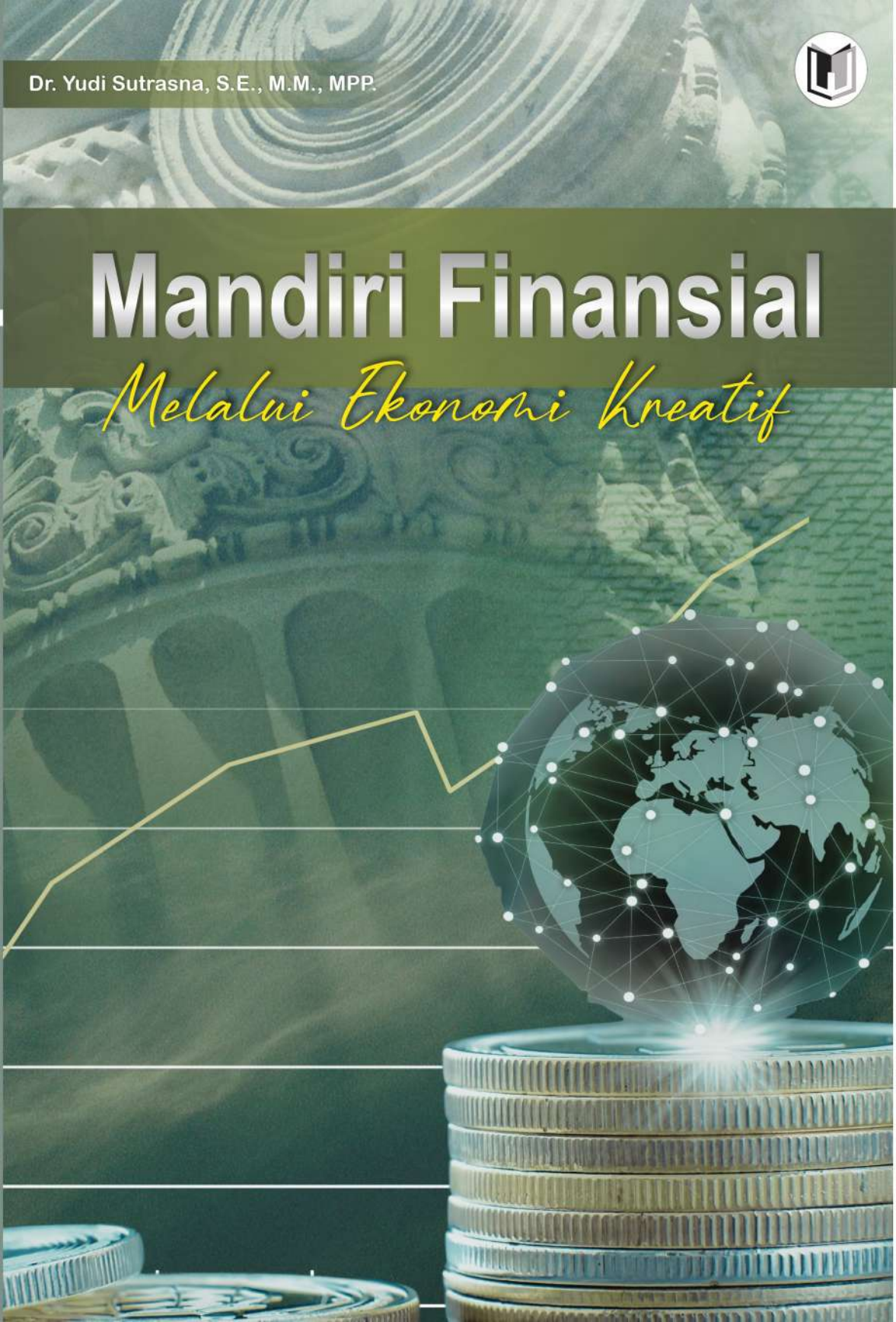
Dr. Yudi Sutrasna, S.E., M.M., MPP.

Mandiri Finansial

Melalui Ekonomi Kreatif



Mandiri Finansial

Melalui Ekonomi Kreatif

Dr. Yudi Sutrasna, S.E., M.M., MPP.

Penerbit Widina

MANDIRI FINANSIAL MELALUI EKONOMI KREATIF

Penulis:
Dr. Yudi Sutrasna, S.E., M.M., MPP.

Desain Cover:
Andi Juliandi

Sumber Ilustrasi:
www.freepik.com

Tata Letak:
Sri Patmi, S.I.Kom.,M.Han

Editor:
Rizki Putri, S.E., M.Han

ISBN:
978-634-317-071-6

Cetakan Pertama:
Juli, 2026

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang
by Penerbit Widina Media Utama

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:
WIDINA MEDIA UTAMA
Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 519/JBA/2025
Website: www.penerbitwidina.com
Instagram: @penerbitwidina
Telepon (022) 87355370

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, buku yang berjudul *"Mandiri Finansial Melalui Ekonomi Kreatif"* ini dapat diselesaikan dengan baik. Buku ini hadir sebagai respons terhadap dinamika perubahan zaman yang semakin cepat, di mana kreativitas dan inovasi menjadi kunci utama dalam mencapai kemandirian finansial, khususnya di tengah berkembangnya era digital dan ekonomi berbasis ide.

Ekonomi kreatif bukan lagi sekadar alternatif, melainkan telah menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi modern. Berbagai sektor seperti industri konten digital, kuliner inovatif, fesyen, kerajinan, hingga platform digital membuka peluang luas bagi individu untuk menciptakan nilai tambah dari kreativitas yang dimiliki. Dalam konteks ini, kemandirian finansial tidak lagi bergantung semata pada pekerjaan konvensional, tetapi dapat dibangun melalui kemampuan mengelola ide, memanfaatkan teknologi, dan membaca peluang pasar secara adaptif.

Buku ini disusun untuk memberikan pemahaman yang komprehensif namun tetap mudah dipahami mengenai bagaimana ekonomi kreatif dapat menjadi jalan menuju kemandirian finansial. Pembahasan di dalamnya mencakup konsep dasar ekonomi kreatif, strategi pengembangan usaha berbasis kreativitas, pemanfaatan teknologi digital, hingga studi kasus yang relevan dengan kondisi masyarakat saat ini. Dengan pendekatan yang praktis dan kontekstual, buku ini diharapkan dapat menjadi panduan bagi pelajar, mahasiswa, pelaku UMKM, maupun masyarakat umum yang ingin mulai atau mengembangkan usaha kreatif.

Penulis menyadari bahwa buku ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi kedalaman maupun cakupan materi. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat diharapkan guna penyempurnaan di masa yang akan datang. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat, menginspirasi, dan mendorong lahirnya individu-individu yang mandiri secara finansial melalui pemanfaatan potensi ekonomi kreatif yang dimiliki bangsa.

Akhir kata, semoga karya sederhana ini dapat menjadi bagian dari upaya bersama dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat Indonesia yang lebih inklusif, inovatif, dan berkelanjutan.

Jakarta, Juli 2026
Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **v**
BAB I MEMBANGUN LANDASAN MANDIRI FINANSIAL DAN EKONOMI KREATIF **1**
A. Pengertian Mandiri Finansial 2
B. Pentingnya Kemandirian Finansial di Era Modern 7
C. Realitas Masalah Keuangan Masyarakat 11
D. Perubahan Pola Ekonomi Global 15
E. Apa Itu Ekonomi Kreatif 19
F. Peran Ekonomi Kreatif dalam Kehidupan Sehari-hari 23
G. Sektor-sektor Ekonomi Kreatif 27
H. Peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia 31
I. Dampak Teknologi terhadap Peluang Usaha 36
J. Mindset Kewirausahaan Kreatif 40
K. Dari Konsumen ke Produsen 43
L. Pola Pikir Produktif dan Inovatif 47
M. Hambatan Mental dalam Memulai Usaha 50
N. Cara Mengubah Pola Pikir Negatif 54
O. Membangun Motivasi dan Tujuan Finansial 57
BAB II MEMBANGUN DAN MENGEMBANGKAN USAHA EKONOMI KREATIF **61**
A. Mengenali Potensi dan Bakat Diri 63
B. Menggali Ide Usaha Kreatif 67
C. Cara Memulai Usaha dari Nol 74
D. Menentukan Niche Market 77
E. Validasi Ide Usaha 81
F. Memulai Usaha dari Nol 84
G. Strategi Modal Minim 87
H. Pemanfaatan Teknologi Digital 93
I. Penggunaan Media Sosial untuk Bisnis 96
J. Marketplace dan Platform Digital 100

K. Strategi Branding Produk 104
L. Menentukan Harga Produk 108
M. Teknik Promosi Efektif 111
N. Membangun Kepercayaan Konsumen 115
O. Manajemen Operasional Sederhana 119
P. Evaluasi dan Pengembangan Usaha 123
BAB III STRATEGI MENCAPAI DAN MENJAGA KEMANDIRIAN FINANSIAL 129
A. Pengelolaan Keuangan Pribadi 131
B. Memisahkan Keuangan Pribadi dan Usaha 135
C. Menyusun Anggaran Keuangan 139
D. Pentingnya Menabung dan Investasi 143
E. Diversifikasi Sumber Pendapatan 147
F. Membangun Passive Income 151
G. Mengelola Risiko Keuangan 155
H. Menghadapi Kegagalan Usaha 159
I. Strategi Bertahan di Masa Sulit 163
J. Mengembangkan Usaha (Scaling Up) 167
K. Inovasi Berkelanjutan 171
L. Kolaborasi dan Networking 174
M. Memanfaatkan Peluang Pasar 178
N. Perencanaan Finansial Jangka Panjang 181
O. Mencapai Kebebasan Finansial 186
DAFTAR PUSTAKA 191

BAB I

MEMBANGUN LANDASAN MANDIRI FINANSIAL DAN EKONOMI KREATIF

Di tengah perubahan zaman yang begitu cepat, kehidupan manusia ikut mengalami pergeseran yang signifikan, terutama dalam hal ekonomi dan cara memperoleh penghasilan. Jika dahulu seseorang cukup mengandalkan satu pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup, kini realitas tersebut tidak lagi sepenuhnya relevan. Kebutuhan semakin meningkat, sementara tantangan ekonomi semakin kompleks.

Banyak orang mulai merasakan bahwa mengandalkan satu sumber penghasilan saja sering kali tidak cukup untuk menciptakan kehidupan yang stabil, apalagi untuk mencapai kesejahteraan. Di sinilah muncul kesadaran baru tentang pentingnya mandiri secara finansial, yaitu kemampuan seseorang untuk memenuhi kebutuhan hidup tanpa bergantung sepenuhnya pada pihak lain.

Mandiri finansial bukan hanya tentang memiliki banyak uang, tetapi tentang memiliki kendali atas keuangan sendiri. Ini berarti mampu mengelola pemasukan, mengatur pengeluaran, serta menciptakan peluang agar uang dapat terus bekerja dan berkembang. Dengan kata lain, mandiri finansial adalah tentang kebebasan dalam menentukan arah hidup.

Namun, mencapai kondisi tersebut bukanlah hal yang instan. Dibutuhkan pemahaman, kesiapan mental, serta langkah-langkah nyata yang dapat dilakukan secara bertahap. Banyak orang merasa ragu untuk memulai karena takut gagal, merasa tidak memiliki modal, atau menganggap diri tidak cukup berbakat.

BAB II

MEMBANGUN DAN MENGEMBANGKAN USAHA EKONOMI KREATIF

Pembangunan usaha ekonomi kreatif merupakan kelanjutan logis dari fondasi kemandirian finansial yang telah dibahas pada bab sebelumnya. Jika pada BAB I ditekankan pentingnya kesadaran, pola pikir, dan kesiapan individu maupun kelompok dalam mengelola keuangan secara mandiri, maka pada bab ini fokus diarahkan pada bagaimana landasan tersebut diimplementasikan dalam bentuk usaha nyata yang produktif dan berkelanjutan.

Kemandirian finansial tidak akan memiliki dampak signifikan tanpa adanya aktivitas ekonomi yang mampu menghasilkan nilai tambah. Oleh karena itu, usaha ekonomi kreatif hadir sebagai salah satu solusi strategis dalam mengoptimalkan potensi sumber daya yang dimiliki, baik berupa keterampilan, kreativitas, maupun kekayaan lokal yang unik dan bernilai jual tinggi.

Dalam konteks pembangunan ekonomi modern, ekonomi kreatif menjadi sektor yang semakin penting karena tidak hanya bergantung pada sumber daya alam, tetapi lebih menitikberatkan pada ide, inovasi, dan kreativitas manusia. Hal ini menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang inklusif dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan modal namun kaya akan gagasan.

Pengembangan usaha ekonomi kreatif juga memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Dengan memanfaatkan potensi lokal seperti budaya, kuliner, kerajinan, dan sumber daya pesisir,

BAB III

STRATEGI MENCAPAI DAN MENJAGA KEMANDIRIAN FINANSIAL

BAB III *Strategi Mencapai Dan Menjaga Kemandirian Finansial* merupakan kelanjutan logis dari pembahasan pada BAB II yang telah menguraikan secara komprehensif tentang bagaimana membangun dan mengembangkan usaha ekonomi kreatif. Jika pada bab sebelumnya fokus utama diarahkan pada proses penciptaan nilai melalui identifikasi potensi diri, penggalian ide usaha, penentuan *niche market*, hingga penguatan operasional dan pemasaran, maka pada bab ini perhatian akan dipusatkan pada bagaimana nilai tersebut dikonversi menjadi kekuatan finansial yang berkelanjutan. Dengan kata lain, bab ini tidak hanya membahas bagaimana menghasilkan pendapatan, tetapi juga bagaimana mengelola, mempertahankan, dan mengembangkan pendapatan tersebut agar mampu menciptakan kemandirian finansial dalam jangka panjang.

Kemandirian finansial dalam konteks ekonomi kreatif bukan sekadar kondisi di mana seseorang memiliki penghasilan yang cukup untuk memenuhi kebutuhan hidup, tetapi juga mencerminkan kemampuan untuk mengelola sumber daya keuangan secara strategis, adaptif, dan berkelanjutan. Hal ini menjadi sangat relevan mengingat karakteristik usaha kreatif yang dinamis, penuh ketidakpastian, serta sangat dipengaruhi oleh tren pasar dan perubahan preferensi konsumen. Oleh karena itu, strategi yang akan dibahas dalam bab ini tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga mencakup aspek manajerial, perilaku, serta pola pikir (*mindset*) kewirausahaan yang kuat.

DAFTAR PUSTAKA

Adela, V., et al. (2023). Bookkeeping practices and SME performance. Heliyon.

Adiyatma, K., Suri, M. S., Hasanati, N., & Djudiyah. (2024). Penguatan growth mindset kewirausahaan dan self-efficacy untuk meningkatkan daya saing UMKM. Jurnal Akademik Pengabdian Masyarakat.

Alfrian, G. R., & Pitaloka, E. (2020). Strategi usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) bertahan pada kondisi pandemik COVID-19 di Indonesia. Journal of Small Business and Enterprise Development.

Alfikri, N. S., & Riofita, H. (2024). Transformasi ekonomi digital dan kontribusinya terhadap pendapatan nasional di Indonesia. Jurnal Pendidikan Tambusai.

Amabile, T. M. (1996). Creativity in context. Westview Press.

Amaliyah, L., Ilham, M., Surateman, S., & Rozali, M. (2024). Evaluasi strategi ekonomi digital: Transformasi dan tantangan di Indonesia. Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING).

Arifin, Z. (2025). Dampak teknologi digital terhadap pertumbuhan ekonomi. Jurnal EMT KITA, 9(2), 599–604.

Audretsch, D. B., Belitski, M., & Desai, S. (2015). Entrepreneurship and economic development. Small Business Economics, 45(3), 1–12.

Bada, M., Sasse, A. M., & Nurse, J. R. C. (2020). Cyber security awareness campaigns. Information & Computer Security, 28(4), 463–480.

Badan Pusat Statistik. (2023). Statistik usaha mikro kecil menengah Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik ekonomi digital Indonesia.

Badan Pusat Statistik. (2024). Statistik ketenagakerjaan Indonesia.

Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. W.H. Freeman.

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99–120.

Bartik, A. W., Bertrand, M., Cullen, Z., Glaeser, E. L., Luca, M., & Stanton, C. (2020). The impact of COVID-19 on small business outcomes. Journal of Business Research, 117, 1–12.

Becker, G. S. (1993). Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education (3rd ed.). University of Chicago Press.

Blank, S. (2013). Why the lean startup changes everything. Harvard Business Review, 91(5), 63–72.

Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84–92.

Campbell, J. Y. (2006). Household finance. Journal of Finance, 61(4), 1553–1604.

Coad, A., & Rao, R. (2008). Innovation and firm growth. Research Policy, 37(4), 633–641.

Cunningham, S., & Potts, J. (2015). Creative industries and the wider economy. International Journal of Cultural Policy, 21(4), 387–404.

Drever, A. I., et al. (2015). Foundations of financial well-being. Journal of Economic Psychology, 50, 1–12.

Dweck, C. S. (2006). Mindset: The new psychology of success. Random House.

Ellis, F. (2000). Rural livelihoods and diversity in developing countries. Oxford University Press.

Fajriyah, L., & Hendayana, Y. (2024). Pengaruh mindset wirausaha, kompetensi wirausaha dan inovasi terhadap keberhasilan usaha. Indonesian Journal of Economics Management and Accounting.

Fama, E. F., & French, K. R. (2010). The cross-section of expected stock returns. Journal of Finance, 65(5), 1915–1947.

Farid, A., & Wulandari, S. Z. (2024). Model kolaborasi triple helix dalam UMKM. Jurnal Manajemen dan Bisnis Terapan.

Farradinna, S., & Fikri, F. (2020). Intensi kewirausahaan dikalangan mahasiswa. Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan.

Fatmaningrum, A., Sutrisno, & Sijabat, R. (2024). Literasi kewirausahaan dan intensi berwirausaha. Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan.

Florida, R. (2002). The rise of the creative class. Basic Books.

Flew, T. (2012). The creative industries: Culture and policy. Sage Publications.

Gathergood, J. (2012). Self-control, financial literacy and consumer over-indebtedness. Journal of Economic Psychology.

Hardilawati, W. L. (2020). Strategi bertahan UMKM di tengah pandemi COVID-19. Jurnal Akuntansi dan Ekonomika, 10(1), 89–98.

Hartley, J., et al. (2013). Key concepts in creative industries. Sage Publications.

Herawati, N. T., et al. (2018). Faktor-faktor perilaku keuangan mahasiswa. Jurnal Akuntansi dan Investasi.

Howkins, J. (2001). The creative economy. Penguin.

Howkins, J. (2013). The creative economy (2nd ed.). Penguin.

International Telecommunication Union. (2024). Digital world statistics report.

Jin, D. Y. (2016). New Korean wave. University of Illinois Press.

Kementerian Koperasi dan UKM. (2022). Laporan perkembangan UMKM Indonesia.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). Laporan ekonomi kreatif Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management.

Kusumadewi, T., et al. (2024). Income diversification on business performance. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen.

Latifah, L., et al. (2022). Media sosial dan kinerja UMKM. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan.

Lestari, R. P., & Nisa, F. L. (2024). Ekonomi kreatif dan pembangunan ekonomi. Jurnal Ilmiah EMBA.

Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2014). Financial literacy. Journal of Economic Literature, 52(1), 5–44.

Lyons, A. C., & Kass-Hanna, J. (2021). Financial behavior. ScienceDirect.

Mendenhall, R. (2020). Financial independence. Journal of Personal Finance.

Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2010). Entrepreneurial competencies. International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.

Morgan, P. J., & Long, T. Q. (2020). Financial literacy and savings behavior. Journal of Asian Economics.

Nambisan, S. (2017). Digital entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice.

Netemeyer, R. G., et al. (2018). Financial well-being. Journal of Consumer Research.

Nidarmawati. (2024). Dampak ekonomi kreatif terhadap PDB. Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis.

Nurjannah, N., & Utami, S. (2024). Kolaborasi UMKM dan startup digital. Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi.

OECD. (2020). OECD/INFE financial literacy survey.

OECD. (2021). The digital transformation of SMEs.

OECD. (2022). Innovation and growth report.

OECD. (2024). OECD digital economy outlook 2024.

Otoritas Jasa Keuangan. (2023). Laporan literasi keuangan Indonesia.

Piketty, T. (2014). Capital in the twenty-first century. Harvard University Press.

Putnam, R. D. (2000). Bowling alone. Simon & Schuster.

Rahmawati, A. D., et al. (2024). Creative economy and growth. Jurnal Multidisipliner Bharasa.

Ries, E. (2011). The lean startup.

Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Motivation theory. Contemporary Educational Psychology.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). Entrepreneurship research. Academy of Management Review.

Shepherd, D. A. (2003). Learning from business failure. Academy of Management Review.

Statista. (2024). Global e-commerce statistics report.

Sundararajan, A. (2016). The sharing economy. MIT Press.

Suryana. (2019). Kewirausahaan. Salemba Empat.

Tambunan, T. (2019). Development of SMEs in Indonesia. Journal of Global Entrepreneurship Research.

Tang, N., Baker, A., & Peter, P. C. (2015). Financial behavior. Journal of Economic Psychology.

Thaler, R. H. (2016). Behavioral economics. American Economic Review.

UNCTAD. (2019). Creative economy outlook.

UNCTAD. (2022). Creative economy outlook 2022.

World Bank. (2021). Financial inclusion and economic growth.

World Bank. (2024). World development report.

World Intellectual Property Organization. (2020). World intellectual property indicators.
World Trade Organization. (2023). Global trade report.

Buku Finansial Melalui Ekonomi Kreatif mengupas secara komprehensif bagaimana sektor ekonomi kreatif dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kesejahteraan finansial individu maupun masyarakat. Di tengah dinamika ekonomi global dan pesatnya perkembangan teknologi digital, ekonomi kreatif hadir sebagai alternatif yang tidak hanya mengandalkan sumber daya alam, tetapi juga mengoptimalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai modal utama. Buku ini menjelaskan konsep dasar ekonomi kreatif, ruang lingkupnya, serta potensi besar yang dimilikinya dalam menciptakan peluang usaha baru yang berkelanjutan.

Lebih lanjut, buku ini menguraikan berbagai sektor ekonomi kreatif seperti kuliner, fashion, kriya, desain, musik, hingga konten digital yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi. Pembaca akan diajak memahami bagaimana mengelola potensi kreatif menjadi sumber pendapatan yang stabil melalui strategi bisnis yang tepat, pemanfaatan platform digital, serta penguatan branding dan pemasaran. Selain itu, dibahas pula pentingnya literasi keuangan dalam mengelola hasil usaha agar mampu meningkatkan kestabilan finansial jangka panjang.

Dengan pendekatan yang praktis dan aplikatif, buku ini juga menyajikan studi kasus, strategi pengembangan usaha, serta langkah-langkah membangun ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif. Buku ini sangat relevan bagi pelaku UMKM, mahasiswa, akademisi, maupun masyarakat umum yang ingin mengembangkan kemandirian finansial melalui kreativitas. Pada akhirnya, buku ini menegaskan bahwa ekonomi kreatif bukan sekadar tren, melainkan fondasi penting dalam membangun ketahanan ekonomi di era modern.

Layanan Pembaca & Penerbitan Buku
0815-7000-699

www.penerbitwidina.com
@penerbitwidina
penerbit widina
penerbitwidina@gmail.com
widina store
widina bookstore

SCANME

Ekonomi & Perbankan

ISBN 978-634-317-071-6

9 786343 170716