Journal of Economics Development Research
Vol. 2, No. 2, June 2026, pp. 39-50
eISSN 3090-1561 | https://ejournal.gemacendekia.org/index.php/joeder

Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Lokal: Studi Kasus di Kabupaten Garut

Adam Akbar[1,*], Titin Sulastri[2], Supardi[3]

[1, 2, 3] Program Studi Ekonomi Pembangunan, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia
* Corresponding author email: adamakbar2@gmail.com

ABSTRACT

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kabupaten Garut dikenal sebagai daerah dengan potensi ekonomi kreatif yang cukup besar, terutama pada sektor kerajinan, kuliner, dan fesyen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal di Garut pada tahun 2026. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus, melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan nilai tambah produk, serta perluasan akses pasar. Namun, terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan modal, akses teknologi, dan pemasaran digital. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Copyright © 2026, The Author(s)
This is an open-access article under the CC–BY-SA license

Article History
Received 2026-04-08
Revised 2026-06-08
Accepted 2026-06-11
Published 2026-06-25

Keywords
Ekonomi Kreatif, Pendapatan Masyarakat, UMKM, Pembangunan Ekonomi

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi modern, terutama di era globalisasi dan digitalisasi yang semakin berkembang pesat. Konsep ekonomi kreatif menekankan pada pemanfaatan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai faktor utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Menurut Howkins (2019), ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang bersumber dari kreativitas individu yang mampu menghasilkan produk dan jasa bernilai komersial tinggi. Dengan demikian, sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan tren yang positif dalam beberapa tahun terakhir. Data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menunjukkan bahwa sektor ini memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional serta menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam mendukung struktur ekonomi nasional yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Selain itu, ekonomi kreatif juga berperan sebagai penggerak utama dalam pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). UMKM yang berbasis kreativitas cenderung lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan mampu menciptakan produk yang unik serta memiliki daya saing tinggi. Menurut Tambunan (2019), UMKM merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia karena mampu menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara langsung.

Dalam konteks pembangunan daerah, ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk mengoptimalkan sumber daya lokal. Setiap daerah memiliki keunikan budaya, tradisi, dan potensi alam yang dapat dikembangkan menjadi produk kreatif bernilai ekonomi tinggi. Porter (2018) menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu daerah dapat dibangun melalui pemanfaatan potensi lokal secara optimal dan inovatif.

How to cite: Akbar, A., Sulastri, T., & Supardi, S. (2026). Analisis Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Lokal: Studi Kasus di Kabupaten Garut. *Journal of Economics Development Research, 2*(2), 39-50. https://doi.org/10.71094/joeder.v2i2.380

Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah di Indonesia yang memiliki potensi ekonomi kreatif yang sangat besar. Daerah ini dikenal dengan berbagai produk unggulan seperti dodol Garut, kerajinan kulit Sukaregang, batik Garutan, serta berbagai produk kuliner khas lainnya. Keberagaman produk ini mencerminkan kekayaan budaya dan kreativitas masyarakat lokal yang dapat dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Potensi ekonomi kreatif di Garut juga didukung oleh sektor pariwisata yang terus berkembang. Kehadiran wisatawan domestik maupun mancanegara membuka peluang pasar yang lebih luas bagi produk-produk kreatif lokal. Menurut UNCTAD (2022), integrasi antara sektor ekonomi kreatif dan pariwisata dapat menciptakan multiplier effect yang signifikan terhadap perekonomian daerah.

Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut masih menghadapi berbagai tantangan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan akses terhadap modal usaha yang menghambat ekspansi bisnis pelaku UMKM. Selain itu, rendahnya literasi digital juga menjadi hambatan dalam memanfaatkan teknologi untuk pemasaran dan distribusi produk secara lebih luas (OECD, 2022).

Tantangan lainnya adalah kurangnya inovasi produk dan kualitas sumber daya manusia yang belum merata. Banyak pelaku usaha masih mengandalkan metode produksi tradisional tanpa adanya pengembangan desain atau diferensiasi produk. Hal ini menyebabkan daya saing produk lokal menjadi relatif rendah di pasar yang semakin kompetitif (Romer, 2019).

Di sisi lain, perkembangan teknologi digital sebenarnya memberikan peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memperluas pasar. Platform e-commerce dan media sosial memungkinkan produk lokal untuk menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa batas geografis. Kotler (2021) menekankan bahwa digital marketing menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya saing produk di era ekonomi digital.

Peran pemerintah daerah juga sangat penting dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Kebijakan yang mendukung, seperti pelatihan kewirausahaan, fasilitasi akses pembiayaan, serta promosi produk lokal, dapat meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Menurut Arsyad (2018), intervensi pemerintah yang tepat dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan adanya berbagai potensi dan tantangan tersebut, diperlukan analisis yang komprehensif mengenai peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal di Kabupaten Garut. Analisis ini penting untuk mengetahui sejauh mana kontribusi sektor ini terhadap kesejahteraan masyarakat serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal di Kabupaten Garut pada tahun 2026. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat serta merumuskan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, dan bakat individu yang memiliki potensi untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan kerja. Konsep ini menekankan bahwa ide dan inovasi merupakan faktor produksi utama yang dapat menghasilkan nilai tambah ekonomi. Howkins (2019) menyatakan bahwa ekonomi kreatif mencakup aktivitas yang menghasilkan pendapatan dari eksploitasi ide dan kreativitas, sehingga menjadi sektor yang semakin relevan dalam perekonomian global.

Ekonomi kreatif mencakup berbagai subsektor, seperti seni, desain, musik, film, kuliner, fesyen, dan kerajinan. Setiap subsektor memiliki karakteristik unik yang bergantung pada kreativitas dan inovasi pelaku usaha. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024), terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif di Indonesia yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Keberagaman subsektor ini menunjukkan bahwa ekonomi

kreatif memiliki cakupan yang luas dan mampu menyerap tenaga kerja dari berbagai latar belakang.

Dalam perspektif teori ekonomi modern, ekonomi kreatif berperan dalam menciptakan nilai tambah melalui inovasi dan diferensiasi produk. Produk kreatif tidak hanya dinilai dari fungsi utilitasnya, tetapi juga dari nilai estetika, budaya, dan simbolik yang melekat di dalamnya. Porter (2018) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu produk dapat diperoleh melalui diferensiasi yang unik, yang menjadi salah satu karakteristik utama dalam ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif juga erat kaitannya dengan konsep ekonomi berbasis pengetahuan (knowledge-based economy), di mana pengetahuan dan informasi menjadi faktor utama dalam proses produksi. Romer (2019) menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi modern sangat dipengaruhi oleh inovasi dan pengembangan ide-ide baru. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif menjadi salah satu pilar penting karena mampu mengintegrasikan kreativitas dengan teknologi dan pengetahuan.

Selain itu, ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan. Sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja yang lebih fleksibel dan terbuka bagi berbagai kelompok masyarakat, termasuk generasi muda dan pelaku usaha kecil. UNCTAD (2022) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi dalam meningkatkan inklusi sosial dan mengurangi ketimpangan ekonomi melalui pemberdayaan masyarakat lokal.

Perkembangan teknologi digital turut mempercepat pertumbuhan ekonomi kreatif, terutama dalam hal produksi, distribusi, dan pemasaran produk. Platform digital seperti e-commerce dan media sosial memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk menjangkau pasar global dengan biaya yang relatif rendah. Kotler (2021) menekankan bahwa transformasi digital menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing produk kreatif di era globalisasi.

Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya berperan sebagai sektor ekonomi alternatif, tetapi juga sebagai motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi modern. Integrasi antara kreativitas, teknologi, dan inovasi menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang memiliki potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memperkuat daya saing ekonomi nasional (OECD, 2022).

Pendapatan Masyarakat Lokal

Pendapatan masyarakat merupakan indikator penting dalam mengukur tingkat kesejahteraan suatu wilayah. Tingkat pendapatan yang tinggi umumnya mencerminkan kemampuan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup, baik kebutuhan dasar maupun kebutuhan sekunder dan tersier. Menurut Todaro dan Smith (2020), peningkatan pendapatan per kapita menjadi salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan pembangunan ekonomi suatu daerah. Oleh karena itu, upaya peningkatan pendapatan masyarakat menjadi fokus utama dalam kebijakan pembangunan ekonomi.

Pendapatan masyarakat dapat bersumber dari berbagai sektor ekonomi, baik formal maupun informal. Sektor formal mencakup pekerjaan dengan sistem upah tetap, sedangkan sektor informal meliputi usaha mandiri seperti perdagangan kecil dan industri rumah tangga. Tambunan (2019) menyatakan bahwa sektor informal, khususnya UMKM, memiliki peran penting dalam menyerap tenaga kerja dan menjadi sumber pendapatan utama bagi sebagian besar masyarakat di negara berkembang, termasuk Indonesia.

Dalam konteks pembangunan daerah, peningkatan pendapatan masyarakat tidak hanya bergantung pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga pada distribusi pendapatan yang merata. Ketimpangan distribusi pendapatan dapat menghambat peningkatan kesejahteraan secara menyeluruh. Menurut Arsyad (2018), pembangunan ekonomi yang inklusif harus mampu menciptakan kesempatan kerja yang luas dan meningkatkan pendapatan masyarakat secara merata di berbagai lapisan sosial.

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang berpotensi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Sektor ini memungkinkan masyarakat untuk memanfaatkan kreativitas dan sumber daya lokal dalam menghasilkan produk bernilai ekonomi tinggi. Howkins (2019) menekankan bahwa ekonomi kreatif mampu menciptakan peluang ekonomi baru yang tidak bergantung pada sumber daya alam semata, melainkan pada ide dan inovasi.

Dalam praktiknya, peningkatan pendapatan masyarakat melalui ekonomi kreatif dapat terjadi melalui diversifikasi usaha. Pelaku usaha tidak hanya bergantung pada satu jenis produk, tetapi mengembangkan berbagai produk kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, inovasi dalam desain, kemasan, dan kualitas produk juga berkontribusi dalam meningkatkan daya tarik produk di pasar. Porter (2018) menyatakan bahwa diferensiasi produk merupakan strategi penting dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing.

Akses pasar yang lebih luas juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat. Perkembangan teknologi digital memungkinkan pelaku UMKM untuk memasarkan produk mereka secara online, sehingga dapat menjangkau konsumen di berbagai wilayah. Kotler (2021) menjelaskan bahwa pemasaran digital memberikan peluang bagi usaha kecil untuk bersaing di pasar global dengan biaya yang relatif rendah. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan volume penjualan dan pendapatan.

Dengan demikian, pendapatan masyarakat lokal dapat ditingkatkan melalui optimalisasi sektor ekonomi kreatif yang didukung oleh inovasi, diversifikasi usaha, dan pemanfaatan teknologi digital. Dukungan dari pemerintah, akses terhadap pembiayaan, serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia juga menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan pendapatan masyarakat secara berkelanjutan (OECD, 2022).

Peran Ekonomi Kreatif dalam Pembangunan Daerah

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam pembangunan daerah karena mampu mengoptimalkan potensi lokal berbasis kreativitas dan inovasi. Dalam konteks pembangunan ekonomi modern, sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, tetapi juga terhadap transformasi struktur ekonomi daerah menjadi lebih berkelanjutan. Menurut UNCTAD (2022), ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan sekaligus memperkuat identitas budaya lokal.

Salah satu peran utama ekonomi kreatif adalah menciptakan lapangan kerja baru. Sektor ini memiliki karakteristik yang padat karya dan fleksibel, sehingga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, termasuk tenaga kerja dengan keterampilan terbatas. Tambunan (2019) menyatakan bahwa UMKM berbasis ekonomi kreatif memiliki kemampuan tinggi dalam menciptakan peluang kerja, terutama di daerah dengan tingkat pengangguran yang relatif tinggi. Dengan demikian, ekonomi kreatif dapat menjadi solusi dalam mengatasi permasalahan ketenagakerjaan di daerah.

Selain itu, ekonomi kreatif juga berperan dalam meningkatkan daya saing produk lokal. Produk-produk kreatif yang mengandung unsur budaya dan inovasi memiliki nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan produk konvensional. Porter (2018) menjelaskan bahwa daya saing suatu produk ditentukan oleh kemampuan dalam menciptakan diferensiasi yang unik dan bernilai bagi konsumen. Dalam hal ini, ekonomi kreatif memungkinkan produk lokal untuk bersaing tidak hanya di pasar domestik, tetapi juga di pasar internasional.

Peran lain dari ekonomi kreatif adalah mendorong inovasi dan kreativitas masyarakat. Inovasi menjadi kunci utama dalam menciptakan produk dan jasa yang relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Romer (2019) menekankan bahwa inovasi merupakan faktor utama dalam pertumbuhan ekonomi jangka panjang. Dalam konteks daerah, pengembangan ekonomi kreatif dapat mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dan inovatif dalam memanfaatkan potensi lokal yang dimiliki.

Ekonomi kreatif juga berkontribusi dalam mengurangi tingkat pengangguran. Dengan banyaknya peluang usaha yang tercipta, masyarakat memiliki alternatif sumber penghasilan selain bekerja di sektor formal. Hal ini sangat penting terutama di daerah yang memiliki keterbatasan lapangan kerja formal. Menurut Arsyad (2018), penciptaan kesempatan kerja melalui sektor informal dan kreatif dapat menjadi strategi efektif dalam menekan angka pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Di sisi lain, ekonomi kreatif memiliki efek multiplier terhadap sektor ekonomi lainnya, seperti pariwisata, perdagangan, dan industri jasa. Produk kreatif sering kali menjadi daya tarik utama dalam pengembangan destinasi wisata, sehingga meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan daerah. Kotler (2021) menyatakan bahwa integrasi antara sektor kreatif dan pemasaran destinasi dapat meningkatkan nilai ekonomi suatu daerah secara signifikan.

Dengan demikian, ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam pembangunan daerah, baik dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan daya saing produk, mendorong inovasi, maupun mengurangi pengangguran. Untuk mengoptimalkan peran tersebut, diperlukan dukungan kebijakan yang tepat, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital secara maksimal (OECD, 2022).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal di Kabupaten Garut pada tahun 2026. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena sosial dan ekonomi yang terjadi di masyarakat, khususnya terkait perilaku pelaku usaha kreatif dan dinamika pendapatan yang dihasilkan. Menurut Sugiyono (2022), metode kualitatif digunakan untuk meneliti kondisi objek yang bersifat alamiah, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan dan analisis data.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan terhadap pelaku usaha ekonomi kreatif, pemerintah daerah, serta pihak terkait lainnya untuk memperoleh informasi yang komprehensif. Observasi digunakan untuk mengamati aktivitas ekonomi kreatif secara langsung di lapangan, sedangkan dokumentasi dilakukan dengan mengkaji data sekunder seperti laporan pemerintah dan publikasi terkait. Creswell (2018) menyatakan bahwa kombinasi berbagai teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat meningkatkan validitas dan kedalaman analisis penelitian.

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif yang meliputi tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini bertujuan untuk menyusun data secara sistematis sehingga dapat menghasilkan temuan yang akurat dan relevan. Validitas data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan metode, yaitu membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2014), triangulasi merupakan langkah penting dalam penelitian kualitatif untuk memastikan keabsahan data dan meningkatkan kredibilitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perkembangan Ekonomi Kreatif di Garut

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Garut mengalami perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini ditandai dengan meningkatnya jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang bergerak di berbagai subsektor kreatif, seperti kuliner, fesyen, dan kerajinan. Pertumbuhan ini tidak terlepas dari meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya inovasi dan kreativitas dalam menciptakan peluang usaha. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024), sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu kontributor utama dalam pertumbuhan ekonomi daerah di Indonesia.

Perkembangan ekonomi kreatif di Garut juga didorong oleh potensi sumber daya lokal yang melimpah. Kabupaten Garut memiliki kekayaan budaya dan tradisi yang menjadi dasar dalam pengembangan produk kreatif. Produk-produk khas seperti dodol Garut, batik Garutan, serta kerajinan kulit Sukaregang mencerminkan identitas lokal yang kuat. Porter (2018) menyatakan bahwa pemanfaatan keunggulan lokal merupakan faktor penting dalam menciptakan daya saing produk di pasar global.

Selain itu, peningkatan jumlah pelaku UMKM di sektor kreatif menunjukkan bahwa ekonomi kreatif mampu menjadi alternatif sumber penghidupan bagi masyarakat. Banyak masyarakat yang beralih dari sektor pertanian tradisional ke sektor usaha kreatif yang dianggap lebih menjanjikan dari segi pendapatan. Tambunan (2019) menjelaskan bahwa UMKM memiliki fleksibilitas tinggi dalam beradaptasi dengan perubahan ekonomi dan mampu menciptakan peluang kerja baru di tingkat lokal.

Produk-produk lokal Garut juga telah menunjukkan perkembangan yang signifikan dalam hal kualitas dan inovasi. Pelaku usaha mulai memperhatikan aspek desain, kemasan, dan branding produk agar lebih menarik bagi konsumen. Inovasi ini menjadi kunci dalam meningkatkan nilai tambah produk dan memperluas pasar. Menurut Kotler (2021), strategi diferensiasi produk melalui inovasi sangat penting untuk meningkatkan daya saing di pasar yang kompetitif.

Tidak hanya di pasar domestik, beberapa produk ekonomi kreatif dari Garut telah berhasil menembus pasar internasional. Ekspor produk kerajinan kulit dan makanan khas menjadi bukti bahwa produk lokal memiliki potensi untuk bersaing di tingkat global. UNCTAD (2022) menyebutkan bahwa produk kreatif dari negara berkembang memiliki peluang besar di pasar internasional apabila didukung oleh kualitas dan inovasi yang berkelanjutan.

Perkembangan teknologi digital juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif di Garut. Pelaku usaha mulai memanfaatkan platform e-commerce dan media sosial untuk memasarkan produk mereka secara lebih luas. Hal ini memungkinkan produk lokal untuk menjangkau konsumen di luar daerah bahkan luar negeri. OECD (2022) menekankan bahwa digitalisasi merupakan faktor kunci dalam meningkatkan akses pasar bagi UMKM.

Di sisi lain, dukungan pemerintah daerah turut berperan dalam mendorong perkembangan ekonomi kreatif. Berbagai program pelatihan, pendampingan usaha, serta promosi produk lokal telah dilakukan untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha. Arsyad (2018) menyatakan bahwa intervensi pemerintah yang tepat dapat mempercepat pertumbuhan sektor ekonomi unggulan di daerah.

Dengan demikian, perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut menunjukkan tren yang positif dan memiliki potensi besar untuk terus dikembangkan. Sinergi antara potensi lokal, inovasi pelaku usaha, pemanfaatan teknologi, dan dukungan pemerintah menjadi faktor utama dalam mendorong pertumbuhan sektor ini secara berkelanjutan (Romer, 2019).

Kontribusi terhadap Pendapatan Masyarakat

Ekonomi kreatif memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan pendapatan masyarakat lokal, khususnya di daerah yang memiliki potensi sumber daya budaya dan kreativitas yang tinggi seperti Kabupaten Garut. Sektor ini memungkinkan masyarakat untuk menciptakan nilai ekonomi dari ide dan inovasi yang dimiliki, sehingga tidak bergantung sepenuhnya pada sektor tradisional. Howkins (2019) menyatakan bahwa ekonomi kreatif mampu menghasilkan pendapatan melalui pemanfaatan kreativitas sebagai aset utama dalam kegiatan ekonomi.

Peningkatan pendapatan masyarakat terlihat dari bertambahnya omzet yang diperoleh pelaku usaha kreatif. Banyak pelaku UMKM mengalami peningkatan penjualan yang signifikan setelah mengembangkan produk dan memperluas jaringan pemasaran. Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya menciptakan peluang usaha, tetapi juga meningkatkan produktivitas dan keuntungan usaha. Tambunan (2019) menegaskan bahwa UMKM memiliki kontribusi besar dalam meningkatkan pendapatan masyarakat karena sifatnya yang fleksibel dan mudah dikembangkan.

Pemanfaatan platform digital menjadi salah satu faktor utama dalam meningkatkan pendapatan pelaku ekonomi kreatif. Dengan adanya e-commerce dan media sosial, pelaku usaha dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Kotler (2021) menjelaskan bahwa digital marketing memberikan peluang besar bagi usaha kecil untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pangsa pasar, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan.

Selain peningkatan omzet, ekonomi kreatif juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Usaha kreatif seperti kerajinan, kuliner, dan fesyen membutuhkan tenaga kerja dalam proses produksi, distribusi, hingga pemasaran. Hal ini memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat yang sebelumnya tidak memiliki pekerjaan tetap. Arsyad (2018) menyatakan bahwa penciptaan lapangan kerja merupakan salah satu indikator penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan masyarakat juga terlihat dari munculnya sumber pendapatan tambahan. Banyak rumah tangga yang menjadikan usaha

kreatif sebagai pekerjaan sampingan yang mampu meningkatkan pendapatan keluarga. Diversifikasi sumber pendapatan ini penting untuk meningkatkan ketahanan ekonomi masyarakat, terutama dalam menghadapi ketidakpastian ekonomi. Todaro dan Smith (2020) menyebutkan bahwa diversifikasi pendapatan dapat mengurangi risiko ekonomi rumah tangga.

Integrasi antara sektor ekonomi kreatif dan pariwisata juga memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Produk-produk kreatif seperti makanan khas, kerajinan, dan suvenir menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung. UNCTAD (2022) menyatakan bahwa sinergi antara ekonomi kreatif dan pariwisata dapat menciptakan efek multiplier yang signifikan terhadap perekonomian lokal, termasuk peningkatan pendapatan masyarakat.

Di sisi lain, peningkatan kualitas produk juga berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan. Pelaku usaha yang mampu menghadirkan produk berkualitas dengan desain menarik dan inovatif cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi di pasar. Porter (2018) menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu produk sangat ditentukan oleh kualitas dan diferensiasi yang ditawarkan kepada konsumen.

Dengan demikian, ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui peningkatan omzet, penciptaan lapangan kerja, diversifikasi sumber pendapatan, serta integrasi dengan sektor pariwisata. Untuk mengoptimalkan kontribusi tersebut, diperlukan dukungan dari berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta, dalam hal pembiayaan, pelatihan, dan akses pasar (OECD, 2022).

Faktor Pendukung

Perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut tidak terlepas dari berbagai faktor pendukung yang saling berkaitan dan memperkuat satu sama lain. Faktor-faktor ini berperan penting dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan usaha kreatif di tingkat lokal. Menurut UNCTAD (2022), keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif sangat dipengaruhi oleh sinergi antara sumber daya lokal, kebijakan pemerintah, teknologi, dan kapasitas sumber daya manusia.

Salah satu faktor utama yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif di Garut adalah ketersediaan sumber daya lokal yang melimpah. Garut memiliki kekayaan budaya, tradisi, serta bahan baku alami yang dapat diolah menjadi produk kreatif bernilai tinggi. Produk seperti dodol Garut, kerajinan kulit, dan batik lokal merupakan contoh nyata pemanfaatan sumber daya lokal. Porter (2018) menegaskan bahwa keunggulan kompetitif suatu daerah dapat dibangun melalui optimalisasi potensi lokal yang unik dan sulit ditiru oleh daerah lain.

Selain itu, keberadaan sumber daya lokal juga memungkinkan pelaku usaha untuk menekan biaya produksi sekaligus meningkatkan nilai tambah produk. Pemanfaatan bahan baku lokal tidak hanya mendukung efisiensi, tetapi juga memperkuat identitas produk di pasar. Hal ini menjadi keunggulan tersendiri dalam menghadapi persaingan global. Menurut Arsyad (2018), pengembangan ekonomi berbasis potensi lokal merupakan strategi efektif dalam meningkatkan daya saing daerah.

Faktor pendukung lainnya adalah dukungan pemerintah daerah dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pertumbuhan usaha kreatif, seperti penyediaan pelatihan, akses pembiayaan, serta fasilitasi promosi produk lokal. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2024) menyatakan bahwa intervensi pemerintah sangat penting dalam memperkuat ekosistem ekonomi kreatif, khususnya bagi pelaku UMKM.

Program pelatihan dan pendampingan yang dilakukan pemerintah juga membantu meningkatkan kapasitas sumber daya manusia. Pelaku usaha diberikan pengetahuan mengenai manajemen usaha, pemasaran, hingga inovasi produk. Hal ini penting untuk meningkatkan profesionalisme dan daya saing pelaku usaha. Tambunan (2019) menyebutkan bahwa peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan kunci keberhasilan dalam pengembangan UMKM.

Meningkatnya penggunaan teknologi digital juga menjadi faktor pendukung yang signifikan dalam perkembangan ekonomi kreatif di Garut. Digitalisasi memungkinkan pelaku usaha untuk memasarkan produk secara lebih luas melalui platform e-commerce dan media sosial. Hal ini membuka peluang akses pasar yang sebelumnya sulit dijangkau. OECD (2022) menekankan bahwa adopsi teknologi digital dapat meningkatkan efisiensi dan produktivitas usaha kecil secara signifikan.

Selain memperluas pasar, teknologi digital juga membantu pelaku usaha dalam meningkatkan efisiensi operasional. Proses produksi, pemasaran, hingga transaksi dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien. Kotler (2021) menjelaskan bahwa pemanfaatan teknologi dalam pemasaran digital mampu meningkatkan interaksi dengan konsumen serta memperkuat loyalitas pelanggan.

Faktor penting lainnya adalah kreativitas dan inovasi pelaku usaha dalam mengembangkan produk. Kreativitas menjadi inti dari ekonomi kreatif karena menentukan nilai tambah dan daya tarik produk di pasar. Pelaku usaha yang mampu menciptakan produk unik dan inovatif cenderung memiliki peluang lebih besar untuk berkembang. Howkins (2019) menyatakan bahwa kreativitas merupakan sumber utama dalam menciptakan nilai ekonomi di era modern.

Inovasi tidak hanya terbatas pada produk, tetapi juga mencakup proses produksi, pemasaran, dan model bisnis. Pelaku usaha yang inovatif mampu beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen. Romer (2019) menegaskan bahwa inovasi merupakan faktor utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi jangka panjang, termasuk dalam sektor ekonomi kreatif.

Dengan demikian, faktor-faktor pendukung seperti ketersediaan sumber daya lokal, dukungan pemerintah, pemanfaatan teknologi digital, serta kreativitas dan inovasi pelaku usaha menjadi elemen kunci dalam perkembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut. Sinergi antara faktor-faktor tersebut mampu menciptakan ekosistem yang kuat dan berkelanjutan dalam meningkatkan daya saing serta kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian daerah (UNCTAD, 2022).

Faktor Penghambat

Meskipun ekonomi kreatif di Kabupaten Garut menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, terdapat berbagai faktor penghambat yang masih menjadi kendala dalam optimalisasi sektor ini. Hambatan-hambatan tersebut mempengaruhi kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan skala usaha, daya saing, serta kontribusi terhadap perekonomian daerah. Menurut OECD (2022), keterbatasan akses terhadap sumber daya dan kapasitas usaha menjadi tantangan utama dalam pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif.

Salah satu kendala utama adalah keterbatasan modal usaha. Banyak pelaku ekonomi kreatif di Garut masih mengalami kesulitan dalam memperoleh akses pembiayaan dari lembaga keuangan formal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya jaminan, rendahnya literasi keuangan, serta terbatasnya akses informasi terkait pembiayaan. Tambunan (2019) menyatakan bahwa keterbatasan modal merupakan hambatan klasik yang sering dihadapi oleh UMKM dalam mengembangkan usahanya.

Keterbatasan modal ini berdampak langsung pada kemampuan pelaku usaha dalam meningkatkan kapasitas produksi dan kualitas produk. Tanpa dukungan modal yang memadai, pelaku usaha sulit melakukan investasi dalam peralatan, teknologi, maupun pengembangan produk. Arsyad (2018) menegaskan bahwa akses terhadap pembiayaan merupakan faktor penting dalam mendorong pertumbuhan usaha dan peningkatan daya saing.

Selain masalah modal, rendahnya literasi digital juga menjadi hambatan signifikan dalam pengembangan ekonomi kreatif. Banyak pelaku usaha yang belum mampu memanfaatkan teknologi digital secara optimal, baik dalam pemasaran maupun manajemen usaha. Hal ini menyebabkan produk yang dihasilkan sulit menjangkau pasar yang lebih luas. Menurut Kotler (2021), kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci utama dalam menghadapi persaingan di era ekonomi digital.

Keterbatasan literasi digital juga berdampak pada rendahnya pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial sebagai sarana pemasaran. Padahal, teknologi digital memberikan peluang besar untuk meningkatkan visibilitas produk dan memperluas pangsa pasar. OECD

(2022) menekankan bahwa digitalisasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan daya saing UMKM di pasar global.

Faktor penghambat lainnya adalah akses pasar yang masih terbatas. Banyak pelaku usaha kreatif di Garut masih bergantung pada pasar lokal dengan jangkauan yang terbatas. Hal ini menyebabkan pertumbuhan usaha menjadi kurang optimal. Porter (2018) menyatakan bahwa akses pasar yang luas merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing produk dan pertumbuhan usaha.

Selain itu, kurangnya pelatihan dan pendampingan bagi pelaku usaha juga menjadi kendala dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pelaku usaha sering kali tidak memiliki pengetahuan yang cukup mengenai manajemen usaha, inovasi produk, serta strategi pemasaran yang efektif. Menurut Creswell (2018), peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pendampingan sangat penting dalam mendukung keberhasilan usaha.

Keterbatasan dalam aspek inovasi juga menjadi hambatan tersendiri. Banyak pelaku usaha masih mempertahankan pola produksi tradisional tanpa melakukan pengembangan produk yang signifikan. Hal ini menyebabkan produk kurang memiliki daya tarik di pasar yang semakin kompetitif. Romer (2019) menegaskan bahwa inovasi merupakan faktor utama dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Dengan demikian, faktor-faktor penghambat seperti keterbatasan modal, rendahnya literasi digital, terbatasnya akses pasar, serta kurangnya pelatihan dan pendampingan perlu menjadi perhatian utama dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut. Upaya kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat sangat diperlukan untuk mengatasi hambatan tersebut dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang lebih optimal dan berkelanjutan (UNCTAD, 2022).

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Untuk mengatasi berbagai kendala dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut, diperlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Strategi ini harus mampu mengintegrasikan berbagai aspek, mulai dari pembiayaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, hingga penguatan akses pasar. Menurut UNCTAD (2022), pengembangan ekonomi kreatif memerlukan pendekatan multidimensional yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan agar dapat memberikan dampak yang optimal terhadap perekonomian daerah.

Salah satu strategi utama adalah peningkatan akses pembiayaan bagi UMKM. Keterbatasan modal menjadi hambatan utama yang harus segera diatasi melalui penyediaan skema pembiayaan yang mudah diakses, seperti kredit usaha rakyat (KUR), pembiayaan mikro, dan program hibah. Pemerintah dan lembaga keuangan perlu memperluas akses pembiayaan dengan persyaratan yang lebih fleksibel. Menurut Tambunan (2019), kemudahan akses terhadap modal dapat mendorong ekspansi usaha dan meningkatkan produktivitas pelaku UMKM.

Selain itu, inovasi dalam sistem pembiayaan juga perlu dikembangkan, seperti pemanfaatan fintech dan crowdfunding untuk mendukung pelaku usaha kreatif. Teknologi keuangan dapat menjadi solusi alternatif bagi pelaku usaha yang tidak memiliki akses ke perbankan konvensional. OECD (2022) menyatakan bahwa digitalisasi sektor keuangan dapat meningkatkan inklusi keuangan dan memperluas akses pembiayaan bagi usaha kecil.

Strategi berikutnya adalah pelatihan digital marketing bagi pelaku usaha ekonomi kreatif. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana pemasaran. Dengan penguasaan digital marketing, pelaku usaha dapat memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Kotler (2021) menekankan bahwa pemasaran digital merupakan elemen penting dalam strategi bisnis modern yang berorientasi pada pasar global.

Pelatihan yang diberikan tidak hanya mencakup penggunaan media sosial, tetapi juga strategi branding digital, pengelolaan marketplace, serta analisis perilaku konsumen. Hal ini penting agar pelaku usaha mampu bersaing di era digital yang semakin kompetitif. Menurut Creswell (2018), peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan merupakan faktor penting dalam keberhasilan pengembangan usaha.

Penguatan branding produk lokal juga menjadi strategi penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi kreatif. Produk yang memiliki identitas kuat dan ciri khas lokal cenderung lebih mudah dikenali dan diminati oleh konsumen. Branding yang baik dapat meningkatkan nilai tambah produk dan memperkuat posisi di pasar. Porter (2018) menyatakan bahwa diferensiasi produk melalui branding merupakan salah satu strategi utama dalam menciptakan keunggulan kompetitif.

Selain itu, promosi produk lokal melalui berbagai media, baik offline maupun online, perlu ditingkatkan. Partisipasi dalam pameran, festival, serta kampanye digital dapat membantu memperkenalkan produk kepada pasar yang lebih luas. Howkins (2019) menekankan bahwa promosi yang efektif merupakan bagian penting dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis ide dan kreativitas.

Strategi lainnya adalah memperkuat kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Kolaborasi ini penting untuk menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang kuat dan berkelanjutan. Pemerintah dapat berperan sebagai fasilitator, sektor swasta sebagai investor dan mitra bisnis, serta masyarakat sebagai pelaku utama. Arsyad (2018) menyatakan bahwa sinergi antar pemangku kepentingan dapat mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah.

Kolaborasi juga dapat diwujudkan dalam bentuk kemitraan usaha, inkubator bisnis, serta pengembangan klaster ekonomi kreatif. Melalui kolaborasi ini, pelaku usaha dapat saling berbagi pengetahuan, sumber daya, dan jaringan pasar. Romer (2019) menegaskan bahwa kolaborasi dan pertukaran ide merupakan faktor penting dalam mendorong inovasi dan pertumbuhan ekonomi.

Dengan demikian, strategi pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut harus dilakukan secara terintegrasi melalui peningkatan akses pembiayaan, pelatihan digital marketing, penguatan branding produk lokal, serta kolaborasi lintas sektor. Implementasi strategi ini diharapkan mampu mengatasi berbagai hambatan yang ada dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif yang berkelanjutan serta berdampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat (OECD, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan pendapatan masyarakat lokal di Kabupaten Garut. Sektor ini mampu menciptakan peluang usaha baru, meningkatkan nilai tambah produk, serta memperluas akses pasar melalui pemanfaatan teknologi digital. Perkembangan ekonomi kreatif di Garut yang didukung oleh potensi sumber daya lokal dan kreativitas pelaku usaha menunjukkan bahwa sektor ini dapat menjadi motor penggerak utama dalam pembangunan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan.

Selain memberikan kontribusi terhadap peningkatan pendapatan, ekonomi kreatif juga berperan dalam menciptakan lapangan kerja dan mengurangi tingkat pengangguran. Namun demikian, pengembangan sektor ini masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal usaha, rendahnya literasi digital, terbatasnya akses pasar, serta kurangnya pelatihan dan pendampingan. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang sistematis dan terintegrasi untuk mengatasi hambatan tersebut agar potensi ekonomi kreatif dapat dimanfaatkan secara optimal.

Untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Garut, diperlukan strategi yang komprehensif melalui peningkatan akses pembiayaan, pelatihan digital marketing, penguatan branding produk lokal, serta kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat. Sinergi antar pemangku kepentingan menjadi kunci utama dalam menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang kuat dan berdaya saing. Dengan implementasi strategi yang tepat, ekonomi kreatif diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Arsyad, L. (2018). *Ekonomi pembangunan*. UPP STIM YKPN.

Asyiffa, M. R., Sherawati, P. D., Febriyanti, L. N., & Shafrani, Y. S. (2025). Peran ekonomi kreatif dalam mendorong pertumbuhan kota: Studi kasus Lokawisata Baturraden. *Jurnal Ilmiah Penelitian Mahasiswa, 3*(4), 380-389.

Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal pandanus handicraft dalam menghadapi pasar modern perspektif ekonomi syariah (Study case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama, 17*(2), 63-78.

Badan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan ekonomi kreatif Indonesia*. BEKRAF.

Badan Pusat Statistik Kabupaten Garut. (2025). *Garut dalam angka 2025*. BPS Kabupaten Garut.

Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut. (2024). *Profil ekonomi kreatif Kabupaten Garut*. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Garut.

Fitriani, E., & Wahyono, D. (2026). Analisis pengembangan ekonomi kreatif masyarakat di obyek wisata Pusat Laut Kabupaten Donggala. *Jurnal Pascasarjana Manajemen, 2*(1), 301-322.

Hasibuan, R. H., Arif, M., & Atika, A. (2023). Analisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan pengrajin dan pengembangan usaha perspektif ekonomi Islam (Studi kasus: Pengrajin Toto Jaya Bingkai di Kecamatan Medan Area). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 3*(1), 48-61.

Hidayat, R. (2024). *Strategi pemasaran digital UMKM*. Gramedia.

Howkins, J. (2019). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2024). *Laporan kinerja ekonomi kreatif Indonesia*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Khumair, M., & Yazid, M. (2025). Analisis peran ekonomi kreatif dalam pemberdayaan masyarakat lokal: Studi literatur kualitatif terhadap perkembangan industri kreatif di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia, 3*(3), 156-169.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.

Kuncoro, M. (2020). *Ekonomi pembangunan daerah*. Salemba Empat.

Lestari, D. (2022). *Inovasi produk kreatif dalam UMKM*. Alfabeta.

Lubis, A. L., Fatimah, Z., & Abnur, A. (2025). Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata di Kota Batam melalui perspektif kewirausahaan. *Jurnal Mata Pariwisata, 4*(1), 1-6.

Mahmudah, N., & Munawar, R. A. H. (2024). Strategi pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat perspektif ekonomi Islam. *ANTARADHIN: Jurnal Ekonomi Syariah Kontemporer, 5*(1), 10-17.

Majidah, H., Rahmini, N., & Sopiana, Y. (2025). Strategi pengembangan ekonomi kreatif perdesaan berbasis potensi lokal untuk meningkatkan pendapatan di kawasan Pasar Terapung Lok Baintan. *Ecoplan, 8*(1), 27-41.

Mankiw, N. G. (2021). *Principles of economics*. Cengage Learning.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.

Murni, S., & Rekha, R. (2021). Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari ekonomi Islam (Studi pada industri bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam, 2*(1), 32-44.

Nasution, A. (2021). *Ekonomi kreatif Indonesia*. Rajawali Pers.

Nisfah, U. K., Ramadhani, S., & Nasution, M. L. I. (2024). Analisis peran ekonomi kreatif berbasis budaya lokal untuk meningkatkan pendapatan pengrajin Kerawang Gayo dalam kajian ekonomi Islam (Studi kasus pengrajin Kerawang Gayo di Kecamatan Bebesen, Kabupaten Aceh Tengah). *Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 4*(3), 815-823.

Nuryani, L. (2022). *Analisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan perekonomian masyarakat (Studi kasus Konveksi Annasanjaya Kampung Rejo Basuki Kecamatan Seputih Raman Lampung Tengah)* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

Porter, M. E. (2018). *The competitive advantage of nations*. Free Press.

Prasetyo, B. (2023). *Transformasi ekonomi kreatif di Indonesia*. Kencana.
Rahayu, S. (2023). *Pengembangan UMKM berbasis digital*. Deepublish.
Rohmah, U. (2017). *Analisis peran ekonomi kreatif dalam peningkatan pendapatan pengrajin ditinjau dari perspektif ekonomi Islam (Studi pada industri anyaman bambu Desa Tulungagung Kecamatan Gadingrejo Kabupaten Pringsewu)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
Romer, P. M. (1994). The origins of endogenous growth. *Journal of Economic Perspectives, 8*(1), 3-22.
Schumpeter, J. A. (2017). *The theory of economic development*. Routledge.
Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kualitatif*. Alfabeta.
Suryana. (2020). *Kewirausahaan: Pedoman praktis*. Salemba Empat.
Tambunan, T. (2019). *UMKM di Indonesia: Perkembangan dan tantangan*. Ghalia Indonesia.
Todaro, M. P., & Smith, S. C. (2020). *Economic development* (13th ed.). Pearson Education.
UNCTAD. (2022). *Creative economy outlook*. United Nations.
World Bank. (2023). *Indonesia economic prospects*. World Bank.
Yunus, M. (2018). *Social business and creative economy*. PublicAffairs.
Zed, M. (2019). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.
Zuhdi, S. (2022). *Ekonomi kreatif dan pembangunan daerah*. CV Pustaka Setia.