

PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF Di BANTEN YANG BERSUMBER DARI WARISAN BUDAYA BANTEN

Agus Rustamana¹, Yuliah², Berlina Levanalintang Rahmanto³, Suci Ramadian⁴, Ratu Arum Cinta⁵, Titin Sulpiyatin⁶, Syahrullah⁷

Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Kota Serang

E-mail: *yuliah0813@gmail.com²

ABSTRAK

Penguatan ekonomi kreatif di Banten semakin bergantung pada cara warisan budaya dimanfaatkan sebagai identitas dan sumber inovasi produk. Fokus penelitian ini adalah menggambarkan tujuan pengembangan subsektor kuliner tradisional, kerajinan, dan fashion etnik yang berakar pada nilai budaya lokal. Metode yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana motif daerah, teknik produksi tradisional, dan cerita sejarah diolah menjadi elemen kreatif yang relevan dengan kebutuhan pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran budaya cukup dominan dalam membentuk karakter produk, namun perkembangan sektor ini masih terhambat oleh keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, kurangnya inovasi, dan dukungan kelembagaan yang belum merata. Temuan tersebut menegaskan perlunya strategi seperti digitalisasi, branding berbasis budaya, peningkatan kapasitas pelaku usaha, serta integrasi dengan pariwisata agar ekonomi kreatif Banten dapat tumbuh lebih kompetitif dan berkelanjutan.

Kata kunci

ekonomi kreatif, budaya lokal, Banten, warisan budaya.

ABSTRACT

The strengthening of Banten's creative economy is increasingly shaped by how cultural heritage is used as a source of identity and product innovation. This study focuses on explaining the role of local culture in the development of traditional culinary, craft, and ethnic fashion subsectors. A descriptive qualitative approach was applied to understand how regional motifs, traditional production techniques, and historical narratives are transformed into creative elements that align with market needs. The findings show that cultural heritage significantly influences product character, yet the sector's growth is still limited by restricted capital, low digital literacy, minimal innovation, and uneven institutional support. These conditions highlight the need for strategies such as digitalization, culture-based branding, capacity building for creative actors, and integration with local tourism to ensure that Banten's creative economy can grow more competitively and sustainably.

Keywords

creative economy, local culture, Banten, cultural heritage.

1. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang semakin menonjol di Indonesia karena kemampuannya menggabungkan kreativitas, budaya, dan inovasi dalam menghasilkan nilai tambah ekonomi. Perubahan perilaku konsumen, meningkatnya ketertarikan pada produk berbasis identitas lokal, serta berkembangnya teknologi digital memberikan peluang besar bagi daerah untuk mengoptimalkan potensi budayanya. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif tidak hanya berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga dalam memperkuat karakter budaya suatu wilayah.

Banten memiliki kekayaan budaya yang cukup beragam, mulai dari tradisi, motif lokal, hingga produk kerajinan dan kuliner yang menunjukkan identitas daerah. Potensi tersebut sebenarnya mampu menjadi modal kuat bagi pengembangan sektor kreatif, tetapi pemanfaatannya belum sepenuhnya optimal. Pelaku usaha masih menghadapi

kendala seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, inovasi yang belum stabil, dan dukungan kelembagaan yang belum merata. Akibatnya, banyak produk berbasis budaya yang belum memiliki daya saing yang cukup kuat di pasar yang lebih luas.

Melihat adanya kesenjangan antara potensi budaya yang tersedia dan pemanfaatannya dalam ekonomi kreatif, diperlukan kajian yang lebih terarah untuk memahami bagaimana warisan budaya Banten diolah menjadi produk kreatif serta hambatan yang muncul dalam prosesnya. Pemahaman ini penting agar strategi pengembangan yang dirumuskan mampu mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Dengan dasar tersebut, penelitian ini bertujuan mengidentifikasi bentuk pemanfaatan budaya lokal dalam sektor kreatif, menganalisis kendala yang dihadapi pelaku usaha, serta merumuskan peluang dan strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami pemanfaatan warisan budaya dalam perkembangan ekonomi kreatif di Banten. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial dan praktik budaya secara mendalam melalui analisis konteks, makna, serta pola yang muncul di lapangan. Fokus penelitian diarahkan pada subsektor kuliner tradisional, kerajinan, dan fashion etnik, dengan menilai bagaimana nilai budaya lokal diolah menjadi identitas dan sumber inovasi produk. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan agar informasi yang diperoleh tersusun secara sistematis dan mendukung interpretasi yang lebih komprehensif.

2.2 Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui studi literatur dengan menelaah berbagai sumber sekunder seperti artikel ilmiah, laporan penelitian, buku, serta publikasi resmi yang membahas ekonomi kreatif dan budaya lokal di Banten. Pemilihan sumber dilakukan berdasarkan tingkat relevansi, keakuratan informasi, serta keterbaruan kajian agar data yang digunakan mampu menggambarkan perkembangan subsektor kreatif secara objektif. Setiap informasi yang diperoleh dianalisis untuk mengidentifikasi pola, perkembangan, dan hambatan yang muncul dalam pemanfaatan budaya lokal sebagai bagian dari penguatan ekonomi kreatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bentuk-Bentuk Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Banten

Hasil kajian menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif di Banten bergerak terutama pada tiga subsektor, yaitu kuliner tradisional, kerajinan, dan fashion etnik. Ketiganya memanfaatkan nilai budaya sebagai sumber inspirasi dan identitas visual produk. Pada subsektor kuliner, masyarakat mengolah resep dan bahan lokal menjadi produk pangan yang mempertahankan cita rasa tradisional. Temuan Hakim et al. (2022) menunjukkan bahwa subsektor ini tumbuh pesat karena kedekatannya dengan budaya lokal dan tingginya minat konsumen terhadap makanan berbasis tradisi.

Pada subsektor kerajinan, pemanfaatan bahan alam dan komoditas lokal menjadi salah satu kekuatan utama pengembangan ekonomi kreatif daerah. Produk seperti olahan Talas Beneng merupakan contoh bagaimana komoditas lokal dapat diangkat menjadi produk bernilai ekonomi sekaligus memperkuat identitas budaya Pandeglang. Hal ini

sejalan dengan hasil penelitian Wahjusaputri et al. (2018) yang menegaskan bahwa pengolahan komoditas lokal berkontribusi terhadap pembentukan karakter ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal.

Fashion etnik, terutama batik Banten, juga menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan. Inovasi motif serta adaptasi desain modern menjadi strategi utama pelaku UMKM dalam mempertahankan karakter budaya sekaligus memenuhi kebutuhan pasar yang lebih luas. Vera dan Dewi (2022) mencatat bahwa integrasi nilai tradisi dengan desain kontemporer telah meningkatkan daya saing batik Banten. Selain itu, aktivitas seni pertunjukan dan kegiatan budaya di kawasan Kesultanan Banten juga memperlihatkan perkembangan positif. Yedi et al. (2022) mengidentifikasi kawasan tersebut sebagai ruang berkembangnya aktivitas kreatif yang memanfaatkan elemen sejarah dan kearifan lokal.

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa kuliner tradisional, kerajinan lokal, dan fashion etnik menjadi pondasi utama perkembangan ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten. Penguatan karakter budaya melalui ketiga subsektor tersebut tidak hanya memperkuat identitas daerah, tetapi juga membuka peluang ekspansi ekonomi kreatif di tingkat regional.

3.2 Pemanfaatan Kearifan Lokal dalam Aktivitas Ekonomi Kreatif

Pemanfaatan kearifan lokal dalam ekonomi kreatif di Banten terlihat dari bagaimana pelaku usaha mengangkat simbol budaya, narasi sejarah, dan identitas daerah ke dalam berbagai produk kreatif. Pada bidang kerajinan, nilai budaya hadir melalui penggunaan bahan lokal, motif khas, dan teknik produksi tradisional. Supendi et al. (2023) mencatat bahwa komunitas adat Baduy menerapkan pola hidup, teknik menenun, dan simbol budaya mereka sebagai dasar pembuatan kain serta kerajinan, sehingga produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomi sekaligus memperkuat identitas budaya daerah.

Pada bidang kuliner dan pariwisata budaya, unsur lokal muncul melalui penamaan makanan, cerita asal-usul hidangan, dan cara penyajiannya. Yedi et al. (2022) menunjukkan bahwa pengembangan kreatif di kawasan Kesultanan Banten banyak bertumpu pada narasi sejarah dan tradisi lokal untuk membangun daya tarik wisata. Pendekatan ini memperkuat hubungan antara produk kreatif dan karakter budaya yang menjadi ciri khas wilayah tersebut.

Sementara itu, pada bidang fashion, khususnya batik Banten, pelaku UMKM memanfaatkan simbol sejarah dan visual budaya sebagai inspirasi motif. Vera dan Dewi (2022) menjelaskan bahwa inovasi dilakukan dengan menggabungkan motif tradisional dan desain modern sehingga menghasilkan produk yang tetap mencerminkan karakter budaya, namun tetap relevan dengan kebutuhan pasar.

Secara keseluruhan, pemanfaatan kearifan lokal di Banten lebih menonjol pada aspek simbolik, estetika budaya, dan narasi sejarah. Adapun penggunaan bahasa daerah sebagai elemen kreatif belum banyak dibahas dalam literatur, sehingga membuka peluang penelitian lanjutan mengenai potensi ekspresi linguistik dalam pengembangan ekonomi kreatif daerah.

3.3 Kendala yang Dihadapi Pelaku Ekonomi Kreatif di Banten

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten masih menghadapi beberapa persoalan mendasar. Kemampuan pelaku usaha dalam inovasi, manajemen, dan pemanfaatan teknologi digital masih terbatas. Banyak produk dibuat dengan pola produksi tradisional tanpa peningkatan keterampilan, sehingga tidak mampu bersaing di

pasar modern. Rozikin dan Nugroho (2025) menegaskan bahwa kapasitas SDM kreatif di Banten masih belum merata dan memerlukan pendampingan berkelanjutan.

Akses permodalan dan dukungan kelembagaan juga belum berjalan optimal. UMKM kreatif mengalami kesulitan mendapatkan pembiayaan karena rendahnya literasi keuangan dan keterbatasan program pendanaan khusus untuk sektor budaya. Selain itu, koordinasi antar-pemangku kepentingan sering tidak konsisten, sehingga kebijakan pengembangan ekonomi kreatif kurang efektif (Yedi et al., 2022).

Pemasaran juga menjadi hambatan signifikan. Banyak pelaku kreatif belum memahami strategi digital marketing, belum mampu membangun branding yang kuat, dan belum memiliki jaringan distribusi yang memadai. Kondisi ini menyebabkan produk kreatif sulit menembus pasar di luar daerah. Hakim et al. (2022) mencatat bahwa persoalan pemasaran merupakan salah satu kendala dominan bagi pelaku ekonomi kreatif berbasis budaya di berbagai wilayah, termasuk Banten.

Secara keseluruhan, kendala seperti rendahnya inovasi, terbatasnya infrastruktur, dan dukungan kelembagaan yang belum stabil membuat potensi ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten belum berkembang optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya penguatan kapasitas pelaku usaha serta kebijakan yang lebih konsisten agar sektor kreatif dapat tumbuh lebih efektif.

3.4 Peluang dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya

Banten memiliki peluang kuat untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis budaya karena daerah ini menyimpan banyak aset kultural seperti kawasan Kesultanan Banten, kuliner khas, motif batik, dan keberadaan komunitas adat. Aset-aset tersebut memberi nilai pembeda yang tidak dimiliki daerah lain dan dapat menjadi dasar pengembangan branding daerah serta wisata budaya. Temuan Sajida (2022) dan Yedi et al. (2022) menunjukkan bahwa potensi ini bisa dioptimalkan jika dikemas menjadi produk dan pengalaman budaya yang konsisten. Selain itu, perkembangan digital memberi kesempatan besar bagi UMKM kreatif untuk memperluas jangkauan pasar melalui e-commerce dan promosi berbasis media sosial (Hakim et al., 2022).

Untuk memanfaatkan peluang tersebut, penguatan kapasitas pelaku usaha menjadi strategi utama. Pelatihan mengenai desain produk, pengemasan, pemasaran digital, serta manajemen usaha dapat meningkatkan kualitas dan daya saing produk kreatif. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Rozikin dan Nugroho (2025) yang menekankan pentingnya peningkatan kapasitas SDM secara berkelanjutan. Selain itu, kolaborasi lintas pihak pemerintah, akademisi, komunitas kreatif, dan industri diperlukan untuk menyediakan fasilitas pendukung seperti ruang kreasi, pusat pelatihan, dan kebijakan yang mendorong kemudahan akses usaha (Yedi et al., 2022).

Strategi lainnya mencakup penguatan branding dan pengembangan wisata kreatif berbasis pengalaman, misalnya melalui workshop batik, festival budaya, atau wisata tematik yang menggabungkan kriya, kuliner, dan pertunjukan seni (Sajida, 2022). Akses pembiayaan juga perlu diperluas melalui skema kredit mikro, fasilitas dana bergulir, atau kemitraan dengan platform crowdfunding agar pelaku usaha memiliki ruang untuk berinovasi. Di samping itu, inovasi berbasis riset serta penerapan standar mutu seperti sertifikasi halal dan hak cipta motif dapat meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses pasar yang lebih luas. Secara keseluruhan, peluang budaya Banten akan lebih optimal jika didukung melalui peningkatan kapasitas, kolaborasi multipihak, penguatan digitalisasi, perluasan pembiayaan, dan inovasi produk yang berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten berkembang melalui kuliner tradisional, kerajinan lokal, dan fashion etnik yang mampu memperkuat identitas budaya daerah. Kegiatan kreatif ini memanfaatkan kearifan lokal melalui simbol budaya, narasi sejarah, teknik produksi tradisional, serta elemen visual yang merepresentasikan karakter masyarakat Banten.

Meski memiliki potensi besar, pengembangannya masih terhambat oleh keterbatasan kapasitas SDM, akses pembiayaan yang belum merata, lemahnya strategi pemasaran, serta dukungan kelembagaan dan infrastruktur yang belum optimal. Namun, peluang tetap terbuka melalui kekuatan aset budaya, perkembangan digital, dan tumbuhnya komunitas kreatif di berbagai wilayah.

Secara keseluruhan, ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten dapat berkembang lebih cepat apabila didukung oleh peningkatan kapasitas pelaku usaha, kolaborasi multipihak, penguatan pemasaran digital, serta inovasi produk yang berkelanjutan. Upaya terarah dan konsisten menjadi kunci agar sektor ini mampu memberikan kontribusi signifikan bagi perekonomian daerah sekaligus menjaga keberlanjutan identitas budaya lokal.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Hakim, A. L., Maulana, R., Qawi, M. R., Andayani, N., & Firdaus, S. A. (2024). Study of local potential-based creative economy for community empowerment. *MIMBAR: Jurnal Sosial dan Pembangunan*, 40(1), 28–36.
- Rozikin, R., & Nugroho, K. S. (2025). Analisis SWOT dalam pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Banten: Review potensi, tantangan, dan strategi berbasis governance. *Antasena: Governance and Innovation Journal*, 3(1), 254–260. <https://doi.org/10.61332/antasena.v3i1.372>
- Rusyadi, Y., Jumiati, I. E., & Yulianti, R. (2022). Sinergitas pemangku kepentingan dalam kerangka pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan Kesultanan Banten, Kota Serang. *Jurnal Kebijakan Pembangunan Daerah*, 6(2), 134–144. <https://doi.org/10.56945/jkpd.v6i2.193>
- Sajida, Z., & Syafrida, I. (2022). Strategi pengembangan kawasan Kesultanan Banten Lama sebagai wisata halal di Provinsi Banten. *Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 109–119. <https://doi.org/10.32722/eb.v21i2.5218>
- Supendi, U., Permana, A., Ruswanda, A. S., & Samsudin, S. (2025). Local wisdom in the creative economy of the Baduy community. *International Journal of Nusantara Islam*, 13(1), 79–98. <https://doi.org/10.15575/ijni.v13i1.45055>
- Maria, V., & Dewi, R. P. (2024). Analisis strategi pemasaran dan inovasi produk kreatif untuk meningkatkan kinerja pemasaran UMKM Provinsi Banten: Studi pada PT Batik Banten Mukarnas di Kota Serang. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan dan Teknologi*, 1(2), 1–15. <https://doi.org/10.61132/jumaket.v1i2.81>
- Wahjusaputri, S., Bunyamin, B., & Nastiti, T. I. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan talas beneng sebagai komoditas unggulan kelompok tani Kelurahan Juhut, Kabupaten Pandeglang, Provinsi Banten. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(2), 186–203. <https://doi.org/10.21009/JPMM.002.2.03>