organisasi. <http://eprints.ipdn.ac.id/5556/>
- Nugraha, A. R. P., Fadilah, M., & Alkautshar, D. A. A. (2014). PERANCANGAN KERANGKA KERJA TRANSFORMASI DIGITAL UNTUK YURISPRUDENSI PUTUSAN PERADILAN: STUDI LITERATUR.
- Oktavianus, A. J. E., Naibaho, L., & Rantung, D. A. (2023). Pemanfaatan Artificial Intelligence pada Pembelajaran dan Asesmen di Era Digitalisasi. *JURNAL KRIDATAMA SAINS DAN TEKNOLOGI*, 5(2), 473. <https://doi.org/10.53863/kst.v5i02.975>
- Putri, N. I., Herdiana, Y., Suharya, Y., & Munawar, Z. (2021). Kajian Empiris Pada Transformasi Bisnis Digital. *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v7i1.600>
- Romarina, A. (2016). ECONOMIC RESILIENCE PADA INDUSTRI KREATIF GUNAMENGHADAPI GLOBALISASI DALAM RANGKA KETAHANAN NASIONAL. *DOAJ (DOAJ: Directory of Open Access Journals)*. <https://doaj.org/article/41afeff3aac4450e874d906e40c89239>
- Samsuri, M. Z., Ariffin, S. A., & Fathil, N. S. (2021). Incorporating Cultural Design Elements in Mobile Applications Creative Industries in Malaysia: A Conceptual Study. *Journal Of ICT In Education*, 8(2), 110. <https://doi.org/10.37134/jictie.vol8.2.10.2021>
- Sugiono, A. (2020). Pelatihan Creative Design Thinking Start Up Entrepreneur Dikalangan Siswa Kelas XII SMK Industri Kreatif Kota Bandar Lampung. *Jurnal Sumbangsih*, 1(1), 82. <https://doi.org/10.23960/jsh.v1i1.13>
- Suliyati, T. (2020). Penguatan Industri Kreatif Batik Semarang di Kampung Alam Malon Kecamatan Gunung Pati Semarang. *Anuva Jurnal Kajian Budaya Perpustakaan Dan Informasi*, 4(2), 287. <https://doi.org/10.14710/anuva.4.2.287-296>
- Sumartono, E., Suhendar, & Ernita, M. (2024). Transformasi Digital dalam Strategi Bisnis: Analisis Dampaknya terhadap Efisiensi Operasional dan Daya Saing Perusahaan.
- Swasty, W. (2015). Business Model Innovation for Small Medium Enterprises. *The Winners*, 16(2), 85. <https://doi.org/10.21512/tw.v16i2.1561>
- Taufiq, M., Irawati, E., Darmawan, C., Rahmadi, H., Gugustomo, G., Hassan, F., & Handoko, R. (2021). Modul Etika Dan Integritas Kepemimpinan Pancasila Pelatihan Kepemimpinan Pengawas.
- Warsita, B. (2013). Kreativitas Dalam Pengembangan Media Video/Televisi Pembelajaran. *Jurnal Teknodik*, 85. <https://doi.org/10.32550/teknodik.v0i0.10>
- Wicaksono, S. R. (2023). TRANSFORMASI DIGITAL - SUDUT PANDANG ANALISIS SWOT. In Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research). European Organization for Nuclear Research. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7703463>
- Wiyono, H. D. (2020). KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM BERWIRAUSAHA. *Jurnal USAHA*, 1(2), 19. <https://doi.org/10.30998/juuk.v1i2.503>
- Yuniar, E. T., Susiatiningsih, H., & Wahyudi, F. E. (2022). Budaya dalam Agenda 2030: Upaya dalam Mewujudkan Sustainable Development Goals di Kota Pekalongan.
- Zen, N. H., Mageiasti, L., & Yulhendri. (2025). Analisis Penerapan Sdgs Dalam Pembangunan Berkelanjutan Di Indonesia: Tinjauan Literatur Dan Tantangan Implementasi.

Молдашева, А., Мусаева, Н., & Жазылбек, А. (2024). Strategic Planning in the Management of Cultural and Art Organizations. «Вестник Атырауского Университета Имени Халела Досмухамедова», 129–141. <https://doi.org/10.47649/vau.2024.v.73.i2.12>