

## PERKEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI BANTEN YANG BERSUMBER DARI WARISAN BUDAYA BANTEN

Agus Rustamana<sup>1</sup>, Indah Aulia Dwi Aeni<sup>2</sup>, Yulisa Maharani<sup>3</sup>, Nindya Naura Shaina<sup>4</sup>, Keieva Nabila Maharani<sup>5</sup>, Gresia Dayulina Manulang<sup>6</sup>, Muhammad Iqbal<sup>7</sup>

Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Serang

E-mail: \*[agus.rustamana@untirta.ac.id](mailto:agus.rustamana@untirta.ac.id)<sup>1</sup>, [indahauliadwi10@gmail.com](mailto:indahauliadwi10@gmail.com)<sup>2</sup>, [Yulisamaharani42@gmail.com](mailto:Yulisamaharani42@gmail.com)<sup>3</sup>, [nindyaaanaura@gmail.com](mailto:nindyaaanaura@gmail.com)<sup>4</sup>, [knabilamaharani@gmail.com](mailto:knabilamaharani@gmail.com)<sup>5</sup>, [gresiadayulinam@gmail.com](mailto:gresiadayulinam@gmail.com)<sup>6</sup>, [iqbaldoang@gmail.com](mailto:iqbaldoang@gmail.com)<sup>7</sup>

### ABSTRAK

Provinsi Banten memiliki kekayaan warisan budaya yang berpotensi besar sebagai basis pengembangan ekonomi kreatif daerah. Berbagai produk berbasis budaya, seperti batik Banten, tenun Baduy, kerajinan tradisional, kuliner lokal, dan seni pertunjukan, menjadi modal penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekaligus pelestarian identitas budaya. Namun, pengembangan ekonomi kreatif di Banten masih menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan akses permodalan, lemahnya pengelolaan usaha yang belum profesional, efektivitas pemasaran yang rendah, serta belum optimalnya sinergi antar pemangku kepentingan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perkembangan ekonomi kreatif berbasis warisan budaya di Provinsi Banten, mengidentifikasi faktor pendorong dan penghambat, serta menganalisis peran kolaborasi Triple Helix dalam pengembangannya. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui studi literatur terhadap sumber-sumber sekunder, meliputi jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dokumen kebijakan, dan publikasi relevan lainnya. Data dianalisis secara tematik untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai dinamika ekonomi kreatif berbasis budaya di Banten. Hasil kajian menunjukkan bahwa UMKM kreatif memiliki peranan penting dalam memperkuat perekonomian daerah dan menciptakan peluang kerja, namun masih dibatasi oleh keterbatasan modal, kapasitas sumber daya manusia, dan akses pasar. Penerapan model Triple Helix yang melibatkan pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha dinilai strategis dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif yang lebih terintegrasi. Oleh karena itu, pengembangan ekonomi kreatif berbasis warisan budaya di Banten memerlukan penguatan pemberdayaan sumber daya manusia, perluasan akses pembiayaan, serta peningkatan kolaborasi lintas sektor guna mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif.

### Kata kunci

**Banten, Ekonomi kreatif, Warisan budaya, Triple Helix.**

### ABSTRACT

*The Province of Banten possesses a rich cultural heritage that has significant potential as a foundation for the development of the regional creative economy. Various culture-based products, such as Banten batik, Baduy woven textiles, traditional handicrafts, local culinary products, and performing arts, serve as important assets in promoting economic growth while preserving cultural identity. However, the development of the creative economy in Banten continues to face several challenges, including limited access to capital, unprofessional business management practices, low marketing effectiveness, and insufficient synergy among stakeholders. This study aims to describe the development of a creative economy based on cultural heritage in Banten Province, identify the driving and inhibiting factors, and analyze the role of the Triple Helix collaboration model in its development. A descriptive qualitative approach was employed, with data collected through a literature review of secondary sources, including academic journals, government reports, policy documents, and other relevant publications. The data were analyzed thematically to obtain a comprehensive understanding of the dynamics of culture-based creative economic development in Banten. The findings indicate that creative micro, small, and medium enterprises play*

*an important role in strengthening the regional economy and generating employment opportunities, yet their growth is constrained by limited capital, human resource capacity, and market access. The implementation of the Triple Helix model, involving government, academia, and business actors, is considered strategic in building a more integrated creative economy ecosystem. Therefore, the development of a cultural heritage-based creative economy in Banten requires strengthening human resource empowerment, expanding access to financing, and enhancing cross-sector collaboration to achieve inclusive and sustainable economic development.*

**Keywords**

**Banten, Creative economy, Culture heritage, Triple Helix.**

## 1. PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia terus menunjukkan peningkatan sebagai salah satu pendorong pertumbuhan ekonomi baru, terutama setelah melemahnya sektor-sektor konvensional pada masa pandemi. Di Provinsi Banten, dinamika tersebut semakin terlihat karena wilayah ini memiliki kekayaan budaya yang dapat dikembangkan menjadi sumber ekonomi kreatif yang potensial, seperti batik Banten, kain tenun Baduy, kuliner tradisional, hingga seni pertunjukan lokal. Menurut Saepudin et al. (2024), warisan budaya Banten memiliki nilai ekonomi yang besar apabila dimodifikasi melalui proses kreatif tanpa menghilangkan keasliannya. Oleh karena itu, ekonomi kreatif berbasis budaya dipandang sebagai strategi untuk menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus menjaga keberlanjutan identitas lokal. Provinsi Banten, sektor ekonomi kreatif semakin dipandang sebagai solusi strategis untuk mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Data dan hasil penelitian menunjukkan bahwa beberapa sub-sektor ekonomi kreatif di Banten berkembang pesat, seperti sub-sektor kuliner, kerajinan tangan, seni, nilai-nilai kearifan lokal mempunyai peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan mendukung Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) provinsi.

Provinsi Banten merupakan penyumbang besar dalam industri kreatif, bahkan produk-produk ekonomi kreatif Banten mendapat peringkat tiga besar nasional dalam hal nilai ekspor, dengan tingkat kontribusi mencapai lebih dari 15 persen dari total ekspor nasional. Melihat potensi tersebut, pengembangan ekonomi kreatif berbasis warisan budaya di Banten menempati posisi strategis untuk mendorong inovasi, kreativitas, serta mempertahankan kedaulatan budaya lokal. Warisan budaya sebagai modal dasar pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya berfungsi sebagai sumber identitas masyarakat, tetapi juga dapat menjadi komoditas bernilai tinggi melalui inovasi desain, rekontekstualisasi, dan pemasaran digital. Fitrianiingsih et al. (2022) menunjukkan bahwa digital marketing mampu meningkatkan jangkauan pemasaran produk batik lokal, terutama ketika motif tradisional dikombinasikan dengan kebutuhan pasar kontemporer. Keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya sangat dipengaruhi oleh kemampuan pelaku usaha untuk menggabungkan unsur tradisi dan modernitas, sehingga produk yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika tetapi juga memiliki daya saing.

Pengembangan ekonomi kreatif di Banten juga tidak dapat dilepaskan dari peran pengelolaan cagar budaya dan situs sejarah yang menjadi daya tarik wisata budaya. Pengelolaan cagar budaya yang baik dapat meningkatkan nilai ekonomi kawasan melalui pariwisata budaya, festival lokal, dan kegiatan seni yang melibatkan pelaku kreatif setempat. Khoirunnisa (2023) menyatakan bahwa pelestarian situs budaya seperti Banten Girang tidak hanya berfungsi menjaga memori sejarah, tetapi juga menciptakan

peluang ekonomi baru bagi masyarakat sekitar. Namun demikian, tantangan seperti keterbatasan anggaran, minimnya promosi digital, dan rendahnya kolaborasi lembaga masih menjadi hambatan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya. Program pemberdayaan masyarakat juga memiliki peran penting dalam memperkuat kapasitas pelaku ekonomi kreatif di Banten, terutama pada komunitas adat seperti Baduy yang memiliki kekayaan budaya besar namun akses terbatas terhadap teknologi. Saepudin et al. (2024) menyebutkan bahwa pelatihan produksi, pemasaran digital, dan fasilitasi akses permodalan terbukti meningkatkan kualitas produksi kain tenun Baduy. Model pemberdayaan yang bersifat partisipatif terbukti relevan untuk mengembangkan usaha kreatif karena tetap menjaga nilai budaya sekaligus memungkinkan masyarakat lokal mendapatkan manfaat ekonomi yang berkelanjutan.

Sayangnya, terdapat beberapa faktor yang memengaruhi lemahnya perkembangan ekonomi kreatif seperti terdapat ketidakseimbangan perkembangan ekonomi antar wilayah di Banten, di mana wilayah utara lebih maju dibanding wilayah selatan yang masih dominan di sektor pertanian. Oleh sebab itu, penting dilakukan pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis budaya yang mampu meningkatkan nilai ekonomi masyarakat di seluruh kawasan Banten dengan metode Triple Helix sebagai pemersatu gagasan dan ide dalam perkembangan ekonomi kreatif di Banten dengan cara Mendorong kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas kreatif untuk membangun ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mendeskripsikan perkembangan ekonomi kreatif yang bersumber dari warisan budaya di Banten, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta memberikan rekomendasi pengembangan yang efektif guna meningkatkan daya saing sekaligus melestarikan kekayaan budaya lokal Provinsi Banten.

## **2. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara rinci perkembangan dan dinamika fenomena yang terjadi di lapangan, khususnya terkait ekonomi kreatif berbasis warisan budaya. Data dikumpulkan melalui studi literatur dari berbagai sumber sekunder yang relevan, termasuk jurnal penelitian, laporan pemerintah, dan dokumen kebijakan. Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola dan isu utama, sehingga menghasilkan pemahaman yang mendalam dan komprehensif terhadap konteks penelitian.

Metode ini sesuai untuk penelitian sosial yang kompleks dan membantu mengembangkan gambaran holistik tentang fenomena yang diteliti dengan menitikberatkan pada kualitas data dan interpretasi konteks yang mendalam sesuai dengan panduan Creswell (2014).

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **3.1 Perkembangan Ekonomi Kreatif yang Berakar pada Warisan Budaya di Provinsi Banten**

Di Provinsi Banten, sektor ekonomi kreatif berkembang pesat didasari oleh kekayaan warisan budaya lokal. Kreativitas tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi dapat juga meningkatkan nilai tambah. Kreativitas dapat berasal dari budaya (Markusen, 2008). Ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi berkelanjutan karena ide dan kreativitas adalah sumber daya yang senantiasa dapat diperbaharui (Nurmilah, 2016:98). Bidang-bidang seperti kerajinan tangan, seni pertunjukan, desain kreatif, dan konten digital menjadi subsektor utama yang menyumbang terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Kontribusi sektor ini terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) mengalami peningkatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sekaligus memberikan andil yang besar pada ekspor produk kreatif.

Modal budaya lokal yang menjadi sumber inspirasi dan karakteristik unik dalam menghasilkan produk dan jasa kreatif yang memiliki keunggulan kompetitif. Warisan budaya tersebut tidak hanya memberikan identitas, tetapi juga nilai ekonomis apabila dikelola secara tepat. Contoh nyata potensi ini terlihat pada industri kerajinan bambu dari Jambe, kerajinan suku Baduy, serta produk tenun dan batik yang menjadi ciri khas daerah.

Pasar dan jaringan distribusi memainkan peran vital dalam menjembatani produk kreatif dengan konsumen, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Akses pasar yang luas dan efektif dapat meningkatkan nilai ekonomi produk kreatif dan keberlanjutan usaha para pelaku ekonomi kreatif. Salah satunya dengan mengoptimalkan pemanfaatan teknologi digital dan platform pemasaran online untuk memperluas jangkauan produk untuk meningkatkan akses dan kemudahan pembiayaan bagi pelaku ekonomi kreatif, terutama UMKM melalui berbagai skema kredit dan insentif (Jaka Sriyana 2010) dengan judul penelitian strategi pengembangan UKM penelitian ini mencatat bahwa usaha kecil dan menengah mempunyai peranan penting dalam perekonomian lokal daerah.

### **3.2 Faktor Pendorong dan Penghambat yang Dihadapi Dalam Pengembangan Sektor Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya.**

Sejumlah kendala masih menjadi hambatan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di Banten. Salah satu persoalan yang kerap muncul adalah keterbatasan modal kerja bagi para pelaku usaha kreatif, terutama UMKM yang belum tersentuh layanan pembiayaan formal secara optimal. Selain itu, kapasitas manajemen bisnis yang belum merata serta keterbatasan akses pasar yang masih didominasi pemasaran skala kecil menjadi tantangan serius. Sinergi antar pemangku kepentingan, seperti pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas kreatif, belum berjalan optimal sehingga pengembangan produk kreatif berbasis budaya belum mencapai potensi maksimalnya.

Melihat potensi dan tantangan tersebut, penting bagi semua pihak untuk memperkuat sinergi dan kolaborasi guna menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang kondusif. Oleh sebab itu, penting dilakukan pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis budaya yang mampu meningkatkan nilai ekonomi masyarakat di seluruh kawasan Banten dengan mengadakan pelatihan dan pendampingan berkelanjutan agar pelaku usaha kreatif dapat meningkatkan kualitas produk serta kemampuan manajemen bisnis mereka. Dan juga memperluas cakupan geografis dengan studi komparatif antar wilayah, menggunakan pendekatan longitudinal untuk memahami dinamika ekonomi kreatif secara jangka panjang, mempertimbangkan faktor eksternal seperti regulasinasional dan kondisi makroekonomi, serta mendalami model kolaborasi

inklusif berbasis komunitas yang melibatkan pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal guna meningkatkan dampak positif ekonomi kreatif secara lebih luas (Masri, 2025).

### **3.3 Peran Fungsi Triple Helix dalam Memajukan Perkembangan Ekonomi Kreatif di Banten.**

Triple Helix merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, dan ketrampilan (Octoviani & Puspita, 2023). Menurut Departemen Perdagangan RI (2008), hubungan yang erat, saling menunjang dan simbiosis mutualisme antara ketiga aktor tersebut merupakan landasan bagi industri kreatif agar dapat berdiri kokoh dan tumbuh berkesinambungan. Dalam faktor internal, kondisi geografis Banten yang berbatasan langsung dengan DKI Jakarta memberikan peluang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif melalui integrasi pasar dan kolaborasi lintas wilayah dengan mengikutsertakan pemerintah dalam proyek ini. Potensi wisata budaya dan religi di Banten Lama juga berkontribusi sebagai daya tarik yang mendukung ekonomi kreatif lokal, membuka peluang untuk pengembangan produk wisata berbasis kewarisan budaya yang berkelanjutan.

Peran institusi dan kebijakan publik yang menyediakan kerangka regulasi, fasilitasi, serta insentif untuk mendukung stabilitas dan pertumbuhan sektor ekonomi kreatif. Sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas kreatif menjadi penting dalam mengatasi berbagai kendala seperti pembiayaan, pemasaran, dan inovasi produk.

Dengan mendorong kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas kreatif untuk membangun ekosistem inovasi yang inklusif dan berkelanjutan bisa potensi besar untuk menjadi pilar utama pertumbuhan ekonomi daerah.

## **4. KESIMPULAN**

UMKM kreatif memiliki peranan penting dalam memperkuat perekonomian daerah melalui penciptaan lapangan kerja dan inovasi. Namun, pengembangannya masih menghadapi sejumlah hambatan, seperti keterbatasan akses permodalan, pengelolaan usaha yang belum sepenuhnya profesional, serta kurangnya sinergi antar pemangku kepentingan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas sumber daya manusia, perluasan akses pembiayaan, dan penguatan kolaborasi multi-pihak menjadi faktor penting dalam mendorong keberlanjutan ekonomi kreatif.

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis warisan budaya di Provinsi Banten perlu dilakukan dengan menjaga keseimbangan antara nilai tradisional dan tuntutan ekonomi modern. Warisan budaya tidak hanya berfungsi sebagai identitas daerah, tetapi juga memiliki potensi ekonomi yang dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan. Dalam hal ini, sinergi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha melalui pendekatan Triple Helix berperan penting dalam menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berdaya saing serta mampu memberikan dampak yang nyata terhadap kesejahteraan masyarakat.

## **5. DAFTAR PUSTAKA**

- Badan Ekonomi Kreatif Indonesia. (2016). *Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif 2015-2019*. Jakarta: BEKRAF.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods*

Approaches. Sage Publications.

- Fitrianingsih, D., Sucihati, S., Fidziah, F., & Subroto, D. E. (2022). Pengembangan Batik Cikadu Tanjung Lesung Dengan Digital Marketing Menggunakan Digital Marketplace & Ecommerce Sebagai Bentuk Promosi. *Alamtana: Jurnal Pengabdian Masyarakat UNW Mataram*, 3(2), 93-100.
- JDIH DPRD Provinsi Banten. (2020). *Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Banten*[PDF].[https://jdihdprd.bantenprov.go.id/storage/places/peraturan/JURNAL%20EKRAF\\_1709513412.pdf](https://jdihdprd.bantenprov.go.id/storage/places/peraturan/JURNAL%20EKRAF_1709513412.pdf)
- Jurnal Administrasi Karya Dharma. (2019). Pengembangan Kawasan Wisata Banten Lama: Pelestarian Warisan Budaya dan Pertumbuhan Ekonomi Daerah. *Jurnal Administrasi Karya Dharma*, 15(2), 90-105.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2024). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2020*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Khoirunnisa, S. (2024). Perlindungan Dan Pengelolaan Cagar Budaya Situs Banten Girang Berdasarkan Undang-Undang Cagar Budaya. *Beleid*, 2(1), 117-137.
- Nasarudin & Ahyuni, S. (2023). Pendampingan Industri Kreatif Menengah Kerajinan Baduy Berbasis Kearifan Lokal: Tinjauan Model Triple Helix. *Journal of Socio-Cultural Sustainability and Resilience*, 1(1), 44-61.
- Masri, M. (2025). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Yang Inklusif Dan Berkelanjutan Di Kabupaten Sikka*. 8(1), 49-62.  
<https://doi.org/10.33005/jdep.v8i1.722>
- Octoviani, A., & Puspita, A. S. (2023). *Implementasi Triple Helix dalam Meningkatkan Competitive Advantage Industri Kreatif universitas dan industri , serta pemerintah ( disebut triple helix )*. 3(1).
- Saepudin, E. A., Laksana, A., Wahyiah, I. R., Pratiwi, D. A., Asnawi, A., Fadilah, S., ... & Lia, L. (2024). PKM Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Masyarakat Baduy Dalam Melestarikan Kain Tenun Aros Sebagai Simbol Budaya Baduy. *MINDA BAHARU*, 8(1), 17-25.
- Simatupang, T. M. (2017). *Potensi dan Prospek Ekonomi Kreatif di Banten*. *Academia.edu*.  
[https://www.academia.edu/44698172/Potensi dan Prospek Ekonomi Kreatif di Banten Strategi](https://www.academia.edu/44698172/Potensi_dan_Prospek_Ekonomi_Kreatif_di_Banten_Strategi)