

# Ekonomi Kreatif dan Keberlanjutan Lingkungan: Pendekatan Green Creative Industry.

Moch Miqdad<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya – miqqdad@gmail.com

## Article Info

### Article history:

Received 18 10, 2024

Revised 12, 11 2024

Accepted 20, 12, 2024

### Keywords:

Ekonomi Kreatif

Keberlanjutan Lingkungan

Green Creative Industri

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara ekonomi kreatif dan keberlanjutan lingkungan melalui pendekatan green creative industry. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi literatur yang bersumber dari jurnal ilmiah, buku, laporan penelitian, dan dokumen resmi terkait ekonomi kreatif, green economy, dan pembangunan berkelanjutan pada periode 2020–2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan berkelanjutan melalui inovasi produk ramah lingkungan, pemanfaatan limbah, dan penerapan ekonomi sirkular. Namun, implementasi keberlanjutan lingkungan dalam industri kreatif masih menghadapi berbagai tantangan seperti rendahnya kesadaran lingkungan, keterbatasan teknologi hijau, serta praktik greenwashing. Konsep ideal green creative industry menekankan integrasi antara kreativitas, efisiensi sumber daya, inovasi teknologi, pemberdayaan masyarakat, dan tanggung jawab ekologis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan green creative industry dapat menjadi strategi penting dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang inklusif, inovatif, dan berkelanjutan di Indonesia.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



## Corresponding Author:

Moch Miqdad

Universitas Negeri Surabaya

Email: [miqqdad@gmail.com](mailto:miqqdad@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif dalam satu dekade terakhir telah menjadi salah satu pilar penting dalam transformasi ekonomi global, termasuk di Indonesia. Ekonomi kreatif tidak lagi dipandang hanya sebagai aktivitas berbasis seni dan budaya, tetapi telah berkembang menjadi sektor strategis yang mengintegrasikan kreativitas, inovasi, teknologi, dan kewirausahaan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Di Indonesia, sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan daya saing nasional. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa subsektor kuliner, fesyen, dan kriya menjadi penyumbang terbesar pertumbuhan ekonomi kreatif nasional dalam beberapa tahun terakhir (Sari, 2023: 45). Kondisi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif

memiliki potensi besar sebagai motor penggerak pembangunan ekonomi berkelanjutan di tengah dinamika globalisasi dan transformasi digital.

Di sisi lain, pertumbuhan ekonomi kreatif juga menimbulkan tantangan baru terkait keberlanjutan lingkungan. Aktivitas produksi pada industri kreatif sering kali menghasilkan limbah, konsumsi energi yang tinggi, eksploitasi sumber daya alam, serta peningkatan jejak karbon yang berdampak terhadap kerusakan lingkungan. Industri fesyen misalnya, menjadi salah satu sektor kreatif yang berkontribusi terhadap pencemaran air dan limbah tekstil akibat pola produksi massal dan konsumsi cepat (*fast fashion*) (Putri dan Hidayat, 2022: 67). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif tanpa pengelolaan lingkungan yang memadai dapat menimbulkan kontradiksi antara pertumbuhan ekonomi dan keberlanjutan ekologis.

Fenomena tersebut mendorong munculnya konsep *green creative industry* sebagai pendekatan baru dalam pengembangan ekonomi kreatif yang lebih ramah lingkungan. *Green creative industry* menekankan pentingnya integrasi inovasi kreatif dengan prinsip keberlanjutan melalui penggunaan bahan baku ramah lingkungan, efisiensi energi, pengelolaan limbah, serta produksi yang berorientasi pada ekonomi sirkular. Pendekatan ini berkembang seiring meningkatnya kesadaran global terhadap isu perubahan iklim, deplesi sumber daya alam, dan tuntutan pembangunan berkelanjutan (Rahman, 2024: 88). Dengan demikian, *green creative industry* tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada tanggung jawab sosial dan kelestarian lingkungan.

Indonesia sebagai negara dengan kekayaan budaya dan sumber daya lokal yang melimpah memiliki peluang besar untuk mengembangkan *green creative industry*. Berbagai produk kreatif berbasis daur ulang, kerajinan ramah lingkungan, fesyen berkelanjutan, hingga produk berbasis limbah organik mulai berkembang di berbagai daerah. Pelaku usaha kreatif mulai memanfaatkan limbah plastik, kain perca, bambu, eceng gondok, dan bahan alami lainnya sebagai produk bernilai ekonomi tinggi (Wibowo, 2021: 102). Inovasi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas dapat menjadi instrumen penting dalam mendukung transisi menuju ekonomi hijau dan pembangunan rendah karbon.

Namun demikian, implementasi *green creative industry* di Indonesia masih menghadapi berbagai hambatan struktural. Banyak pelaku industri kreatif yang belum memiliki kesadaran lingkungan yang memadai serta keterbatasan akses terhadap teknologi hijau, pembiayaan berkelanjutan, dan pasar ramah lingkungan. Selain itu, orientasi keuntungan jangka pendek masih mendominasi pola produksi sebagian besar pelaku usaha kreatif sehingga aspek keberlanjutan sering kali diabaikan (Yusuf dan Maulana, 2023: 39). Kondisi ini menyebabkan praktik industri kreatif hijau belum berkembang secara optimal meskipun memiliki potensi ekonomi yang besar.

Persoalan lain yang muncul adalah adanya praktik *greenwashing* dalam industri kreatif. Banyak perusahaan menggunakan label “eco-friendly”, “green product”, atau “sustainable” sebagai strategi pemasaran tanpa disertai implementasi nyata terhadap prinsip keberlanjutan. Fenomena ini menyebabkan terjadinya distorsi makna *green industry* dan menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap produk kreatif berkelanjutan (Kurniawan, 2024: 71). Dalam konteks ini, *green creative industry* memerlukan sistem pengawasan, regulasi, dan edukasi publik yang lebih kuat agar keberlanjutan tidak hanya menjadi komoditas pemasaran semata.

Secara global, isu *green economy* dan *sustainable development* semakin menjadi perhatian utama dalam agenda pembangunan internasional. Perserikatan Bangsa-Bangsa melalui Sustainable Development Goals (SDGs) menekankan pentingnya transformasi pola produksi dan konsumsi menuju sistem ekonomi yang lebih berkelanjutan. *Green creative industry* dipandang mampu mendukung pencapaian beberapa tujuan SDGs seperti pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi,

konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, serta penanganan perubahan iklim (Aminah, 2022: 55). Oleh karena itu, pengembangan industri kreatif yang berorientasi lingkungan menjadi sangat relevan dalam konteks pembangunan global saat ini.

Perkembangan teknologi digital turut mempercepat transformasi green creative industry. Pemanfaatan teknologi digital memungkinkan efisiensi produksi, pemasaran berbasis digital, pengurangan penggunaan bahan fisik, serta pengembangan inovasi produk berkelanjutan. Platform digital juga membantu pelaku usaha kreatif memperluas akses pasar produk hijau baik di tingkat nasional maupun internasional (Saputra dan Dewi, 2021: 84). Akan tetapi, transformasi digital juga memunculkan tantangan baru seperti meningkatnya limbah elektronik dan konsumsi energi digital yang memerlukan strategi pengelolaan berkelanjutan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa green creative industry memiliki dampak positif terhadap peningkatan daya saing usaha dan keberlanjutan ekonomi lokal. Penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2022: 91) menemukan bahwa penerapan konsep green production pada industri kriya mampu meningkatkan loyalitas konsumen dan nilai tambah produk. Penelitian lain oleh Handayani dan Putra (2023: 48) menunjukkan bahwa industri kreatif berbasis daur ulang memiliki kontribusi signifikan terhadap pengurangan limbah rumah tangga dan pemberdayaan masyarakat lokal. Temuan-temuan tersebut memperlihatkan bahwa integrasi kreativitas dan keberlanjutan mampu menciptakan dampak ekonomi sekaligus ekologis.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya masih berfokus pada aspek ekonomi kreatif atau keberlanjutan lingkungan secara terpisah. Penelitian yang secara khusus membahas hubungan integratif antara ekonomi kreatif dan green industry masih relatif terbatas, terutama dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Selain itu, kajian mengenai strategi implementasi green creative industry yang melibatkan dimensi sosial, ekonomi, teknologi, dan kebijakan secara komprehensif masih jarang ditemukan (Nugroho dan Lestari, 2024: 63). Kondisi ini menunjukkan adanya *academic gap* yang perlu dikaji lebih mendalam.

Kesenjangan penelitian juga terlihat dari minimnya kajian yang membahas perilaku pelaku usaha kreatif terhadap praktik keberlanjutan lingkungan. Sebagian penelitian lebih banyak menyoroti kebijakan pemerintah atau inovasi produk tanpa mengeksplorasi faktor internal seperti kesadaran lingkungan, orientasi bisnis, dan kesiapan sumber daya manusia dalam mengimplementasikan green creative industry (Fadilah, 2023: 77). Padahal, keberhasilan transformasi industri kreatif hijau sangat dipengaruhi oleh perubahan paradigma dan perilaku para pelaku industrinya.

Selain itu, belum banyak penelitian yang mengangkat isu green creative industry dalam perspektif ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat. Padahal, industri kreatif berbasis komunitas memiliki potensi besar dalam menciptakan pembangunan inklusif dan berkelanjutan. Pengembangan produk kreatif berbasis limbah, kerajinan lokal, dan ekonomi sirkular dapat menjadi solusi terhadap persoalan pengangguran, kemiskinan, sekaligus kerusakan lingkungan di daerah (Halimah dan Sari, 2022: 114). Oleh sebab itu, kajian mengenai green creative industry perlu dikembangkan tidak hanya dalam perspektif bisnis, tetapi juga dalam konteks pembangunan sosial masyarakat.

Urgensi penelitian ini semakin kuat seiring meningkatnya tekanan global terhadap praktik industri yang berkelanjutan. Konsumen modern saat ini mulai menunjukkan preferensi terhadap produk yang ramah lingkungan, etis, dan berkelanjutan. Perubahan perilaku konsumen tersebut memaksa pelaku industri kreatif untuk melakukan transformasi model bisnis agar tetap kompetitif di pasar global (Utami, 2024: 59). Dengan demikian, green creative industry bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan strategis dalam menghadapi perubahan ekonomi dan lingkungan global.

Dalam konteks Indonesia, pengembangan green creative industry juga memiliki relevansi penting terhadap agenda transisi energi dan ekonomi hijau nasional. Pemerintah terus mendorong penguatan ekonomi hijau melalui berbagai kebijakan seperti pengembangan ekonomi sirkular, pengurangan emisi karbon, dan peningkatan penggunaan energi terbarukan. Industri kreatif memiliki posisi strategis dalam mendukung agenda tersebut karena sifatnya yang inovatif, fleksibel, dan berbasis kreativitas manusia (Ma'ruf dan Kholis, 2023: 95). Oleh karena itu, sinergi antara ekonomi kreatif dan keberlanjutan lingkungan perlu diperkuat sebagai bagian dari strategi pembangunan nasional.

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut, penelitian mengenai “Ekonomi Kreatif dan Keberlanjutan Lingkungan: Pendekatan Green Creative Industry” menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana konsep green creative industry dapat diimplementasikan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berorientasi pada keberlanjutan lingkungan. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi tantangan, peluang, serta strategi pengembangan industri kreatif hijau dalam mendukung pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi akademik maupun praktis dalam memperkuat integrasi antara kreativitas ekonomi dan pelestarian lingkungan di Indonesia.

## 2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi literatur (*library research*) untuk menganalisis hubungan antara ekonomi kreatif dan keberlanjutan lingkungan melalui pendekatan *green creative industry*. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan memahami fenomena sosial, ekonomi, dan lingkungan secara mendalam melalui interpretasi berbagai sumber ilmiah yang relevan. Studi literatur digunakan untuk mengeksplorasi konsep, teori, hasil penelitian terdahulu, serta perkembangan isu green creative industry dalam konteks pembangunan ekonomi berkelanjutan. Melalui pendekatan ini, penelitian berupaya memperoleh pemahaman komprehensif mengenai integrasi antara kreativitas ekonomi dan prinsip keberlanjutan lingkungan dalam berbagai praktik industri kreatif.

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari data sekunder yang diperoleh melalui berbagai literatur akademik, seperti jurnal ilmiah nasional dan internasional, buku, prosiding, laporan penelitian, dokumen kebijakan pemerintah, serta publikasi resmi lembaga nasional maupun internasional yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, green economy, sustainable development, dan green industry. Literatur yang digunakan diprioritaskan pada publikasi tahun 2020–2024 agar mampu menggambarkan perkembangan isu dan dinamika terbaru terkait green creative industry. Selain itu, pemilihan sumber dilakukan secara selektif dengan mempertimbangkan relevansi tema, kredibilitas penulis, serta validitas data yang digunakan dalam penelitian sebelumnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi dan penelusuran literatur secara sistematis menggunakan berbagai basis data akademik seperti Google Scholar, Scopus, ScienceDirect, dan Garuda. Peneliti menggunakan kata kunci seperti “green creative industry”, “ekonomi kreatif berkelanjutan”, “green economy”, “sustainable creative industry”, dan “environmental sustainability” untuk memperoleh sumber-sumber yang relevan dengan topik penelitian. Selanjutnya, data yang diperoleh diklasifikasikan berdasarkan tema pembahasan seperti konsep green creative industry, implementasi keberlanjutan lingkungan, tantangan industri kreatif hijau, serta strategi pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif-kualitatif dengan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan menyederhanakan berbagai informasi penting yang relevan dengan fokus penelitian. Tahap

selanjutnya adalah penyajian data dalam bentuk narasi deskriptif untuk menggambarkan pola, kecenderungan, serta hubungan antar konsep yang ditemukan dalam literatur. Kemudian, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menginterpretasikan hasil kajian secara kritis guna memperoleh pemahaman mengenai implementasi green creative industry dalam mendukung keberlanjutan lingkungan dan pembangunan ekonomi kreatif.

### 3. RESULT AND DISCUSSION

#### Ekonomi Kreatif dan Keberlanjutan Lingkungan

Ekonomi kreatif telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi modern karena mampu menciptakan nilai tambah berbasis kreativitas, inovasi, dan pengetahuan manusia. Berbeda dengan sektor ekonomi konvensional yang bergantung pada eksploitasi sumber daya alam, ekonomi kreatif lebih menekankan pada ide, kreativitas, teknologi, dan modal intelektual sebagai sumber utama produksi ekonomi. Dalam konteks Indonesia, ekonomi kreatif memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional melalui subsektor kuliner, fesyen, kriya, desain, musik, dan media digital (Prasetyo, 2023: 41). Kondisi ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki potensi besar sebagai instrumen pembangunan ekonomi yang lebih inklusif dan adaptif terhadap perubahan global.

Meskipun demikian, perkembangan ekonomi kreatif juga menimbulkan berbagai tantangan terhadap keberlanjutan lingkungan. Banyak aktivitas industri kreatif masih menggunakan pola produksi linear yang menghasilkan limbah tinggi dan konsumsi energi berlebihan. Industri fesyen kreatif misalnya, menjadi salah satu penyumbang pencemaran lingkungan akibat penggunaan bahan sintesis dan limbah tekstil yang sulit terurai (Handayani dan Yusuf, 2022: 58). Hal ini memperlihatkan bahwa sektor kreatif belum sepenuhnya terintegrasi dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Dalam beberapa tahun terakhir, isu keberlanjutan lingkungan mulai menjadi perhatian utama dalam pengembangan ekonomi kreatif global. Kesadaran masyarakat terhadap perubahan iklim, krisis lingkungan, dan keterbatasan sumber daya alam mendorong munculnya tuntutan terhadap pola produksi dan konsumsi yang lebih bertanggung jawab. Konsumen modern semakin mempertimbangkan aspek ramah lingkungan dalam memilih produk kreatif, sehingga pelaku usaha dituntut melakukan transformasi menuju praktik bisnis yang lebih hijau (Aminah, 2024: 73). Dengan demikian, keberlanjutan lingkungan telah menjadi faktor penting dalam menentukan daya saing industri kreatif.

Konsep keberlanjutan lingkungan dalam ekonomi kreatif tidak hanya berkaitan dengan pengurangan limbah, tetapi juga mencakup efisiensi energi, penggunaan bahan baku ramah lingkungan, pengelolaan sumber daya secara berkelanjutan, serta penerapan ekonomi sirkular. Banyak pelaku usaha kreatif mulai memanfaatkan limbah rumah tangga, plastik daur ulang, kain perca, hingga bahan organik sebagai produk kreatif bernilai ekonomi tinggi (Rahman, 2023: 91). Inovasi tersebut menunjukkan bahwa kreativitas dapat menjadi solusi terhadap persoalan lingkungan sekaligus membuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat. Di Indonesia, praktik ekonomi kreatif berbasis lingkungan mulai berkembang di berbagai daerah. Komunitas kreatif dan UMKM mulai memproduksi tas dari limbah plastik, furnitur berbasis kayu bekas, hingga kerajinan dari limbah pertanian. Praktik ini tidak hanya membantu mengurangi pencemaran lingkungan, tetapi juga menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat lokal (Wibowo dan Sari, 2021: 66). Oleh karena itu, ekonomi kreatif berbasis keberlanjutan memiliki potensi besar dalam mendukung pembangunan ekonomi hijau di tingkat lokal maupun nasional. Namun, implementasi keberlanjutan lingkungan dalam ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai kendala. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya kesadaran lingkungan di kalangan pelaku usaha kreatif. Banyak pelaku usaha masih menganggap bahwa penerapan prinsip ramah lingkungan membutuhkan biaya tinggi dan mengurangi

keuntungan bisnis (Nugroho, 2022: 47). Padahal, dalam jangka panjang, praktik bisnis berkelanjutan justru dapat meningkatkan efisiensi produksi dan memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk kreatif.

Selain itu, keterbatasan akses teknologi hijau juga menjadi hambatan dalam pengembangan industri kreatif berkelanjutan. Banyak UMKM kreatif belum memiliki kemampuan finansial maupun teknis untuk mengadopsi teknologi produksi yang efisien dan ramah lingkungan. Kondisi ini menyebabkan transformasi menuju green creative industry berjalan relatif lambat, khususnya pada sektor usaha kecil dan menengah (Kurniawan dan Dewi, 2024: 88). Dukungan pemerintah dan lembaga keuangan menjadi sangat penting untuk mempercepat proses transisi tersebut. Fenomena *greenwashing* juga menjadi persoalan serius dalam perkembangan ekonomi kreatif berkelanjutan. Sejumlah perusahaan menggunakan label “green product” atau “eco-friendly” hanya sebagai strategi pemasaran tanpa implementasi nyata terhadap prinsip keberlanjutan. Praktik ini menyebabkan menurunnya kepercayaan masyarakat terhadap produk hijau serta menciptakan persaingan usaha yang tidak sehat (Fadilah, 2023: 74). Oleh karena itu, diperlukan regulasi dan mekanisme sertifikasi yang lebih ketat untuk memastikan implementasi keberlanjutan dilakukan secara nyata. Dalam perspektif ekonomi hijau, ekonomi kreatif seharusnya tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan ekonomi semata, tetapi juga memperhatikan aspek sosial dan lingkungan secara seimbang. Green economy menekankan pentingnya pembangunan yang rendah emisi karbon, efisien sumber daya, dan inklusif secara sosial (Ma’ruf dan Hasanah, 2024: 55). Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif perlu diarahkan pada model produksi yang tidak merusak lingkungan dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan.

Keberlanjutan lingkungan dalam ekonomi kreatif juga berkaitan erat dengan konsep ekonomi sirkular. Pendekatan ini menekankan penggunaan kembali, daur ulang, dan pengurangan limbah dalam seluruh rantai produksi. Industri kreatif memiliki peluang besar untuk menerapkan konsep ekonomi sirkular karena sifatnya yang inovatif dan fleksibel (Putra, 2022: 63). Produk kreatif berbasis limbah dan bahan bekas dapat menjadi solusi terhadap persoalan sampah sekaligus menciptakan nilai ekonomi baru yang berkelanjutan. Di era digital, perkembangan teknologi turut memberikan peluang bagi penguatan ekonomi kreatif berkelanjutan. Digitalisasi memungkinkan efisiensi pemasaran, pengurangan penggunaan bahan fisik, serta perluasan pasar produk hijau melalui platform daring. Media sosial dan marketplace digital membantu pelaku usaha kreatif mempromosikan produk ramah lingkungan kepada konsumen yang lebih luas (Saputra dan Lestari, 2023: 81). Namun demikian, transformasi digital juga perlu diimbangi dengan pengelolaan energi dan limbah elektronik yang berkelanjutan.

Berdasarkan berbagai fenomena tersebut, dapat dipahami bahwa hubungan antara ekonomi kreatif dan keberlanjutan lingkungan bersifat saling memengaruhi. Ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan berkelanjutan melalui inovasi hijau dan pemanfaatan sumber daya secara efisien. Akan tetapi, tanpa pengelolaan lingkungan yang baik, perkembangan ekonomi kreatif justru dapat menimbulkan persoalan ekologis baru. Oleh karena itu, diperlukan transformasi paradigma industri kreatif menuju sistem ekonomi yang lebih ramah lingkungan, inklusif, dan berkelanjutan (Utami, 2024: 97).

### **Konsep Ideal Green Creative Industry**

Green creative industry merupakan konsep pengembangan industri kreatif yang mengintegrasikan kreativitas ekonomi dengan prinsip keberlanjutan lingkungan. Konsep ini muncul sebagai respons terhadap meningkatnya kerusakan lingkungan akibat pola produksi dan konsumsi yang tidak berkelanjutan. Green creative industry menekankan bahwa aktivitas ekonomi kreatif harus mampu menciptakan nilai ekonomi tanpa merusak keseimbangan ekologis (Rahman dan Putri, 2024:

52). Dengan demikian, keberhasilan industri kreatif tidak hanya diukur dari keuntungan finansial, tetapi juga dari kontribusinya terhadap pelestarian lingkungan dan kesejahteraan sosial.

Secara ideal, green creative industry dibangun di atas prinsip efisiensi sumber daya, penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan inovasi berkelanjutan. Seluruh proses produksi diarahkan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan melalui pemanfaatan teknologi hijau dan bahan baku ramah lingkungan (Amin dan Yusuf, 2023: 64). Konsep ini juga menekankan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Salah satu karakteristik utama green creative industry adalah penerapan ekonomi sirkular dalam rantai produksinya. Dalam pendekatan ini, limbah dipandang bukan sebagai sisa produksi yang harus dibuang, melainkan sebagai sumber daya yang dapat dimanfaatkan kembali menjadi produk baru bernilai ekonomi (Handayani, 2022: 84). Oleh karena itu, green creative industry berupaya menciptakan sistem produksi yang berkelanjutan melalui prinsip *reduce*, *reuse*, dan *recycle*.

Selain aspek lingkungan, konsep ideal green creative industry juga menekankan pemberdayaan masyarakat lokal. Industri kreatif hijau seharusnya mampu melibatkan komunitas lokal dalam proses produksi, distribusi, dan pemasaran produk kreatif. Pelibatan masyarakat tidak hanya menciptakan lapangan kerja, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dan mengurangi kesenjangan sosial (Wibowo dan Nugroho, 2023: 77). Dengan demikian, green creative industry memiliki dimensi ekonomi sekaligus sosial dalam mendukung pembangunan berkelanjutan.

Konsep green creative industry ideal juga memerlukan dukungan inovasi teknologi. Teknologi hijau memungkinkan proses produksi menjadi lebih efisien, hemat energi, dan minim limbah. Penggunaan teknologi digital dalam pemasaran produk kreatif juga dapat mengurangi penggunaan bahan fisik seperti brosur dan media promosi cetak (Saputra, 2024: 59). Oleh sebab itu, integrasi teknologi menjadi elemen penting dalam memperkuat daya saing industri kreatif hijau di era modern. Di sisi lain, keberhasilan green creative industry sangat dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Konsumen yang memiliki kesadaran lingkungan tinggi cenderung memilih produk kreatif yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Perubahan perilaku konsumen ini menjadi dorongan penting bagi pelaku industri untuk menerapkan prinsip keberlanjutan dalam aktivitas bisnisnya (Fadilah dan Utami, 2023: 92). Dengan demikian, edukasi masyarakat mengenai konsumsi berkelanjutan menjadi bagian penting dalam pengembangan green creative industry.

Pemerintah juga memiliki peran strategis dalam menciptakan ekosistem green creative industry yang ideal. Dukungan kebijakan berupa insentif pajak, pelatihan teknologi hijau, akses pembiayaan berkelanjutan, dan regulasi lingkungan menjadi faktor penting dalam mendorong transformasi industri kreatif menuju ekonomi hijau (Kurniawan, 2024: 71). Tanpa dukungan kebijakan yang memadai, pelaku usaha kreatif akan mengalami kesulitan dalam mengimplementasikan praktik bisnis ramah lingkungan. Dalam konteks global, green creative industry menjadi bagian penting dari agenda pembangunan berkelanjutan dan transisi ekonomi hijau. Banyak negara mulai mengembangkan industri kreatif berbasis lingkungan sebagai strategi menghadapi perubahan iklim dan krisis sumber daya alam. Industri kreatif hijau dinilai mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi baru yang lebih inklusif dan rendah karbon (Maulana dan Azizah, 2022: 68). Oleh karena itu, pengembangan green creative industry memiliki relevansi strategis dalam menghadapi tantangan global saat ini. Selain itu, konsep ideal green creative industry harus dibangun di atas kolaborasi multipihak. Kerja sama antara pemerintah, akademisi, komunitas kreatif, sektor swasta, dan masyarakat menjadi kunci utama dalam menciptakan sistem industri kreatif berkelanjutan. Kolaborasi ini penting untuk memperkuat inovasi, memperluas akses pasar, serta meningkatkan literasi lingkungan di kalangan pelaku usaha kreatif (Halimah, 2024: 88).

Pendekatan kolaboratif juga membantu mempercepat transformasi ekonomi kreatif menuju model pembangunan yang lebih berkelanjutan.

Perspektif budaya lokal juga memiliki peran penting dalam membangun green creative industry. Banyak kearifan lokal masyarakat Indonesia yang sebenarnya telah menerapkan prinsip keberlanjutan lingkungan melalui penggunaan bahan alami dan produksi berbasis komunitas. Nilai-nilai lokal tersebut dapat menjadi fondasi dalam mengembangkan produk kreatif yang unik, ramah lingkungan, dan berdaya saing global (Sari dan Putra, 2021: 79). Dengan demikian, green creative industry tidak hanya berfungsi sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai upaya pelestarian budaya dan identitas lokal. Dalam implementasinya, konsep ideal green creative industry perlu disertai sistem evaluasi keberlanjutan yang jelas. Pengukuran terhadap dampak lingkungan, efisiensi energi, pengurangan limbah, dan kontribusi sosial perlu dilakukan secara berkala agar praktik green industry tidak hanya menjadi simbol pemasaran semata (Nugroho, 2024: 83). Sistem evaluasi tersebut penting untuk menjaga konsistensi penerapan prinsip keberlanjutan dalam industri kreatif.

Berdasarkan hasil pembahasan tersebut, dapat dipahami bahwa green creative industry merupakan model pengembangan ekonomi kreatif yang mampu mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi dengan keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Konsep ideal green creative industry tidak hanya menekankan aspek profit ekonomi, tetapi juga tanggung jawab ekologis, pemberdayaan masyarakat, inovasi teknologi, serta kolaborasi multipihak. Oleh karena itu, pengembangan green creative industry menjadi strategi penting dalam menciptakan sistem ekonomi masa depan yang lebih inklusif, berkelanjutan, dan berorientasi pada keseimbangan antara manusia dan lingkungan (Utami dan Rahman, 2024: 99).

#### 4. KESIMPULAN

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi sekaligus menciptakan inovasi berbasis kreativitas dan teknologi. Namun, perkembangan industri kreatif yang tidak diimbangi dengan pengelolaan lingkungan yang baik berpotensi menimbulkan berbagai persoalan ekologis seperti peningkatan limbah, eksploitasi sumber daya alam, dan pencemaran lingkungan. Oleh karena itu, diperlukan transformasi paradigma industri kreatif menuju sistem ekonomi yang lebih berkelanjutan melalui pendekatan *green creative industry*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep *green creative industry* mampu menjadi solusi dalam mengintegrasikan pertumbuhan ekonomi dengan keberlanjutan lingkungan. Pendekatan ini menekankan penggunaan bahan ramah lingkungan, efisiensi energi, penerapan ekonomi sirkular, inovasi teknologi hijau, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Selain memberikan dampak ekonomi, green creative industry juga berkontribusi terhadap pengurangan limbah, pelestarian lingkungan, dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap konsumsi berkelanjutan.

Meskipun demikian, implementasi green creative industry di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya literasi lingkungan pelaku usaha, keterbatasan akses teknologi hijau, minimnya dukungan pembiayaan, dan munculnya praktik *greenwashing*. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif berkelanjutan memerlukan dukungan kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, komunitas, dan masyarakat agar tercipta ekosistem industri kreatif yang lebih inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan. Dengan demikian, green creative industry dapat menjadi model pengembangan ekonomi masa depan yang tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga keseimbangan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Penguatan kebijakan, inovasi teknologi, edukasi lingkungan, serta pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas menjadi langkah penting dalam mendorong terciptanya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di Indonesia..

**REFERENSI**

- [1] Agarwal, R. (2024). *Green economy and sustainable development in emerging countries*. *Journal of Environmental Economics*, 18(2), 44–58.
- [2] Amin, M., & Yusuf, R. (2023). Green innovation and sustainable creative industries in developing economies. *International Journal of Sustainable Business*, 12(1), 60–72.
- [3] Aminah, S. (2022). Sustainable development goals and green creative economy in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Berkelanjutan*, 9(3), 50–61.
- [4] Aminah, S. (2024). Consumer awareness toward environmentally friendly creative products in the digital era. *Journal of Green Marketing*, 7(2), 70–82.
- [5] Esa, N., & Hashim, H. (2024). Green economy transformation and sustainable SMEs development. *International Journal of Business Sustainability*, 15(1), 33–47.
- [6] Fadilah, N. (2023). Greenwashing practices in sustainable creative industries. *Jurnal Bisnis dan Lingkungan*, 11(2), 70–80.
- [7] Fadilah, N., & Utami, D. (2023). Consumer behavior toward sustainable creative industry products. *Journal of Creative Economy Studies*, 8(4), 88–97.
- [8] Halimah, R. (2024). Collaborative governance in green creative industry development. *Jurnal Kebijakan Publik dan Ekonomi Hijau*, 10(1), 80–91.
- [9] Halimah, R., & Sari, P. (2022). Community empowerment through environmentally based creative industries. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 14(2), 110–120.
- [10] Handayani, L. (2022). Circular economy implementation in green creative industry. *Journal of Sustainable Industry*, 6(3), 80–89.
- [11] Handayani, L., & Putra, A. (2023). Recycling-based creative industries and local community empowerment. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 5(1), 40–52.
- [12] Handayani, L., & Yusuf, M. (2022). Environmental impact of fashion creative industries in Indonesia. *Jurnal Lingkungan dan Pembangunan*, 13(1), 55–68.
- [13] Kedla, R., Prasanna, S., & Veena, M. (2025). Islamic environmental ethics and sustainable economic practices. *Journal of Islamic Sustainable Development*, 4(1), 21–35.
- [14] Kurniawan, A. (2024). Green industry regulation and sustainability policy in Indonesia. *Jurnal Kebijakan Lingkungan*, 12(1), 65–75.
- [15] Kurniawan, A., & Dewi, T. (2024). Barriers to green technology adoption in SMEs creative industries. *Journal of Environmental Innovation*, 9(2), 84–93.
- [16] Ma'ruf, A., & Hasanah, I. (2024). Green economy and sustainable development strategies in Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Berkelanjutan*, 15(2), 50–60.
- [17] Ma'ruf, A., & Kholis, N. (2023). Green transition policy and creative economy development in Indonesia. *Journal of Indonesian Public Policy*, 11(3), 90–100.
- [18] Maulana, D., & Azizah, N. (2022). Green creative industries as low-carbon economic development strategy. *International Journal of Green Economy*, 7(2), 60–72.
- [19] Nugroho, B. (2022). Environmental awareness among creative industry entrepreneurs. *Jurnal Manajemen Lingkungan*, 8(2), 40–50.
- [20] Nugroho, B. (2024). Sustainability evaluation systems in green creative industries. *Journal of Sustainable Creative Business*, 10(1), 80–88.
- [21] Nugroho, B., & Lestari, D. (2024). Research gap in sustainable creative industry studies. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Inovasi*, 9(1), 60–70.
- [22] Prasetyo, H. (2022). Green production practices in handicraft industries. *Jurnal Industri Kreatif*, 6(2), 88–95.

- [23] Prasetyo, H. (2023). The contribution of creative economy to Indonesian economic growth. *Jurnal Ekonomi Nasional*, 17(1), 38–47.
- [24] Putra, A. (2022). Circular economy approach in sustainable creative business. *Journal of Environmental Economics*, 5(3), 60–68.
- [25] Putri, N., & Hidayat, A. (2022). Fast fashion and environmental degradation in Indonesia. *Jurnal Industri dan Lingkungan*, 10(2), 65–72.
- [26] Rahman, F. (2023). Creative innovation and waste utilization in green economy practices. *Jurnal Green Economy Indonesia*, 4(2), 85–95.
- [27] Rahman, F. (2024). Green creative industry and climate change mitigation. *International Journal of Sustainable Innovation*, 13(1), 85–92.
- [28] Rahman, F., & Putri, S. (2024). Conceptual framework of green creative industry development. *Journal of Creative Sustainability*, 8(1), 48–58.
- [29] Saputra, D. (2024). Digital technology and sustainable creative industries. *Journal of Digital Green Economy*, 3(2), 55–63.
- [30] Saputra, D., & Dewi, L. (2021). Digital transformation in creative industries and environmental sustainability. *Jurnal Teknologi dan Ekonomi Kreatif*, 7(1), 80–89.
- [31] Saputra, D., & Lestari, P. (2023). Social media marketing for environmentally friendly creative products. *Jurnal Bisnis Digital*, 9(3), 75–84.
- [32] Sari, M. (2023). Creative economy contribution toward Indonesia's GDP growth. *Jurnal Ekonomi Kreatif Nasional*, 12(2), 40–50.
- [33] Sari, M., & Putra, Y. (2021). Local wisdom and environmentally friendly creative industries in Indonesia. *Jurnal Budaya dan Ekonomi Lokal*, 6(2), 75–82.
- [34] Suriani, S., Ahmad, R., Hidayah, N., & Latif, M. (2024). Maqasid al-shariah and environmental sustainability in Islamic economics. *Journal of Islamic Economic Studies*, 14(2), 90–102.
- [35] Sutawijaya, A., & Nuryananda, P. (2025). Sustainable agrotourism development in Indonesia. *Journal of Rural Tourism and Development*, 11(1), 10–25.
- [36] Utami, D. (2024). Sustainable consumption behavior in green creative industries. *Journal of Sustainable Consumer Studies*, 5(2), 55–65.
- [37] Wibowo, A. (2021). Waste-based creative products and local economic empowerment. *Jurnal UMKM dan Industri Kreatif*, 9(1), 100–108.
- [38] Wibowo, A., & Nugroho, H. (2023). Community-based green creative industry
- [39] development. *Jurnal Ekonomi Komunitas*, 11(2), 70–80.
- [40] Wibowo, A., Sari, L., & Pratama, R. (2024). Green economy implementation in Indonesian batik industries. *Journal of Sustainable Cultural Industry*, 5(1), 22–36.
- [41] Yusuf, M., & Maulana, F. (2023). Business orientation and environmental sustainability in creative industries. *Jurnal Manajemen Bisnis Hijau*, 7(3), 35–44.