

## **Kreativitas Generasi Muda Dalam Menghadapi Persaingan Global**

Cinta Bunga Harum Dani<sup>1</sup>, Marsha Olivia<sup>2</sup>, M. Restu Sejagat<sup>3</sup>, Lalu Andre Arya Pratama<sup>4</sup>, Andriyani<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Ilmu Administrasi Publik Universitas Muhammadiyah

<sup>1,2,3,4,5</sup>Program Studi Administrasi Publik, Universitas Muhammadiyah Mataram

<sup>3</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mataram

Email: [cintabungaharumdani@gmail.com](mailto:cintabungaharumdani@gmail.com)<sup>1</sup> [Marshaolivia7845@gmail.com](mailto:Marshaolivia7845@gmail.com)<sup>2</sup> [Restuusejagat@gmail.com](mailto:Restuusejagat@gmail.com)<sup>3</sup>

[Laluandre2003@gmail.com](mailto:Laluandre2003@gmail.com)<sup>4</sup> [Yhaniedili@gmail.com](mailto:Yhaniedili@gmail.com)<sup>5</sup>

### **ABSTRAK**

#### **ARTICLE INFO**

##### **Article history:**

Received N Maret, 2026

Revised Maret, 2026

Accepted April, 10, 2026

Available online Juni 2026

**Kata Kunci:** *creativity, young generation, global competition, innovation, Indonesia*



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.  
Copyright © 2025 by Author. Published by KABARMOE Indonesia Timur

*Young generation is a strategic national asset with a crucial role in facing the increasingly complex challenges of global competition. This study aims to analyze forms of creativity among Indonesian youth and the factors influencing them in the context of global competition. Using a qualitative research method with a descriptive-analytical approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation studies. The results show that youth creativity manifests in three main dimensions: digital creativity, entrepreneurial creativity, and socio-cultural creativity. Supporting factors include access to information technology, a conducive educational ecosystem, and government policy support. Meanwhile, the main obstacles are the digital infrastructure gap, lack of innovative mindset, and limited access to financing. This study recommends strengthening the innovation ecosystem through pentahelix collaboration among government, academia, industry, community, and media*

## **1. PENDAHULUAN**

Era globalisasi dan revolusi industri 4.0 telah menghadirkan tantangan sekaligus peluang bagi generasi muda di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Persaingan global tidak lagi sekadar persaingan antar individu, melainkan telah berkembang menjadi persaingan antar bangsa dalam hal kemampuan berinovasi, menciptakan nilai tambah, dan beradaptasi dengan perubahan yang terjadi dengan sangat cepat (Schwab, 2016). Indonesia sebagai negara dengan populasi pemuda terbesar keempat di dunia—dengan sekitar 64,19 juta jiwa berusia 16–30 tahun (BPS, 2022)—memiliki modal demografis yang luar biasa. Bonus demografi yang diperkirakan puncaknya terjadi pada tahun 2030–2040 ini akan menjadi berkah jika dikelola dengan baik, namun berpotensi menjadi bencana sosial-ekonomi apabila tidak disertai peningkatan kualitas sumber daya manusia, khususnya dalam aspek kreativitas dan inovasi.

Kreativitas didefinisikan sebagai kemampuan untuk menghasilkan ide, produk, atau solusi yang baru dan bernilai (Amabile, 1983). Dalam konteks persaingan global, kreativitas tidak lagi sekadar bakat individu, melainkan telah menjadi kompetensi strategis yang menentukan daya saing suatu bangsa. World Economic Forum (2023) menempatkan kreativitas, pemikiran kritis, dan kemampuan memecahkan masalah sebagai tiga besar keterampilan yang paling dibutuhkan pada dekade mendatang. Berbagai studi menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia memiliki potensi kreatif yang besar, namun belum sepenuhnya teraktualisasi. Indeks Inovasi Global 2023 menempatkan Indonesia pada peringkat ke-61 dari 132 negara, mengindikasikan masih banyak ruang perbaikan yang perlu dilakukan (WIPO, 2023). Kondisi ini mendorong perlunya kajian mendalam mengenai pola kreativitas generasi muda Indonesia dan faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Penelitian ini secara khusus bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi bentuk-bentuk kreativitas generasi muda Indonesia dalam menghadapi persaingan global; (2) menganalisis faktor pendukung dan penghambat kreativitas generasi muda; dan (3) merumuskan rekomendasi kebijakan untuk pengembangan ekosistem kreativitas yang mendukung daya saing bangsa.

## **2. KAJIAN TEORI**

### **a. Konsep Kreativitas**

Kreativitas merupakan konsep multidimensional yang telah menjadi objek kajian berbagai disiplin ilmu. Rhodes (1961) mengajukan model "4P" kreativitas yang mencakup Person (pribadi kreatif), Process (proses kreatif), Product (produk kreatif), dan Press (lingkungan pendukung). Model ini kemudian dikembangkan oleh berbagai peneliti dan menjadi kerangka konseptual yang paling banyak digunakan dalam studi kreativitas.

Csikszentmihalyi (1996) memperluas konsep kreativitas dengan memasukkan dimensi sistem sosial. Menurutnya, kreativitas tidak hanya bergantung pada individu, tetapi juga pada domain (bidang pengetahuan) dan field (kelompok sosial yang mengevaluasi produk kreatif). Perspektif sistem ini sangat relevan dalam memahami kreativitas generasi muda di tengah ekosistem global yang semakin terkoneksi.

Dalam konteks Indonesia, Munandar (2009) mendefinisikan kreativitas sebagai kemampuan yang mencerminkan kelancaran, keluwesan, orisinalitas dalam berpikir, serta kemampuan untuk mengelaborasi suatu gagasan. Definisi ini menekankan aspek kognitif kreativitas yang dapat dikembangkan melalui proses pendidikan yang tepat.

### **b. Generasi Muda dan Persaingan Global**

Generasi muda, khususnya Generasi Z (lahir 1997–2012) dan sebagian Generasi Milenial (lahir 1981–1996), tumbuh dalam era digital yang membentuk karakteristik unik mereka. Tapscott (2009) menyebut mereka sebagai "digital natives" yang secara alami fasih menggunakan teknologi digital dan memiliki kapasitas multitasking yang tinggi.

Persaingan global dalam abad ke-21 ditandai oleh beberapa karakteristik: pertama, akselerasi perubahan teknologi yang eksponensial; kedua, disrupsi berbagai sektor industri akibat digitalisasi; ketiga, mobilitas tenaga kerja lintas batas yang semakin mudah; dan keempat, munculnya ekonomi berbasis pengetahuan

dan kreativitas (Florida, 2002). Dalam konteks ini, kemampuan kreatif bukan lagi nilai tambah, melainkan prasyarat utama untuk dapat bersaing.

### **c. Ekosistem Inovasi dan Peran Kebijakan**

Studi tentang ekosistem inovasi menegaskan bahwa kreativitas individu perlu didukung oleh lingkungan yang kondusif. Helix model, yang dikembangkan dari konsep Triple Helix Etzkowitz & Leydesdorff (1995) menjadi Quadruple dan kemudian Quintuple Helix, menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, universitas, industri, masyarakat sipil, dan lingkungan alam dalam menciptakan ekosistem inovasi yang berkelanjutan.

Carayannis & Campbell (2012) berargumen bahwa inovasi modern membutuhkan keterlibatan aktif seluruh pemangku kepentingan dalam sistem inovasi nasional. Implikasinya, kebijakan publik perlu dirancang untuk memfasilitasi interaksi produktif antar aktor dalam ekosistem ini, bukan sekadar mendukung individu atau lembaga secara terpisah.

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus instrumental (Stake, 1995). Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena kreativitas generasi muda dalam konteks spesifik kehidupan sosial-budaya Indonesia.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama. Pertama, wawancara mendalam (in-depth interview) dengan 24 informan yang dipilih secara purposif, terdiri dari: pemuda kreatif (8 orang), pelaku UMKM muda (6 orang), akademisi bidang pendidikan dan inovasi (5 orang), serta pejabat kebijakan terkait kepemudaan dan ekonomi kreatif (5 orang). Kedua, observasi partisipatif di 5 hub kreatif dan inkubator bisnis di wilayah Nusa Tenggara Barat. Ketiga, analisis dokumen mencakup kebijakan kepemudaan nasional, data statistik, dan laporan lembaga internasional.

Analisis data menggunakan model Miles, Huberman & Saldaña (2014) yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Validitas data dijamin melalui triangulasi sumber dan metode, serta member checking kepada

informan kunci. Penelitian dilakukan pada Januari–April 2026 dengan memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Bentuk-bentuk Kreativitas Generasi Muda Indonesia

Hasil penelitian mengidentifikasi tiga dimensi utama kreativitas generasi muda Indonesia. Dimensi pertama adalah kreativitas digital, yang mencakup produksi konten kreatif di platform digital, pengembangan aplikasi dan solusi teknologi, serta pemanfaatan media sosial sebagai medium ekspresi dan kewirausahaan. Data menunjukkan bahwa 67% pemuda usia 18–25 tahun yang diwawancarai telah memanfaatkan platform digital untuk aktivitas kreatif yang menghasilkan pendapatan.

Dimensi kedua adalah kreativitas wirausaha (entrepreneurial creativity), yang diwujudkan melalui pengembangan model bisnis inovatif, khususnya di sektor ekonomi kreatif seperti kuliner, fashion, kerajinan tangan, serta jasa digital. Ekosistem startup yang berkembang pesat di Indonesia, dengan valuasi total ekosistem mencapai 124 miliar dolar AS pada 2023 (Startup Ranking, 2023), menjadi bukti nyata kreativitas wirausaha generasi muda.

Dimensi ketiga adalah kreativitas sosial-budaya, yaitu kemampuan untuk menciptakan solusi inovatif bagi permasalahan sosial dengan memanfaatkan kekayaan budaya lokal. Fenomena "glocalization"—globalisasi yang dipadukan dengan kearifan lokal—tampak dalam berbagai inisiatif pemuda yang mengangkat nilai budaya tradisional ke panggung global melalui medium modern.

### b. Faktor Pendukung Kreativitas

Penelitian mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang mendukung kreativitas generasi muda. Pertama, akselerasi penetrasi internet dan ekosistem digital telah membuka akses tanpa batas terhadap pengetahuan, inspirasi, dan pasar global. Dengan tingkat penetrasi internet mencapai 78,19% pada awal 2024 (APJII, 2024), generasi muda Indonesia memiliki infrastruktur dasar untuk berkreasi secara digital.

Kedua, berkembangnya ekosistem pendidikan non-formal seperti bootcamp, hackathon, program akselerasi, dan komunitas belajar mandiri telah melengkapi pendidikan formal dalam mengembangkan kompetensi kreatif. Para informan secara konsisten menyebutkan pengalaman belajar di luar kampus sebagai faktor yang lebih signifikan dalam mengembangkan kreativitas mereka dibandingkan pendidikan formal.

Ketiga, kebijakan pemerintah yang mendukung ekonomi kreatif—seperti pembentukan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang kini menjadi Kemenparekraf—telah menciptakan ekosistem yang lebih kondusif bagi pengembangan kreativitas generasi muda. Program-program seperti inkubasi bisnis kreatif, dukungan kekayaan intelektual, dan promosi produk kreatif nasional memberikan stimulus yang signifikan.

### **c. Hambatan dan Tantangan**

Di sisi lain, penelitian juga menemukan sejumlah hambatan yang membatasi aktualisasi kreativitas generasi muda. Pertama, kesenjangan infrastruktur digital antara wilayah perkotaan dan pedesaan masih sangat signifikan. Pemuda di daerah terpencil menghadapi keterbatasan akses internet berkualitas tinggi yang menghambat partisipasi mereka dalam ekosistem kreativitas digital.

Kedua, sistem pendidikan formal yang masih cenderung berorientasi pada hafalan dan kepatuhan (conformity) daripada eksplorasi dan inovasi menghasilkan generasi yang kurang percaya diri dalam mengekspresikan kreativitasnya. Kritik terhadap kurikulum pendidikan yang kurang mengakomodasi pengembangan kreativitas telah lama disuarakan namun reformasi yang terjadi masih bersifat inkremental.

Ketiga, keterbatasan akses terhadap modal pembiayaan untuk merealisasikan ide-ide kreatif menjadi hambatan struktural yang signifikan. Meskipun ekosistem modal ventura berkembang pesat di kota-kota besar, mayoritas pemuda kreatif di daerah masih kesulitan mengakses pembiayaan yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha kreatif mereka.

### **d. Rekomendasi: Penguatan Ekosistem Kreativitas**

Berdasarkan temuan penelitian, penguatan ekosistem kreativitas generasi muda memerlukan pendekatan pentahelix yang melibatkan sinergi lima aktor: pemerintah, akademisi, industri, komunitas, dan media. Pemerintah perlu memperkuat infrastruktur digital dan memastikan pemerataan aksesnya, sekaligus mereformasi sistem pendidikan agar lebih berorientasi pada pengembangan kompetensi kreatif dan inovatif.

Akademisi berperan penting dalam mengembangkan kurikulum berbasis kreativitas dan menjadi jembatan antara pengetahuan teoritis dengan praktik inovasi. Industri dapat berperan melalui program mentorship, investasi di ekosistem startup, dan penciptaan ruang bagi talenta kreatif muda untuk berkontribusi. Komunitas kreatif berfungsi sebagai katalis yang mendorong pertukaran ide dan kolaborasi lintas disiplin. Sementara media, termasuk media sosial, berperan dalam mengamplifikasi dan menginspirasi kreativitas generasi muda secara luas.

## **5. PENUTUP**

### **a. Simpulan**

Penelitian ini menyimpulkan bahwa generasi muda Indonesia memiliki potensi kreativitas yang besar dan beragam, yang diwujudkan dalam dimensi digital, wirausaha, dan sosial-budaya. Kreativitas ini didukung oleh akselerasi teknologi digital, ekosistem pendidikan non-formal yang berkembang, dan kebijakan pemerintah yang semakin akomodatif. Namun, hambatan struktural berupa kesenjangan infrastruktur, pendidikan yang belum optimal, dan keterbatasan akses pembiayaan masih membatasi aktualisasi potensi kreatif tersebut.

Dalam konteks persaingan global yang semakin intens, pengembangan kreativitas generasi muda bukan sekadar agenda pendidikan individual, melainkan imperatif strategis pembangunan nasional. Indonesia hanya dapat bersaing secara bermartabat di panggung global jika mampu mentransformasi bonus demografinya menjadi bonus inovasi yang menghasilkan nilai tambah nyata bagi perekonomian dan peradaban.

### **b. Saran**

Penelitian ini merekomendasikan: (1) pemerintah mempercepat pemerataan infrastruktur digital dan mereformasi kurikulum pendidikan menuju paradigma kreatif-inovatif; (2) perguruan tinggi mengembangkan program pendampingan dan inkubasi yang lebih responsif terhadap kebutuhan pemuda kreatif; (3) industri membuka ruang kolaborasi yang lebih luas dan inklusif bagi talenta muda kreatif; dan (4) penelitian lanjutan yang berfokus pada pengukuran dampak berbagai intervensi kebijakan terhadap indeks kreativitas dan inovasi generasi muda Indonesia.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(2), 357–376. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357>
- APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2024). Laporan survei penetrasi internet Indonesia 2024. Jakarta: APJII.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2022). Statistik pemuda Indonesia 2022. Jakarta: BPS RI.
- Carayannis, E. G., & Campbell, D. F. J. (2012). Mode 3 knowledge production in quadruple helix innovation systems. *SpringerBriefs in Business*, 7, 1–63. [https://doi.org/10.1007/978-1-4614-2062-0\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-4614-2062-0_1)
- Csikszentmihalyi, M. (1996). *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. Harper Collins.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix—University—industry—government relations: A laboratory for knowledge-based economic development. *EASST Review*, 14(1), 14–19.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. Basic Books.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Munandar, U. (2009). *Pengembangan kreativitas anak berbakat*. Rineka Cipta.

Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. *The Phi Delta Kappan*, 42(7), 305–310.

<https://www.jstor.org/stable/20342603>

Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. Crown Business.

Stake, R. E. (1995). *The art of case study research*. SAGE Publications.

Startup Ranking. (2023). *Indonesia startup ecosystem report 2023*. Startup Ranking Intelligence.

Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill.

World Economic Forum (WEF). (2023). *Future of jobs report 2023*. Geneva: WEF.  
<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023>

World Intellectual Property Organization (WIPO). (2023). *Global innovation index 2023: Innovation in the face of uncertainty*. WIPO.  
[https://www.wipo.int/global\\_innovation\\_index/en/2023](https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023)