

PERAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PENINGKATAN KESEJAHTERAAN UMKM DI INDONESIA

Rayhan Qusairy^{1*}, Nahril Syah Ramadhan², Alip Adani³, Ryan Firdaus⁴

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

Email korespondensi: rayhanqusairy@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif adalah peran yang penting untuk para pelaku UMKM di Indonesia dengan ekonomi kreatif dapat mengembangkan inovasi baru untuk kegiatan ekonomi yang meliputi inovasi, kreativitas, dan penemuan baru yang bisa diterapkan oleh pelaku UMKM di Indonesia sebagai upaya dalam meningkatkan kesejahteraan usahanya. Peran ekonomi kreatif juga berperan untuk membuka banyak lowongan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan rakyat khususnya para pelaku UMKM dan juga menambah kekayaan intelektual. Ekonomi kreatif berusaha untuk mengatasi masalah ekonomi yang terjadi di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif terhadap peningkatan kesejahteraan UMKM di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode penelitian pustaka atau tinjauan literatur. Sumber data yang digunakan adalah sumber data sekunder, data pustaka, dan artikel terkait. Hasil dari analisis menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berperan penting bagi pelaku UMKM terutama pada era digital saat ini. Hasil penelitian ini dapat membuka jalan atau batu loncat untuk penelitian berikutnya dalam mengkaji permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku UMKM dalam kondisi yang berbeda.

Kata kunci: Ekonomi kreatif, Kesejahteraan, UMKM

ABSTRACT

The creative economy is an important role for MSME players in Indonesia with the creative economy can develop new innovations for economic activities that multiply innovation, creativity, and new inventions that can be applied by MSME players in Indonesia as an effort to improve the welfare of their business. The role of the creative economy also plays a role in opening up many job vacancies, increasing the welfare of the people, especially MSME players and also increasing intellectual property. The creative economy is trying to overcome the economic problems that occur in Indonesia. This study aims to analyze the role of the creative economy in improving the welfare of MSMEs in Indonesia. This research uses library research methods or literature reviews. The data sources used are secondary data sources, library data, and related articles. The results of the analysis show that the creative economy plays an important role for MSME players, especially in the current digital era. The results of this study can pave the way or stepping stones for further research in examining the problems faced by MSME actors in different conditions.

Keywords: Creative Economy, Welfare, MSMEs

PENDAHULUAN

Salah satu industri yang saat ini sangat penting bagi perkembangan ekonomi dunia, termasuk di Indonesia, adalah ekonomi kreatif. Sektor ini mencakup berbagai domain industri, termasuk desain, seni, gastronomi, fashion, dan pemasaran digital, yang didasarkan pada kreativitas, inovasi, dan penggunaan teknologi. Ekonomi kreatif semakin berkontribusi dalam membuat para pelaku usaha, khususnya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), menjadi lebih kompetitif dalam menghadapi pergeseran tren konsumen dan kemajuan teknologi (Ningsih, dan Arianto, 2024).

Sebagian besar tenaga kerja di Indonesia dipekerjakan oleh UMKM, yang menjadi fondasi ekonomi negara dan menyumbang lebih dari 60% PDB. Namun, banyak UMKM yang terus berjuang dengan masalah pendanaan, pemasaran, dan persaingan produk. Melalui inovasi produk, diversifikasi perusahaan, dan penggunaan teknologi digital untuk pemasaran dan distribusi, ekonomi kreatif memberikan prospek pertumbuhan bagi UMKM (Hamdani, 2020). Dengan memperluas akses pasar, meningkatkan nilai tambah produk, dan mendorong kerja sama di antara para pelaku usaha, sektor ekonomi kreatif dapat membantu para pelaku UMKM di era digital saat ini. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana ekonomi kreatif dapat berkontribusi pada kemajuan UMKM. Dengan adanya ekonomi kreatif dapat memajukan UMKM di Indonesia dengan menerapkan strategi-strategi yang mampu mensejahterakan rakyat melalui UMKM, untuk menjalankan ekonomi kreatif pada UMKM harus melewati beberapa tantangan seperti masuknya budaya asing, rendahnya apresiasi terhadap profesi dan perubahan teknologi.

UMKM mendapat manfaat dari ekonomi kreatif karena ekonomi kreatif meningkatkan nilai produk, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing; ekonomi kreatif juga membuat pendanaan lebih mudah diakses, mendorong digitalisasi, dan meningkatkan kesejahteraan pelaku usaha; serta menggunakan inovasi dan teknologi untuk membantu UMKM tumbuh lebih cepat dan berkembang dalam lingkungan yang kompetitif (Novitasari, A. T., 2022).

Perekonomian suatu negara mendapat manfaat dari ekonomi kreatif, terutama dalam hal pendapatan, penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekspor, dan penambahan kekayaan intelektual. Oleh karena itu, satu-satunya alat yang dibutuhkan untuk menghasilkan prospek bisnis adalah imajinasi dan keahlian. Namun, untuk mendapatkan akses yang lengkap, masyarakat-khususnya di Indonesia-perlu menguasai teknologi untuk mengembangkan pasar bagi produk-produk inovatif. Untuk memfasilitasi koneksi, pemasaran, dan strategi bisnis, infrastruktur harus tersebar secara merata di seluruh Indonesia (Damanik dan Sabila, 2022).

Usaha mikro adalah perusahaan yang telah memenuhi persyaratan bisnis dan dimiliki oleh orang atau badan usaha perorangan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan kekuatan utama di balik perekonomian daerah dan berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Ekonomi kreatif harus berperan dalam meningkatkan dan mengembangkan UMKM di Indonesia karena pertumbuhannya akan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (Enjel, 2019).

UMKM dapat berkembang pesat di bidang ekonomi kreatif, tetapi ada beberapa kendala seperti literasi digital yang rendah, modal yang kecil, persaingan yang ketat, kurangnya inovasi, akses pasar yang terbatas, perlindungan hak kekayaan intelektual yang tidak memadai, kurangnya dukungan infrastruktur, dan pergeseran tren pasar. Perlindungan hukum, edukasi digital, akses yang lebih baik terhadap pendanaan, dan bantuan pemerintah yang pro UMKM adalah beberapa solusi yang diperlukan.

Di Indonesia sendiri, ada banyak UMKM yang berfokus pada ekonomi kreatif, mengembangkan sumber daya manusia yang inovatif dan kreatif adalah salah satu pendorong utama. UMKM didorong oleh ekonomi kreatif untuk menekankan nilai-nilai budaya daerah

dalam produk mereka, seperti kerajinan tradisional, masakan daerah, dan seni pertunjukan. Hal ini dapat mempromosikan pariwisata dan menumbuhkan rasa identitas nasional sekaligus melindungi aset budaya, yang semuanya mendukung industri pariwisata yang sehat. Untuk menghasilkan barang atau jasa, UMKM yang menganut prinsip-prinsip ekonomi kreatif harus terus berinovasi dan meningkatkan daya cipta mereka. Dengan demikian, mereka akan lebih mudah bersaing di pasar domestik dan luar negeri. Sebagai contoh, UMKM kerajinan rotan di Kuala Kapuas dapat bersaing dan berkembang di pasar dunia jika mereka menciptakan barang-barang baru (Efrida, 2021).

METODE PENELITIAN

Penelitian tinjauan literatur adalah metodologi yang digunakan dalam penelitian ini. Penelitian yang menggunakan data untuk menggambarkan isu-isu yang ada saat ini dikenal sebagai penelitian deskriptif. Sumber data penelitian ini adalah sumber sekunder. Untuk mengembangkan landasan teori yang sesuai dengan masalah atau kerangka konseptual penelitian, peneliti mengumpulkan data sekunder melalui tinjauan pustaka. Peneliti menggunakan buku-buku referensi, jurnal penelitian, artikel, dan situs web yang berkaitan dengan pembahasan penelitian untuk menemukan teori-teori dan prinsip-prinsip yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kaitan Antara Ekonomi Kreatif Dengan UMKM Di Indonesia

Berdasarkan data dari Kemenparekraf dalam jangka waktu 2019-2024, Dengan PDB sebesar Rp113,40 triliun pada tahun 2019, industri kreatif selalu menjadi salah satu mesin utama perekonomian Indonesia. Industri kreatif merupakan kekuatan utama di balik perekonomian Indonesia. Kemajuan PDB sektor ekonomi kreatif tumbuh dengan laju tercepat pada tahun 2008 (18,70%) dan paling lambat (18,70%) pada tahun 2020. Tahun 2008, sebesar 18,70%, dan tahun 2020, sebesar 0,17%. Akibat pandemi COVID-19 yang masih melanda seluruh dunia pada saat itu dan mengharuskan adanya lockdown dan tindakan dari luar, perkembangan PDB sektor ekonomi kreatif pada tahun 2020 turun ke level terendah dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. pandemi yang masih melanda dunia pada saat itu dan mengharuskan adanya lockdown dan aktivitas di luar negeri. Antara tahun 2021 dan 2024, sektor ekonomi kreatif mulai pulih dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan pertumbuhan rata-rata sekitar 4,97% per tahun. PDB ekonomi kreatif tumbuh dari Rp 1.191,00 triliun pada tahun 2021 menjadi Rp 1.388,81 triliun pada tahun 2024. Dalam ekonomi kreatif, pemerintah Indonesia telah menentukan 17 subsektor yang saling berhubungan yang memberikan kontribusi besar terhadap PDB negara. Game, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen, kuliner, sinema, animasi, dan video, serta fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan, dan aplikasi, merupakan beberapa di antaranya (Bimantara et al., 2021).

Setiap subsektor ini memainkan peran yang berbeda dalam mendorong inovasi, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan daya saing produk Indonesia di seluruh dunia. Subsektor kerajinan, misalnya, menggunakan sumber daya lokal yang melimpah dan pengetahuan budaya untuk menciptakan barang-barang bernilai tinggi. Kerajinan yang dibuat dari kayu, logam, kulit, kaca, keramik, dan tekstil termasuk dalam subsektor ini. Seperti

halnya subsektor kuliner yang menyediakan berbagai macam cita rasa Indonesia, subsektor fesyen juga terus berinovasi agar sesuai dengan tren internasional. Dengan kolaborasi antar subsektor dan dukungan pemerintah, ekonomi kreatif Indonesia diharapkan dapat terus berkembang, memberikan dampak positif terhadap perekonomian, dan memperkuat identitas budaya bangsa di mata dunia. Untuk melihat lebih jelasnya perkembangan ekonomi kreatif Indonesia dapat diamati pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Perkembangan PDB Sektor Ekonomi Kreatif Indonesia 2019-2024

Tahun	PDB Sektor Ekonomi Kreatif (triliun rupiah)	Perkembangan (%)
2019	1.153,40	8,13
2020	1.155,40	0,17
2021	1.191,00	3,08
2022	1.280,41	7,51
2023	1.347,00	5,20
2024	1.388,81	3,10

Sumber : Kemenparekraf, 2019-2024 (diolah)

Data di atas menunjukkan pertumbuhan sektor Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif Indonesia dari tahun 2019 hingga 2024. PDB mencapai Rp1.153,40 triliun pada tahun 2019 dengan laju pertumbuhan 8,13%. Namun, akibat pandemi COVID-19, terjadi perlambatan pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2020, PDB hanya meningkat tipis menjadi Rp1.155,40 triliun. Setelah itu, sektor ini terus tumbuh dengan pertumbuhan yang lebih baik pada tahun-tahun berikutnya. PDB mencapai Rp1.280,41 triliun pada tahun 2022 dan terus meningkat hingga mencapai Rp1.388,81 triliun pada tahun 2024.

(Howkins,2002) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi yang melibatkan bisnis dan organisasi yang menghasilkan nilai dan pendapatan dari produksi, distribusi, pemasaran, dan penjualan karya seni, budaya, dan kreatif lainnya. Semua sektor ekonomi kreatif, kuliner, fashion, dan kriya menjadi nilai tertinggi dalam menambah peningkatan PDB, seperti yang ditampilkan dalam tabel 2.

Tabel 2. Sektor Pertumbuhan Ekonomi Kreatif Tertinggi

Subsektor Ekonomi Kreatif	Kontribusi terhadap PDB	Keterangan
Kuliner	43%	Menjadi subsektor tertinggi, berkontribusi signifikan terhadap pariwisata dan penciptaan lapangan kerja.
Fashion	17%	Mempunyai pasar yang luas dan terus berkembang dengan tren terbaru.
Kriya	15%	Mengandalkan sumber daya alam untuk menghasilkan karya bernilai tinggi.

Sumber: Kemenparekraf (diolah)

Teori ekonomi yang dikenal sebagai "ekonomi kreatif" memandang inovasi dan kreativitas sebagai pendorong utama pembangunan ekonomi dan nilai tambah. Ide dan informasi menjadi komoditas utama yang menggerakkan berbagai sektor ekonomi dalam perekonomian kita. Menurut John Howkins, ekonomi kreatif mencakup sektor-sektor seperti periklanan, arsitektur, kuliner, desain, mode, musik, film, penerbitan, penelitian dan pengembangan, perangkat lunak, mainan, televisi, radio, dan permainan video yang berfokus pada produksi dan komersialisasi produk-produk kreatif. Dengan adanya sektor-sektor tersebut dapat memajukan UMKM di Indonesia terutama seperti sektor kuliner, fashion, dan kriya. Individu dan kelompok dapat berkontribusi terhadap perekonomian melalui ide-ide baru dan kreatif berkat ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat berfungsi sebagai katalisator bagi pembangunan yang adil dan berkelanjutan dengan memanfaatkan kreativitas dan modal budaya (Hartono, 2023).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dan ekonomi kreatif saling bahu-membahu dalam mendorong pembangunan ekonomi Indonesia. UMKM memiliki kesempatan untuk menciptakan barang dan jasa yang khas dan bernilai tinggi berkat ekonomi kreatif, yang mengandalkan kreativitas dan inovasi sebagai sumber daya utama. Sebagai hasilnya, UMKM dapat menjadi lebih kompetitif di pasar lokal dan luar negeri. Penciptaan lapangan kerja adalah salah satu keuntungan utama dari memasukkan ekonomi kreatif ke dalam UMKM. UMKM dapat meningkatkan hasil produksi dan menjangkau audiens yang lebih luas dengan memanfaatkan potensi kreatif mereka, yang menciptakan prospek pekerjaan baru bagi masyarakat. Selain itu, UMKM didorong oleh ekonomi kreatif untuk terus berinovasi agar produknya tetap relevan dengan tren dan permintaan pasar (Saba, 2024).

Namun, UMKM sering kali menghadapi kendala seperti keterbatasan akses ke pasar, teknologi, dan modal. Dengan penggunaan teknologi digital dan teknik pemasaran kreatif, ekonomi kreatif berkontribusi secara signifikan terhadap penyediaan solusi dalam situasi ini. Hasilnya, UMKM dapat meningkatkan efektivitas operasional dan menjangkau lebih banyak pelanggan. Pentingnya kolaborasi antara UMKM dan ekonomi kreatif diakui oleh pemerintah Indonesia. Pemerintah bertujuan untuk membantu pertumbuhan UMKM yang berbasis ekonomi kreatif melalui sejumlah inisiatif dan peraturan, termasuk pelatihan, bimbingan, dan membuat keuangan lebih mudah diakses. Diharapkan tindakan-tindakan ini akan meningkatkan kontribusi ekonomi UMKM kepada negara dan membuat barang-barang domestik lebih kompetitif di pasar internasional. Secara keseluruhan, memasukkan ekonomi kreatif ke dalam pertumbuhan UMKM merupakan taktik yang berhasil untuk mendukung ekspansi ekonomi yang adil dan berjangka panjang di Indonesia, ini dapat menjadi peluang yang baik untuk ekonomi kreatif maupun UMKM, pemerintahan juga sangat mendukung kolaborasi ekonomi kreatif dan pelaku UMKM untuk menyejahterakan rakyat melalui lowongan pekerjaan atau menambah kekayaan intelektual (Nazia, 2023).

Upaya Pemerintah Mendorong Pertumbuhan Sektor Ekonomi Kreatif Di Indonesia

Ekonomi kreatif dipandang oleh pemerintah Indonesia sebagai industri vital yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Kontribusi substansial industri ini terhadap PDB Indonesia memberikan kepercayaan akan hal ini. Diantara tindakan-tindakan lainnya, pemerintah telah berupaya mendorong pertumbuhan sektor ekonomi kreatif dengan cara:

1. Menawarkan Insentif kepada Pelaku Usaha: Untuk mendukung pertumbuhan bisnis di bidang ekonomi kreatif, pemerintah menawarkan insentif.

2. Pelatihan Perencanaan: Pelatihan perencanaan untuk meningkatkan pengetahuan dan kemampuan pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif.
3. Perlindungan Hukum: Untuk mencegah pembajakan atau peniruan terhadap barang-barang kreatif, berikan perlindungan hukum melalui Hak Kekayaan Intelektual (HAKI).
4. Memfasilitasi Akses ke Investor: Membantu perusahaan menemukan investor untuk membantu mereka mengembangkan usaha.

Pemerintah juga menggarisbawahi betapa pentingnya memperkuat ekosistem digital di bidang ekonomi kreatif. Diharapkan kerja sama antara pemerintah, pengembang teknologi digital, dan para pelaku ekonomi kreatif akan menghasilkan ekosistem digital yang kuat di Indonesia. Melalui berbagai inisiatif ini, pemerintah bermaksud untuk meningkatkan daya saing Indonesia di kancah internasional, menciptakan lapangan kerja baru, dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai fondasi ekonomi negara di masa depan.

Manfaat Penerapan Ekonomi Kreatif

Penggunaan ekonomi kreatif menawarkan beberapa keuntungan yang membantu bidang sosial, budaya, dan ekonomi. Berikut ini adalah beberapa keuntungan utamanya:

1. Memperluas Lapangan Kerja: Khususnya bagi generasi muda dan pelaku industri kreatif seperti desainer, musisi, animator, produser konten, dan pengrajin daerah, ekonomi kreatif mendorong pengembangan berbagai prospek pekerjaan baru.
2. Mendorong Pembangunan Ekonomi: PDB suatu negara dapat ditingkatkan secara signifikan oleh industri ini, yang bergantung pada ide, kreativitas, dan inovasi.
3. Mendorong Budaya dan Citra Lokal: Melalui barang-barang inovatif seperti pakaian etnik, kerajinan tangan, makanan khas, atau pertunjukan seni, ekonomi kreatif dapat mendukung budaya dan pengetahuan daerah.
4. Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi: Ekonomi kreatif mendorong setiap individu untuk terus berinovasi karena ekonomi kreatif berlandaskan pada ide dan kreativitas, yang membuat barang dan jasa yang dihasilkan memiliki ciri khas dan memiliki daya saing yang tinggi di pasar global.
5. Mendorong Kewirausahaan dan UMKM: Sektor UMKM adalah rumah bagi sejumlah besar pelaku ekonomi kreatif. Mendukung ekonomi kreatif juga berarti mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah serta semangat kewirausahaan masyarakat.
6. Mempromosikan Lingkungan Ekonomi yang Berkelanjutan: Jika dikelola dengan baik, ekonomi kreatif cenderung lebih berkelanjutan dan bermanfaat secara ekologis karena tidak selalu bergantung pada sumber daya alam.

Ekonomi kreatif dapat menjadi kekuatan pendorong bagi pembangunan ekonomi yang inovatif, inklusif, berbasis hari ini, dan beragam. Oleh karena itu, berinvestasi di sektor ini sangat penting untuk mempercepat transformasi ekonomi nasional di era digital dan globalisasi (Rangkuti, 2023).

Peranan Ekonomi Kreatif Terhadap UMKM Di Indonesia

1. Peningkatan Nilai Tambah Produk

Nilai tambah yang lebih tinggi pada produk UMKM mampu menciptakan sesuatu yang tidak hanya berguna tetapi juga indah dan signifikan berkat ekonomi kreatif. Inovasi desain, pengemasan, dan narasi memberikan nilai tambah yang lebih baik bagi produk UMKM.

2. Akses Pasar Melalui Digitalisasi

Digitalisasi Memberikan Akses ke Pasar Telah terbukti bahwa perusahaan UMKM dapat meningkatkan jangkauan pasar dan meningkatkan efektivitas pemasaran dengan menerapkan teknologi digital seperti media sosial dan *e-commerce*. Untuk meningkatkan posisi UMKM di pasar domestik dan internasional, ekonomi kreatif mempromosikan penggunaan platform digital.

3. Pelestarian Budaya Lokal

Mempertahankan Budaya Lokal UMKM dibantu dalam mengeksplorasi nilai- nilai budaya lokal melalui subsektor seperti kerajinan tangan dan fesyen tradisional, yang kemudian ditransformasikan menjadi barang bernilai ekonomis. Selain menciptakan peluang bagi pasar etnis dan pariwisata, hal ini juga memperkuat identitas nasional.

4. Kesejahteraan Pelaku Usaha

Kesejahteraan pelaku usaha UMKM meningkat sebagai hasil dari pasar yang lebih besar dan pendapatan yang lebih besar dari barang-barang bernilai tinggi. Hal ini mencakup kebutuhan sosial, pendidikan, dan keuangan keluarga mereka, contohnya seperti: gunakan inovasi desain dan budaya untuk meningkatkan harga jual produk, menggunakan teknologi untuk meningkatkan akses pasar, mempromosikan inovasi yang berkelanjutan untuk meningkatkan daya saing, untuk mencegah persaingan harga, berikan titik perbedaan yang kuat , Meningkatkan pendapatan, yang secara langsung mempengaruhi kesejahteraan sosial dan ekonomi pelaku bisnis.

Peran ekonomi kreatif sangat penting dalam meningkatkan keberadaan UMKM di Indonesia. Melalui inovasi, digitalisasi, dan pelestarian budaya, UMKM tidak hanya berkembang, tetapi juga tumbuh dengan berbagai cara. Diperlukan lingkungan yang mendukung ekonomi kreatif agar UMKM dapat terus berinovasi dan berkembang di pasar global (Indraswari,2024).

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menghadapi sejumlah hambatan struktural dan teknologi yang rumit, terutama dalam hal pertumbuhan ekonomi kreatif. Akses keuangan yang terbatas adalah salah satu masalah utama. Sulit bagi banyak pelaku UMKM untuk mendapatkan pinjaman dari lembaga keuangan resmi karena mereka tidak memiliki agunan yang cukup dan riwayat kredit yang baik. Mereka juga tidak dapat mengelola modal dan membuat rencana keuangan jangka panjang karena kurangnya literasi keuangan. Namun, perhatian penting lainnya adalah kualitas sumber daya manusia. Rendahnya produktivitas dan kemampuan inovatif disebabkan oleh kurangnya pendidikan dan pelatihan terkait. Hal ini berdampak pada terbatasnya kapasitas UMKM untuk mengembangkan barang-barang inovatif yang dapat bersaing di pasar domestik dan internasional. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital memperparah masalah ini. Salah satu pilar utama ekonomi kreatif adalah platform digital seperti media sosial dan *e-commerce*, namun banyak UMKM yang tidak mengetahui cara memasuki pasar ini (Zainarti , 2024).

Legalitas dan standarisasi produk juga menjadi kesulitan lain. Banyak UMKM yang gagal memenuhi persyaratan perizinan dan standar kualitas, termasuk SNI, label halal, dan izin edar BPOM. Hal ini menghambat kemampuan mereka untuk memasuki pasar baru, terutama jika mereka ingin mengekspor atau memasuki pasar kontemporer. Selain itu, peraturan dan prosedur birokrasi yang rumit dapat menjadi hambatan administratif, terutama bagi perusahaan kecil yang tidak memiliki sarana untuk mengurus izin perusahaan secara mandiri. Persaingan pasar yang semakin ketat adalah hal yang penting. UMKM harus mampu bersaing tidak hanya dengan bisnis lokal tetapi juga dengan produk dari industri besar dan impor yang secara konsisten memiliki harga dan kualitas yang tinggi. Dalam konteks ini, diferensiasi produk menjadi kebutuhan yang mendesak, tetapi tidak semua UMKM dapat mencapainya tanpa lingkungan yang mendukung.

Keterbatasan dalam membangun jaringan dan kolaborasi korporat menjadi kendala yang

cukup signifikan selain kendala internal. Banyak UMKM yang masih beroperasi secara mandiri tanpa berkolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga akademis, atau komunitas bisnis. Padahal, kerja sama merupakan komponen kunci dalam menciptakan ekologi ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Jika melihat semua hal tersebut, kesulitan-kesulitan tersebut menunjukkan betapa pertumbuhan UMKM di ekonomi kreatif belum tuntas. Agar UMKM dapat berubah dan meningkatkan kesejahteraan secara berkelanjutan, pelaku bisnis, pemerintah, akademisi, dan sektor swasta harus bekerja sama untuk melaksanakan intervensi yang terstruktur dan kooperatif (Dzikrullah, 2024).

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif memiliki peran strategis dalam mendorong transformasi dan Perubahan dan peningkatan kesejahteraan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia sebagian besar didorong oleh ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat memberikan nilai tambah pada barang dan jasa UMKM dengan mempertahankan nilai-nilai budaya lokal, menggunakan teknologi digital, dan memperkuat komponen inovasi. Pertumbuhan pendapatan, perluasan pasar, dan kemampuan UMKM untuk bersaing dalam skala nasional dan dunia semuanya secara langsung dipengaruhi oleh hal ini. Adopsi ekonomi kreatif memungkinkan UMKM untuk menjadi produsen utama barang-barang dengan fitur unik, nilai-nilai budaya, dan daya saing dunia, serta peserta ekonomi pasif. Akses yang lebih luas ke pasar, informasi, dan jaringan koperasi dimungkinkan oleh digitalisasi, yang merupakan pendorong signifikan dalam proses ini.

Namun, sejumlah kendala terus menghambat upaya mereka. Kendala yang harus segera diatasi antara lain kurangnya pendanaan, pengetahuan dan kreativitas digital yang buruk, masalah kualitas dan legalitas produk, serta kurangnya kerja sama antar pemangku kepentingan. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang inklusif dan berkelanjutan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di lingkungan UMKM. Ini termasuk pelatihan sumber daya manusia, penyederhanaan regulasi, pengembangan infrastruktur digital yang adil, dan akses pendanaan yang menguntungkan bagi UKM. Transformasi UMKM menjadi perusahaan yang lebih inventif, mudah beradaptasi, dan sukses dapat didorong oleh ekonomi kreatif jika pemerintah, akademisi, sektor swasta, dan komunitas kreatif mengambil pendekatan yang komprehensif dan kooperatif. Oleh karena itu, memasukkan ekonomi kreatif ke dalam rencana pengembangan UMKM tidak hanya merupakan pilihan yang tepat, tetapi juga penting untuk mengatasi masalah ekonomi global dan mencapai pertumbuhan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2021). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang*. Jurnal Ilmu Ekonomi JIE, 4(1), 1–13.
- Damanik, A. S., & Sabila, R. (2022). *Dampak Peranan Ekonomi Kreatif Terhadap Pengembangan Umkm Di Masa Transisi (Cafe Lookup Kota Tasikmalaya)*. Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan, 2(5), 111–120.
- Dzikrullah, A. A., & Chasanah, U. (2024). Optimalisasi Peran Koperasi dalam Mendukung UMKM: Meningkatkan Akses Modal, Penguasaan Teknologi, dan Ekspansi Pasar. INVESTI: Jurnal Investasi Islam, 5(1), 648-668.
- Enjel, S. (2019). *Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkm) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian teoritis pemberdayaan masyarakat dan ekonomi kreatif.

- Journal of Islamic Tourism Halal Food Islamic Traveling and Creative Economy*, 1(2), 82-110.
- Hamdani, S. E. (2020). *Mengenal Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Lebih Dekat*. uwais inspirasi indonesia.
- Hartono, D. (2023). *Ekonomi Kreatif Sebagai Alternatif Prospek Pembangunan Ekonomi di Indonesia*. Jurnal Mirai Management, 8(2).
- Indraswari, I. G. A. A. P., & Sarahswati, M. D. K. (2024). *Inovasi Produk dan Branding dalam Ekonomi Kreatif Serta Transformasi Bisnis Tradisional: Studi Kasus Kunjungan ke Bakpia Juwara Satoe Yogyakarta*. ABDI SATYA DHARMA, 2(2).
- Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif , 2021. *Penguatan Ekosistem Digital dalam Sektor Ekonomi Kreatif di Indonesia* [online] (diupdate 6 November 2021) tersedia di :<https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/Penguatan-Ekosistem-Digital-dalam-Sektor-Ekonomi-Kreatif-di-Indonesia> [Diakses pada tanggal 5 April 2025].
- Nazia, F., & Widyastuti, T. V. (2023). *Perlindungan Kekayaan Intelektual terhadap Produk Ekonomi Kreatif*. Penerbit Nem.
- Ningsih, Y., & Arianto, T. (2024). *Industri Pariwisata Oleh. Pengantar Ilmu Pariwisata*, 45.
- Novitasari, A. T. (2022). *Kontribusi umkm terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah*. JABE (Journal of Applied Business and Economic), 9(2), 184-204.
- Pakpahan, C. L. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia* (Doctoral dissertation, Universitas Jambi).
- Primawatih, E. (2021). *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Karyawan* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Saba, U. U. (2024). *Studi Dampak Ekonomi Digital terhadap Pertumbuhan Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)*. JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis, 2(02), 46-51.
- UMSU Fakultas Ekonomi dan Bisnis , 2023. *Ekonomi Kreatif: Pengertian, Ciri-Ciri, Manfaat Dan Contohnya* [online] (diupdate 19 juni 2023) tersedia di :<https://feb.umsu.ac.id/ekonomi-kreatif-pengertian-ciri-ciri-manfaat-dan-contohnya/> [Diakses pada tanggal 5 April 2025].
- Zainarti, Z., Panjaian, C. N., Tanjung, D. A. A., & Syahputra, R. A. (2024). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (Umk) Di Daerah Tujuan Dalam Perspektif Ekonomi Islam Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Pedagang Kaki Lima*. Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi, 1(3), 473-485.