

Strategi Pengembangan Distribusi Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jambi

Nova Erliyana¹, Dimas Ilham Cahya², Aditya Nasrullah³, Maya Lisdiana⁴, Khismil Masrur Roikha⁵, Faiiza Putri Codia⁶, Fahrurrozi⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

ARTICLE INFO

Keywords:

Ekonomi Kreatif,
Strategi Pengembangan,
Sumber Daya Manusia

Email :

Novaerliyana@uinjambi.ac.id
dimasilham2807@gmail.com
codiafaiiza@gmail.com
adiyanasrullah718@gmail.com
mayalisdiana05@gmail.com
rpahrur632@gmail.com
khismilmasrurroikha@gmail.com

ABSTRACT

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep era ekonomi baru yang memperkuat informasi dan kreativitas, dengan menggunakan ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Keberadaan ekonomi kreatif sangat penting bagi pemerintah untuk memperkuat perekonomian khususnya sektor riil. Industri kreatif sendiri dapat mendukung perekonomian lokal dan mendukung pembangunan daerah dalam jangka panjang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang mendeskripsikan suatu fenomena yang menjadi dasar utama dilakukan penelitian ini. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah studi kepustakaan. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Memberikan insentif pada pelaku usaha, 2) Membuat roadmap ekonomi kreatif, 3) Mengadakan pelatihan ekonomi kreatif, 4) Memberikan perlindungan hukum untuk produk ekonomi kreatif, 5) Mempersiapkan investor untuk pengembangan, 6) Membuat event marketing untuk memperkenalkan produk ekonomi kreatif.

Copyright © 2024 Jurnal JEAMI. All rights reserved is Licensed under a [Creative Commons Attribution- NonCommercial 4.0 International License \(CC BY-NC 4.0\)](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Indonesia mempunyai peluang besar untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional melalui pengembangan industri kreatif. Pelaku ekonomi di sektor industri kreatif menyumbang porsi terbesar dari seluruh aktivitas perekonomian masyarakat Indonesia. Indonesia juga akan mengalami bonus demografi pada tahun 2035, dengan populasi usia kerja diperkirakan akan melebihi 60% pada tahun 2030, dimana 27% diantaranya adalah generasi muda berusia 16-30 tahun. (Destemi & Bafadhal, 2019) Generasi muda Indonesia ini berpotensi menjadi wirausaha dan pekerja dengan bakat kreatif serta kemampuan menggerakkan dinamika ekonomi, sosial, dan budaya. Peluang tersebut juga didukung oleh masih banyak daerah dan daerah yang memiliki potensi sumber daya yang besar namun belum dikembangkan secara optimal.

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep era ekonomi baru yang memperkuat informasi dan kreativitas, dengan menggunakan ide dan pengetahuan sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama. Keberadaan ekonomi kreatif sangat penting bagi pemerintah untuk memperkuat perekonomian khususnya sektor riil. Kekuatan industri kreatif bergantung pada keunggulan sumber daya manusia yang lahir dari ide-ide kreatif yang dihasilkan oleh pemikiran manusia (Mayasari, 2019).

Industri kreatif memberikan nilai tambah karena mewujudkan pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas. Pembangunan berkelanjutan mengacu pada lingkungan ekonomi yang kompetitif dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan. Dengan kata lain, ekonomi kreatif merupakan wujud semangat kelangsungan hidup yang sangat penting bagi negara-negara maju dan menawarkan peluang serupa bagi negara-negara berkembang (Swastuti & Pudjiarti, 2020). Pesan besar dari industri kreatif adalah memanfaatkan sumber daya ide, bakat, dan kreativitas yang tak terbatas, bukan hanya sumber daya terbarukan. Konsep ini telah merangsang minat untuk melakukan penelitian mengenai industri kreatif di berbagai negara dan menjadikan industri kreatif sebagai model utama pembangunan ekonomi (Aysa, 2020).

Di Indonesia sendiri, kehadiran industri kreatif berpotensi memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, menciptakan lingkungan bisnis yang positif, memperkuat citra dan identitas negara, meningkatkan keunggulan kompetitif, dan menghasilkan dampak sosial yang positif dengan menyembunyikan seksualitasnya. Pada dasarnya negara Indonesia mempunyai sumber daya kreatif. Bagi sebagian besar masyarakat Indonesia, berkarya sepertinya sudah menjadi gaya hidup. Bahkan ada pula yang menciptakan produk yang mampu bersaing di pasar dunia, bersaing dengan produk negara lain dan memberikan peluang untuk memperluas pasarnya. Di tengah resesi ekonomi global, Indonesia perlu mencari jalan keluarnya dengan mengembangkan industri kreatifnya.

Industri kreatif ini mampu bertahan dari krisis karena mengandalkan inovasi dan kreativitas. Ekonomi kreatif terdiri dari berbagai elemen seperti kreativitas dan sumber daya manusia. Terkait dengan unsur kreativitas, industri kreatif bertujuan untuk menciptakan inovasi produk baru dan berkualitas. Sementara dari sisi sumber daya manusia, industri kreatif berupaya mengembangkan dan meningkatkan inovasi produk agar mudah diperoleh konsumen (Daulay, 2018).

Sebagai pilihan baru dalam merevitalisasi perekonomian nasional, sektor industri kreatif mendukung penciptaan nilai tambah produk dalam negeri dan pengembangan jasa kreatif yang dapat mendukung pertumbuhan perekonomian Indonesia. Industri kreatif dapat memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian nasional, baik dalam hal penciptaan nilai, lapangan kerja, peluang usaha, dan keterkaitan antar sektor.

Meluasnya kegiatan kreatif di berbagai daerah dan semakin besarnya semangat kota dan daerah untuk menjadi kota kreatif juga menunjukkan bahwa industri kreatif telah berperan dalam kegiatan perekonomian nasional. Secara umum setiap daerah mempunyai potensi produk yang dapat dikembangkan dan dikembangkan lebih lanjut, termasuk dalam bidang pendidikan. Perlu mengedepankan keunikan dan keistimewaan produk lokal serta menambahkan unsur kreativitas dengan sentuhan teknologi. Selain itu, pelatihan khusus diperlukan untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan ide.

Berdasarkan pemetaan industri kreatif yang dilakukan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, terdapat 14 subsektor industri kreatif di Indonesia: periklanan, arsitektur,

pasar seni, kerajinan tangan, desain, fesyen, video, film, fotografi, dan permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan perangkat lunak, televisi dan radio, penelitian dan pengembangan. Pertumbuhan ekspor industri kreatif tahun 2006-2009 tercatat sebesar 2,9 % kemudian ditahun 2015 telah meningkat menjadi 16 subsektor yaitu kuliner, fashion, kriya atau kerajinan tangan, televisi dan radio, penerbitan, arsitektur, aplikasi dan game developer, periklanan, musik, fotografi, seni pertunjukan, desain produk, seni rupa, desain interior, film, serta desain komunikasi visual.

Industri kreatif sendiri dapat mendukung perekonomian lokal dan mendukung pembangunan daerah dalam jangka panjang. Aktifnya sektor keuangan dan intervensi pemerintah untuk mendukung keberhasilan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi harus dihidupkan kembali untuk mendukung para pelaku ekonomi kreatif. Sumber utama industri kreatif sendiri adalah modal para pelaku industri kreatif. Hal ini juga menjadi kendala karena modal bukanlah faktor utama, namun kreativitas menjadi penggerak utama industri kreatif.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian mendalam mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, peneliti mencoba mengkaji lebih dalam mengenai fenomena tersebut dengan judul penelitian "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Provinsi Jambi" Adapun tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui apa saja strategi-strategi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi Jambi dalam mengembangkan industri ekonomi kreatif di berbagai sektor yang ada di Provinsi Jambi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu studi kepustakaan. Menurut Sugiyono (2017) Studi kepustakaan merupakan kajian teori, bibliografi, dan kepustakaan ilmiah lainnya yang berkaitan dengan budaya, nilai, dan norma yang berkembang dalam konteks sosial yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menelaah sumber-sumber tertulis seperti jurnal ilmiah maupun sumber-sumber lainnya yang berkaitan dengan strategi pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi.

Ekonomi kreatif terdiri dari dua kata: ekonomi dan kreatif. Istilah ekonomi berasal dari kata Yunani koikonomia. Kata ini berasal dari dua kata: oikos dan nomos. Oikos artinya rumah dan nomos artinya mengatur. Arti asli oikonomia adalah pengurusan rumah tangga. Kemudian dengan berkembangnya ilmu ekonomi menjadi suatu ilmu pengetahuan, maka makna aslinya berkembang menjadi makna baru.

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas, serta didasarkan pada ide, persepsi, dan pengetahuan yang berasal dari faktor produksi sumber daya manusia. Menurut Kementerian Perdagangan RI (2009), ekonomi kreatif diartikan sebagai wujud upaya pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas, dan pembangunan berkelanjutan adalah perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan, yang peduli terhadap lingkungan hidup (Rusfa & Hasanah, 2022)

Konsep ekonomi kreatif diperkenalkan oleh John Howkins pada tahun 2001 dalam bukunya yang berjudul "*Ekonomi Kreatif: Bagaimana Orang Menghasilkan Uang dari Ide*". John Hawkins mendefinisikan industri kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang menempatkan kreativitas, warisan budaya, dan lingkungan sebagai prioritas utama masa depan. Proses

menciptakan nilai dan memberi nilai tambah pada perekonomian berdasarkan kreativitas, keberagaman dan lingkungan keterampilan ilmiahnya untuk menciptakan produktivitas

Keberhasilan eksploitasi ide kreatif tersebut yang menghasilkan daya jual akan diperoleh Kemampuan untuk meningkatkan perekonomian baik dalam skala kecil (individu atau kelompok) maupun dalam skala besar (wilayah atau negara). Mengingat konsep industri kreatif masih tergolong baru, maka tujuan utama industri kreatif secara umum adalah:

- 1) Peningkatan kontribusi terhadap produk domestik bruto
- 2) Peningkatan nilai ekspor
- 3) Peningkatan lapangan kerja yang didukung oleh penciptaan lapangan kerja baru
- 4) Peningkatan jumlah usaha yang berdaya saing khususnya di sektor industri kreatif
- 5) Pemanfaatan sumber daya alam yang lebih tepat sasaran untuk pembangunan generasi penerus
- 6) Penciptaan nilai ekonomi melalui gagasan dan inovasi, memanfaatkan pengetahuan dan budaya lokal
- 7) Memaksimalkan kawasan kegiatan perekonomian di seluruh daerah
- 8) Pemberian dan penguatan branding produk lokal dan warisan generasi

Jenis-jenis Ekonomi Kreatif

Jenis-jenis Ekonomi Kreatif berdasarkan intruksi presiden nomor 72 Tahun 2015 yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah:

- 1) Periklanan
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan (termasuk proses pembuatan, produksi, dan pendistribusian iklan)
- 2) Arsitektur
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa perencanaan konstruksi, perencanaan biaya konstruksi, pelestarian bangunan terdaftar, pengawasan konstruksi komprehensif dari tingkat makro hingga mikro (misalnya arsitektur taman , desain interior, dll).
- 3) Desain
Kegiatan yang berkaitan dengan produksi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, jasa konsultasi identitas perusahaan dan riset pasar, serta produksi pengemasan dan jasa pengemasan.
- 4) Pasar Barang Seni
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan produk asli, unik, dan langka yang bernilai seni dan estetika tinggi melalui lelang, galeri, toko, supermarket, dan internet.
- 5) Kerajinan
Merupakan kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan pendistribusian produk yang dibuat dan diproduksi oleh perajin, mulai dari desain awal hingga produk jadi, dan meliputi khususnya kerajinan tangan yang terbuat dari: buah perhiasan, serat alam dan buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga, perunggu, besi), kayu, kaca, porselen, tekstil, marmer, tanah liat, kapur.
- 6) Musik
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukkan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.

- 7) Fesyen
Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya.
- 8) Permainan Interaktif
Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan, dan edukasi.
- 9) Video, Film dan Fotografi
Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film
- 10) Layanan Komputer dan Piranti Lunak
Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi.
- 11) Riset dan Pengembangan
Industri kreatif dalam penelitian dan pengembangan mencakup kegiatan kreatif yang terkait dengan perusahaan inovatif yang melakukan penemuan ilmu pengetahuan dan teknologi, meningkatkan produk, menciptakan produk baru, proses baru, bahan baru, alat baru, metode baru, penerapan ilmu pengetahuan dan pengetahuan untuk menyediakan teknologi baru dapat memenuhi kebutuhan pasar.
- 12) Penerbitan dan Percetakan
Meliputi kegiatan kreatif yang berkaitan dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, dan tabloid.
- 13) Seni Pertunjukan
Yakni kegiatan kreatif yang berhubungan dengan seni drama, teater dan karawitan, serta tari.
- 14) Televisi dan Radio
Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan, penyiaran dan transmisi televisi dan radio.
- 15) Industri Kuliner
Yakni kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kuliner/masakan/makanan ciri khas Indonesia.
- 16) Aplikasi dan Game Developer
Yakni kegiatan kreatif yang meliputi kegiatan kreatif yang terkait dengan digitalisasi pada pengembangan aplikasi atau game.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif muncul dari kreativitas masyarakat dan dapat membangun keterampilan sebagai modal utama untuk menciptakan barang dan jasa yang bernilai ekonomi. Kapasitas masyarakat didukung oleh karakteristik budaya, sumber daya alam, bahkan geografi tempat tinggal masyarakat.

Industri kreatif mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional dan global, baik dalam aspek ekonomi maupun non-ekonomi dalam kehidupan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), dampak secara umum merujuk pada pengaruh kuat yang menghasilkan dampak positif atau negative. Oleh karena itu, dampak dalam industri kreatif dapat dikatakan merupakan dampak yang diakibatkan oleh adanya industri kreatif, baik dampak positif maupun negatif.

Menurut Nawawi et al (2015) dampak industri kreatif dan industrialisasi terhadap masyarakat dapat terkonfirmasi atau diverifikasi sebagai berikut:

- 1) Dari sudut pandang ekonomi, keberhasilan kegiatan industri membawa perubahan besar dalam struktur ekonomi masyarakat.
- 2) Dari sudut pandang sektor sosial, industri diharapkan membawa perubahan pada struktur sosial, dimana sebagian besar masyarakat menjadi bergantung pada sektor industri untuk penghidupan mereka.
- 3) Industri yang membawa perubahan nilai-nilai sosial dan gaya hidup dari sudut pandang budaya pola gaya hidup (*life style pattern*) masyarakat

Pengembangan Ekonomi Kreatif

Secara umum, terdapat beberapa alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan lebih lanjut. Alasannya antara lain: mendukung pemanfaatan sumber daya terbarukan, merupakan pusat penciptaan inovasi dan pendidikan kreativitas, serta memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Pondasi terpenting industri kreatif adalah sumber daya manusia Indonesia yang merupakan unsur terpenting dalam industri kreatif. Keunikan industri kreatif terletak pada sentralnya peran sumber daya manusia sebagai human capital dibandingkan dengan faktor produksi lainnya. Pengembangan industri kreatif yang berdaya saing harus didasarkan pada pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas, terlatih dan berdaya guna menumbuhkan ilmu pengetahuan dan kreativitas.

Ada lima pilar utama yang terus diperkuat untuk memungkinkan tumbuh dan berkembangnya industri kreatif. Lima pilar ekonomi kreatif dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Industri Industri adalah bagian dari kegiatan sosial yang berkaitan dengan produksi, distribusi, pertukaran, dan konsumsi produk atau jasa di suatu negara atau wilayah tertentu. Berdasarkan pendekatan Howkins (2001), kami berpendapat bahwa kreativitas saja tidak dapat dievaluasi; produk kreatif dapat dievaluasi.
- 2) Teknologi Teknologi dapat diartikan sebagai suatu kesatuan, baik yang berwujud maupun tidak berwujud, yaitu penerapan ciptaan intelektual atau fisik untuk mencapai suatu nilai tertentu. Dengan kata lain, teknologi bukan sekedar mesin atau alat yang berwujud nyata, namun mencakup kumpulan teknik, metode, dan aktivitas yang membentuk dan mengubah budaya.
- 3) Sumber Daya Sumber daya merupakan masukan yang diperlukan untuk proses penciptaan nilai. Selain ide dan kreativitas yang dibawa oleh sumber daya, juga mencakup ketersediaan sumber daya alam dan lahan untuk menunjang input industri kreatif.
- 4) Kelembagaan Dapat diartikan sebagai tatanan sosial yang meliputi adat istiadat, norma, adat istiadat, aturan, dan hukum yang berlaku, sebagai penopang pengembangan industri kreatif.
- 5) Perantara Keuangan Perantara keuangan adalah lembaga yang bertugas menyediakan dana, baik dalam bentuk modal/ekuitas maupun pinjaman/kredit, kepada pelaku industri yang membutuhkan dana.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Provinsi Jambi

Strategi pengembangan adalah upaya yang dilakukan untuk melakukan analisis kondisi lingkungan baik secara internal (kekuatan dan kelemahan) maupun secara eksternal (ancaman dan peluang) yang akan dihadapi yang selanjutnya diambil beberapa alternatif strategi yang harus dilakukan untuk keberlangsungan usaha. Mencermati permasalahan yang terdapat dalam subsektor unggulan yang meliputi aspek bahan baku, kapasitas produksi, permodalan, sarana produksi, SDM dan pemasaran masyarakat maka strategi pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh pemerintah provinsi Jambi diuraikan sebagai berikut:

- 1) Memberikan insentif pada pelaku usaha
Insentif adalah imbalan atau hadiah yang diberikan kepada seseorang sebagai dorongan untuk melakukan sesuatu. Melalui insentif, pelaku ekonomi didorong untuk berinovasi dan menciptakan produk kreatif yang lebih berkualitas. Insentif diberikan dalam bentuk dana pembangunan, perlindungan produk, peralatan dan infrastruktur yang memadai, serta informasi mengenai tren nasional dan internasional.
- 2) Membuat roadmap ekonomi kreatif
Roadmap merupakan strategi yang harus diterapkan agar industri kreatif dapat mencapai tujuan jangka panjangnya. Roadmap memberikan gambaran pelaksanaan program kegiatan secara rinci. Jika langkah-langkah dalam peta jalan diikuti dan rencana disusun secara optimal, maka industri kreatif akan berkembang.
- 3) Mengadakan pelatihan ekonomi kreatif
Program pelatihan membantu masyarakat meningkatkan keterampilan di bidangnya. Pelatihan yang diberikan mencakup berbagai aspek mulai dari teknologi produksi, manajemen bisnis, pemasaran produk dan kekayaan intelektual. Melalui pelatihan, para pelaku ekonomi dipersiapkan dan dilatih untuk mengelola usahanya serta mampu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan.
- 4) Memberikan perlindungan hukum untuk produk ekonomi kreatif
Pemerintah memberikan perlindungan hukum terhadap produk industri kreatif melalui undang-undang kekayaan intelektual atau dikenal dengan HAKI. Kekayaan intelektual adalah hak eksklusif yang diberikan kepada seseorang atau sekelompok orang atas karyanya. Undang-undang ini memberikan kepastian hukum kepada pelaku ekonomi agar produk kreatifnya tidak mudah ditiru oleh pihak lain tanpa izin. Dengan demikian, pelaku ekonomi terjamin haknya dan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang dihasilkannya.
- 5) Mempersiapkan investor untuk pengembangan
Investor adalah pihak yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan. Pemanfaatan investor memungkinkan pelaku ekonomi untuk mendukung kegiatan usahanya, sehingga secara signifikan dapat mengembangkan dan menghasilkan produk dengan kualitas lebih tinggi.
- 6) Membuat event marketing untuk memperkenalkan produk ekonomi kreatif
Event marketing adalah sebuah strategi pemasaran yang melibatkan penggunaan acara atau kegiatan sebagai alat untuk mempromosikan produk atau layanan kepada khalayak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Industri kreatif mempunyai peranan penting dalam perekonomian nasional dan global, baik dalam aspek ekonomi maupun non-ekonomi dalam kehidupan. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas, serta didasarkan pada ide, persepsi, dan pengetahuan yang berasal dari faktor produksi sumber daya manusia. Ekonomi kreatif muncul dari kreativitas masyarakat dan dapat membangun keterampilan sebagai modal utama untuk menciptakan barang dan jasa yang bernilai ekonomi. Kapasitas masyarakat didukung oleh karakteristik budaya, sumber daya alam, bahkan geografi tempat tinggal masyarakat. Adapun strategi pengembangan ekonomi kreatif di Provinsi Jambi meliputi 1) Memberikan insentif pada pelaku usaha, 2) Membuat roadmap ekonomi kreatif, 3) Mengadakan pelatihan ekonomi kreatif, 4) Memberikan perlindungan hukum untuk produk ekonomi kreatif, 5) Mempersiapkan investor untuk pengembangan, 6) Membuat event marketing untuk memperkenalkan produk ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138. <https://doi.org/10.33367/at.v2i2.1337>
- Daulay, Z. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dengan Metode Triple Helix (Studi Pada UMKM Kreatif di Kota Medan). *Tansiq*, 1(2).
- Destemi Elsi, S., & Bafadhal, F. (2019). Peningkatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Bumdes Di Desa Tanjung Lanjut Sekernan Muaro Jambi. *RAMBIDEUN: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 33–37. <https://doi.org/10.51179/pkm.v2i2.187>
- Mayasari, N. (2019). Strategi pengembangan umkm berbasis ekonomi kreatif di kota palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, 2(1), 9–22.
- Nawawi, I., Ruyadi, Y., & Komariah, S. (2015). Pengaruh Keberadaan Industri Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Dan Budaya Masyarakat Desa Lagadar. *Sosietas*, 5(2). <https://doi.org/10.17509/sosietas.v5i2.1528>
- Rusfa, D. R., & Hasanah, K. (2022). Peran Ekonomi Kreatif Di Bidang Kuliner Khas Provinsi Jambi Pada Masa Pandemi Covid-19. *JAAB: Jurnal Of Applied Accounting And Business*, 4(1), 1–6.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Swastuti, E., & Pudjiarti, E. S. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Mendukung Daya Saing Daerah Kota Tangerang. *Jurnal Penelitian Administrasi Publik* |, 7(1), 25–40. <http://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/jpap/article/view/5168>