

**KEPEMIMPINAN DAN KREATIF: PERAN PEMIMPIN DALAM
MENGEMBANGKAN INDUSTRI KREATIF
DAN BUDAYA BERBASIS INDUSTRI**

Refina Dyah Pramesti Utomo Putri¹, Nadia Rachmawati²,
Mochammad Isa Anshori³

^{1,2,3}Manajemen Universitas Trunojoyo Madura

Alamat e-mail: ¹refinautomo@gmail.com, ²nadiarachmawati918@gmail.com,
³isa.anshori@trunojoyo.ac.id

ABSTRACT

The development of creative and cultural industries in today's digital era demands an adaptive, innovative and transformative leadership model. Leaders not only act as directors, but also as idea generators and innovation facilitators. In this context, creativity becomes an important element in leadership, as it can encourage the birth of new solutions, open space for cross-sector collaboration, and create a sustainable creative ecosystem. This article discusses the strategic role of leaders in designing creative visions, utilizing digital technology, and fostering a work culture that supports experimentation and risk-taking. It also discusses challenges such as lack of policy support and access to resources, as well as solutions through strengthening leadership education and strategic partnerships. Through an innovation-based leadership approach, creative and cultural industries can develop dynamically and contribute significantly to the nation's economic development and cultural identity.

Keywords: *Creative Leadership, Creative Industry, Innovation, Organizational Culture*

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif dan budaya di era digital saat ini menuntut adanya model kepemimpinan yang adaptif, inovatif, dan transformatif. Pemimpin tidak hanya berperan sebagai pengarah, tetapi juga sebagai penggerak ide dan fasilitator inovasi. Dalam konteks ini, kreativitas menjadi elemen penting dalam kepemimpinan, karena mampu mendorong lahirnya solusi baru, membuka ruang kolaborasi lintas sektor, dan menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan. Artikel ini membahas peran strategis pemimpin dalam merancang visi kreatif, memanfaatkan teknologi digital, serta membina budaya kerja yang mendukung eksperimen dan keberanian mengambil risiko. Selain itu, dibahas pula tantangan yang dihadapi seperti kurangnya dukungan kebijakan dan akses terhadap sumber daya, serta solusi melalui penguatan pendidikan kepemimpinan dan kemitraan strategis. Melalui pendekatan kepemimpinan berbasis inovasi, industri kreatif dan budaya dapat berkembang secara dinamis dan memberi kontribusi signifikan bagi pembangunan ekonomi dan identitas budaya bangsa.

Kata Kunci: *Kepemimpinan Kreatif, Industri Kreatif, Inovasi, Budaya Organisasi*

A. Pendahuluan

Di era digitalisasi ini, semua sektor pekerjaan dapat mengikuti perkembangan zaman. Yang mana, perkembangan di era sekarang berkembang sangat pesat dan juga teknologi semakin canggih. Salah satu faktor yang penting dalam era global ini adalah industri kreatif dan budaya yang berbasiskan inovasi. Para pemilik usaha harus memiliki arahan mengenai usaha yang dijalankan seiring berkembangnya zaman (Riyanto and Azis 2024). Maka dari itu, dengan terjadinya inovasi di era sekarang, para konsumen sangat bergantung dengan platform digital karena kepraktisannya untuk mendapatkan sebuah produk, dan perusahaan harus mengikuti tren. Selain itu, inovasi juga dapat berdampak pada budaya yang sudah ada sebelumnya. Salah satu fenomena dari banyaknya kejadian adalah peralihan dari beberapa kegiatan secara *real* ke dunia digital (Udayana 2020). Hal tersebut menyebabkan perubahan, yang mana Masyarakat menjadi lebih individualis. Dengan adanya fenomena tersebut, dibutuhkan peran pemimpin untuk

dapat menyatukan tiap individu dengan arahan pemikiran yang sama, guna mencapai satu tujuan (Madyarti 2021).

Mengikuti perkembangan zaman, merupakan salah satu langkah lebih maju untuk menuju inovasi dalam industri. Inovasi diperlukan oleh perusahaan untuk mengantisipasi dari persaingan usaha yang ketat. Dalam menghadapi perkembangan dan inovasi, tentunya seorang pemimpin harus memiliki pemikiran yang kritis, serta memiliki ide-ide yang unik. Selain itu, pemimpin yang memiliki visi dan misi yang jelas dan terarah juga sangat berpengaruh dalam mengembangkan gagasan dan mendorong tim untuk memiliki pola pikir yang kritis (Sembiring et al. 2024). Karena gaya kepemimpinan dapat berpengaruh pada kinerja tim dan budaya organisasi (Airyq, Hubeis, and Sukmawati 2023). Pemimpin dan tim harus memiliki solidaritas (*team work*) yang kuat dalam menjalankan suatu proyek. Kerja sama tim yang baik, dapat meningkatkan produktivitas kerja dan kinerja perusahaan dalam mencapai tujuan (Lasmi, Bayhaqi, and Suhairi 2021).

Dapat diketahui bahwa, dalam melakukan pengembangan industri dibutuhkan kerja sama yang baik antar tim dan pemimpin. Sehingga ketika perusahaan melakukan inovasi, tim dapat melakukan kegiatan pengembangan sesuai dengan rencana yang diarahkan oleh pimpinan. Maka dari itu, peran pemimpin sangat besar dalam melakukan kegiatan RnD (*research and development*). Karena RnD dapat dikatakan sebagai bagian yang krusial dalam meningkatkan kualitas dan inovasi produk.

Dari penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran pemimpin dalam mengembangkan industri kreatif dan budaya berbasis inovasi. Dengan mengetahui peran-peran pemimpin dalam organisasi, faktor yang mempengaruhi efektivitas gaya kepemimpinan, dan hubungan antar gaya kepemimpinan dan keberhasilan proyek. Karena setiap pemimpin pasti memiliki gaya kepemimpinan dan budaya kerja yang berbeda-beda, dan tim harus beradaptasi dan memiliki visi-misi yang sama dengan pimpinan. Pemahaman yang lebih

komprehensif tentang dinamika kepemimpinan yang efektif pada sektor ini akan memberikan kontribusi pengembangan industri kreatif di masa yang akan datang.

B. Studi Literatur

1. Teori Kepemimpinan dalam Industri Kreatif

Kepemimpinan dalam industri kreatif berbeda dari sektor tradisional karena menuntut fleksibilitas, empati, dan kolaboratif. Kepemimpinan (*leadership*) merupakan kemampuan seorang individu dalam mempengaruhi orang lain, khususnya para pengikutnya, agar bertindak sesuai dengan arah yang diinginkan oleh pemimpin tersebut. Secara tradisional, peran kepemimpinan lebih sering diasosiasikan dengan laki-laki, karena mereka dianggap memiliki karakteristik seperti ketegasan, keberanian, kebijaksanaan, dan kemampuan untuk membawa perubahan sosial dalam masyarakat. Sementara itu, perempuan sering kali

dipersepsikan memiliki sifat lebih lembut dan emosional, sehingga dianggap kurang sesuai untuk posisi pemimpin (Nurhalim et al. 2023). Pada tiap perusahaan, pasti membutuhkan peran pemimpin yang sesuai dengan visi misi perusahaan. Karena dari budaya pemimpin bisa menimbulkan impact yang sangat besar pada perusahaan, salah satunya pada karyawan. Apabila pemimpin tersebut memiliki jiwa yang tegas dan dapat dengan mudah mempengaruhi tiap individu dengan segala motivasinya, dapat dipastikan bahwa karyawan dibawahnya akan mengikuti arahan pemimpin dengan baik.

Dalam industri kreatif, tentunya pemimpin dapat menyesuaikan perkembangan zaman yang sangat canggih ini. Kepemimpinan di era modern ini tidak hanya didasarkan pada kemampuan untuk

mempengaruhi individu, tetapi juga dibutuhkan keterampilan untuk dapat menggerakkan tenaga kerja. Pemimpin yang memprioritaskan untuk membangun lingkungan kerja yang positif dan mendukung tentunya memiliki harapan agar memiliki tim yang unggul dan mudah beradaptasi (Febriantina et al. 2025). Teori kepemimpinan dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:

a. Teori Kepemimpinan Karismatik

Kepemimpinan karismatik merupakan gaya kepemimpinan yang ditandai oleh daya tarik personal pemimpin, yang berpadu dengan visi yang kuat. Pemimpin karismatik mampu memengaruhi serta memotivasi anggota timnya melalui pesona yang khas dan gagasan yang inspiratif. Ciri utama yang membedakan kepemimpinan karismatik dari gaya kepemimpinan lainnya adalah kemampuannya dalam membangun keterikatan

emosional dengan pengikutnya, sehingga menciptakan semangat kerja tinggi dan lingkungan yang mendorong pencapaian tujuan bersama. Kepemimpinan ini merupakan perpaduan antara karakteristik kepribadian, keterampilan komunikasi, serta visi yang dapat diasah melalui pengalaman dan pelatihan.

b. Kepemimpinan Transformasional

Menurut (Tjiptono 1999) dalam karyanya menuliskan bahwa kepemimpinan transformasional merupakan gaya kepemimpinan yang mencakup perubahan organisasi, dan gaya kepemimpinan ini diyakini mampu mendorong kinerja unggul dalam organisasi yang tengah menghadapi tantangan inovasi dan perubahan.

c. Kepemimpinan Autentik

Gaya kepemimpinan ini dipercaya dapat mendorong pencapaian kinerja optimal,

terutama dalam organisasi yang sedang menghadapi tantangan transformasi dan inovasi.

2. Kreativitas dan Inovasi dalam Industri Kreatif

Kreativitas dan inovasi merupakan elemen utama yang mendorong pertumbuhan industri kreatif. Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide-ide baru yang orisinal dan bernilai (Naowarat, Mara, and Landwehr 2023). Dalam konteks industri kreatif, kreativitas tidak hanya terbatas pada ekspresi seni, tetapi juga mencakup penciptaan produk, layanan, dan pengalaman yang unik.

Inovasi di sisi lain adalah proses mengimplementasikan ide-ide kreatif menjadi sesuatu yang dapat memberikan nilai tambah, baik dalam bentuk produk, layanan, atau model bisnis baru (Schumpeter, Ziemnowicz, and Pembroke

2013). Menurut Florida (2002) dalam (Krisna 2024), ekosistem inovasi dalam industri kreatif bergantung pada interaksi antara tiga elemen utama: individu berbakat (*talent*), teknologi, dan toleransi terhadap keberagaman ide serta eksperimen. Beberapa faktor utama yang mempengaruhi kreativitas dan inovasi dalam industri kreatif meliputi:

- **Lingkungan yang Mendukung Eksperimentasi:** Menurut Amabile (1996) dalam karya (Nilawati, Katolik, and Atma 2024), lingkungan yang memberikan kebebasan berekspresi, toleransi terhadap kegagalan, dan dorongan untuk eksplorasi dapat meningkatkan kreativitas individu dan organisasi.
- **Kolaborasi Antar Disiplin:** Industri kreatif sering kali berkembang melalui sinergi antara berbagai bidang keahlian, seperti seni, teknologi, dan bisnis.

- **Pemanfaatan Teknologi Digital:** Menurut Howkins (2001) dalam (Syafitri and Nisa 2024) Transformasi digital telah membuka peluang baru bagi inovasi dalam industri kreatif, mulai dari penggunaan kecerdasan buatan dalam desain hingga platform berbasis blockchain untuk manajemen hak cipta. Dalam industri kreatif, pemimpin memiliki peran penting dalam menciptakan budaya inovatif dengan menyediakan visi yang jelas, membangun lingkungan yang mendukung kreativitas, serta mendorong eksplorasi ide-ide baru. Kepemimpinan yang efektif dalam industri ini tidak hanya berorientasi pada pencapaian target bisnis, tetapi juga berfokus pada pemberdayaan individu dan komunitas kreatif untuk menghasilkan solusi yang orisinal dan bernilai tinggi.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepemimpinan dalam Industri Kreatif

Beberapa faktor utama yang mempengaruhi efektivitas kepemimpinan dalam industri kreatif meliputi:

- **Budaya Organisasi:** Menurut Oldham & Cummings (1996) dalam karya (Mintawati, Md Zain, and Minai 2020) Lingkungan kerja yang fleksibel dan berbasis proyek memungkinkan kreativitas berkembang.
- **Kebijakan Publik:** Dukungan dari pemerintah dalam bentuk regulasi dan insentif berpengaruh terhadap pertumbuhan industri kreatif.
- **Dinamika Pasar:** Menurut (Hesmondhalgh, 2013) dalam (Sumardiono 2022) Persaingan global dan perkembangan teknologi mengharuskan pemimpin untuk adaptif dan visioner.

C. Metode Penelitian

Desain penelitian ini mengikuti kerangka kerja *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA)* yang terdiri dari tahapan identifikasi, penyaringan, kelayakan, dan inklusi dikemukakan oleh Moher et al. (2009) dalam (Nilaprapti, Haryanto, and Bhakti 2024). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk secara sistematis menyeleksi dan menganalisis literatur yang relevan guna memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika kepemimpinan dalam industri kreatif.

SLR dipilih sebagai metode utama karena pendekatan ini mampu memberikan sintesis berbasis bukti dari penelitian terdahulu, mengeliminasi bias dalam pemilihan literatur, serta memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi kesenjangan penelitian yang dapat menjadi landasan bagi studi lanjutan. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memahami pola kepemimpinan yang dominan dalam industri kreatif, tetapi juga untuk mengidentifikasi strategi

kepemimpinan yang efektif dalam membangun budaya inovatif.

Data dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai database akademik terkemuka, termasuk Scopus, Web of Science, Elsevier, dan Google Scholar, untuk memastikan bahwa literatur yang digunakan berasal dari sumber yang memiliki kredibilitas tinggi. Artikel yang dipilih harus memenuhi kriteria, seperti publikasi scopus terindeks Q1-Q3 serta prosiding konferensi akademik yang memiliki standar seleksi ketat. literatur yang dikaji dibatasi dalam rentang waktu 5-10 tahun terakhir untuk memastikan bahwa data yang diperoleh masih relevan dengan perkembangan industri kreatif dan kepemimpinan terkini. Studi yang dianalisis harus berkaitan langsung dengan kepemimpinan dalam industri kreatif, inovasi berbasis budaya, atau peran pemimpin dalam mendorong kreativitas dan kolaborasi dalam organisasi kreatif. Artikel yang diikutsertakan harus menggunakan pendekatan empiris (kuantitatif, kualitatif, atau campuran) atau tinjauan literatur yang berbasis pada analisis teoretis yang kuat.

Untuk menghindari bias publikasi, penelitian ini juga mempertimbangkan literatur dari berbagai konteks geografis dan sektor industri kreatif yang berbeda, termasuk seni, media, desain, teknologi kreatif, dan industri budaya.

Setelah tahap identifikasi awal, artikel yang diperoleh disaring berdasarkan judul, abstrak, dan kata kunci. Artikel yang tidak secara langsung membahas peran kepemimpinan dalam industri kreatif atau tidak memiliki fokus pada inovasi organisasi dikeluarkan dari daftar.

Selanjutnya, artikel yang telah lolos tahap penyaringan awal dinilai berdasarkan kualitas metodologi penelitian, kontribusi akademik, serta relevansi dengan tujuan penelitian ini. Penilaian dilakukan dengan menggunakan *Critical Appraisal Skills Programme (CASP)* dan *Mixed Methods Appraisal Tool (MMAT)* untuk memastikan bahwa hanya studi yang memiliki tingkat validitas dan reliabilitas tinggi yang disertakan dalam analisis. Pada tahap ini, jumlah artikel yang

memenuhi kriteria akhir berjumlah 29 artikel yang kemudian dianalisis lebih lanjut.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam industri kreatif, pengambilan keputusan strategis merupakan aspek fundamental yang menentukan arah dan keberlanjutan organisasi. Pemimpin dalam industri ini tidak hanya berperan sebagai pengambil keputusan, tetapi juga sebagai arsitek visi yang mengarahkan organisasi menuju inovasi berkelanjutan. Keputusan yang dibuat oleh pemimpin harus mempertimbangkan dinamika industri yang terus berubah, termasuk perkembangan teknologi, perubahan preferensi konsumen, serta tren global yang mempengaruhi ekosistem kreatif. Berbeda dengan sektor industri tradisional, di mana keputusan sering kali berbasis pada struktur hierarkis dan prediktabilitas pasar, industri kreatif menuntut pendekatan yang lebih fleksibel, adaptif, dan berbasis eksperimentasi. Oleh karena itu, pemimpin dalam industri ini harus mampu mengelola

ketidakpastian dengan cepat dan responsif, serta menciptakan strategi yang mendorong eksplorasi ide-ide baru tanpa mengorbankan stabilitas bisnis.

Salah satu tantangan utama dalam pengambilan keputusan strategis dalam industri kreatif adalah menemukan keseimbangan antara kebebasan berekspresi dan kebutuhan bisnis. Pemimpin yang terlalu menekankan aspek komersialisasi dapat menghambat kreativitas timnya, sementara pemimpin yang terlalu longgar dalam pengelolaan dapat menghadapi risiko inefisiensi dan kurangnya keberlanjutan. Oleh karena itu, kepemimpinan yang efektif dalam industri kreatif membutuhkan kombinasi antara visi yang kuat, keterampilan komunikasi yang mumpuni, serta pemahaman mendalam tentang tren industri. Dalam konteks ini, pemimpin juga perlu membangun budaya kerja yang memungkinkan anggota tim untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan, sehingga tercipta lingkungan yang kolaboratif dan inovatif.

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, keputusan strategis dalam industri kreatif juga semakin dipengaruhi oleh data dan analitik. Pemimpin yang sukses dalam industri ini bukan hanya mengandalkan intuisi kreatif semata, tetapi juga memanfaatkan *big data*, analisis perilaku konsumen, serta kecerdasan buatan untuk memahami pola dan tren yang sedang berkembang. Dengan pendekatan ini, pemimpin dapat mengambil keputusan yang lebih akurat, berbasis bukti, dan sesuai dengan perubahan pasar yang dinamis. Oleh karena itu, pemimpin industri kreatif di era modern harus mengembangkan keterampilan kepemimpinan yang berbasis data untuk memastikan bahwa keputusan strategis yang diambil tetap relevan dan kompetitif di pasar global.

Kepemimpinan yang efektif dalam industri kreatif memainkan peran krusial dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan sektor ini. Pemimpin yang mampu menginspirasi, membangun budaya kerja yang kolaboratif, serta memberikan ruang bagi eksplorasi ide-ide baru akan menciptakan

lingkungan yang kondusif bagi inovasi. Dalam konteks industri kreatif, inovasi tidak hanya mencakup pengembangan produk atau layanan baru, tetapi juga mencakup model bisnis, strategi pemasaran, serta pendekatan operasional yang lebih efisien. Menekankan bahwa kepemimpinan transformasional, yang menekankan pada inspirasi dan pemberdayaan tim, memiliki dampak positif terhadap inovasi dalam organisasi (Asbari and Novitasari 2024).

Selain itu, pemimpin yang memiliki visi strategis yang jelas dapat membantu industri kreatif berkembang dengan menciptakan sinergi antara elemen bisnis dan kreativitas. Dengan pendekatan ini, industri kreatif dapat berkembang tidak hanya sebagai sektor yang berbasis ekspresi artistik, tetapi juga sebagai sektor yang memiliki daya saing ekonomi yang tinggi. Menurut Porter (dalam Putri 2025) dalam teorinya tentang keunggulan kompetitif menyoroti bahwa pemimpin yang mampu mengelola sumber daya dengan efektif dan mengadaptasi strategi inovatif dapat

memberikan nilai tambah yang signifikan bagi industri kreatif.

Pemimpin dalam industri kreatif juga memiliki peran dalam menciptakan ekosistem yang memungkinkan pertumbuhan industri secara berkelanjutan. Ini dapat dilakukan dengan membangun jaringan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, termasuk akademisi, komunitas kreatif, investor, serta pemerintah. Kolaborasi semacam ini memungkinkan terciptanya lingkungan yang mendukung inovasi melalui pertukaran ide, akses terhadap sumber daya, serta pengembangan kebijakan yang mendukung industri kreatif. Dengan demikian, kepemimpinan yang proaktif dalam membangun kemitraan strategis dapat menjadi pendorong utama pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional maupun global.

Meskipun kepemimpinan memiliki peran yang signifikan dalam industri kreatif, terdapat berbagai tantangan yang harus dihadapi oleh para pemimpin di sektor ini. Salah satu tantangan utama adalah

kompleksitas dalam mengelola individu yang memiliki karakteristik unik dan pendekatan kerja yang fleksibel. Industri kreatif sering kali dihuni oleh individu dengan latar belakang yang beragam, mulai dari seniman, desainer, hingga pengembang teknologi, yang masing-masing memiliki cara berpikir dan gaya kerja yang berbeda. Oleh karena itu, pemimpin perlu mengembangkan strategi komunikasi yang efektif serta membangun budaya organisasi yang inklusif agar dapat mengakomodasi kebutuhan dan aspirasi seluruh anggota tim.

Selain itu, ketidakpastian pasar dan perubahan tren yang cepat juga menjadi tantangan utama dalam kepemimpinan di industri kreatif. Berbeda dengan industri tradisional yang cenderung lebih stabil, industri kreatif sangat dipengaruhi oleh tren sosial, perubahan preferensi konsumen, serta perkembangan teknologi. Untuk mengatasi tantangan ini, pemimpin dalam industri kreatif harus memiliki fleksibilitas tinggi dan mampu menerapkan strategi kepemimpinan yang adaptif. Dalam teori perubahan

organisasinya menekankan bahwa pemimpin yang berhasil dalam lingkungan yang dinamis adalah mereka yang mampu merancang perubahan secara strategis dan mendorong organisasi untuk beradaptasi dengan cepat terhadap kondisi pasar (Dafitri and Jaja Raharja 2017).

Tantangan lainnya adalah keseimbangan antara kreativitas dan keberlanjutan bisnis. Sering kali, pemimpin di industri kreatif menghadapi dilema antara memberikan kebebasan penuh kepada tim kreatif untuk bereksplorasi dengan ide-ide baru dan memastikan bahwa proyek-proyek yang dikembangkan tetap memiliki nilai ekonomi yang tinggi. Dalam hal ini, pemimpin perlu memiliki keterampilan dalam mengelola sumber daya dengan efektif, mengembangkan model bisnis yang berkelanjutan, serta tetap memberikan ruang bagi inovasi tanpa mengorbankan stabilitas finansial perusahaan.

Pemanfaatan teknologi juga menjadi tantangan dalam kepemimpinan industri kreatif. Dengan

berkembangnya kecerdasan buatan, big data, dan teknologi blockchain, industri kreatif semakin terdigitalisasi, yang mengharuskan pemimpin untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana teknologi dapat digunakan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing organisasi. Oleh karena itu, pemimpin industri kreatif modern harus memiliki keterampilan digital yang kuat agar dapat memanfaatkan teknologi secara optimal dalam mengembangkan strategi bisnis yang inovatif.

Berdasarkan analisis yang telah dibahas, jelas bahwa kepemimpinan dalam industri kreatif memiliki dampak yang luas tidak hanya terhadap inovasi dalam organisasi, tetapi juga terhadap keberlanjutan industri secara keseluruhan. Kepemimpinan yang kuat dan visioner dapat menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan jangka panjang industri kreatif dengan membangun budaya inovasi, memperkuat daya saing, serta meningkatkan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan.

Selain itu, kepemimpinan yang berorientasi pada keberlanjutan dapat membantu industri kreatif dalam menghadapi tantangan ekonomi dan sosial, termasuk perubahan regulasi, persaingan global, serta dampak lingkungan dari produksi kreatif. Pemimpin yang memiliki perspektif jangka panjang akan lebih mampu mengembangkan strategi bisnis yang tidak hanya menguntungkan secara finansial, tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan. Dalam konsep triple bottom line menekankan pentingnya keseimbangan antara profitabilitas, keberlanjutan lingkungan, dan dampak sosial dalam menjalankan bisnis yang berkelanjutan (Latifah 2021).

Lebih lanjut, implikasi dari kepemimpinan yang efektif dalam industri kreatif juga mencakup pembentukan kebijakan publik yang mendukung sektor kreatif. Pemimpin yang memiliki jaringan kuat dengan pembuat kebijakan dapat berkontribusi dalam merancang regulasi yang mendukung pertumbuhan industri kreatif, termasuk insentif bagi usaha kreatif,

perlindungan hak kekayaan intelektual, serta pengembangan infrastruktur yang mendukung ekosistem kreatif. Dengan adanya kebijakan yang mendukung, industri kreatif dapat berkembang lebih pesat dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian nasional maupun global.

Pada akhirnya, keberhasilan industri kreatif sangat bergantung pada bagaimana pemimpin di sektor ini mampu beradaptasi dengan perubahan, mengelola tantangan, serta membangun budaya organisasi yang mendorong inovasi dan kolaborasi. Oleh karena itu, kepemimpinan dalam industri kreatif bukan hanya sekadar mengelola tim atau mengambil keputusan bisnis, tetapi juga tentang membangun masa depan industri yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi di era ekonomi berbasis inovasi.

E. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa kepemimpinan memiliki peran vital dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan industri kreatif.

Pemimpin yang adaptif dan inovatif dapat menciptakan lingkungan yang mendukung kreativitas, sementara budaya organisasi yang kolaboratif memungkinkan kontribusi maksimal dari anggota tim. Pengambilan keputusan berbasis data meningkatkan daya saing, dan kolaborasi dengan pemangku kepentingan memperkuat ekosistem industri kreatif. Selain itu, pemimpin harus mampu mengelola tim yang beragam dengan komunikasi yang inklusif serta berorientasi pada keberlanjutan, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Dengan pendekatan ini, industri kreatif dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak positif bagi perekonomian global.

DAFTAR PUSTAKA

- Airyq, Irnin Miladdyan, Aida Vitayala Sjafrri Hubeis, and Anggraini Sukmawati. 2023. "Pengaruh Kompetensi, Kepemimpinan Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Sumber Daya Manusia." *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen* 9(1):285–95. doi: 10.17358/jabm.9.1.285.
- Asbari, Masduki, and Dewiana Novitasari. 2024. "Kepemimpinan Transformasional Sebagai Katalisator Inovasi Dan Kinerja Organisasi : Tinjauan Literatur." *Journal of Information Systems and Management (JISMA)* 03(06):86–108.
- Dafitri, Rahma, and un Jaja Raharja. 2017. "Analisis Bibliometrik Penelitian Change Management Dan Leadership Pada Publikasi Ilmiah Terindeks Scopus." *Jurnal Bisnis Strategi* 26(1):1–15.
- Febriantina, Susan, Calvin Kimura, Hana Nurkhairani, Muhammad Fajar Bayu, Pradipta Afrah Nugraha, and Safrina Primadhita. 2025. "Literature Review : Teori-Teori Kepemimpinan (Modern Dan Tradisional)."
- Krisna, Andy Endra. 2024. "Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif : Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing Dan Inovasi." 3(4).
- Lasmi, Aida, Habib Bayhaqi, and Suhairi Suhairi. 2021. "Membangun Kerjasama Tim Yang Efekti Dalam Organisasi." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 2(1):35–45. doi: 10.47467/dawatuna.v2i1.509.
- Latifah, Sri Wahjuni. 2021. "Triple Bottom Line Terhadap Nilai Perusahaan, Gross Profit Margin Sebagai Indikator Ekonomi." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)* 4(4):544–63. doi: 10.24034/j25485024.y2020.v4.i4.4249.
- Madyarti, G. M. 2021. "Peran Pemimpin Dalam Memotivasi Dan Meningkatkan Kinerja Pegawai." *Proceeding: Islamic University of Kalimantan* 291–97.
- Mintawati, Hesri, Ali Yusob Md Zain, and Mohd Sobri Minai. 2020. "Budaya Organisasi, Kepuasan Kerja Dan Prestasi Kerja Pegawai Polis Di Jawa

- Barat Indonesia.” *Journal of Business Management and Accounting* 8(1):73–84. doi: 10.32890/jbma2018.8.1.8799.
- Naowarat, Panida, Nowa Mara, and Johanna Landwehr. 2023. “Artificial Intelligence Understanding Opportunities and Limitations Across Disciplines Detlef Schwarting Seminar Paper Artificial Intelligence and Creativity Can AI Ever Be Creative?”
- Nilaprapti, Endhang, Haryanto Haryanto, and Wida Kuswida Bhakti. 2024. “Berpikir Kritis Dalam Proses Keperawatan: Scoping Review.” *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan* 15(1):20–26. doi: 10.54630/jk2.v15i1.324.
- Nilawati, Levi, Universitas Katolik, and Indonesia Atma. 2024. “Peran Teori Motivasi Terhadap Kreativitas Individu Karyawan : Hasil Sebuah Review.” XVIII.
- Nurhalim, Nurhalim, M. Zainal Akbar Saputra, Nuning Setia Ningsih, Amirullah Amirullah, Musli Musli, and Jamrizal Jamrizal. 2023. “Konsep Kepemimpinan: Pengertian, Peran, Urgensi Dan Profil Kepemimpinan.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7(1):2071–72.
- Putri, Amelia. 2025. “10 PENDAPAT AHLI MENGENAI KEUNGGULAN KOMPETITIF.” 3(1):98–104.
- Riyanto, Slamet, and Muh Nur Luthfi Azis. 2024. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kesiapan Industri Kreatif Memasuki Digitalisasi Bisnis Berbasis Budaya Lokal.” *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis* 28(2):117. doi: 10.20961/jkb.v28i2.77848.
- Schumpeter, Joseph A., Christopher Ziemnowicz, and Carolina Pembroke. 2013. “Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship.” *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship*. doi: 10.1007/978-1-4614-3858-8.
- Sembiring, Ari Wibowo, Aulia Sari Damanik, Khansa Arista Widya, and Suawandi Suawandi. 2024. “Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Inovasi Dalam Organisasi Kewirausahaan.” *Wawasan: Jurnal Ilmu Manajemen*,

Ekonomi Dan Kewirausahaan 2(1):231–38.

Sumardiono, Nawan. 2022. “Komodifikasi Fandom: Studi Pada Penggunaan Media Digital Fandom Boyband Bts Di Indonesia.” *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi* 14(1):44–68. doi: 10.23917/komuniti.v14i1.16602.

Syafitri, Aulia Daisy Arsy, and Fauzatul Laily Nisa. 2024. “Perkembangan Serta Peran Ekonomi Kreatif Di Indonesia Dari Masa Ke Masa.” *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen* 2(3):189–98. doi: 10.59024/jise.v2i3.810.

Tjiptono, Fandy. 1999. *Perspektif Manajemen Dan Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.

Udayana. 2020. “Seminar Nasional Envisi 2020 : Industri Kreatif Disrupsi Teknologi Digital : Tumbuh Kembangnya Industri Kreatif Berbasis Budaya.” *Seminar Nasional Envisi : Industri Kreatif* 1–16.