



## Transformasi UMKM Melalui Industri Kreatif: Pendekatan Untuk Meningkatkan Daya Saing dan Inovasi

Andy Endra Krisna

Universitas Katolik Widya Karya, Indonesia

Jalan Bondowoso no. 2 Malang

Korespondensi penulis: [krisna@widyakarya.ac.id](mailto:krisna@widyakarya.ac.id)

**Abstract.** *This study explores the role of creative industries in transforming Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Indonesia to increase competitiveness and innovation. MSMEs are important pillars in the national economy, but they face significant challenges in the era of globalization, such as increasing competition and limitations in resources and market access. The creative industry can act as a catalyst that helps MSMEs innovate and adapt their products and services to evolving market needs. This study analyzes the potential synergy between MSMEs and creative industries to generate added value through creativity, unique skills, and innovative approaches. The results of the analysis show that creative approaches enable MSMEs to strengthen their market position and make significant contributions to the national economy. The implications of these findings highlight the importance of government and related sector support in providing a conducive ecosystem for collaboration, access to technology, and capacity building. This study provides insights into relevant strategies and policies to promote the sustainability and growth of MSMEs through innovation integrated with the creative industry.*

**Keywords:** *Creative Industry, Innovation, Transformation of MSMEs*

**Abstrak.** Studi ini mengeksplorasi peran industri kreatif dalam mentransformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia untuk meningkatkan daya saing dan inovasi. UMKM merupakan pilar penting dalam perekonomian nasional, tetapi mereka menghadapi tantangan yang signifikan di era globalisasi, seperti meningkatnya persaingan dan keterbatasan sumber daya dan akses pasar. Industri kreatif dapat bertindak sebagai katalis yang membantu UMKM berinovasi dan mengadaptasi produk dan layanan mereka dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Studi ini menganalisis potensi sinergi antara UMKM dan industri kreatif untuk menghasilkan nilai tambah melalui kreativitas, keterampilan unik, dan pendekatan inovatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan kreatif memungkinkan UMKM untuk memperkuat posisi pasar mereka dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Implikasi dari temuan ini menyoroti pentingnya dukungan pemerintah dan sektor terkait dalam menyediakan ekosistem yang kondusif untuk kolaborasi, akses ke teknologi, dan pengembangan kapasitas. Studi ini memberikan wawasan tentang strategi dan kebijakan yang relevan untuk mempromosikan keberlanjutan dan pertumbuhan UMKM melalui inovasi yang terintegrasi dengan industri kreatif.

**Kata Kunci:** Inovasi, Industri Kreatif, Transformasi UMKM.

### 1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dalam Ekonomi Nasional memiliki peran yang krusial dalam perekonomian nasional. Terutama dalam menciptakan lapangan kerja, mendukung pertumbuhan ekonomi, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagai sektor usaha yang menyerap sebagian besar tenaga kerja, UMKM membantu mengurangi angka pengangguran. Selain itu juga berkontribusi pada stabilitas sosial dan ekonomi. UMKM juga memainkan peran penting dalam mendistribusikan pendapatan dan

menciptakan kesempatan ekonomi di berbagai wilayah. Hal ini termasuk menciptakan perekonomian di daerah terpencil yang sulit dijangkau oleh industri besar (Syahira et al., 2024)(Ulfa et al., 2024). Dalam kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), UMKM juga memberikan dampak signifikan terhadap daya tahan ekonomi. Dampaknya terutama pada masa krisis. Sifatnya yang adaptif dan fleksibel terhadap perubahan pasarlah yang membuatnya seperti itu. Melalui inovasi produk, peningkatan kualitas, dan akses ke pasar global, UMKM dapat memperkuat daya saing ekonomi nasional. Selain itu juga mendorong ekspor, dan menjadi fondasi yang solid untuk pertumbuhan yang berkelanjutan. Dukungan yang tepat dari pemerintah dan berbagai pihak terkait sangat diperlukan. Hal ini untuk memastikan UMKM terus berkembang dan memberikan kontribusi optimal bagi perekonomian nasional (Christina et al., 2021)(Eki et al., 2023).

Tantangan yang Dihadapi UMKM di Era Globalisasi yaitu menghadapi berbagai tantangan kompleks, terutama dalam aspek daya saing, adaptasi teknologi, dan akses ke pasar global. Salah satu tantangan utamanya adalah kemampuan UMKM untuk berinovasi dan bersaing dengan perusahaan besar. Selain itu juga pada produk impor yang lebih terjangkau karena skala produksi yang lebih besar. Tidak hanya itu saja, perkembangan teknologi digital menuntut UMKM untuk segera mengadopsi platform online dan e-commerce. Hal ini dimaksudkan agar dapat menjangkau konsumen secara lebih luas. Akan tetapi, keterbatasan sumber daya dan pengetahuan sering menjadi kendala dalam transformasi digital ini. Akses permodalan yang terbatas juga menghambat kemampuan UMKM untuk melakukan ekspansi dan memperbarui teknologi. Sehingga membuat mereka rentan terhadap perubahan pasar yang cepat. Di sisi lain, keterbatasan pengetahuan mengenai standar internasional, regulasi ekspor, dan preferensi konsumen di luar negeri membatasi potensi UMKM untuk memperluas pangsa pasar mereka secara global. Oleh karena itu, diperlukan dukungan kolaboratif dari pemerintah, lembaga keuangan, dan komunitas bisnis untuk membantu UMKM menghadapi tantangan globalisasi ini melalui peningkatan kapasitas, akses ke teknologi, dan strategi pemasaran (Mohamad,2017).

Industri Kreatif sebagai Katalisator Transformasi UMKM memainkan peran sebagai katalisator penting dalam transformasi UMKM. Industri kreatif itu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap daya saing dan inovasi produk lokal. Sebagai sektor yang mengedepankan kreativitas, estetika, dan inovasi, industri kreatif mampu membantu

UMKM menciptakan nilai tambah melalui desain produk, branding, dan strategi pemasaran yang lebih menarik dan efektif. Kolaborasi dengan industri kreatif memungkinkan UMKM untuk memanfaatkan elemen-elemen kreatif dalam pengembangan produk. Selain itu juga menjadikannya lebih adaptif dan relevan dengan preferensi konsumen modern. Hal ini bukan hanya meningkatkan daya tarik produk di pasar domestik tetapi juga membuka peluang yang lebih luas di pasar global, di mana permintaan terhadap produk-produk unik dan bernilai tinggi semakin meningkat. Dengan dukungan industri kreatif, UMKM dapat lebih mudah mengintegrasikan teknologi digital dalam pemasaran dan distribusi, menjangkau konsumen melalui platform online dan media sosial. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan daya saing UMKM secara signifikan tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif secara keseluruhan, menciptakan efek berkelanjutan yang positif bagi perekonomian nasional. (Cindy et al., 2022)

Peran Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM memegang peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM, terutama di tengah persaingan yang semakin ketat di pasar lokal dan global. Dengan melakukan inovasi, UMKM dapat menciptakan produk atau layanan yang unik dan bernilai tambah, yang membedakan mereka dari pesaing. Inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk, tetapi juga mencakup inovasi dalam proses bisnis, pemasaran, dan manajemen. Misalnya, penerapan teknologi digital dalam operasional UMKM dapat meningkatkan efisiensi, memperluas jangkauan pasar, dan memperbaiki pengalaman pelanggan. Selain itu, inovasi dalam desain produk, kemasan, dan branding memungkinkan UMKM untuk menarik perhatian konsumen yang lebih luas, khususnya di pasar yang sangat dipengaruhi oleh tren dan preferensi konsumen yang terus berubah. Dengan fokus pada inovasi yang berkelanjutan, UMKM dapat menyesuaikan diri dengan perubahan pasar, memenuhi kebutuhan konsumen yang dinamis, dan pada akhirnya, memperkuat posisi mereka di pasar yang sangat kompetitif. Oleh karena itu, inovasi menjadi salah satu kunci utama dalam memastikan kelangsungan hidup dan pertumbuhan UMKM di era globalisasi ini (Kurniawan, 2024).

Potensi Sinergi antara Industri Kreatif dan UMKM sangat besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan daya saing produk lokal. Industri kreatif, yang mengedepankan elemen-elemen inovatif, estetika, dan budaya, dapat memberikan dampak

positif yang signifikan bagi UMKM dengan memperkenalkan pendekatan baru dalam desain produk, pemasaran, dan strategi branding. Melalui kolaborasi ini, UMKM dapat memanfaatkan kreativitas untuk mengembangkan produk yang lebih menarik, unik, dan sesuai dengan tren pasar yang berkembang. Di sisi lain, UMKM memberikan fondasi yang kuat bagi industri kreatif dengan menyediakan produk yang berbasis pada kebutuhan pasar lokal dan spesifik, yang memungkinkan terciptanya produk kreatif yang lebih relevan. Sinergi ini juga membuka peluang bagi UMKM untuk menjangkau pasar global, karena produk yang memiliki nilai seni dan inovasi tinggi cenderung lebih diminati di pasar internasional. Dengan memadukan kekuatan kreatifitas dan ketangguhan UMKM, sinergi ini dapat mendorong keberlanjutan usaha kecil dan menengah sekaligus memperluas kontribusi sektor ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional (Etty et al., 2020)(Ahyuni, 2023).

Dampak Ekonomi dari Transformasi UMKM melalui Pendekatan Kreatif sangat signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal maupun nasional. Pendekatan kreatif memungkinkan UMKM untuk mengembangkan produk yang lebih bernilai tambah, memperkenalkan inovasi, dan menciptakan diferensiasi yang kuat di pasar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan daya saing. Produk yang dihasilkan dengan sentuhan kreatif sering kali memiliki keunikan dan estetika yang membuatnya lebih menarik di pasar, baik domestik maupun internasional. Transformasi ini juga memperluas akses UMKM ke pasar global melalui platform digital dan e-commerce, yang membuka peluang baru untuk ekspor dan memperkenalkan produk Indonesia ke pasar internasional. Selain itu, peningkatan inovasi dan kreativitas dalam produk juga berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, karena UMKM yang berinovasi cenderung membutuhkan tenaga kerja dengan keterampilan yang lebih tinggi. Dengan demikian, melalui pendekatan kreatif, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan daya saingnya, tetapi juga berperan dalam memperkuat perekonomian nasional, menciptakan peluang bisnis baru, dan mendorong pemerataan ekonomi (Ibrahim, 2022).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi dan menganalisis bagaimana transformasi UMKM melalui pendekatan industri kreatif dapat meningkatkan daya saing dan inovasi di pasar global. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi dan praktek terbaik yang dapat diterapkan oleh UMKM dalam mengintegrasikan elemen

kreatif, serta untuk memahami tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses transformasi tersebut. Urgensi dari penelitian ini sangat tinggi, mengingat semakin ketatnya persaingan global dan kebutuhan UMKM untuk beradaptasi dengan tren pasar yang terus berkembang. Dengan mengadopsi pendekatan kreatif, UMKM dapat meningkatkan kualitas produk, efisiensi operasional, dan memperluas jaringan pasar mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang berguna bagi pengusaha UMKM, pemerintah, dan lembaga pendukung lainnya untuk merumuskan kebijakan dan strategi yang mendukung transformasi kreatif. Pada akhirnya nanti hal ini akan memperkuat daya saing UMKM dalam perekonomian global.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### Ekonomi kreatif

Menurut Howkins, ekonomi kreatif merujuk pada aktivitas ekonomi yang mengandalkan ide sebagai input dan output utamanya. Kreativitas, dalam konteks ini, dianggap sebagai konsep atau gagasan yang dapat menghasilkan nilai ekonomi. Sebagai contoh, individu yang memiliki ide-ide kreatif, seperti penyanyi, aktor, atau pencipta lagu, dapat memperoleh pendapatan yang signifikan hanya dengan modal gagasan mereka, yang dilindungi oleh hak cipta dan Hak Kekayaan Intelektual atau HKI (Howkins, 2005).

Florida mengemukakan bahwa konsep industri kreatif dan kelas kreatif dalam masyarakat diperkenalkan dengan tujuan untuk menanggapi kritik tentang eksklusivitas dan elitisme yang mungkin terkandung dalam istilah tersebut. Meskipun ada pandangan yang menganggap kelompok ini sebagai bagian dari kalangan elit, hal tersebut tidak sepenuhnya benar. Sebab, kreativitas tidak terbatas pada kelas tertentu; setiap individu, baik itu pekerja di pabrik kaca mata atau seorang remaja yang memainkan musik hip-hop di gang, memiliki potensi untuk berkreasi. Perbedaannya terletak pada status atau kelas sosial, di mana sebagian orang mampu menghasilkan pendapatan langsung dari hasil kreativitas mereka. Kota-kota atau wilayah yang dapat menciptakan produk inovatif dan baru memiliki potensi besar untuk berkembang dalam sektor ekonomi kreatif (Florida, 2002).

## Pengertian industri kreatif

Industri kreatif dapat dipahami sebagai sektor yang berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan kreativitas serta daya cipta individu, dengan tujuan untuk menciptakan kesejahteraan dan membuka lapangan pekerjaan melalui pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki oleh para pelaku industri (Kemendag, 2007). Seiring dengan berkembangnya sektor ini, industri kreatif telah memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi di berbagai negara. Sejarah mencatat bahwa sektor ekonomi kreatif mulai mendapat perhatian besar setelah Amerika Serikat mencatatkan ekspor hak cipta sebesar 60,18 miliar dolar AS pada tahun 1996, sebuah angka yang melebihi ekspor dari sektor-sektor lainnya, seperti pesawat terbang, pertanian, dan mobil. Hal ini menandakan munculnya gelombang ekonomi kreatif, sebagaimana yang diungkapkan oleh Howkins. Dia menyatakan bahwa industri kreatif, yang dilindungi oleh hukum kekayaan intelektual seperti paten, hak cipta, merek, royalti, dan desain, telah membuka jalan bagi lahirnya ekonomi baru yang berbasis pada inovasi dan kreativitas (Howkins, 2005).

## Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan istilah yang merujuk pada jenis usaha dengan skala yang bervariasi, mulai dari usaha mikro hingga usaha menengah. Usaha mikro adalah usaha yang dikelola secara individual dengan modal dan kapasitas produksi yang terbatas, sedangkan usaha kecil dan menengah memiliki kapasitas yang lebih besar meskipun tetap berada dalam skala yang relatif kecil jika dibandingkan dengan perusahaan besar. UMKM memainkan peran yang sangat penting dalam perekonomian, baik di tingkat lokal maupun nasional. Mereka berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menciptakan lapangan kerja bagi jutaan orang, yang pada gilirannya turut mengurangi tingkat pengangguran. Selain itu, UMKM juga menjadi pendorong inklusi sosial, memberikan peluang kepada berbagai kelompok masyarakat, termasuk mereka yang berada dalam kelompok marginal atau memiliki keterbatasan akses terhadap sumber daya. Keberadaan UMKM membantu menciptakan diversifikasi ekonomi dan memperkuat ketahanan ekonomi dengan cara membangun jaringan bisnis yang lebih luas dan beragam. Oleh karena itu, keberlanjutan dan perkembangan UMKM sangat penting untuk memastikan stabilitas ekonomi jangka

panjang dan mengurangi kesenjangan sosial di masyarakat (Hastriana, 2024)(Hasibuan, 2024).

Berdasarkan definisi yang diberikan oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha yang dikelola oleh satu atau lebih warga negara Indonesia dengan aset atau penjualan tahunan yang memenuhi kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh pemerintah. Menurut Direktorat Jenderal Pembinaan dan Pengembangan Usaha Kecil Menengah, UMKM mencakup perusahaan yang memiliki jumlah pekerja tidak melebihi 200 orang dan dengan total aset yang tidak lebih dari Rp 10 miliar. Lebih lanjut, dalam Peraturan Menteri Koperasi dan UKM Nomor 17/Per/M.KUKM/XII/2015, ada ketentuan yang lebih rinci mengenai batasan aset bagi setiap kategori usaha, di mana usaha mikro memiliki aset maksimal Rp 500 juta, usaha kecil hingga Rp 10 miliar, dan usaha menengah dapat memiliki aset hingga Rp 50 miliar. Ketentuan ini memberikan gambaran yang jelas mengenai klasifikasi UMKM di Indonesia, yang tidak hanya berfokus pada jumlah pekerja, tetapi juga memperhatikan kapasitas keuangan dan aset yang dimiliki oleh usaha tersebut. Dengan demikian, UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian Indonesia, baik dari segi pemberdayaan ekonomi lokal maupun kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja (Novitasari, 2022)(Putri et al., 2024).

Pemerintah, bersama dengan berbagai lembaga terkait, memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Sebagai bagian dari upaya untuk memperkuat sektor UMKM, sejumlah dukungan strategis sering diberikan, yang meliputi pelatihan kewirausahaan, pemberian akses terhadap modal usaha, pendampingan bisnis, serta fasilitasi akses ke pasar yang lebih luas. Program-program ini bertujuan untuk membantu pelaku UMKM meningkatkan kapasitas dan kemampuan usaha mereka, sehingga dapat bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Salah satu tujuan utama dari dukungan tersebut adalah untuk mendorong pertumbuhan UMKM yang lebih cepat, yang pada gilirannya dapat menciptakan lebih banyak peluang kerja dan mengurangi tingkat pengangguran, terutama di daerah-daerah yang memiliki tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap sektor informal. Selain itu, dukungan ini juga diharapkan dapat memperkuat sektor ekonomi yang lebih inklusif, dengan memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat

yang memiliki keterbatasan akses terhadap sumber daya ekonomi formal. Oleh karena itu, keberlanjutan dan efektivitas program dukungan terhadap UMKM sangat penting dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang lebih seimbang dan berkembang secara berkelanjutan (Isnaini et al., 2024).

### Karakteristik UMKM

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki sejumlah karakteristik yang membedakannya secara signifikan dari perusahaan besar. Salah satu ciri utama UMKM adalah terbatasnya modal yang dimiliki, yang sering kali menjadi tantangan utama bagi pengusaha di sektor ini. Banyak usaha kecil dan menengah yang dimulai dengan modal pribadi yang terbatas, seringkali mengandalkan dana pribadi atau pinjaman kecil dari keluarga dan teman dekat sebagai sumber pendanaan awal. Selain itu, UMKM umumnya memiliki jumlah karyawan yang relatif kecil, dengan tenaga kerja yang lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar. Pasar yang dijangkau oleh UMKM pun cenderung bersifat lokal atau regional, meskipun ada beberapa yang berhasil memperluas jangkauan hingga ke tingkat nasional bahkan internasional. Meskipun demikian, sebagian besar UMKM tetap berfokus pada memenuhi permintaan pasar lokal di mana mereka berada. Dalam hal inovasi dan fleksibilitas, UMKM memiliki keunggulan kompetitif karena mampu dengan cepat menyesuaikan produk atau layanan mereka sesuai dengan perubahan tren pasar dan kebutuhan konsumen. Keunggulan lainnya adalah tingkat kepemilikan yang umumnya lebih tinggi oleh individu atau keluarga, yang menjadikan manajemen usaha lebih personal dan memungkinkan pemilik untuk terlibat langsung dalam setiap aspek operasional. Dengan ciri-ciri ini, UMKM menunjukkan ketangguhan dan kemampuan beradaptasi yang tinggi, meskipun dengan sumber daya yang terbatas, sehingga menjadikannya sebagai salah satu pilar utama dalam perekonomian banyak negara (Putra, 2023)(Supriandi, 2022)(Nada, 2022).

### Klasifikasi UMKM

Peraturan Pemerintah (PP) mengenai Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang diatur dalam Pasal 35 hingga Pasal 36, memberikan pedoman mengenai kriteria yang digunakan untuk mengklasifikasikan UMKM. Kriteria utama yang digunakan adalah modal usaha atau hasil penjualan tahunan. Untuk UMKM yang baru didirikan setelah PP ini berlaku, pengelompokan dilakukan berdasarkan modal usaha yang dimiliki. Usaha

Mikro didefinisikan sebagai usaha dengan modal usaha maksimal Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), sementara Usaha Kecil memiliki modal usaha lebih dari satu miliar rupiah hingga maksimal Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah), dan Usaha Menengah memiliki modal usaha lebih dari lima miliar rupiah hingga maksimal Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah). Semua nilai nominal ini tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain kriteria modal, kementerian atau lembaga negara juga dapat mempertimbangkan faktor lain seperti omzet, kekayaan bersih, nilai investasi, jumlah tenaga kerja, insentif dan disinsentif, kandungan lokal, serta penerapan teknologi ramah lingkungan yang relevan dengan sektor usaha tertentu. Di sisi lain, bagi UMKM yang sudah beroperasi sebelum PP ini diberlakukan, pengelompokan dilakukan berdasarkan hasil penjualan tahunan. Usaha Mikro dalam kategori ini memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah), Usaha Kecil memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari dua miliar rupiah hingga maksimal Rp15.000.000.000,00 (lima belas miliar rupiah), dan Usaha Menengah memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari lima belas miliar rupiah hingga maksimal Rp50.000.000.000,00 (lima puluh miliar rupiah). Kriteria-kriteria tersebut tentu dapat disesuaikan dengan perkembangan ekonomi yang ada. Kriteria yang telah ditetapkan untuk mengklasifikasikan UMKM, yang mencakup batasan modal usaha dan hasil penjualan tahunan, memiliki fleksibilitas untuk disesuaikan dengan perubahan kondisi perekonomian yang terjadi. Hal ini dimaksudkan agar regulasi terkait UMKM tetap relevan dan dapat mencerminkan dinamika ekonomi yang berkembang. Selain kriteria utama yang berbasis pada modal usaha dan pendapatan tahunan, Pasal 36 dalam Peraturan Pemerintah tentang UMKM juga memberikan ruang bagi kementerian atau lembaga negara untuk menggunakan sejumlah kriteria tambahan. Beberapa kriteria tersebut termasuk omzet, yang mencerminkan pendapatan usaha dalam periode tertentu, kekayaan bersih yang menunjukkan kesehatan finansial perusahaan, serta nilai investasi yang mengindikasikan komitmen modal dalam pengembangan usaha. Selain itu, jumlah tenaga kerja juga menjadi salah satu pertimbangan penting, mengingat peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja. Di sisi lain, faktor-faktor seperti insentif dan disinsentif yang diberikan oleh pemerintah, kandungan lokal dalam produk yang dihasilkan, serta penerapan teknologi ramah lingkungan, juga dapat mempengaruhi status dan klasifikasi UMKM. Penggunaan kriteria-kriteria tersebut memungkinkan penilaian

yang lebih komprehensif dan kontekstual terhadap UMKM, sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan sektor usaha yang bersangkutan, guna mendukung kebijakan pengembangan UMKM yang lebih spesifik dan tepat sasaran (Lubis, 2023)(Hemas et al., 2021).

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode studi pustaka, yang melibatkan serangkaian kegiatan seperti membaca, mencatat, menganalisis, dan mengumpulkan data dari berbagai sumber pustaka. Terdapat empat karakteristik utama yang membedakan penelitian berbasis studi pustaka. Pertama, dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada teks atau data angka yang ada, tanpa perlu memiliki pengetahuan langsung mengenai lapangan penelitian. Kedua, data pustaka yang digunakan dalam penelitian ini bersifat siap pakai. Ini berarti bahwa peneliti tidak perlu melakukan observasi langsung di lapangan karena sumber informasi yang relevan sudah tersedia dalam bentuk tulisan atau dokumen yang ada di perpustakaan. Ketiga, data pustaka yang digunakan umumnya merupakan sumber sekunder, yang berarti informasi yang diperoleh oleh peneliti bersumber dari tulisan atau hasil penelitian orang lain, bukan data primer yang diperoleh langsung dari lapangan. Keempat, penelitian ini tidak terikat oleh batasan waktu atau ruang, memungkinkan peneliti untuk mengakses data dari berbagai periode atau lokasi yang berbeda. Oleh karena itu, pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menelusuri dan mengkaji berbagai jurnal, buku, serta dokumen-dokumen baik dalam bentuk cetak maupun elektronik yang relevan dengan topik yang diteliti (Zed, 2014).

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan bahasan yang telah diuraikan sebelumnya, penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran industri kreatif dalam mendukung transformasi dan daya saing UMKM. Seperti yang telah dijelaskan, UMKM memegang peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional, baik dari segi penciptaan lapangan pekerjaan maupun sebagai penggerak ekonomi lokal. Namun, seiring dengan semakin ketatnya persaingan global, UMKM dihadapkan pada berbagai tantangan, termasuk keterbatasan sumber daya, kemampuan untuk berinovasi, serta akses ke pasar

yang lebih luas. Di sinilah industri kreatif berperan sebagai katalisator yang memungkinkan UMKM untuk meningkatkan daya saingnya, terutama melalui pemanfaatan ide-ide inovatif yang dapat menambah nilai produk dan layanan mereka.

Selanjutnya, analisis menunjukkan bahwa UMKM yang berfokus pada industri kreatif cenderung lebih fleksibel dalam menanggapi perubahan tren pasar. Hal ini memberikan keuntungan tersendiri, karena mereka mampu beradaptasi dengan cepat dan menghadirkan produk atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Misalnya, penggunaan teknologi digital dalam pemasaran, yang memungkinkan UMKM untuk memperluas jangkauan pasar tanpa memerlukan modal besar, menjadi salah satu contoh penting dari aplikasi strategi inovatif dalam industri kreatif. Selain itu, kemampuan UMKM untuk menjaga hubungan yang lebih personal dengan konsumen juga menjadi salah satu keunggulan yang tidak dimiliki oleh perusahaan besar.

Namun, meskipun potensi besar ditawarkan oleh industri kreatif, UMKM juga harus menghadapi berbagai hambatan, termasuk kurangnya akses terhadap pembiayaan dan keterbatasan dalam hal sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang kreatif dan teknologi. Oleh karena itu, penguatan kapasitas melalui pelatihan dan akses yang lebih luas terhadap sumber daya dan pasar global menjadi kunci untuk mendorong pertumbuhan UMKM. Dukungan pemerintah dan lembaga terkait juga penting untuk mempercepat transformasi UMKM ini, dengan kebijakan yang dapat memberikan insentif bagi pengusaha kreatif, baik dari segi pendanaan, teknologi, maupun pemasaran.

Implikasi dari penelitian ini sangat relevan dalam konteks pengembangan UMKM ke depan, di mana sektor industri kreatif dapat menjadi salah satu pilar utama untuk memperkuat daya saing dan meningkatkan kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara sektor pemerintah, swasta, dan masyarakat untuk mewujudkan ekosistem yang mendukung pertumbuhan UMKM kreatif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi terhadap literatur teori, tetapi juga memberikan wawasan praktis yang dapat diterapkan oleh pengambil kebijakan dan pelaku usaha UMKM.

Melanjutkan pembahasan sebelumnya, penting untuk menyoroti bahwa sinergi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas kreatif dapat menciptakan peluang yang lebih besar bagi UMKM untuk berkembang, terutama dalam menghadapi tantangan

globalisasi dan persaingan internasional. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah peningkatan fasilitas pendanaan dan dukungan teknologi untuk UMKM yang bergerak dalam industri kreatif. Misalnya, penyediaan akses terhadap modal usaha yang lebih mudah dan fleksibel akan memungkinkan pelaku UMKM untuk berinvestasi dalam pengembangan produk yang lebih inovatif dan meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat bersaing di pasar internasional.

Selain itu, implementasi teknologi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan dapat menjadi pembeda bagi UMKM yang bergerak di sektor industri kreatif. Mengingat tren global yang semakin menuntut keberlanjutan, UMKM yang mampu mengadopsi dan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi hijau atau ramah lingkungan dalam produksinya akan memiliki daya tarik tersendiri, baik di pasar domestik maupun internasional. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah untuk memberikan insentif bagi UMKM yang berinovasi dalam hal ini, sehingga mereka tidak hanya dapat bertahan, tetapi juga tumbuh di tengah persaingan yang semakin ketat.

Dalam konteks ini, faktor yang tidak kalah penting adalah pemberdayaan sumber daya manusia yang terampil di bidang teknologi dan desain kreatif. UMKM perlu memperkuat kapasitas internal mereka melalui pelatihan-pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan teknis dan kreativitas yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk yang kompetitif. Kerjasama dengan institusi pendidikan, lembaga pelatihan, serta industri kreatif lainnya dapat menjadi langkah konkret dalam meningkatkan kemampuan SDM UMKM, yang pada gilirannya akan memperkuat daya saing mereka di pasar global.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa untuk meningkatkan daya saing UMKM melalui pendekatan industri kreatif, diperlukan penguatan di berbagai aspek. Transformasi ini tidak hanya bergantung pada inovasi produk, tetapi juga pada penguatan struktur organisasi, kemampuan pemasaran digital, serta pemanfaatan sumber daya alam dan manusia yang optimal. Oleh karena itu, UMKM harus mempersiapkan diri untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat di dunia bisnis global, yang sangat bergantung pada kreativitas, teknologi, dan keberlanjutan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif memegang peranan penting dalam mendorong transformasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan mereka di pasar global. Pendekatan berbasis kreativitas memberikan peluang bagi UMKM untuk berinovasi, mengembangkan produk yang lebih kompetitif, dan memperluas jangkauan pasar, baik secara domestik maupun internasional. Pemerintah, sektor swasta, dan komunitas kreatif memiliki peran kunci dalam menciptakan ekosistem yang mendukung UMKM, terutama dalam aspek pendanaan, teknologi, pelatihan keterampilan, serta penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan.

Selain itu, sinergi antara pemangku kepentingan ini dapat menghasilkan kebijakan yang lebih inklusif dan mendorong UMKM untuk berkembang lebih pesat dalam menghadapi tantangan globalisasi. Di sisi lain, penerapan teknologi ramah lingkungan, peningkatan kapasitas SDM, dan akses yang lebih baik terhadap pasar internasional merupakan faktor penting yang harus diperhatikan untuk menciptakan UMKM yang tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang dalam ekosistem ekonomi global yang semakin kompetitif.

Secara keseluruhan, transformasi UMKM melalui industri kreatif membutuhkan pendekatan yang komprehensif, menggabungkan inovasi produk, peningkatan kapasitas, serta pemanfaatan teknologi dan keberlanjutan. Dengan dukungan yang tepat, UMKM dapat mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada untuk mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan, serta berkontribusi lebih besar pada perekonomian nasional dan global.

Untuk meningkatkan daya saing dan inovasi, UMKM disarankan untuk mengembangkan kapasitas dan kreativitas mereka melalui pelatihan serta kolaborasi dengan pelaku industri kreatif, yang dapat memberikan inspirasi dalam pemasaran dan desain produk. Pemanfaatan teknologi digital, khususnya media sosial dan e-commerce, sangat penting agar jangkauan pasar semakin luas dan promosi lebih efektif. Pendekatan berkelanjutan dalam inovasi juga diperlukan agar UMKM dapat menjaga relevansi di pasar. Selain itu, dukungan kebijakan dari pemerintah, seperti regulasi yang mendukung, akses permodalan, dan program pelatihan yang sesuai, diperlukan untuk menciptakan

ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan UMKM. Kolaborasi erat dengan industri kreatif akan memberikan nilai tambah pada produk atau layanan, sehingga meningkatkan daya tarik di mata konsumen.

## 6. DAFTAR REFERENSI

- Ahyuni, S. (2023). Strategi pendampingan industri kreatif menengah kerajinan Baduy berbasis local wisdom: Tinjauan model triple helix. *Journal of SocioCultural Sustainability and Resilience*, 1(1). Retrieved from <https://www.journal-iasssf.com/index.php/JSCSR/article/view/164>
- Christina, S. R., & Rahayudi. (2021). Inovasi dan daya saing UMKM di era new normal: Dari triple helix model ke quadruple helix model Bayu. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan JMDK*, 9(2). Retrieved from <https://eprints.unmer.ac.id/id/eprint/3338>
- Cindy, W. O., et al. (2022). Manajemen SDM perangkat desa dan dampaknya terhadap pertumbuhan UMKM di Indonesia. *Komitmen: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/komitmen/article/view/22728>
- Eki, C., et al. (2023). Sanskara ekonomi dan kewirausahaan, 1(02). Retrieved from <https://sj.eastasouth-institute.com/index.php/sek/article/view/88>
- Etty, I., et al. (2020). Model strategi penguatan daya saing industri kreatif pariwisata bernilai kearifan lokal. *Deepublish*. Retrieved from <https://repository.undha.ac.id/843>
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. Basic Books.
- Hasibuan, R. M. A.-H. (2024). Pengaruh kesenjangan sosial terhadap stabilitas ekonomi. *Circle Archive*, 1(5). Retrieved from <https://www.circle-archive.com/index.php/carc/article/download/209/208>
- Hastriana, A. Z. (2024). Dampak pendapatan usaha kecil menengah terhadap kesejahteraan pekerja dalam perspektif ekonomi syariah: Studi pekerja perempuan tape singkong Desa Pordapor Kecamatan Guluk-Guluk. *Inisiatif Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1). Retrieved from <https://jurnaluniv45sby.ac.id/index.php/Inisiatif/article/view/2101>
- Hemas, C., & Jaeni. (2021). Determinan kebijakan pemerintah sebagai solusi keberlangsungan usaha UMKM di tengah pandemi COVID-19. *AKSES: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(1). Retrieved from <https://publikasiilmiah.unwas.ac.id/AKSES/article/view/4469>

- Howkins, J. (2005). *The creative economy: Knowledge-driven economic growth*. Jodhpur, India.
- Ibrahim, H. R. (2022). Pemberdayaan usaha mikro kecil menengah melalui pendekatan inovasi sosial dan collaborative governance. *Ilmu Dan Budaya*, 43(1). Retrieved from <https://journal.unas.ac.id/ilmu-budaya/article/view/1532>
- Isnaini, H., & Nawawi, M. (2024). Transformasi paradigma pembangunan ekonomi: Membangun masa depan berkelanjutan melalui perspektif ekonomi syariah Zuhri. *Ekonomis Journal of Economics and Business*, 8(1). Retrieved from <https://ekonomis.unbari.ac.id/index.php/ojsekonomis/article/view/1703>
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2007). *Studi industri kreatif Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan RI.
- Kurniawan, B. (2024). Pelatihan UMKM makanan kemasan kering di Ungaran Kabupaten Semarang. *SABAJAYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01). Retrieved from <https://journal.sabajayapublisher.com/index.php/jpkm/article/view/253>
- Lubis, A. L. (2023). Implementasi penyaluran dana bantuan langsung tunai bagi UMKM pada masa pandemi di Kota Tangerang Selatan. *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 7(1). Retrieved from <https://ejournal.mandalanursa.org/index.php/JISIP/article/view/4435>
- Mohamad, N. U. (2017). Kajian strategi pengembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kota Tarakan. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*, 13(2). Retrieved from <https://jurnal.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/55>
- Nada, T. I. (2022). Menelisik ketahanan kewirausahaan dan ketahanan organisasi menuju UMKM tangguh di Kabupaten Semarang. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 4(1). Retrieved from <https://sinov.semarangkab.go.id/index.php/sinov/article/view/213>
- Novitasari, A. T. (2022). Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi era digitalisasi melalui peran pemerintah. *Journal of Applied Business Economics*, 9(2).
- Putra, I. J. (2023). Strategi ketahanan untuk keberlanjutan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam perspektif syariah di Kota Solok. *AdDeenar Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 7(02). Retrieved from <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/ad/article/view/5122>
- Putri, S. I., et al. (2024). *MUQADDIMAH: Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Dan Bisnis*, 2(2). Retrieved from <https://ejournalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/MUQADDIMAH/article/download/716/725>

- Supriandi, S. (2022). Pengaruh modal sosial, kapabilitas finansial, dan orientasi kewirausahaan terhadap daya saing bisnis berkelanjutan serta implikasinya pada kinerja UMKM industri kuliner di Kota Sukabumi. (Doctoral dissertation). Nusa Putra. Retrieved from <https://repository.nusaputra.ac.id/id/eprint/493/1/SUPRIADI%20MNJ22.pdf>
- Syahira, K., et al. (2024). *Journal of Economics and Business*, 2(1). Retrieved from <https://jurnal.dokicti.org/index.php/ECONIS/article/view/471>
- Ulfa, R. N., et al. (2024). *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 1(2). Retrieved from <https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- Zed, M. (2014). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.