

Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia

Nico Aditia Siagian¹, Solfema², Lili Dasa Putri³

^{1,2,3} Departemen Pendidikan Non Formal, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Padang, Indonesia

Corresponding Author

Nama Penulis: Nico Aditia Siagian

E-mail: nicoaditia0@gmail.com

Abstrak

Ekonomi kreatif memiliki kontribusi signifikan dalam mendukung pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi digital, ekonomi kreatif dapat mendorong inovasi dan kreativitas, serta memperluas peluang pasar bagi UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan hubungan antara ekonomi kreatif dan UMKM, serta upaya yang dapat dilakukan untuk memperkuat sektor tersebut melalui kebijakan dan pengembangan sumber daya manusia. Melalui analisis deskriptif berdasarkan tinjauan pustaka, ditemukan bahwa UMKM berpotensi besar untuk mendukung pertumbuhan ekonomi Indonesia, namun tantangan yang dihadapi meliputi perlunya peningkatan kualitas SDM dan adopsi teknologi. Penerapan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing UMKM, menciptakan lapangan kerja, dan memperluas kontribusinya terhadap perekonomian nasional. Diperlukan kebijakan yang mendukung, serta pelatihan yang mengedepankan manajemen usaha, pemasaran, dan inovasi, agar UMKM dapat terus berkembang dalam pasar global yang kompetitif.

Kata kunci - Ekonomi Kreatif, UMKM, Teknologi Digital, Inovasi, Kebijakan, Sumber Daya Manusia

Abstract

The creative economy has a significant contribution in supporting the growth of Indonesian Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). By utilizing digital technology, the creative economy can encourage innovation and creativity, as well as expand market opportunities for MSMEs. This research aims to describe the relationship between the creative economy and MSMEs, as well as efforts that can be made to strengthen this sector through policy and human resource development. Through descriptive analysis based on a literature review, it was found that MSMEs have great potential to support Indonesia's economic growth, but the challenges faced include the need to improve the quality of human resources and technology adoption. The application of the creative economy can increase the competitiveness of MSMEs, create jobs and expand their contribution to the national economy. Supportive policies are needed, as well as training that prioritizes business management, marketing and innovation, so that MSMEs can continue to develop in a competitive global market.

Keywords - Creative Economy, MSMEs, Digital Technology, Innovation, Policy, Human Resources

PENDAHULUAN

Di era digital sekarang, perekonomian mengalami perkembangan pesat, dengan penerapan teknologi digital menjadi salah satu aspek penting dalam ekonomi kreatif. Pertumbuhan industri kreatif ditengah globalisasi dan era digital dapat berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan ekonomi Indonesia. Namun, globalisasi di bidang ekonomi juga membawa tantangan, terutama bagi generasi milenial yang perlu mempersiapkan diri untuk berkompetisi di pasar internasional yang kian kompetitif. Kemajuan teknologi dan komunikasi di era ini mendorong bidang ekonomi kreatif Indonesia untuk lebih inovatif, kreatif, serta berpikir kritis (Ambarwati & Sobari, 2020).

Ekonomi kreatif merujuk pada aktivitas pengadaan dan penyaluran barang dan jasa yang dijalankan oleh wirausahawan, dengan mengandalkan kecerdasan intelektual, kreativitas, serta inovasi. Sistem ini menawarkan pendekatan baru untuk mengatasi tantangan perekonomian yang dihadapi sekarang. Konsep ekonomi kreatif berkembang di era ekonomi modern yang menekankan pentingnya informasi dan kreativitas, serta milih ide dan pengetahuan yang berasal dari SDA menjadi elemen utama pada proses produksi. Secara umum, ekonomi melibatkan empat aspek produksi, yaitu SDA, SDM, modal, serta manajemen maupun orientasi (Wahyuningsih & Satriani, 2019).

Ekonomi kreatif memiliki upaya signifikan terhadap mendukung perekonomian sebuah negara, terlebih dalam aspek peningkatan pemasukan, penciptaan peluang kerja, ekspansi hasil ekspor, serta pengembangan kekayaan intelektual. Berbekal kreativitas dan pengetahuan, masyarakat dapat menciptakan berbagai peluang usaha. Namun, untuk memanfaatkan potensi ini secara maksimal, masyarakat Indonesia perlu menguasai teknologi guna memperluas pasar di sektor industri kreatif. asilitas dasar yang tersebar secara merata di seluruh penjuru Indonesia menjadi faktor krusial untuk meningkatkan konektivitas, mempermudah pemasaran, dan merancang strategi bisnis yang efektif (Damanik & Sabila, 2022). Kesadaran akan pentingnya ekonomi kreatif, yang mengutamakan pengembangan barang dan jasa melalui keahlian, bakat, serta kreativitas sebagai bentuk kekayaan intelektual, menjadikan sektor ini sebagai salah satu harapan utama untuk memajukan perekonomian Indonesia, meningkatkan daya saing, serta meraih keunggulan di pasar global.

Usaha mikro ialah bentuk usaha yang dijalankan oleh individu atau badan usaha yang mncapai kriteria tertentu. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran vital saat mendorong perkembangan ekonomi di Indonesia, terutama menjadi motor penggerak perekonomian daerah. Pertumbuhan UMKM berkontribusi pada peningkatan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, sehingga penerapan konsep ekonomi kreatif menjadi langkah strategis untuk mendukung pengembangan UMKM di Indonesia. Kehadiran ekonomi kreatif diharapkan mampu memperkuat pertumbuhan ekonomi, khususnya bagi UMKM (Zamzami & Hastuti, 2018). Dengan mengintegrasikan ekonomi kreatif, UMKM mampu menyumbangkan peran lebih signifikan terhadap ekonomi nasional, terutama karena usaha mikro, kecil, dan menengah cenderung tahan terhadap dampak krisis global. Selain itu, usaha kecil dan menengah (UKM) memiliki peran krusial dalam mendukung peningkatan ekonomi daerah.

Di Indonesia, banyak UMKM berbasis ekonomi kreatif yang terus berkembang, didukung oleh peningkatan SDM yang inovatif serta kreatif sebagai suatu faktor kunci. Para pemilik UMKM diharapkan dapat terus mengembangkan usaha mereka dan bersaing, baik dengan pengusaha lokal maupun internasional. Setiap wilayah di Indonesia mempunyai keunikan dan ciri khas produk yang beragam. Keberagaman suku dan budaya di Indonesia juga menciptakan variasi dalam jenis UMKM. Kementerian Koperasi dan UMKM mengelompokkan UMKM yang berkembang saat ini ke dalam berbagai sektor, seperti pertanian, perikanan, peternakan, perdagangan, perhotelan, restoran, jasa swasta, pariwisata, serta sektor lainnya (Arivetullatif & Ardina, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah konsep yang menonjolkan kreativitas, inovasi, dan kemampuan intelektual sebagai bagian penting dalam proses produksi. Ambarwati & Sobari (2020) menyatakan bahwa kemajuan teknologi di era digital menciptakan peluang besar bagi ekonomi kreatif untuk berkembang secara inovatif. Menurut Wahyuningsih & Satriani (2019), ekonomi kreatif tumbuh dari kebutuhan ekonomi modern yang mengutamakan informasi, pengetahuan, dan ide sebagai sumber daya utama. John Howkins, dalam buku *The Creative Economy*, menjelaskan bahwa ekonomi kreatif fokus pada ide-ide yang dapat menghasilkan pendapatan. Sektor ini meliputi desain, seni, dan teknologi, yang memungkinkan masyarakat menggunakan kreativitas untuk menciptakan produk atau jasa bernilai tinggi (Hasmita, 2014).

2. Hubungan Ekonomi Kreatif dengan UMKM

UMKM memiliki peran besar dalam ekonomi Indonesia, dengan kontribusi sebesar 61,07% terhadap PDB dan menyerap 97% tenaga kerja (Avianto et al., 2020). Melalui ekonomi kreatif, UMKM bisa menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing, dan memperkuat perekonomian. Dengan memanfaatkan teknologi, pelaku UMKM dapat memperluas pasar melalui aplikasi dan situs web (Mursito, 2020). Dukungan pemerintah seperti UU No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja dan PP No. 7 Tahun 2021 juga mendukung perkembangan ekonomi kreatif (Azwina et al., 2023).

3. Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM

Ekonomi kreatif membantu UMKM melalui:

- Pemanfaatan Kekayaan Intelektual: UMKM dapat menggunakan aset intelektual untuk menciptakan inovasi berkelanjutan (Damanik & Sabila, 2022).
- Peningkatan SDM: Pelatihan di bidang manajemen, pemasaran, dan keuangan meningkatkan kapasitas pelaku UMKM (Iskandar et al., 2022).
- Efisiensi Investasi: Sektor ini lebih mengandalkan ide dan inovasi dibanding modal besar (Basri, 2022).
- Penerimaan Masyarakat: Produk kreatif lebih diminati karena sesuai dengan kebutuhan pasar (Budiman & Delima, 2017).

4. Tantangan dan Peluang Ekonomi Kreatif bagi UMKM

Tantangan yang dihadapi UMKM meliputi:

- Kurangnya pemahaman teknologi.
- Keterbatasan modal dan infrastruktur.

Namun, ekonomi kreatif menawarkan peluang besar melalui keberagaman budaya yang dapat diterapkan pada produk UMKM. Kerja sama antara pemerintah, komunitas, dan akademisi sangat penting dalam menciptakan lingkungan yang mendukung inovasi (Bimantara et al., 2021).

5. Peran Pemerintah dalam Mendukung Ekonomi Kreatif

Pemerintah berperan melalui:

- Penyediaan Infrastruktur: Meningkatkan konektivitas dan pemasaran.
- Penyuluhan dan Pelatihan: Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang ekonomi kreatif.
- Kebijakan Pendukung: Mendukung pengembangan UMKM dengan regulasi, seperti penguatan inkubator wirausaha (Azwina et al., 2023).

METODE

Penelitian berikut memakai metode tinjauan pustaka melalui pendekatan deskriptif, yang bertujuan agar memberikan gambaran mengenai solusi atas permasalahan yang sedang dihadapi berdasarkan data yang telah dikumpulkan. Data yang dimanfaatkan merupakan data sekunder, yang diperoleh melalui berbagai aktivitas studi pustaka. Dalam proses ini, peneliti mengumpulkan informasi dari berbagai referensi, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta sumber daring yang relevan dengan topik penelitian. Upaya ini dilakukan untuk membangun landasan teori yang kuat dan

kerangka konseptual yang sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Data sekunder yang telah diperoleh dianalisis dengan menggunakan metode analisis statistik deskriptif, yang memungkinkan peneliti untuk menjelaskan dan menginterpretasikan temuan secara sistematis serta mendukung proses pemecahan masalah secara komprehensif

PEMBAHASAN

1. Hubungan Ekonomi Kreatif pada UMKM Di Indonesia

Melalui data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), periode 2010-2015 menunjukkan peningkatan signifikan dalam produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif, dari Rp529,96 triliun jadi Rp852,24 triliun, dengan rata-rata pertumbuhan tahunan mencapai 10,14%. Setiap bidang dalam ekonomi kreatif memberikan kontribusi sekitar 7% per tahun terhadap total PDB nasional (Dr. Muhammad Mudjib Musta'in (2022) menyatakan bahwa Pemerintah Indonesia telah menetapkan 17 subsektor dalam ekonomi kreatif, yang mencakup aplikasi, pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fashion, film animasi dan video, fotografi, kerajinan tangan (kriya), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. Pada tahun 2020, subsektor-sektor ini menjadi pilar utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Selain itu, keberhasilan ekonomi kreatif sangat bergantung pada kolaborasi yang sinergis antara empat elemen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis, dan komunitas, untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi dan pertumbuhan (Bimantara et al., 2021).

Ekonomi kreatif ialah rancangan dalam masa ekonomi kontemporer yang menggabungkan informasi serta kreativitas, juga fokus pada ide serta pengetahuan sebagai elemen utama dalam proses produksi. Istilah "kreativitas" berasal dari bahasa Inggris *creativity*, yang merujuk pada kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan asli. Oleh karena itu, ekonomi kreatif bisa dipahami sebagai kapasitas untuk menghasilkan produk atau layanan yang bernilai tinggi dan memiliki potensi untuk mendatangkan pendapatan.

Gagasan tentang "ekonomi kreatif" pertama kali dikemukakan John Howkins pada bukunya *The Creative Economy*, di mana ia menjelaskan bagaimana ide-ide dapat diubah menjadi sumber pendapatan. Menurut Howkins, aktivitas ekonomi yang berfokus pada penciptaan ide menjadi pusat dari ekonomi kreatif, karena memiliki gagasan inovatif adalah cara utama untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan global (Hasmita, 2014).

Ekonomi kreatif memiliki hubungan yang sangat erat dengan UMKM, sebab sekarang para UMKM diharapkan agar lebih kreatif serta inovatif saat mengembangkan usahanya. Untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif, penting bagi para pelaku UMKM untuk memanfaatkan inovasi teknologi, sehingga mereka dapat menjangkau pasar yang lebih luas serta meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap teknologi. Penggunaan aplikasi yang dapat diunduh serta situs web sebagai sumber informasi sangat krusial dalam memperkenalkan produk dan layanan mereka. Pemerintah daerah mempunyai kontribusi besar agar secara berkelanjutan melaksanakan penyuluhan dan pendidikan kepada masyarakat, sehingga mereka dapat dengan cepat mengenali dan memanfaatkan peluang yang ada dalam bidang ekonomi kreatif (Mursito, 2020).

Airlangga Hartarto, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, menyampaikan pemerintah terus mendukung serta memantau perkembangan ekonomi kreatif dan digital dari berbagai kebijakan. Salah satu kebijakan penting yang diterapkan adalah Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, yang diikuti dengan Peraturan Pemerintah No. 7 Tahun 2021 mengenai kemudahan, perlindungan, serta pemberdayaan koperasi serta UMKM, termasuk penguatan inkubator wirausaha sebagai bagian dari upaya mendukung perkembangan sektor tersebut (Azwina et al., 2023).

2. Upaya ekonomi kreatif terhadap UMKM di Indonesia

Upaya ekonomi kreatif yang diterapkan pada UMKM di Indonesia telah memberikan dampak yang sangat besar, yang dipengaruhi oleh sejumlah faktor penting sebagai berikut:

1. Pemanfaatan Kekayaan Intelektual: Ekonomi kreatif menekankan pada penggunaan kekayaan intelektual sebagai aset utama, yang memungkinkan pembaruan dan pengembangan sumber daya

ekonomi melalui kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan demikian, sektor ini mampu mendorong inovasi yang berkelanjutan dalam berbagai industri.

2. Peningkatan Efisiensi Sumber Daya Manusia: Sektor ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan efisiensi penggunaan sumber daya manusia tanpa menambah angka pengangguran. Para tenaga kerja dalam sektor ini berfungsi sebagai pemikir kreatif yang memanfaatkan ide-ide orisinal mereka, sebuah peran yang tidak dapat digantikan oleh teknologi otomatisasi.
3. Efisiensi Investasi: Investasi dalam ekonomi kreatif cenderung lebih efisien jika dibandingkan dengan biaya awal yang dikeluarkan oleh perusahaan. Hal ini disebabkan oleh potensi besar yang dimiliki sektor ini untuk menghasilkan nilai tambah melalui ide-ide baru dan inovasi yang tidak memerlukan investasi awal yang sangat besar.
4. Pemecahan Masalah Ekonomi: Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi perekonomian Indonesia, baik dari segi penciptaan lapangan kerja, peningkatan daya saing produk lokal, maupun peningkatan nilai tambah dalam berbagai sektor industri.
5. Penerimaan Masyarakat: Ekonomi kreatif lebih mudah diterima oleh masyarakat, terutama konsumen, karena sejalan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan pasar yang semakin berubah. Inovasi yang dihadirkan oleh sektor ini beradaptasi dengan tren dan preferensi konsumen masa kini, menjadikannya semakin relevan dalam kehidupan sehari-hari.

Ekonomi kreatif tidak hanya dilihat sebagai sektor yang mendorong inovasi dan produksi, tetapi juga sebagai alat untuk mengukur proses sosial yang terjadi dalam masyarakat. Kreativitas memainkan peran penting dalam meningkatkan nilai ekonomi, seperti pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan. Dengan demikian, ekonomi kreatif berpotensi besar untuk membantu menyelesaikan berbagai masalah sosial yang dihadapi, seperti kemiskinan, pengangguran, rendahnya kualitas pendidikan, dan kesenjangan sosial (Basri, 2022). Namun, di sisi lain, UMKM saat ini menghadapi tantangan besar, yaitu bagaimana para pelaku usaha, termasuk pemilik, pengelola, serta tim produksi dan pemasaran, dapat menjaga kelangsungan dan keberlanjutan usaha mereka. Banyak dari mereka berasal dari latar belakang yang berbeda-beda, dengan tingkat pengetahuan yang sangat bervariasi. Maka dari itu penting bagi pelaku UMKM untuk saling mendukung dan berbagi informasi serta pengetahuan. Pengetahuan yang perlu dibagikan mencakup berbagai hal, seperti cara mengoptimalkan bahan baku, melakukan inovasi produk, menentukan target pasar yang tepat, merumuskan strategi pemasaran yang efektif, dan memastikan pemenuhan kebutuhan serta kepuasan pelanggan (Budiman & Delima, 2017). Dalam hal ini, kolaborasi dan berbagi pengetahuan antar pelaku UMKM menjadi kunci utama untuk menghadapi rintangan yang ada dan mendukung keberhasilan jangka panjang.

Untuk mendorong perkembangan UMKM di sektor industri kreatif, sangat penting agar memaksimalkan kegunaan ekonomi kreatif saat meningkatkan cakupan UMKM. Salah satu peran berikut adalah melalui penyesuaian kebijakan dan inovasi dalam kebijakan pendukung yang dirancang untuk menciptakan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dalam era transisi yang tengah berlangsung sekarang, para pelaku usaha diharapkan dapat menciptakan peluang baru atau inovasi yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi yang berfokus pada ilmu pengetahuan dan kreativitas. Hal ini diharapkan memberikan manfaat baik pada tingkat mikro maupun makro, baik untuk pelaku usaha itu sendiri maupun perekonomian negara secara keseluruhan (Damanik & Sabila, 2022).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mempunyai peran penting sebagai salah satu pilar utama dalam perekonomian Indonesia. Menurut data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (KUKM), pada tahun 2020, jumlah UMKM di Indonesia mencapai sekitar 64,2 juta unit, dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) mencapai 61,07 persen, setara dengan Rp8.573,89 triliun. Selain itu, UMKM turut memberikan dampak besar dalam penyerapan tenaga kerja, menyerap hampir 97 persen dari total angkatan kerja di Indonesia, serta berkontribusi terhadap investasi nasional sebesar 60,4 persen. Sektor ekonomi kreatif, yang juga mendukung pertumbuhan UMKM, berperan dalam menciptakan

lapangan pekerjaan bagi sekitar 19,2 juta orang, yang setara dengan 15,21 persen dari total tenaga kerja Indonesia. Dalam periode 2018 hingga 2019, sektor ekonomi kreatif ini mencatatkan pertumbuhan tenaga kerja sebesar 4,02 persen, menunjukkan dampaknya yang signifikan terhadap perekonomian dan sektor pekerjaan di Indonesia (Avianto et al., 2020).

UMKM yang berfokus pada ekonomi kreatif harus terus menjaga kualitas produk mereka, serta berusaha meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam menciptakan produk baru. Salah satu cara untuk meningkatkan kreativitas pelaku UMKM adalah melalui pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah, yang mencakup aspek-aspek penting seperti manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan. Dukungan penuh dari pemerintah sangat diperlukan untuk mempercepat pengembangan UMKM kreatif di Indonesia. Berdasarkan data yang tersedia, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki potensi ekonomi yang kuat, didorong oleh banyaknya UMKM dan kapasitas besar dalam menyerap tenaga kerja. UMKM terbukti memiliki ketangguhan dalam menghadapi krisis ekonomi dan memiliki potensi besar untuk meraih keuntungan optimal melalui produksi domestik yang sangat relevan dengan kebutuhan dasar masyarakat. Dalam sektor ekonomi kreatif, kualitas sumber daya manusia (SDM) memiliki kontribusi yang sangat vital bagi perkembangan UMKM. SDM dianggap sebagai elemen utama yang mendukung kemajuan bisnis, serta usaha mikro, kecil, dan menengah. Lebih dari sekadar potensi, SDM merupakan aset penting yang bisa memajukan UMKM. Keberhasilan ekonomi kreatif sangat bergantung pada kemampuan SDM dalam menciptakan ide-ide baru dan inovasi yang kreatif (Iskandar et al., 2022). Selain itu, ekonomi kreatif juga diyakini bisa memperkokoh identitas bangsa Indonesia, karena menyatukan kreativitas, seni, inovasi, dan teknologi dengan budaya yang hidup di masyarakat (Harjawati, 2020).

Karena itu, penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM, baik dalam aspek manajemen maupun pola pikir. Manajemen yang dimaksud meliputi pengelolaan sumber daya manusia (SDM), proses produksi, keuangan, serta strategi pemasaran. Selain itu, pola pikir para pelaku UMKM perlu diarahkan agar mereka dapat menjadi wirausahawan yang memiliki karakter, seperti inovatif, kreatif, bersemangat terhadap usaha mereka, serta mampu beradaptasi dengan perubahan di lingkungan bisnis, termasuk perkembangan teknologi dan preferensi pasar.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif memainkan kontribusi penting terhadap kemajuan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia, terlebih saat mendukung perkembangan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja. UMKM yang berbasis ekonomi kreatif berperan signifikan pada Produk Domestik Bruto (PDB), serta penyerap tenaga kerja, dan memiliki ketangguhan dalam menghadapi krisis ekonomi. Untuk memaksimalkan potensi UMKM, penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku UMKM melalui pelatihan dan kebijakan yang mendukung, termasuk dalam manajemen usaha, pemasaran, dan pengelolaan keuangan.

Keberhasilan sektor ekonomi kreatif bergantung pada taraf sumber daya manusia, yang menjadi sumber daya utama dalam menciptakan inovasi dan ide-ide baru. Oleh karena itu, pengembangan SDM yang kreatif dan inovatif sangat penting. Selain itu, peningkatan infrastruktur dan penguasaan teknologi juga menjadi faktor krusial terhadap memperluas pasar serta mendorong daya saing UMKM. Ekonomi kreatif juga berperan dalam memperkuat identitas nasional dan menghubungkan kreativitas dengan budaya, teknologi, serta inovasi.

Maka dari itu, penting untuk pemilik UMKM agar terus beradaptasi dengan perubahan pasar, meningkatkan kreativitas, dan mengikuti perkembangan teknologi agar dapat bersaing di pasar global. Dengan dukungan pemerintah dan kolaborasi antara sektor-sektor terkait, ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mendorong kemajuan ekonomi Indonesia secara mikro maupun makro.

DAFTAR PUSTAKA

- Arivetullatif, A., & Ardina, G. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Kecil Dan Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Pariaman. *Ensiklopedia of Journal*, 4(4), 364–371. <https://doi.org/10.33559/eoj.v4i4.888>
- Azwina, R., Atika, A., & Dharma, B. (2023). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Penyerapan Tenaga Kerja dan Peningkatan Pendapatan Pelaku Industri Kreatif Dalam Perspektif Ekonomi Islam di Kota Medan. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3680–3699. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4157>.
- Avianto, B. N., Durmasema, A. R., Pratama, A. Y. N., & Rendisky, J. (2020). Statistik Ekonomi Kreatif 2020. In *Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. www.kemenparekraf.go.id
- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.22219/jie.v4i1.9189>
- Basri, A. I. (2022). *Bahan Ajar Ekonomi Kreatif*. 1, 1–153.
- Budiman, N. A., & Delima, Z. M. (2017). PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL TERHADAP KINERJA UMKM (Studi Kasus pada UMKM di Kabupaten Kudus) Zuliyati 1. *Universitas Budi Luhur*, 6(2), 181–200
- Damanik, A. S., & Sabila, R. (2022). Dampak Peranan Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Umkm Di Masa Transisi (Cafe Lookup Kota Tasikmalaya). *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 111–120. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.174>
- Dr. Muhammad Mudjib Musta'in, M. S. D. (2022). *ekonomi kreatif berbasis digital dan kemandirian masyarakat era society 5.0 Editor: Agung Anggoro Seto* (Issue March).
- Hasmita. (2014). *Program studi ilmu administrasi negara fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas sultan ageng tirtayasa* 2014. 1–74.
- Iskandar, A., Fayadi, H., & Meldi Kesuma, T. (2022). Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Promosi Dan Pemasaran Destinasi Wisata Kota Sabang. *Konvergensi : Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1), 190–199. <https://doi.org/10.51353/kvg.v3i1.609>
- Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 11 tahun 2020 tentang Cipta Kerja, dan turunannya berupa PP 7/2021 tentang kemudahan, perlindungan dan pemberdayaan koperasi dan UMKM melalui penguatan inkubator wirausaha.
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 195–205. <https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v8i2.172>
- Zamzami, Z., & Hastuti, D. (2018). Determinan penerimaan daerah dan pertumbuhan ekonomi terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 13(1), 37–45. <https://doi.org/10.22437/paradigma.v13i1.4903>