

EKSPLORASI POTENSI EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN SEKTOR UMKM DI INDONESIA

Ulfa Hayatuddini^{1*}, Nelli Deviana², Syaira Anastasha³, Intan Mastura Jailani⁴

^{1,2,3,4}*Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, Kota Lhokseumawe, Indonesia*

Email Korespondensi: hayatuddiniulfa@gmail.com

ABSTRAK

Di sejumlah negara termasuk Indonesia, ekonomi kreatif kini menjadi salah satu pilar utama pendorong pertumbuhan ekonomi. Pemanfaatan ekonomi kreatif memiliki potensi yang sangat besar untuk menumbuhkan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), yang merupakan fondasi perekonomian nasional. UMKM menjadi bagian dari sistem pertumbuhan bisnis ekonomi kreatif yang merupakan salah satu industri yang membutuhkan kreativitas, inovasi, dan keterampilan untuk berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki bagaimana ekonomi kreatif dapat digunakan sebagai strategi baru untuk meningkatkan daya saing dan kinerja sektor UMKM di tingkat lokal dan internasional. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini mencakup tinjauan literatur dan analisis deskriptif, dengan menggunakan penelitian kepustakaan dari berbagai sumber berdasarkan referensi yang terkait dengan topik yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan menerapkan strategi berbasis inovasi, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk mereka, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan kontribusi mereka terhadap pertumbuhan ekonomi lokal. Selain itu, telah terbukti bahwa daya saing UMKM di pasar dapat ditingkatkan ketika penduduk lokal diberdayakan melalui pelatihan dan pengembangan kemampuan kreatif. Oleh karena itu, kerja sama antara pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat sangat penting untuk menjamin penerapan ekonomi kreatif yang efektif di sektor UMKM.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, UMKM, Inovasi, Pengembangan Usaha, Daya Saing

ABSTRACT

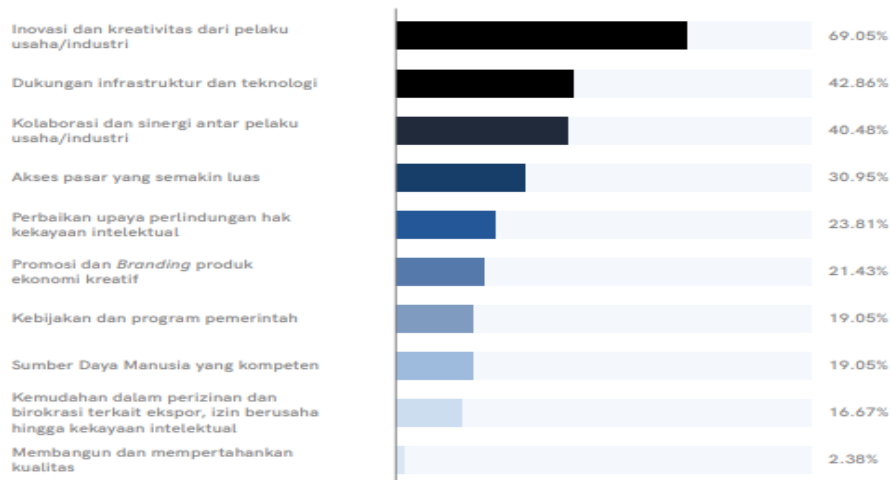
In a number of countries including Indonesia, the creative economy is now one of the main pillars driving economic growth. The utilization of the creative economy has enormous potential to grow the Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) sector, which is the foundation of the national economy. MSMEs are part of the creative economy business growth system which is one of the industries that require creativity, innovation, and skills to thrive. The purpose of this study is to investigate how the creative economy can be used as a new strategy to improve the competitiveness and performance of the MSME sector at the local and international levels. The techniques used in this research include literature review and descriptive analysis, using desk research from various sources based on references related to the topic under study. The results show that by implementing innovation-based strategies, MSMEs can improve the quality of their products, expand their market reach, and ultimately increase their contribution to local economic growth. In addition, it has been proven that the competitiveness of MSMEs in the market can be improved when local residents are empowered through training and creative capability development. Therefore, cooperation between the government, businesses, and communities is essential to ensure effective implementation of the creative economy in the MSME sector.

Keywords: Creative Economy, MSMEs, Innovation, Business Development, Competitiveness

PENDAHULUAN

Kontribusi penting bagi perekonomian nasional telah diberikan oleh sektor ekonomi kreatif Indonesia. Industri ekonomi kreatif Indonesia mempekerjakan sekitar 17 juta orang dan menyumbang sekitar 7,44% dari PDB pada tahun 2022, menurut data yang diterbitkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023 dan Badan Ekonomi Kreatif. Subsektor yang paling mencolok dari industri yang berkembang pesat ini adalah industri game, animasi, desain grafis, musik, dan fashion (Fatonah et al., 2024).

Menurut mayoritas ahli (90,48%), sektor ekonomi kreatif (ekraf) akan meningkat di tahun 2023-2024 dibandingkan tahun 2022. Hal ini sesuai dengan prediksi Deloitte bahwa ekonomi kreatif global akan terus berkembang, mencapai 40% pada tahun 2030. Menurut para ahli, pendorong utama perkembangan ini adalah infrastruktur dan dukungan teknologi (42,86%), penemuan dan kreativitas pelaku usaha/industri (69,05%), serta kerja sama dan sinergi (40,48%). Terkait subsektor, 69,05% ahli berpendapat bahwa subsektor kuliner dapat berkembang dengan cepat pada tahun 2023-2024. Kembalinya tren makan di tempat, momen Ramadan, dan “tahun politik” akan berkontribusi pada pertumbuhan industri kuliner yang baik di tahun 2023, menurut studi MarkPlus FnB Q1. Selain industri kuliner, subsektor lain yang diantisipasi akan tumbuh dengan cepat adalah fesyen, aplikasi, kerajinan tangan, dan film video animasi (FAV).



Gambar 1. Faktor utama yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi kreatif pada tahun 2023-2024

Sumber: Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024

UMKM atau usaha mikro, kecil, dan menengah, adalah salah satu entitas komersial yang penting bagi perekonomian regional dan nasional. Berbagai produk UMKM, termasuk tekstil, kerajinan, produk pertanian, dan barang-barang lain yang memiliki potensi lokal, dapat dijadikan andalan dalam perdagangan internasional. Produk UMKM memiliki potensi untuk dikembangkan dengan cara yang kreatif dan inovatif, sehingga dapat bersaing di pasar domestik maupun internasional dan meningkatkan kualitasnya. Selain produk UMKM yang terbuat dari potensi lokal, ada

juga potensi alam lokal yang mencakup berbagai seni dan budaya dengan keunikan tersendiri seperti artefak dari jaman dahulu. Potensi alam lokal ini dapat dipamerkan dan dimanfaatkan sebagai destinasi wisata yang menarik (Nugraha et al., 2017).

Di banyak negara, ekonomi kreatif telah muncul sebagai salah satu kekuatan utama di balik ekspansi ekonomi dalam beberapa dekade terakhir. Industri ini telah menunjukkan kapasitas yang kuat untuk memacu inovasi, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan lapangan kerja. Salah satu industri yang dianggap memiliki potensi untuk memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian suatu negara adalah ekonomi kreatif. Karena dapat mengurangi pengangguran, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mendorong regenerasi, ekonomi kreatif dapat menghasilkan kekayaan. Ekonomi kreatif juga merupakan bisnis yang dapat meningkatkan pendapatan dan termasuk dalam bisnis Islami (Fadlilah et al., 2024).

Cabang-cabang berikut ini juga diakui oleh Kementerian Perdagangan sebagai bagian dari ekonomi kreatif: 1) periklanan; 2) arsitektur; 3) pasar seni; 4) kerajinan seni; 5) desain; 6) media; 7) film, video, dan fotografi; 8) permainan interaktif; 9) musik; 10) darstellende Künste; 11) penerbitan dan percetakan; 12) layanan komputer dan perangkat lunak; 13) radio dan televisi; serta 14) penelitian dan pengembangan. Sementara ekonomi kreatif lebih berfokus pada pelatihan tenaga kerja berkualifikasi tinggi, sektor industri lebih berfokus pada produksi barang dalam jumlah besar. Akibatnya, ekonomi kreatif lebih sering ditemukan pada kelompok industri kecil dan menengah (Nugraha et al., 2017).

Di saat yang sama, terdapat sejumlah kendala yang membatasi pertumbuhan ekonomi kreatif sektor UMKM. Kesulitan yang perlu diatasi antara lain adalah persaingan global yang semakin ketat, pergeseran kebiasaan konsumen, dan kekhawatiran akan teknologi digital dan hak kekayaan intelektual. Oleh karena itu, pemahaman yang menyeluruh mengenai konsep, ide, peluang, dan tantangan ekonomi kreatif sangat diperlukan untuk menciptakan rencana pertumbuhan yang efektif dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif di Indonesia dapat dicirikan dengan jelas melalui penelaahan beberapa sumber literatur terkait. Selain memberikan wawasan dan saran untuk perluasan ekonomi kreatif yang dapat diadopsi oleh dunia modern, jurnal ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana sektor UMKM dapat memperoleh manfaat dari ekonomi kreatif.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur (library research), yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi kreativitas dalam meningkatkan sektor UMKM di Indonesia. Jenis penelitian ini disebut penelitian deskriptif, yang bertujuan untuk mendeskripsikan permasalahan yang ada berdasarkan data-data yang ada saat ini. Dalam konteks penelitian ini, sumber data yang digunakan disebut data sekunder. Peneliti mengumpulkan data sekunder melalui studi kepustakaan untuk menyusun kerangka teori yang relevan dengan permasalahan atau kerangka konseptual penelitian. Untuk menemukan teori dan prinsip-prinsip yang dapat diterapkan dalam penelitian ini, mereka memeriksa jurnal penelitian, artikel, dan publikasi lanjutan. Mereka juga memandu para peneliti internet melalui situs-situs web yang terkait dengan tema penelitian. Data yang diperoleh kemudian dievaluasi dengan menggunakan analisis statistik deskriptif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Konsep Ekonomi Kreatif

Pengusaha yang menggunakan kreativitas, kecerdasan, dan semangat inovatif mereka untuk memproduksi dan menjual barang dan jasa disebut sebagai pengusaha kreatif. Ekonomi kreatif adalah salah satu solusi potensial untuk masalah yang ditimbulkan oleh masalah ekonomi saat ini. Di era bisnis modern, istilah “ekonomi kreatif” mengacu pada gagasan untuk menggunakan ide dan pengetahuan manusia sebagai faktor produksi dengan memberikan prioritas yang lebih tinggi pada informasi dan kreativitas. Sumber daya alam, sumber daya manusia, dan pengarahan atau manajemen adalah empat faktor produksi yang diselidiki dalam studi ekonomi kreatif.

Kreatifitas adalah konsep ekonomi modern yang menggabungkan informasi dan kreativitas, berdasarkan gagasan bahwa pengetahuan sumber daya manusia berfungsi sebagai komponen utama produksi. Kata “kreativitas” adalah kata dalam bahasa Inggris. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang bernilai tinggi (menghasilkan pendapatan) adalah dasar dari kreativitas. Ketika istilah “ekonomi kreatif” pertama kali muncul, John Howkins membahas pertanyaan tentang bagaimana orang mendapatkan keuntungan dari ide dalam bukunya “The Creative Economy”. Menurut Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dalam masyarakat di mana orang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide-ide baru. Karena kita hanya bisa maju melalui pengembangan ide.

Pada dasarnya, pelaku UMKM mengharapkan karyawannya untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam pengembangan perusahaan mereka, sehingga tidak mungkin untuk memisahkan ekonomi kreatif dan UMKM. Jelas bahwa ekonomi kreatif modern harus memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan jangkauan pasar dan kompetensi teknologi masyarakat. Penggunaan aplikasi dan situs web informasi yang tersedia untuk umum memiliki dampak yang signifikan terhadap kemampuan untuk mengenali kembali barang dan jasa. Agar dapat dengan cepat memanfaatkan peluang bisnis yang inovatif, pemerintah daerah memiliki tanggung jawab untuk menjaga agar masyarakat tetap terinformasi dan mudah diakses (Aini & Wati, 2023).

Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM

Salah satu bagian penting dari pertumbuhan sektor usaha kecil, menengah, dan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia adalah ekonomi kreatif. UMKM dapat menciptakan produk dan layanan dengan nilai tambah dengan menggunakan kreativitas dan inovasi, yang akan meningkatkan daya saing mereka dan memperkuat kontribusi mereka terhadap perekonomian nasional (Siagian & Putri, 2025). Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2020 diperkirakan oleh Kementerian Perindustrian dan KMU mencapai 64,2 juta unit, berkontribusi sebesar 61,07 persen terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, atau sekitar Rp 8.573,89 miliar. Selain itu, UMKM mempekerjakan 97% dari seluruh pekerja di Indonesia dan menyumbang 60,4% dari investasi global. Di sisi lain, telah terbukti bahwa sektor ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mempekerjakan sekitar 19,2 juta orang, atau 15,21% dari total tenaga kerja di Indonesia, dan berkontribusi terhadap peningkatan lapangan kerja sebesar 4,02 persen antara tahun 2018 dan 2019 (Riza, 2023).

Peran penting juga dimainkan oleh ekonomi kreatif, usaha kecil dan menengah (

UMKM), dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan ekspor, mengembangkan teknologi, dan memperluas kekayaan intelektual. Hal ini membantu mencapai tujuan pemerintah untuk menjadikan UMKM sebagai kekuatan penting dalam perekonomian yang dapat mempekerjakan pekerja dan meningkatkan kesejahteraan mereka. UMKM di Indonesia dapat meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan berkontribusi lebih besar terhadap perekonomian nasional dengan memanfaatkan potensi ekonomi kreatif. Untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif dalam mendukung pengembangan KKMU, sangat penting untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, swasta, dan Masyarakat (Mas et al., 2023).



Gambar 2. pelaku UMKM
Sumber: CNBC Indonesia (2024)

Menurut Survei Aktivitas dan Sentimen Bisnis UMKM BRI yang dilakukan oleh BRI Research Institute, para pelaku UMKM optimis dengan prospek bisnis di tahun 2024. Indeks optimisme pelaku usaha UMKM yang tinggi sebesar 128,7 tercatat dalam survei tersebut. Optimisme ini sejauh ini telah diadopsi dibandingkan dengan Vorquartal. Hal ini disebabkan oleh berakhirnya musim kemarau panjang, dimulainya musim panen raya di beberapa daerah pertanian, dan daya beli masyarakat yang terus stabil. Selain ekspansi perusahaan UMKM, sikap para pelaku ekonomi terhadap ekonomi dan kondisi bisnis secara umum tetap positif. Selain itu, UMKM mendapat peringkat yang lebih tinggi untuk kinerja pemerintah sehubungan dengan prospek ekonomi yang membaik. Hal ini dapat ditentukan dengan melihat indeks kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah (IKP), yang memungkinkan mereka untuk menilai kemampuan pemerintah dalam menciptakan rasa aman dan damai. Meskipun indeks ini masih di atas 100, pemerintah justru mendapat peringkat terendah untuk kemampuannya dalam menstabilkan harga barang dan jasa.

Perluasan ekonomi kreatif UMKM merupakan salah satu pendorong utama perekonomian. Usaha kecil dan menengah adalah bagian dari ekonomi nasional dan regional. Produk UMKM dapat diklasifikasikan sebagai eksportir untuk dijual di pasar global, seperti produk berbasis lahan, tekstil, karya seni, dan produk lain yang memiliki potensi lokal. Produk-produk tersebut dapat dijual di pasar global, seperti produk hasil bumi, tekstil, karya seni, dan barang-barang lainnya. Potensi, kreativitas, dan inovasi dari produk-produk UMKM memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut dan ditingkatkan kualitasnya baik di pasar domestik maupun di pasar global (Sugiyono, 2016).

Kelebihan, Peluang dan Tantangan dalam Implementasi Ekonomi Kreatif pada UMKM

Ekonomi kreatif merupakan solusi bagi kemajuan ekonomi karena dapat meningkatkan ekspor, menciptakan lapangan kerja, dan pada saat yang sama menyoroti potensi berbagai lokasi bagi para investor. Program Pembangunan PBB, organisasi multilateral terbesar untuk bantuan teknis dan pembangunan di dunia, dan Konferensi Perdagangan dan Pembangunan PBB, badan paling penting di Majelis Umum PBB yang menangani masalah perdagangan dan pembangunan, telah memasukkan peluang untuk meningkatkan ekonomi suatu negara dalam laporan mereka. Peningkatan ekonomi secara keseluruhan, pengembangan lingkungan bisnis yang positif di mana setiap orang dapat berkreasi, peningkatan reputasi Indonesia sebagai bangsa yang kreatif, dorongan inovasi yang berkelanjutan, ketersediaan sumber daya yang tidak terbatas, penciptaan lapangan kerja baru, dan dampak sosial yang positif, semuanya dianggap sebagai manfaat ekonomi kreatif.

Orang-orang dapat mengeksplorasi kemungkinan ekonomi kreatif dari berbagai sudut pandang, termasuk melalui platform manual dan digital. Platform ini dapat digunakan untuk menghasilkan barang dan jasa yang lebih inovatif dan menarik dengan memanfaatkan kemajuan teknologi seperti blockchain, virtual reality, dan kecerdasan kreatif. Selain itu, perluasan pasar di seluruh dunia melalui platform digital dan perdagangan internasional memberikan peluang yang sangat baik bagi ekonomi kreatif Indonesia. Sekarang lebih mudah untuk menjual barang-barang inovatif ke luar negeri (Fadlilah et al., 2024).

Ekonomi kreatif menghadapi banyak kendala dan masalah meskipun memiliki potensi yang sangat besar. UMKM menghadapi tantangan yang signifikan akibat terbatasnya akses terhadap modal, teknologi, dan peluang pasar. Selain itu, mereka juga dituntut untuk memiliki kualitas produk yang lebih tinggi dan inovasi yang konstan dari para pesaing yang menjual barang dari lokasi kelas atas (Rahayu & Widodo, 2021).

Potensi ekonomi yang inovatif melalui pergerakan bebas mata uang, tenaga kerja terampil, barang, dan jasa antar negara. Sejauh ini telah berhasil meningkatkan jumlah karyawan dan jumlah tersebut akan terus meningkat. Dapat dikatakan bahwa “ekonomi kreatif” adalah sistem transaksi dan penawaran yang berasal dari kegiatan ekonomi kreatif yang berfokus pada produksi barang dan jasa serta penggunaan kreativitas dan kemampuan sebagai kekayaan intelektual. Transaksi yang merupakan hasil dari kegiatan ekonomi kreatif, dengan penekanan pada produksi barang di Indonesia, yang bertujuan untuk berhasil dan menjadi kompetitif dalam ekonomi global. Ketika negara-negara industri tumbuh dan menciptakan ruang-ruang kreatif, yang pada akhirnya menjadi kota, kreativitas menjadi tertahan. Kami dapat menciptakan lingkungan yang menguntungkan dan kompetitif bagi para pebisnis dengan memperluas dan menciptakan ruang kreatif. Keuntungan bagi Pengusaha dalam Persaingan (Indarti dan Anton, 2014).

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendukung UMKM

Tujuan dari strategi adalah untuk meningkatkan posisi kompetitif organisasi di pasar. Strategi bergantung terdiri dari sejumlah sasaran dan rencana tindakan spesifik yang, jika terpenuhi, akan memberikan keunggulan kompetitif yang diinginkan. Identifikasi dan implementasi tujuan dan rencana tindakan ini adalah bagian dari strategi. Informasi diperlukan untuk strategi agar dapat membuat keputusan strategis terkait pemilihan produk, metode produksi, saluran pemasaran, dan pertimbangan jangka panjang lainnya. Cara lain untuk mendefinisikan strategi adalah sebagai

serangkaian keputusan penting untuk merencanakan dan melaksanakan sejumlah rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang sangat penting untuk mencapai tujuan dan standar fundamental. Keputusan-keputusan ini dibuat dengan mempertimbangkan cita-cita yang kompetitif, sebanding, dan sinergis yang berkelanjutan, serta arah, cakupan, dan lingkup jangka panjang secara keseluruhan dari individu atau organisasi (Sri Hardiyanti Sartika, 2022).

Keberadaan UMKM sangat penting bagi masyarakat karena memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan masyarakat melalui usahanya. Kewirausahaan memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi. Selain itu, ada inisiatif untuk menciptakan lapangan kerja dan inovasi, serta melestarikan dan mempromosikan aspek-aspek arsitektur dan budaya lokal. Lapangan kerja dan inovasi dapat diciptakan melalui inisiatif. Selain itu, KMU mampu mempekerjakan sejumlah besar pekerja karena banyaknya orang Indonesia yang tinggal di sana, yang membantu meningkatkan tingkat pengangguran. Oleh karena itu, pemerintah di banyak negara berkembang, termasuk Indonesia, telah lama memiliki berbagai program untuk mendukung pertumbuhan dan perkembangan UMKM. Program-program kredit bersubsidi merupakan elemen yang paling penting untuk dipertimbangkan, mengingat betapa pentingnya peran UMKM (setidaknya secara potensial). Pemerintah negara-negara berkembang, termasuk Indonesia, telah lama memiliki berbagai program, yang paling krusial adalah program kredit berbasis subsidi, yang berfungsi untuk mendukung pertumbuhan dan mengingatkan masyarakat akan pentingnya UMKM (Heni Ariyani and Halpiah, 2022).

KESIMPULAN

Produksi dan distribusi barang dan jasa oleh para wirausahawan yang menggunakan kreativitas, kecerdasan, dan pengetahuan yang digerakkan oleh inovasi dikenal sebagai ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif menawarkan cara untuk mengatasi kondisi ekonomi saat ini. Lebih banyak kreativitas dan inovasi yang diharapkan dari para pelaku UMKM, memastikan bahwa UMKM dan ekonomi kreatif tidak dapat dipisahkan. Untuk memperluas pasar dan meningkatkan kemahiran teknologi, ekonomi kreatif modern harus menggunakan teknologi dan mengandalkan aplikasi dan situs web informasi untuk mengembangkan barang dan jasa baru.

Faktor penting dalam pertumbuhan UMKM di Indonesia adalah ekonomi kreatif. Selain itu, ekonomi kreatif membantu KKMU dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan ekspor, mengembangkan teknologi, dan memperluas kekayaan intelektual. Dalam hal mempekerjakan pekerja dan meningkatkan kesejahteraan mereka, mereka membantu UMKM sebagai mesin utama perekonomian. Kunci dari usaha bersama (Volkswirtschaft) adalah perluasan ekonomi kreatif UMKM. Usaha kecil memainkan peran penting dalam unit ekonomi regional dan nasional karena mereka memproduksi barang dengan potensi ekspor, seperti tekstil, kerajinan tangan, dan produk pertanian. Melalui pengembangan yang kreatif dan inovatif, produk UMKM dapat meningkatkan kualitasnya dan tetap kompetitif di pasar nasional dan internasional. Identifikasi dan pelaksanaan tujuan dan rencana aksi sangat penting untuk pengembangan strategi ekonomi kreatif, dan untuk itu, informasi diperlukan untuk membuat keputusan tentang produk, teknik produksi, saluran pemasaran, dan faktor jangka panjang lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, R., & Wati, F. (2023). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *JOSEE*, 01(02), 25–32. <https://www.sbm.itb.ac.id/peran-digitalisasi-dalam-pengembangan-umkm-di-indonesia/>
- Brunaker S, Kurvinen J. (2006). *Intrapreneurship, local initiatives in organizational change processes*. Leadership & Organization Development Journal, Vol. 27 (2), 118-132.
- Fadlilah, M. R., Rahma, N. J., Azizah, A. N., & Khoiriawati, N. (2024). Eksplorasi Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Di Era Digital. *Musytari*, 5(7), 12–26. <https://ejournal.warunayama.org/index.php/musytarineraca/article/view/3324>
- Fatonah, F., Steven, E., Syukri, M., & Ondolan, R. (2024). Eksplorasi tantangan dan peluang wirausaha milenial di sektor ekonomi kreatif. *Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7(4), 17950–17956. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
- Heni Ariyani and Halpiah, “Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menengah Untuk Meningkatkan Pendapatan,” Jurnal Kompetitif Media Informasi Ekonomi Pengembangan Manajemen Akuntansi 6, no. 2 (2022): 2.
- Indarti dan Anton, 2014. “Strategi Pengembangan Industri Kreatif di Era Digital pada Subsektor Kuliner dalam Sinergi Menuju Smart Economy”. Jurnal Ekonomi-Qu, 12(1),
- Kemenparekraf/Baparekraf, 2023.Outlook Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023/2024 <https://www.kemenparekraf.go.id/hasil-pencarian/outlook-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-20232024> Diakses pada tanggal 4 April 2025.
- Nugraha, H. S., Amaruli, R. J., & Darwanto. (2017). Potensi Umkm Berbasis Ekonomi Kreatif Dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik*, 2(1), 30–43.
- Purnanengsi Mas, L., Yanuar Susilo, M., Manajemen Informatika AMIK Luwuk Banggai, P., Sutardjo, J., Luwuk, K., Luwuk, K., Luwuk Banggai, K., Administrasi Niaga STIA Abdul Haris Makassar, P., Tanggul Patompo No, J., Baru, B., Tamalate, K., Makassar, K., & Selatan, S. (2023). Peran Umkm Dalam Membangun Dan Menumbuhkan Ekonomi Kreatif Di Era Revolusi 5.0 Menuju Ekonomi Global. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan Akuntansi)*, 6(2), 266–275.
- Riza, F. (2023). Peran Digitalisasi dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Internet*, 01(02), 25–32.
- Siagian, N. A., & Putri, L. D. (2025). *Upaya Ekonomi Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan UMKM Di Indonesia*. 1(8), 1581–1587.
- Sri Hardiyanti Sartika, Ekonomi Kreatif. (2022) “Ekonomi Baru, Mengubah Ide Dan Menciptakan Peluang”.
- Teti Purwanti, CNBC Indonesia 2024. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20240206151626-4-512315/pelaku-umkm-optimis-bisnis-masih-bagus-di-2024-ini-buktinya>. Diakses pada tanggal 4 April 2025.