

Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pemberdayaan Usaha dalam Meningkatkan Daya Saing terhadap UMKM di Kabupaten Sumenep

Nafis Alan Ilahi¹, Samsuki²

Email: nafisalanilahi9@gmail.com¹, samsuki@trunojoyo.ac.id²

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

Abstract

In Sumenep Regency, MSMEs have an important role in regional economic growth. MSMEs are the livelihood of the majority of people in Sumenep Regency. The development of MSMEs in Sumenep Regency is an important part in absorbing labor and is very productive in creating new workers, so that it can increase the number of new business units that support household income. Sumenep Regency Community. The approach used in this research is to use a quantitative method approach. The method used is the Incidental Sampling method. The aim of this research is to find out whether the development of the creative economy has an effect on increasing the competitiveness of MSMEs in Sumenep Regency. The research results show that the creative economy variable (X1) has a significant effect on the competitiveness variable (Y) and the community empowerment variable (X2) does not have a significant effect on the competitiveness variable (Y).

Keywords: Creative Economy, Business Empowerment, Competitiveness, MSMEs

Abstrak

Di Kabupaten Sumenep, UMKM mempunyai peranan penting dalam pertumbuhan perekonomian daerah. UMKM yaitu mayoritas penghidupan masyarakat di Kabupaten Sumenep, pengembangan UMKM di Kabupaten Sumenep merupakan bagian penting dalam penyerapan tenaga kerja dan sangat produktif dalam menciptakan tenaga kerja baru, sehingga dapat meningkatkan jumlah unit usaha baru yang menunjang pendapatan rumah tangga. Masyarakat Kabupaten Sumenep. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Metode yang digunakan yaitu metode Sampling Insidental. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah pengembangan ekonomi kreatif berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep. Dari hasil menunjukkan bahwa variabel ekonomi kreatif (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel daya saing (Y) dan variabel pemberdayaan masyarakat (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing (Y).

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, Pemberdayaan Usaha, Daya Saing, UMKM

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara yang kaya akan umkm yang sangat berkembang pesat. UMKM berusaha menumbuhkan dan mengembangkan perusahaan sebagai bagian dari membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang jujur. Artinya UMKM adalah instrumen perjuangan

bangsa untuk menumbuhkan dan mengembangkan perekonomian nasional, dengan melibatkan sebanyak-banyaknya peserta kegiatan perekonomian berdasarkan potensi yang dimiliki, dilandasi kejujuran kepada seluruh UMKM yang ikut serta dalam pembangunan perekonomian negara.

Di Kabupaten Sumenep, UMKM mempunyai peran penting dalam pertumbuhan perekonomian daerah. UMKM yaitu kebanyakan penghidupan masyarakat di Kabupaten Sumenep, pengembangan UMKM di Kabupaten Sumenep merupakan bagian penting dalam penyerapan tenaga kerja dan produktif sekali dalam menciptakan tenaga kerja baru, sehingga dapat meningkatkan jumlah unit usaha baru yang menunjang pendapatan rumah tangga. Masyarakat Kabupaten Sumenep.

Ekonomi kreatif merupakan konsep peningkatan pengetahuan dan kreativitas era ekonomi baru, yang dilandasi oleh gagasan dan pengetahuan tentang sumber daya manusia sebagai faktor produksi terpenting. Meningkatnya dampak UMKM dalam menghadapi globalisasi dan persaingan yang ketat berarti UMKM harus mampu mengatasi tantangan global (Sari, 2011). Hal ini harus dilakukan untuk meningkatkan nilai jualnya sendiri, khususnya agar mampu bersaing dengan produk luar negeri, karena UKM merupakan salah satu sektor ekonomi yang dapat menerima tenaga kerja dari Indonesia. Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai suatu kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menciptakan ide dibandingkan melakukan hal-hal yang rutin dan berulang-ulang, karena dalam masyarakat ini menciptakan ide adalah suatu hal yang harus dilakukan untuk kemajuan. Peran ekonomi kreatif dalam perekonomian dapat mendorong berkembangnya kewirausahaan di wilayah Sumenepi.

UMKM memerlukan strategi bersaing yang dapat memanfaatkan kendala, tantangan, dan peluang pasar. UMKM di Kabupaten Sumenep cukup banyak dan luas namun permasalahan yang terjadi yaitu daya saing yang ketat dan semakin pesat. Berdasarkan pernyataan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha dalam meningkatkan daya saing terhadap UMKM di Kabupaten Sumenep” untuk meminimalisir permasalahan UMKM mengenai tingkat daya saing dan pemberdayaan usaha dengan mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat Sumenep.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah pengembangan ekonomi kreatif berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM?
2. Apakah pemberdayaan usaha berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM?

TINJAUAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep ekonomi baru yang ada saat ini. Konsep ekonomi baru ini mengacu pada penggunaan pengetahuan dan sumber daya manusia sebagai acuan utama. Ekonomi kreatif adalah konsep era ekonomi baru yang meningkatkan pengetahuan dan keahlian berdasarkan gagasan dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi terpenting (Halim, 2022). Howkins menjelaskan ekonomi kreatif sebagai suatu kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan

sebagian besar waktunya untuk menciptakan ide dibandingkan melakukan hal-hal yang rutin dan berulang-ulang, karena dalam masyarakat ini menciptakan ide adalah suatu hal yang harus dilakukan untuk mencapai kemajuan. Peran industri kreatif dalam perekonomian dapat mendorong pengembangan usaha di Kabupaten khususnya di bidang UMKM.

Pemberdayaan Usaha

Menurut Sensus, jumlah penduduk Indonesia mencapai lebih dari 240 juta orang. Ternyata, hanya sekitar 0,24 persen dari total populasi atau sekitar 400.000 individu yang aktif dalam dunia wiraswasta atau UMKM. Sebenarnya, pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat dipercepat dengan melibatkan lebih dari 2 persen penduduknya dalam sektor wirausaha atau UMKM. Singapura, sebuah negara kecil, memiliki 7 persen penduduknya sebagai wirausaha yang memiliki banyak bisnis UMKM. Dukungan diberikan oleh pemerintah dalam pemberdayaan UMKM dan pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Bank memberikan pinjaman kepada UMKM untuk membantu mereka dalam menjalankan operasional bisnis mereka. UMKM dapat mengajukan pinjaman ini untuk berbagai keperluan, seperti membeli peralatan tambahan, memperluas bisnis, atau menutupi biaya operasional. Bank akan mengevaluasi kelayakan UMKM dan kemampuannya untuk membayar kembali pinjaman sebelum menyetujui permohonan. Tingkat bunga dan jangka waktu pembayaran akan ditentukan berdasarkan risiko dan kebutuhan UMKM tersebut. Penyaluran pinjaman ini diharapkan akan memberikan dorongan bagi perkembangan dan pertumbuhan UMKM serta berkontribusi terhadap perekonomian nasional secara keseluruhan. Kredit diberikan kepada UMKM setiap tahunnya dan pertumbuhannya umumnya lebih besar daripada total pinjaman yang diberikan oleh bank.

Kredit UMKM merupakan kredit yang diberikan kepada peminjam yang memenuhi definisi dan kriteria mikro dan UMKM. Seperti yang dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20/2008 tentang UMKM merupakan peraturan yang mengatur tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Dengan demikian, UMKM adalah jenis usaha yang produktif yang memenuhi syarat-syarat usaha seperti keterbatasan modal dan pendapatan tahunan. Dukungan dan peran pemerintah dalam memberikan pinjaman kepada UMKM di Indonesia telah berperan penting dalam keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM).

Daya Saing

Berdasarkan pendapat Crown Dirgantoro, daya saing adalah kemajuan nilai yang dihasilkan oleh perusahaan untuk dibeli. Keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang dapat membuat perusahaan mendapatkan more profits dibandingkan dengan rata-rata keunggulan yang dimiliki oleh kompetitornya dalam industri tersebut. Daya saing dapat ditingkatkan dengan menggunakan sumber daya yang ada, meningkatkan kemampuan manajerial agar berdaya saing (Eljawati, 2021). Akibatnya, jika ada meningkatkan daya saing destinasi wisata, menjadikan kawasan ini sebagai tujuan wisata menarik, jadi mungkin tambah jumlahnya kunjungan wisatawan. Didefinisikan oleh Forum Ekonomi Dunia daya saing sebagai campuran institusi, praktik dan faktor yang menentukan tingkat bunga produktivitas negara. Dimana levelnya produktivitas menentukan harga kekayaan yang bisa diraihny ekonomi Juga

tingkat produktivitasnya menentukan tingkat pengembalian modal yang diinvestasikan akhirnya dalam perekonomian ini menjadi faktor kunci pertumbuhan ekonomi. Dengan lain kata, negara kompetitif pertumbuhan ekonomi yang lebih cepat.

Usaha Kecil Menengah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah sarana perjuangan bangsa untuk merangsang dan memajukan ekonomi di negara ini (Dimas Hendika Wibowo, 2015). Hal ini dilakukan dengan melibatkan sebanyak mungkin peserta dalam kegiatan ekonomi, berdasarkan potensi yang mereka miliki. Dan yang lebih penting, semua UMKM yang terlibat dalam membangun perekonomian negara ini harus didasari oleh prinsip kejujuran. Usaha mikro adalah bentuk usaha produktif yang dimiliki oleh swasta atau perseorangan yang memenuhi kriteria sesuai undang-undang. Usaha kecil merujuk pada kegiatan ekonomi produktif yang dilakukan secara mandiri oleh individual atau badan usaha yang tidak memiliki keterlibatan langsung maupun tak langsung dalam usaha menengah atau besar yang dimiliki oleh anak perusahaan atau cabang perusahaan. Usaha menengah adalah jenis usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri. Usaha ini dapat dikelola oleh individu atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau afiliasi dari perusahaan lain yang secara langsung atau tidak langsung dimiliki, dikuasai atau dimiliki sebagian oleh usaha kecil atau besar. Jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sesuai dengan yang diwajibkan oleh undang-undang.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan yang didalamnya berisi usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisis data dan kesimpulan hingga penulisannya, yang menggunakan aspek pengukuran, rumus dan kepastian data numerik. Penelitian ini dilakukan terhadap UMKM di Daerah Kabupaten Sumenep. Penelitian ini dilakukan pada bulan Oktober hingga selesai. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha dalam peningkatan daya saing terhadap UMKM di Kabupaten Sumenep. populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelaku UMKM. Populasi ini hanya di ambil dari 70 UMKM yang ada di Sumenep dari seluruh jumlah UMKM yaitu sebanyak 291 pelaku usaha. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan metode sampling insidental. Jumlah pelaku UMKM yang dijadikan sampel yaitu sebanyak 70.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah UMKM di Sumenep tumbuh baik pada tahun 2017 hingga tahun 2021. Jumlah UMKM sebanyak 226 unit pada tahun 2017 dan bertambah sebanyak 254 unit pada tahun 2018, 287 unit pada tahun 2019, dan 316 unit pada tahun 2020. Jumlah UMKM mengalami penurunan sebanyak 291 unit pada tahun 2021. karena berkurangnya volume penjualan akibat Covid-19. Penjualan Fenomena tersebut terkait dengan kepatuhan terhadap tuntutan wajib pajak Kabupaten Sumenep yaitu kenyataan bahwa pengembangan koperasi dan UMKM merupakan prioritas pembangunan Kabupaten Sumenep sesuai dengan salah satu misi Kabupaten Sumenep yaitu berkembangnya

lembaga yang mandiri. perekonomian nasional dengan meningkatkan kualitas. SDM termasuk Usaha Mikro, Kecil dan Menengah agar mampu bersaing secara nasional dan internasional (Sutrisno, 2021).

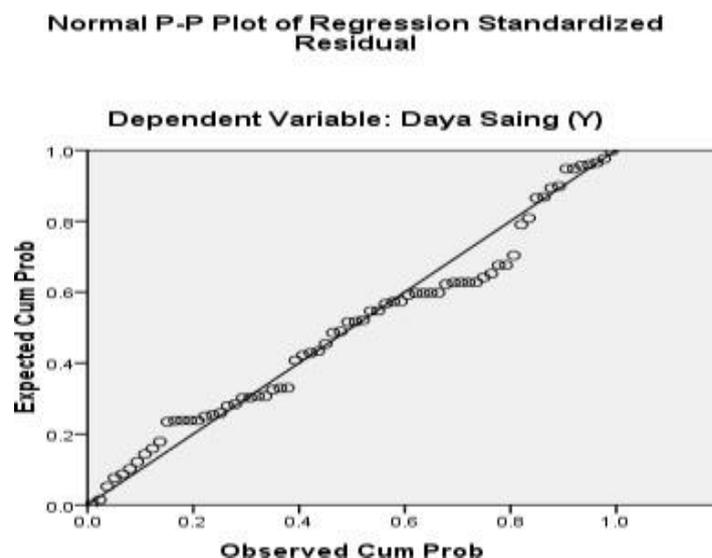
Tabel. 1
Jumlah UMKM dalam unit

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2017	226
2018	254
2019	287
2020	316
2021	291

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Sumenep

Berdasarkan informasi yang tercatat di Dinas Koperasi dan UKM Kabupaten Sumenep, terdapat 291 unit UMKM. Namun total ada 84 unit aktif yang memiliki Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan unit sah, dan sisanya 207 unit sudah tidak kena pajak lagi. Ketidakpatuhan 207 UMKM ini disebabkan oleh kurangnya ketidaktahuan dan kesadaran para pemilik UMKM, pelayanan perpajakan yang belum optimal, dan sanksi perpajakan yang kurang. Selain itu, pendapatan UMKM yang menurun pada tahun 2020 dan 2021 akibat pandemi Covid-19 membuat pemilik UMKM kesulitan membayar pajaknya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pajak bagi UMKM masih rendah (koperasi dan UMKM Sumenep).

Uji Normalitas

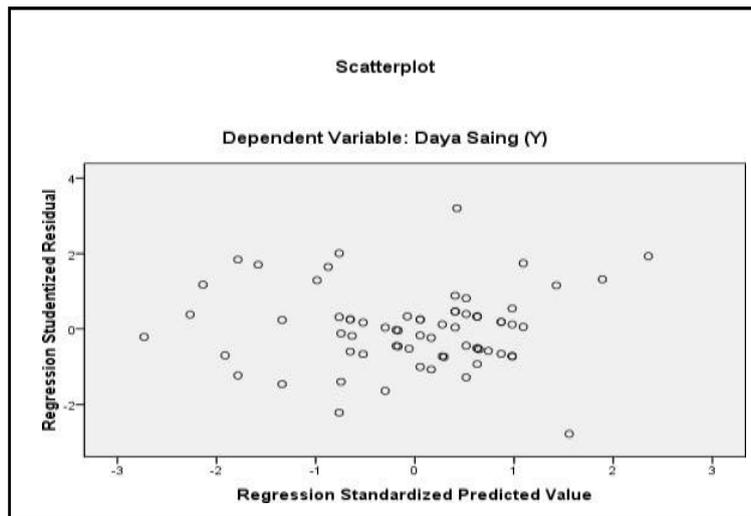


Suber; data di olah 2023

Gambar. 1
Sebaran Uji Plot

Berdasarkan gambar diatas dapat dikatakan bahwa hasil uji normalitas melalui uji plot yaitu pada penelitian ini terbebas dari asumsi normalitas. Dikarenakan pada grafik normal uji plot titik-titik pada garis diagonal tersebar mengikuti garis tersebut.

Uji Heteroskedastisitas



Suber; data di olah 2023

Gambar. 2

Hasil sebaran Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan ketika melakukan pengujian melalui uji pola sebar, dimana dalam penelitian ini dapat diamati sumbu Y mempunyai sebaran titik berada diatas atau dibawah angka 0. Berdasarkan hasil heteroskedastisitas. Uji variansi terlihat pada tidak adanya asumsi heteroskedastisitas dalam penelitian ini, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pertumbuhan daya saing.melalui pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha. Berdasarkan gambar diatas dapat disimpulkan bahwa nilai VIF pada semua variabel independen < 10. Maka, dapat dikatan bahwa antara variabel dengan model regresi tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Multikolinearitas

Menurut Imam Ghozali, tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai tolerance > 0,1 dan nilai VIF < 10. Hal tersebut berarti antara variabel dengan modal regresi tidak terjadi multikolinearitas seperti terlihat pada tabel berikut:

Tabel. 2
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.342	4.162		3.686	.000		
	Pengembangan Ekonomi Kreatif (X1)	.655	.144	.485	4.562	.000	.975	1.025
	Pemberdayaan Usaha (X2)	.157	.161	.104	.979	.331	.975	1.025

a. Dependent Variable: Daya Saing (Y)

Sumber: data di olah 2023

Uji Hipotesis

Tabel. 3
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.342	4.162		3.686	.000		
	Pengembangan Ekonomi Kreatif (X1)	.655	.144	.485	4.562	.000	.975	1.025
	Pemberdayaan Usaha (X2)	.157	.161	.104	.979	.331	.975	1.025

a. Dependent Variable: Daya Saing (Y)

Sumber: data di olah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji antara variabel independen terhadap variabel dependen, dimana variabel pengembangan ekonomi kreatif (X1) terhadap variabel daya saing (Y) berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel pemberdayaan usaha (X2) terhadap variabel daya saing (Y) tidak berpengaruh signifikan.

$$Y = 15,342 + 0,655 + 0,157$$

Uji t Parsial

1. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya variabel pengembangan ekonomi

2. kreatif (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel daya saing (Y).
 2. Nilai signifikansi $0,331 > 0,05$ artinya variabel pemberdayaan usaha (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel daya saing (Y)

Uji F Simultan

Tabel. 4
 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	137.589	2	68.795	11.884	.000 ^a
	Residual	387.854	67	5.789		
	Total	525.443	69			

a. Predictors: (Constant), Pemberdayaan Usaha (X2), Pengembangan Ekonomi Kreatif (X1)

b. Dependent Variable: Daya Saing (Y)

Sumber: data di olah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan uji F yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal tersebut berarti variabel pengembangan ekonomi kreatif (X1) dan pemberdayaan usaha (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel daya saing (Y).

- Pengaruh pengembangan ekonomi kreatif terhadap peningkatan daya saing UMKM

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan kuesioner yang diisi oleh para responden yang menyatakan pengembangan ekonomi kreatif pada peningkatan daya saing UMKM dilihat dari hasil nilai t_{hitung} sebesar 4.562 dan .000 maka pengembangan ekonomi kreatif berpengaruh signifikan.

- Pengaruh pemberdayaan usaha terhadap peningkatan daya saing UMKM

Hasil pengujian yang dilakukan berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh responden yang menyatakan pemberdayaan usaha pada peningkatan daya saing UMKM dilihat dari hasil nilai t_{hitung} sebesar .979 dan .331 maka pemberdayaan usaha tidak berpengaruh signifikan.

- Pengaruh pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha terhadap peningkatan daya saing UMKM

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari uji F menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha secara bersama-sama berpengaruh signifikan. Hal ini bisa dilihat dari uji F dengan hasil F_{hitung} sebesar 11.884 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM di Daerah Sumenep harus lebih membangun kedekatan dengan konsumen dengan cara berperan aktif melakukan komunikasi dengan pelanggan untuk membangun kepercayaan dengan konsumen sehingga hal ini dapat meningkatkan sebuah daya saing yang tinggi. Karena dengan demikian konsumen akan lebih meningkatkan sebuah UMKM. Selain itu, UMKM di Kabupaten Sumenep pelaku UMKM harus selalu

melakukan pengembangan dan inovasi produk sesuai dengan perkembangan ekonomi kreatif yang sudah ada untuk dapat bersaing dengan produk yang terus berkembang, sehingga konsumen akan merasakan kepuasan dan selalu merasa diperhatikan oleh pelaku UMKM. Tetapi yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM adalah harus menghindari plagiat terhadap produk lain. Dengan pengembangan ekonomi kreatif sebuah usaha dapat meningkatkan penghasilan juga tingkatan daya saing yang semakin tinggi.

SIMPULAN

Di Kabupaten Sumenep, UMKM mempunyai peran penting dalam pertumbuhan perekonomian daerah. UMKM yaitu mayoritas penghidupan masyarakat di Kabupaten Sumenep, pengembangan UMKM di Kabupaten Sumenep merupakan bagian penting dalam penyerapan tenaga kerja dan sangat produktif dalam menciptakan tenaga kerja baru, sehingga dapat meningkatkan jumlah unit usaha baru yang menunjang pendapatan rumah tangga. Masyarakat Kabupaten Sumenep. UMKM di Kabupaten Sumenep cukup banyak dan luas namun permasalahan yang terjadi yaitu daya saing yang ketat dan semakin pesat. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya variabel pengembangan ekonomi kreatif (X1) secara parsial berpengaruh terhadap variabel daya saing (Y) dan nilai signifikansi $0,331 > 0,05$ artinya variabel pemberdayaan usaha (X2) secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel daya saing (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *Tansiq*, 1(2), 169–190.
- Dimas Hendika Wibowo. (2015). Strategi dan Program Pemasaran. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1), 59–66.
- Eljawati. (2021). Peran UMKM Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kecamatan Sidamulih Kabupaten Pangandaran. *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Publik*, 8(1), 32–46.
- Halim, A. (2022). Analisis pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Mamuju. *Forecasting : Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(2), 2656–6265.
- Mahalizikri, I. F. (2019). Membangun dan Mengembangkan serta Meningkatkan UMKM di Desa Tenggayun. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 8(2), 185–194.
- Meilinda, D., & Mahmud, A. (2020). Pengaruh Kredit Usaha Rakyat (KUR), Total Aset, Jumlah Tenaga Kerja, Biaya Pemasaran Dan Lokasi Usaha Terhadap Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Semarang. *Business and Accounting Education Journal*, 1(3), 247–257. <https://doi.org/10.15294/baej.v1i3.45659>
- Raharjo, T. W., & Rinawati, I. H. S. (2019). Penguatan Strategi Pemasaran Dan Daya Saing Umkm Berbasis Kemitraan Desa Wisata.
- Ridzal, N. A., Malik, E., Sujana, I. W., & Octaviani, V. (2023). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kabupaten Buton Selatan. *Riset & Jurnal Akuntansi*, 7(4), 3730–3740. <https://doi.org/10.35906/jm001.v7i1.730>
- Sari, N. (2011). Pengembangan ekonomi kreatif bidang kerajinan tradisional Jambi. *Journal of Physics A: Mathematical and Theoretical*, 44(8), 1689–1699.
- Sugiarto, R. R. (2022). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pemberdayaan Industri Kerajinan Bambu Desa Talang Berugo Lembah Masurai Merangin Jambi. *DIKSI: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Sosial*, 3(2), 152–159. <https://doi.org/10.53299/diksi.v3i2.195>
- Sutrisno, E. D. Y. (2021). Strategi Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi melalui Sektor Umkm dan Pariwisata. *Jurnal Lembaga Ketahanan Nasional Republik Indonesia*, 9(1), 167–185.
- Swastuti, E., & Pudjiarti, E. S. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Mendukung Daya Saing Daerah Kota Tangerang. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik*, 7(1), 25–40. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpap/article/view/5168>

Tadjuddin, & Mayasari, N. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 9–22.

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>

Wibowo, D. H., Arifin, Z., & Sunarti. (2015). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi Pada Batik Diajang Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 29(1), 59–66.

Yusuf, E., & Julianti, Y. (2022). Strategi Pengembangan Usaha untuk Meningkatkan Daya Saing pada UMKM Ekonomi Kreatif Aroma Bakery 3 di Kota Bengkulu. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(4), 485–488.