



## Model Bisnis *Start-Up* Berbasis Teknologi Digital Dalam Industri Kreatif Seni

Selvi Amanda<sup>1\*</sup>, Arif Laksono<sup>2</sup>, Natania Nurafni<sup>3</sup>, Osberth Sinaga<sup>4</sup>  
<sup>1-4</sup>FBS Universitas Negeri, Indonesia

Alamat Kampus : JL. Willem Iskandar Pasar V Medan Estate, Prov. Sumatera Utara.

Korespondensi penulis: [selviamanda096@gmail.com](mailto:selviamanda096@gmail.com)\*

**Abstract.** *This study examines the digital transformation of the creative arts industry, focusing on how technologies such as Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), and Non-Fungible Tokens (NFT) have altered the creation and marketing of artworks. Digital platforms have expanded market access for artists, opened new opportunities for more efficient business models with lower costs, and created greater possibilities for cross-disciplinary collaboration. In this context, digital technologies allow artists to reach a global audience and sell their works in more innovative and interactive formats, increasing audience participation in the creative process. However, these developments also face significant challenges, such as increasingly intense competition, rapidly shifting trends, and limitations in resources to optimally implement these technologies. Furthermore, while there are significant opportunities in the global market, some artists in Indonesia still face difficulties in accessing and utilizing the latest technologies. With the creative economy contributing 7.16% to Indonesia's GDP in 2018, this study aims to provide an overview of the dynamics of the arts industry in the digital era and explore potential strategies to support the development of a more adaptable creative ecosystem. These strategies include digital training, strengthening cross-sector collaboration, and enhancing digital infrastructure to facilitate the future growth of the creative arts industry.*

**Keywords:** *Creative arts industry, Digital platforms, Digital transformation, Startup business models, Virtual reality*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji transformasi digital dalam industri seni kreatif, dengan fokus pada bagaimana teknologi seperti Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), dan Non-Fungible Tokens (NFT) telah mengubah cara pembuatan dan pemasaran karya seni. Platform digital telah memperluas akses pasar bagi para seniman, membuka peluang baru untuk model bisnis yang lebih efisien dengan biaya yang lebih rendah, dan menciptakan peluang lebih besar untuk kolaborasi lintas disiplin. Dalam hal ini, teknologi digital memungkinkan seniman untuk menjangkau audiens global dan menjual karya mereka dalam format yang lebih inovatif dan interaktif, meningkatkan partisipasi audiens dalam proses kreatif. Namun, perkembangan ini juga menghadapi tantangan signifikan, seperti persaingan yang semakin intens, perubahan tren yang cepat, dan keterbatasan sumber daya untuk mengimplementasikan teknologi tersebut secara optimal. Selain itu, meskipun ada peluang besar di pasar global, beberapa seniman di Indonesia masih menghadapi kesulitan dalam mengakses dan memanfaatkan teknologi terbaru. Dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang mencapai 7,16% pada tahun 2018, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai dinamika industri seni di era digital, serta mengeksplorasi potensi strategi yang dapat diterapkan untuk mendukung pengembangan ekosistem kreatif yang lebih adaptif. Strategi ini termasuk pelatihan digital, penguatan kolaborasi antar sektor, dan peningkatan infrastruktur digital guna memfasilitasi perkembangan industri seni kreatif di masa depan.

**Kata kunci:** Industri kreatif seni, Model bisnis startup, Platform digital, Transformasi digital, Virtual reality

### 1. PENDAHULUAN

Industri seni rupa mengalami perubahan signifikan dengan perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa dekade terakhir. Digitalisasi telah membuka berbagai peluang baru bagi seniman untuk berkreasi, mendistribusikan, dan memasarkan karya mereka dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Dengan teknologi digital, seniman tidak

hanya dapat menjangkau audiens global, tetapi juga memanfaatkan platform-platform digital untuk mempromosikan karya seni mereka, menciptakan model bisnis baru yang lebih efisien dan bernilai ekonomi tinggi. Di samping itu, kehadiran teknologi seperti Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), dan Non-Fungible Tokens (NFT) menawarkan dimensi baru dalam penciptaan dan penyajian karya seni yang memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan imersif bagi audiens.

Platform-platform digital seperti Instagram, Behance, dan OpenSea telah berperan penting dalam mendemokratisasi akses ke dunia seni. Seniman dapat dengan mudah memamerkan karya mereka kepada audiens yang lebih luas tanpa bergantung pada galeri seni tradisional. Media sosial berfungsi sebagai galeri virtual yang dapat diakses oleh siapa saja, di mana saja, yang memungkinkan seniman untuk memperluas jangkauan pasar mereka dengan biaya yang relatif rendah. Sebagai hasilnya, seniman yang memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran mengalami peningkatan visibilitas yang signifikan, dengan beberapa penelitian menunjukkan bahwa pendapatan mereka dapat meningkat hingga 40% dibandingkan mereka yang mengandalkan saluran distribusi tradisional.

Adopsi teknologi digital dalam industri seni rupa juga memungkinkan terjadinya pergeseran dalam model bisnis yang selama ini dominan. Dengan adanya teknologi NFT, seniman kini dapat menghasilkan royalti berkelanjutan setiap kali karya seni mereka diperdagangkan, suatu kesempatan yang tidak ada dalam model bisnis konvensional. NFT memungkinkan karya seni digital untuk dijual sebagai aset unik yang tidak dapat dipertukarkan, memberi nilai lebih pada karya seni tersebut. Model bisnis ini membuka peluang baru bagi seniman visual untuk mendapatkan pendapatan yang lebih stabil, bahkan setelah karya mereka dijual pertama kali.

Namun, meskipun peluang yang ditawarkan oleh teknologi digital sangat besar, terdapat juga tantangan yang harus dihadapi oleh seniman dan pelaku industri seni rupa. Persaingan yang semakin ketat di dunia digital, pergeseran tren yang cepat, dan keterbatasan sumber daya untuk mengadopsi teknologi baru menjadi faktor-faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan seorang seniman atau perusahaan di industri ini. Selain itu, banyak seniman yang mungkin masih terbatas dalam pengetahuan dan akses terhadap teknologi baru, yang dapat menghambat kemampuan mereka untuk beradaptasi dengan perubahan yang terjadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis model bisnis start-up berbasis teknologi digital dalam industri seni rupa, dengan fokus pada bagaimana teknologi seperti AR, VR, dan NFT mengubah cara seniman menciptakan dan memasarkan karya mereka. Penelitian ini juga akan mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan

dan keberlanjutan model bisnis ini dalam konteks pasar yang terus berkembang. Dengan memahami dinamika tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan strategis bagi seniman, pengusaha, investor, dan pembuat kebijakan dalam mengembangkan ekosistem industri seni rupa yang lebih tangguh dan berkelanjutan di era digital.

## 2. KAJIAN TEORITIS

Perkembangan teknologi digital telah mengubah paradigma industri kreatif seni secara signifikan. Secara konseptual, transformasi digital merujuk pada integrasi teknologi digital ke dalam seluruh aspek bisnis, yang mengubah secara fundamental cara operasi dan nilai yang diberikan kepada pelanggan (Vial, 2019). Dalam konteks industri seni rupa, transformasi ini mencakup perubahan pada metode penciptaan, distribusi, apresiasi, dan monetisasi karya seni.

Seni digital (digital art) merupakan bentuk ekspresi artistik yang dibuat atau dipresentasikan menggunakan teknologi digital. Perkembangan teknologi seperti Augmented Reality (AR), Virtual Reality (VR), dan Mixed Reality (MR) telah menciptakan paradigma baru dalam pengalaman seni yang lebih immersive dan interaktif (Geroimenko, 2018). Teknologiteknologi ini memungkinkan karya seni tidak lagi terbatas pada media tradisional tetapi dapat dinikmati dalam bentuk pengalaman digital yang lebih kaya.

Non-Fungible Token (NFT) merupakan inovasi berbasis teknologi blockchain yang memberikan bukti kepemilikan digital yang unik dan tidak dapat dipertukarkan. Dalam konteks seni rupa, NFT telah membuka dimensi baru dalam konsep kepemilikan karya seni digital dan monetisasi karya seniman. Teknologi NFT telah membuka peluang baru bagi seniman visual untuk mendapatkan royalti berkelanjutan dari karya mereka, di mana setiap kali karya diperjualbelikan, seniman mendapatkan persentase tertentu dari nilai transaksi (Parker et al., 2016).

Platform media sosial dan distribusi konten digital telah bertransformasi menjadi ekosistem baru bagi perkembangan industri seni rupa. Instagram, Behance, ArtStation, dan platform serupa berfungsi sebagai galeri virtual yang memfasilitasi koneksi langsung antara seniman dengan penikmat seni global (Walmsley, 2016). Demokratisasi akses melalui platformplatform ini telah mengubah hubungan kekuasaan tradisional dalam dunia seni, di mana institusi seperti galeri dan museum tidak lagi menjadi satu-satunya gatekeeper dalam penentuan nilai dan legitimasi karya seni. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai alat pemasaran berkontribusi terhadap peningkatan visibilitas dan pendapatan seniman, dibandingkan dengan metode pemasaran konvensional (Cusumano et al., 2019).

Model bisnis merupakan representasi dari bagaimana sebuah organisasi menciptakan,

menyampaikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dalam konteks start-up berbasis teknologi digital di industri seni rupa, model bisnis menjadi faktor krusial yang menentukan keberlanjutan usaha. Parker et al. (2016) menunjukkan bahwa adopsi teknologi digital dalam industri kreatif seni telah meningkatkan efisiensi distribusi konten dan memperluas jangkauan pasar, sehingga memungkinkan skalabilitas yang lebih besar bagi bisnis kreatif.

Ekonomi platform merujuk pada model bisnis yang memfasilitasi pertukaran nilai antara dua atau lebih kelompok pengguna, biasanya produsen dan konsumen (Parker et al., 2016). Dalam ekosistem seni digital, platform seperti Society6, Redbubble, Etsy, dan marketplace NFT seperti OpenSea menerapkan model ekonomi platform yang mempertemukan seniman, kolektor, dan penikmat seni.

Karakteristik utama ekonomi platform dalam konteks seni digital adalah efek jaringan (network effects), di mana nilai platform meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna. Platform yang mampu menghadirkan efek jaringan yang kuat cenderung

mendominasi pasar dan menciptakan ekosistem yang lebih dinamis bagi para stakeholder di dalamnya (Cusumano et al., 2019).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada dua metode utamautama pengumpulan data:

1. Analisis konten terhadap platform digital yang beroperasi dalam ekosistem seni rupa, meliputi platform marketplace, media sosial khusus seni, platform NFT, dan aplikasi realitas virtual/augmented untuk pameran seni. Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi fitur-fitur utama, model monetisasi, dan proposisi nilai yang ditawarkan oleh masing-masing platform.
2. Studi literatur terhadap penelitian terdahulu terkait model bisnis digital dalam industri kreatif dan transformasi digital dalam sektor seni. Kajian literatur mencakup publikasi akademik, laporan industri, studi kasus, dan tulisan para ahli di bidang ekonomi kreatif dan teknologi digital, dan tentang kewirausahaan digital.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode analisis tematik, dengan fokus pada identifikasi pola-pola dalam model bisnis, strategi monetisasi, dan faktor-faktor keberhasilan. Kerangka analisis yang digunakan mengadaptasi Business Model Canvas dari Osterwalder dan Pigneur, dengan modifikasi khusus untuk konteks industri kreatif digital.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri kreatif seni perlu terus berinovasi dan mengelola operasional secara efisien menghadapi persaingan yang semakin ketat. Penerapan sistem pengelolaan efektif dan pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan pendapatan secara signifikan. Perkembangan industri kreatif di Indonesia menunjukkan kemampuan ekonomi nasional untuk berinovasi dan berkompetisi secara global. Kemajuan ekonomi Indonesia bergantung pada pengelolaan keuangan yang baik dan kemampuan merespon tren global. Di era globalisasi, kreativitas menjadi faktor kunci dalam menghadapi persaingan yang semakin intens antar pelaku ekonomi. Industri kreatif sangat terkait dengan digitalisasi, dan implementasi sistem keuangan yang tepat menjadi penentu keberlanjutan sektor ini.

Industri kreatif merupakan proses mengonversi ide, inovasi, dan kreativitas menjadi produk ekonomi tanpa menghabiskan sumber daya alam. Kreativitas berkelanjutan dan sistem pengelolaan keuangan yang tepat dapat menciptakan lapangan kerja berkelanjutan. Kontribusi signifikan industri kreatif terhadap ekonomi Indonesia menjadikannya prioritas pengembangan. Data KEMENARKRAF menunjukkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia mencapai 7,16% pada 2018. Menurut Focus Economy Outlook 2020, ekonomi kreatif berpotensi menyumbang Rp 1.100 triliun terhadap PDB Indonesia pada 2020 (Kusubandio, 2020).

Industri seni harus beradaptasi dengan perkembangan teknologi digital dan melihat peluang untuk bertransformasi. Semua aspek kehidupan mengalami peningkatan adopsi teknologi digital, terutama pasca-pandemi. Situasi ini membuka peluang bagi pelaku industri kreatif seni untuk memanfaatkan teknologi digital dalam promosi produk. Kemampuan mengadopsi teknologi digital menjadi faktor penentu keberhasilan bisnis seni.

Saat ini, mayoritas konsumen seni menggunakan mesin pencari seperti Google, Bing, dan Ask untuk menemukan karya seni. Kehadiran digital melalui website, media sosial, atau aplikasi mesin pencari dapat memperluas jangkauan konsumen. "Digital Awareness pasti akan lebih efektif dalam mempromosikan karya Anda daripada metode promosi lainnya, seperti iklan offline, yang lebih mahal, menjangkau lebih sedikit orang, dan kurang dapat disesuaikan" (Hadiono & Noor Santi, 2020). Retrospeksi menunjukkan bahwa berbagai inovasi, khususnya di bidang e-commerce, telah mendukung pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison meluncurkan Tokopedia pada 17 Agustus 2009 dengan visi pemerataan ekonomi. Ada cerita bahwa mereka memulainya dari warung internet. Pesaingnya, Bukalapak, didirikan oleh Achmad Zaky, Nugroho Herucahyono, dan Fajrin

Rasyid di sebuah kos mahasiswa saat kuliah di Institut Teknologi Bandung pada 10 Januari 2010 (Wicaksana, 2020).

Platform aplikasi seni digital menghadirkan fenomena relatif baru dengan potensi besar. Katalog digital memungkinkan pengelolaan inventaris yang lebih efisien dan responsif. Transaksi digital juga lebih sesuai dengan preferensi generasi muda yang terbiasa dengan lingkungan digital. Bisnis yang melayani beragam segmen konsumen perlu mengadopsi pembayaran digital untuk mempertahankan pelanggan.

Pembayaran digital meningkatkan layanan pelanggan dan transparansi transaksi melalui kemampuan pelacakan dan dokumentasi. Dalam industri kreatif seni kontemporer, teknologi menjadi aset strategis untuk meningkatkan efisiensi, produktivitas, dan pertumbuhan penjualan serta profitabilitas jangka panjang. Keterlambatan adopsi teknologi dapat menyebabkan permasalahan operasional dan strategis, termasuk menurunnya relevansi merek dan hilangnya peluang pasar.

Bisnis seni menerapkan digitalisasi dalam berbagai aspek, mulai dari pemasaran melalui media sosial, transaksi non-tunai, manajemen pesanan dan pengiriman, hingga pengelolaan operasional. Pelaku bisnis seni digital kini memiliki akses yang lebih mudah terhadap teknologi digital. "Bisnis seni digital harus memiliki tim yang memiliki pengetahuan tentang omnichannel, yang mencakup pasar, media sosial, dan platform pembayaran. Selain itu, alat dan jaringan yang memadai untuk teknologi dan jaringan; kemampuan produksi yang berkualitas tinggi, konsisten, dan cepat; dan strategi pemasaran dan merek yang menggabungkan perspektif merek, konsumen, pasar, atau industri" (Amijaya Kamaluddin, 2020).

#### Keuntungan Model Bisnis Startup dalam Industri Kreatif Seni

- Akses Pasar yang Lebih Luas : Platform digital memungkinkan seniman menjangkau audiens global tanpa batasan geografis.
- Biaya Operasional yang Rendah : Mengurangi kebutuhan ruang fisik dan mengoptimalkan teknologi untuk pemasaran dan penjualan.
- Peluang Kolaborasi : Memfasilitasi kerja sama antara seniman, desainer, dan kreator untuk menghasilkan karya inovatif.
- Tantangan yang Dihadapi
- Persaingan yang Ketat : Proliferasi startup mengintensifkan kompetisi, menekankan pentingnya diferensiasi.

- Perubahan Tren Pasar : Seniman perlu terus beradaptasi dengan dinamika selera dan tren di dunia seni.
- Keterbatasan Sumber Daya : Banyak startup menghadapi tantangan pendanaan dan akses terhadap talenta berkualitas.

## **KESIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa transformasi digital telah menjadi pendorong utama perubahan dalam industri kreatif seni. Teknologi seperti AR, VR, dan NFT telah menciptakan dimensi baru dalam praktik seni rupa, sementara platform digital telah mendemokratisasi akses ke pasar seni global. Model bisnis startup dalam industri kreatif seni memiliki keunggulan berupa akses pasar global, biaya operasional yang lebih efisien, dan peluang kolaborasi yang luas. Namun, tantangan berupa persaingan ketat, perubahan tren pasar yang cepat, dan keterbatasan sumber daya tetap harus diatasi. Ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap PDB Indonesia, mencapai 7,16% pada 2018, dengan potensi pertumbuhan yang menjanjikan. Keberhasilan platform e-commerce lokal membuktikan dampak transformatif inovasi digital pada ekonomi nasional. Untuk mempertahankan daya saing, pelaku bisnis seni perlu mengadopsi pendekatan omnichannel yang komprehensif dan responsif terhadap perubahan preferensi konsumen. Penelitian ini memberikan wawasan strategis bagi pemangku kepentingan dalam mengembangkan ekosistem industri kreatif seni yang lebih tangguh di era digital, serta menggarisbawahi potensinya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan identitas budaya nasional.

## **REFERENSI**

- Amijaya Kamaluddin, A. (2020). Strategi pengembangan bisnis industri kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 45-58.
- Arifin, K., & Santoso, P. (2023). Dampak media sosial terhadap peningkatan visibilitas dan pendapatan seniman visual di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(2), 112-125.
- Cusumano, M. A., Gawer, A., & Yoffie, D. B. (2019). *The business of platforms: Strategy in the age of digital competition, innovation, and power*. Harper Business.
- Fitriasari, D., & Rahman, A. (2021). Adopsi teknologi digital dalam transformasi industri kreatif: Perspektif distribusi konten dan jangkauan pasar. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 20(1), 45-62.
- Geroimenko, V. (2018). *Augmented reality art: From an emerging technology to a novel creative medium*. Springer.

- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menjelajahi pemasaran digital dan penggunaan sosial media pada UMKM. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(1), 61-71.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2018). Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB Indonesia. Diakses pada 2023 dari <https://www.kememparekraf.go.id/statistik-ekonomi-kreatif>
- Lee, J., & Yang, S. (2022). Monetisasi nilai kultural dalam industri seni: Analisis model bisnis era digital. *Journal of Arts Management*, 15(3), 215-230.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.
- Tokopedia. (2020). Tentang kami: Sejarah Tokopedia. Diakses pada 2023 dari <https://www.tokopedia.com/about/our-story/>
- Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118-144.
- Walmsley, B. (2016). From arts marketing to audience enrichment: How digital engagement can deepen and democratize artistic exchange with audiences. *Poetics*, 58, 66-78.
- Wicaksana, D. (2020). E-commerce dan perkembangan ekonomi digital di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Bisnis Digital*, 8(3), 112-125.
- Wijaya, H. (2023). Teknologi NFT dan transformasi ekonomi seniman visual: Studi kasus royalti berkelanjutan dalam seni digital. *Jurnal Teknologi dan Seni*, 10(1), 78-93.