


Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM

Arniwita¹, Ilza Febrina², Dewi Rachmania³, Kristanti Rahman⁴, Djenni Sasmita⁵, Hesty Erviani Zulaecha⁶, Eko Sudarmanto⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Jambi, Jl. Kapten Pattimura, Simpang IV Sipin, Kec. Telanaipura, Kota Jambi, Jambi 36124, Indonesia.

Email: arniwita38@gmail.com

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.652>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 15 May 2025

Revised: 20 May 2025

Accepted: 30 May 2025

Kata kunci

UMKM, Ekonomi Kreatif, Inovasi, Daya Saing, SSQ Community

Keywords

MSMEs, Creative Economy, Innovation, Competitiveness, SSQ Community.

ABSTRACT

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertema "Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM" diselenggarakan secara daring melalui platform Zoom pada 10 Mei 2025. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dan penerapan ekonomi kreatif dalam pengembangan produk UMKM, mendorong inovasi berbasis Etika, serta memperkuat jejaring antar anggota SSQ Community. Sebanyak lebih dari 90 peserta, terdiri dari alumni program Certified Business in Quran (CBsQ), Certified Management in Quran (CMtQ), serta para praktisi UMKM dan masyarakat umum mengikuti kegiatan ini dengan antusias. Dr. Arniwita, MM, dari Universitas Muhammadiyah Jambi, hadir sebagai narasumber utama, membawakan materi terkait strategi diversifikasi produk, branding kreatif, digitalisasi, serta kolaborasi antar UMKM. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru mengenai pentingnya inovasi dalam meningkatkan daya saing, terbentuk motivasi untuk mengadopsi konsep ekonomi kreatif dalam usaha, serta terciptanya forum komunikasi untuk kolaborasi bisnis. Kegiatan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun ekosistem UMKM yang kreatif, inovatif, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan di tingkat nasional maupun internasional.

The Community Service activity themed "Creative Economy Strategies in Enhancing the Competitiveness of MSME Products" was conducted online via the Zoom platform on May 10, 2025. This initiative aimed to enhance participants' understanding of the concepts and applications of the creative economy in MSME product development, to encourage ethics-based innovation, and to strengthen networking among members of the SSQ Community. The event was enthusiastically attended by more than 90 participants, comprising alumni of the Certified Business in Quran (CBsQ) and Certified Management in Quran (CMtQ) programs, as well as MSME practitioners and members of the general public. Dr. Arniwita, MM, from Universitas Muhammadiyah Jambi, served as the keynote speaker, delivering a presentation on strategies for product diversification, creative branding, digitalization, and inter-MSME collaboration. The outcomes of this activity indicated that participants gained new insights into the importance of innovation in enhancing competitiveness, were motivated to adopt creative economy concepts in their enterprises, and established a communication forum for business collaboration. This program is expected to serve as an initial step in building a creative, innovative, highly competitive, and sustainable MSME ecosystem at both national and international levels.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

How to Cite: Arniwita, et al (2025) Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM, 3(4). 2702-2708 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.652>

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah lama diakui sebagai salah satu pilar utama perekonomian Indonesia. Kontribusi UMKM tidak hanya terlihat dari sisi penciptaan lapangan kerja, tetapi juga dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional serta pemerataan pendapatan masyarakat. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM (2023), UMKM menyumbang sekitar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia dan menyediakan lebih dari 97% total lapangan kerja di seluruh negeri. Namun, perkembangan teknologi, globalisasi pasar, dan perubahan preferensi konsumen menuntut UMKM untuk terus beradaptasi agar mampu bertahan dan bersaing. Tantangan yang dihadapi meliputi keterbatasan akses terhadap teknologi, rendahnya inovasi produk, serta kurangnya kemampuan dalam membangun merek yang kompetitif di pasar nasional maupun global (OECD, 2023). Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru yang dapat meningkatkan daya saing UMKM secara berkelanjutan di tengah kompetisi yang semakin dinamis.

Salah satu strategi yang semakin mendapatkan perhatian adalah integrasi ekonomi kreatif dalam pengembangan UMKM. Ekonomi kreatif merujuk pada aktivitas ekonomi yang mengandalkan ide, kreativitas, serta inovasi sebagai faktor produksi utama dalam menciptakan nilai tambah (Howkins, 2020). Penerapan konsep ini di sektor UMKM dinilai mampu mengatasi keterbatasan sumber daya tradisional seperti modal dan bahan baku, karena fokus utamanya adalah pada kemampuan intelektual dan inovasi. Studi yang dilakukan oleh UNCTAD (2024) menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif tumbuh 5% lebih cepat dibandingkan sektor ekonomi konvensional, terutama di negara-negara berkembang. Dengan memanfaatkan kreativitas lokal, warisan budaya, dan teknologi digital, UMKM tidak hanya dapat meningkatkan daya saing produknya tetapi juga memperluas jangkauan pasar melalui platform daring (digital marketplace). Oleh sebab itu, mengadopsi ekonomi kreatif menjadi langkah strategis yang tidak bisa diabaikan bagi pelaku UMKM di Indonesia.

Sebagai bentuk kontribusi nyata dalam mendorong adopsi strategi ekonomi kreatif, para akademisi dari beberapa Perguruan Tinggi berinisiatif menyelenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dengan menggandeng mitra Lembaga Pelatihan dan Sertifikasi SSQ (Sintesis Sains dan Quran) Holistik Internasional, dengan tema kegiatan "Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM". Kegiatan ini dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada para pelaku UMKM tentang bagaimana ekonomi kreatif dapat diimplementasikan dalam bisnis mereka. Menurut laporan dari World Economic Forum (2023), pelatihan berbasis kreativitas dan inovasi menjadi salah satu faktor utama dalam mengakselerasi pertumbuhan usaha kecil. Melalui pendekatan berbasis nilai-nilai etika, diharapkan peserta tidak hanya memahami aspek teknis dari pengembangan bisnis kreatif, tetapi juga menginternalisasi prinsip etika bisnis yang mengedepankan kejujuran, keadilan, dan keberlanjutan.

Kegiatan ini dilaksanakan secara daring pada tanggal 10 Mei 2025 mulai pukul 09.00 WIB hingga selesai, sehingga dapat diakses oleh peserta dari berbagai daerah tanpa batasan geografis. Dengan format daring, efektivitas penyampaian materi tetap terjaga melalui penggunaan platform Zoom meeting interaktif, memungkinkan peserta berpartisipasi aktif dalam sesi diskusi dan tanya jawab. Sebanyak lebih dari 90 peserta mengikuti kegiatan ini, yang terdiri dari masyarakat umum, anggota SSQ Community, khususnya alumni program Certified Business in Quran (CBsQ) dan Certified Management in Quran (CMtQ). Kehadiran para alumni ini juga menunjukkan adanya semangat berkelanjutan dalam membina UMKM berbasis nilai-nilai etika, sebagaimana disampaikan dalam penelitian oleh Hassan dan Haron (2024) bahwa integrasi antara prinsip bisnis Islami dan kreativitas modern mampu mendorong UMKM mencapai keberlanjutan sosial dan finansial secara bersamaan.

Dengan diadakannya kegiatan ini, diharapkan para peserta mampu mengidentifikasi peluang pengembangan usaha berbasis kreativitas, mengoptimalkan potensi lokal, serta memanfaatkan teknologi digital secara efektif (Sudarmanto et al., 2024) untuk memperkuat eksistensi produk UMKM di pasar global. Selain itu, integrasi nilai-nilai etika dalam praktik bisnis kreatif diharapkan dapat menjadi diferensiasi unik yang tidak hanya meningkatkan daya saing produk, tetapi juga membangun kepercayaan konsumen terhadap etika usaha yang dijalankan. Secara keseluruhan, strategi ekonomi kreatif yang dikombinasikan dengan prinsip nilai dan etika dapat menjadi fondasi kuat bagi transformasi UMKM Indonesia menuju arah yang lebih inovatif, berdaya saing tinggi, dan beretika dalam menghadapi tantangan ekonomi global di masa depan.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini diselenggarakan dengan beberapa tujuan strategis yang dirancang untuk memperkuat kapasitas peserta dalam mengembangkan usaha berbasis ekonomi kreatif. Tujuan utama dari program ini adalah untuk meningkatkan pemahaman peserta mengenai konsep dan aplikasi ekonomi kreatif dalam pengembangan produk UMKM. Pemahaman yang mendalam terhadap ekonomi kreatif menjadi sangat penting mengingat sektor ini telah diakui secara global sebagai motor baru pertumbuhan ekonomi, terutama di tengah era digitalisasi dan globalisasi saat ini. Dengan memahami prinsip-prinsip ekonomi kreatif, peserta diharapkan mampu melihat peluang baru dalam bisnis mereka, mengoptimalkan sumber daya lokal, serta menciptakan produk yang memiliki nilai tambah tinggi melalui inovasi, ide orisinal, dan pemanfaatan teknologi (UNESCO, 2022).

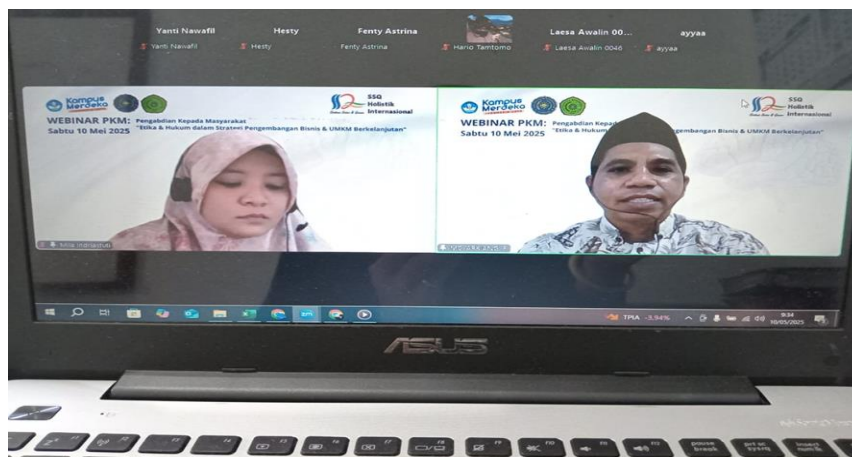
Selain aspek konseptual, kegiatan ini juga bertujuan untuk memberikan wawasan praktis terkait strategi peningkatan daya saing produk berbasis inovasi dan kreativitas. Pemberian wawasan praktis ini menjadi penting karena banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam menerjemahkan ide-ide kreatif ke dalam strategi bisnis yang aplikatif. Melalui pemaparan materi dari narasumber berpengalaman serta diskusi interaktif, peserta dibekali dengan berbagai pendekatan strategis, seperti pengembangan merek kreatif, inovasi produk berbasis tren pasar, penggunaan platform digital untuk pemasaran, hingga strategi diferensiasi produk di pasar lokal dan global. Menurut laporan World Bank (2023), UMKM yang mengadopsi inovasi dalam proses bisnisnya menunjukkan peningkatan produktivitas hingga 30% lebih tinggi dibandingkan UMKM konvensional. Oleh karena itu, wawasan praktis ini menjadi bekal penting dalam mengakselerasi pertumbuhan usaha para peserta.

Tujuan lain yang tidak kalah penting adalah mendorong peserta untuk mengintegrasikan nilai-nilai etika dalam pengelolaan usaha secara kreatif dan berkelanjutan. Integrasi nilai etika, seperti kejujuran, keadilan, keberlanjutan, dan tanggung jawab sosial, menjadi landasan etis dalam berbisnis, sehingga usaha yang dijalankan tidak hanya mengejar keuntungan semata, tetapi juga memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat. Dalam konteks ini, nilai-nilai etika diharapkan mampu membentuk karakter wirausahawan yang berintegritas tinggi, yang pada akhirnya akan menciptakan ekosistem bisnis yang sehat dan berkelanjutan (Fatmah et al., 2024). Kegiatan ini juga mendorong peserta untuk menyelaraskan strategi inovatif mereka dengan prinsip syariah, sehingga setiap langkah inovasi tetap dalam koridor etika yang mulia dan bertanggung jawab.

Lebih jauh lagi, kegiatan ini bertujuan untuk memperkuat jejaring antar anggota SSQ Community dalam mengembangkan potensi UMKM berbasis ekonomi kreatif. Dalam era kolaborasi seperti sekarang, kekuatan jaringan (*networking*) menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bisnis. Melalui kegiatan ini, peserta diharapkan dapat memperluas relasi bisnis mereka, berbagi pengalaman, bertukar ide kreatif, dan bahkan membangun kolaborasi konkret di bidang produksi, pemasaran, hingga inovasi produk bersama. Studi yang dilakukan oleh OECD (2023) menunjukkan bahwa UMKM yang aktif dalam komunitas bisnis atau ekosistem inovasi memiliki peluang pertumbuhan dua kali lipat lebih tinggi dibandingkan yang beroperasi secara individual. Dengan demikian, memperkuat jejaring ini menjadi investasi sosial jangka panjang yang akan memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha masing-masing peserta.

METODE

Kegiatan ini dilaksanakan secara daring menggunakan platform Zoom Meeting, yang memungkinkan partisipasi yang lebih luas dari berbagai lokasi tanpa batasan geografis. Dalam acara ini, Dr. Arniwita, MM., dosen dari Universitas Muhammadiyah Jambi, tampil sebagai narasumber utama, didampingi para akademisi: Ilza Febrina, S.Si., M.Ec., Ph.D (Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta), Dewi Rachmania, SE., BBA (Hons.), M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang), Kristanti Rahman, SE., M.Ak (STIE Muhammadiyah Cilacap), Djenni Sasmita, SE., M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang), Dr. Hesty Erviani Zulaecha, SE., M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang), dan Dr. Eko Sudarmanto, SE., MM., CHMQ (Universitas Muhammadiyah Tangerang), dan dimoderatori oleh Mila Indriastuti, M.Si (Universitas Prof. Dr. Hamka - Jakarta). Narasumber Dr. Arniwita dikenal sebagai akademisi sekaligus pakar di bidang ekonomi kreatif dan pengembangan UMKM, dengan pengalaman luas dalam membimbing pelaku usaha kecil menengah untuk meningkatkan inovasi dan daya saing produk mereka di era ekonomi digital.



Gambar 1. Tangkapan Layar Moderator & MC

Kegiatan webinar dipandu MC (*Master of Ceremony*) Fajri Arkiang, M.Pd, dan pembukaan kegiatan dilakukan secara resmi oleh Direktur Lembaga SSQ, Dr. (Cand.) Sitti Rabiah Yusuf, M.Pd., MM., CHMQ. Dalam sambutannya, beliau menegaskan pentingnya membangun sinergi erat antara kalangan akademisi dan komunitas masyarakat. Kolaborasi ini, menurutnya, merupakan fondasi penting dalam mendorong pertumbuhan kreativitas, inovasi, dan keberlanjutan dalam pengembangan bisnis berbasis ekonomi kreatif. Melalui kegiatan seperti ini, diharapkan lahir pelaku usaha yang tidak hanya kreatif, tetapi juga memiliki visi jangka panjang dalam membangun usaha yang adaptif terhadap dinamika perubahan zaman.

Dalam pemaparannya, Dr. Arniwita, MM menekankan bahwa persaingan di era digital tidak lagi hanya berfokus pada aspek harga dan kualitas produk. UMKM saat ini dihadapkan pada tantangan untuk menonjolkan keunikan, membangun narasi produk (*storytelling*) yang kuat, serta menunjukkan kemampuan berinovasi secara konsisten. Hal ini menjadi penting mengingat konsumen modern tidak hanya mencari produk fungsional, tetapi juga pengalaman emosional dan keterikatan nilai yang tercermin dari cerita di balik sebuah produk.

Salah satu strategi utama yang disarankan adalah diversifikasi produk. Menurut Dr. Arniwita, UMKM perlu secara aktif menyesuaikan dan mengembangkan produk mereka berdasarkan kebutuhan serta tren pasar yang terus berubah. Inovasi berkelanjutan menjadi kunci dalam menciptakan varian produk baru atau menambahkan fitur-fitur unik yang membedakan produk UMKM dari pesaing lainnya. Dengan demikian, UMKM mampu mempertahankan relevansi mereka di tengah persaingan yang ketat dan cepat berubah.

Strategi berikutnya adalah pentingnya branding kreatif. Dr. Arniwita menjelaskan bahwa membangun identitas merek yang kuat bukan hanya soal visual logo atau kemasan, tetapi juga tentang bagaimana merek mampu merepresentasikan nilai budaya, lokalitas, dan kearifan lokal. Produk yang mampu mengangkat ciri khas daerah asal atau nilai-nilai budaya tertentu memiliki peluang lebih besar untuk mendapatkan tempat di hati konsumen, baik di pasar domestik maupun internasional. Branding yang kuat dan autentik menjadi modal besar dalam membangun loyalitas pelanggan.

Selain itu, digitalisasi UMKM menjadi aspek yang tidak dapat diabaikan. Dalam era konektivitas yang sangat tinggi ini, kehadiran UMKM di berbagai platform digital menjadi keharusan. Dr. Arniwita mendorong para pelaku UMKM untuk memanfaatkan media sosial, marketplace, hingga platform e-commerce untuk memperluas jangkauan pemasaran produk mereka. Digitalisasi tidak hanya meningkatkan visibilitas produk, tetapi juga membuka peluang interaksi yang lebih luas dengan konsumen, memperkuat hubungan pelanggan, dan mendukung proses branding secara lebih efektif.

Terakhir, beliau menyoroti pentingnya kolaborasi dan co-creation. Menurut Dr. Arniwita, membangun sinergi antar pelaku UMKM dapat menghasilkan inovasi produk yang lebih kaya dan berdaya saing tinggi. Kolaborasi ini bisa berbentuk kerja sama dalam pengembangan produk baru, berbagi sumber daya, hingga membangun jaringan distribusi bersama. Melalui semangat co-creation, UMKM dapat memperkaya ide, berbagi pengalaman, serta memperkuat posisi mereka di pasar nasional maupun global.

Dengan mengintegrasikan keempat strategi tersebut—diversifikasi produk, branding kreatif, digitalisasi, serta kolaborasi dan co-creation—Dr. Arniwita berharap UMKM Indonesia mampu

bertransformasi menjadi pelaku usaha yang adaptif, inovatif, dan berdaya saing tinggi dalam kancah global yang dinamis dan kompetitif.

Setelah penyampaian materi, kegiatan berlanjut dengan sesi diskusi interaktif yang melibatkan partisipasi aktif dari para peserta. Para peserta dengan antusias membagikan pengalaman pribadi mereka dalam mengelola usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Mereka juga mengajukan berbagai pertanyaan terkait tantangan yang dihadapi, terutama dalam upaya menerapkan kreativitas meskipun dihadapkan pada keterbatasan sumber daya yang ada.



Gambar 2. Tangkapan Layar Peserta Webinar

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertema “Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM” memberikan berbagai manfaat nyata yang sangat dirasakan oleh para peserta. Salah satu manfaat utama yang diperoleh adalah bertambahnya pemahaman tentang pentingnya inovasi dan kreativitas dalam mengembangkan produk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Dalam konteks ekonomi kreatif, inovasi dan kreativitas dipandang sebagai elemen vital yang mampu meningkatkan nilai tambah produk, memperkuat diferensiasi di pasar, serta memperluas daya tarik konsumen (Howkins, 2020). Melalui materi yang disampaikan dan diskusi yang berlangsung, peserta semakin menyadari bahwa di tengah persaingan global yang ketat, kemampuan untuk terus berinovasi merupakan kunci keberlanjutan usaha.

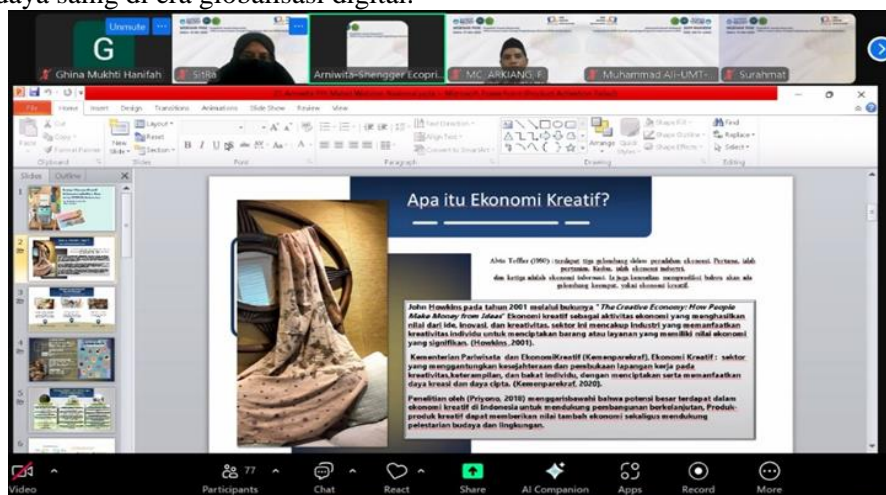
Selain peningkatan pemahaman, kegiatan ini juga berhasil membangkitkan motivasi baru di kalangan peserta untuk mulai menerapkan konsep ekonomi kreatif ke dalam pengelolaan usaha mereka. Motivasi ini lahir dari pemahaman bahwa pendekatan bisnis yang mengandalkan kreativitas bukan hanya sekadar alternatif, melainkan kebutuhan strategis dalam menghadapi dinamika pasar modern. Seperti yang diungkapkan oleh Florida (2019), ekonomi kreatif mampu membuka peluang baru dalam berbagai sektor usaha melalui kombinasi ide, inovasi, dan teknologi. Peserta didorong untuk tidak hanya melihat usaha mereka sebagai kegiatan produksi biasa, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan ide-ide inovatif yang bernilai ekonomis.

Manfaat lainnya yang tercipta dari kegiatan ini adalah terbentuknya forum komunikasi antar alumni program Certified Business in Quran (CBsQ) dan Certified Management in Quran (CMtQ). Forum ini menjadi wadah penting untuk membangun kolaborasi dan sinergi dalam pengembangan bisnis berbasis ekonomi kreatif. Menurut penelitian oleh DeFillippi dan Arthur (2020), jaringan profesional yang kuat merupakan salah satu faktor pendukung utama dalam pengembangan karir dan usaha di sektor ekonomi kreatif. Melalui interaksi yang terjadi dalam forum ini, peserta dapat saling bertukar informasi, berbagi pengalaman, serta merancang inisiatif bersama untuk memperkuat daya saing UMKM yang mereka kelola.

Selain mempererat jejaring, kegiatan ini juga meningkatkan kesiapan peserta untuk menghadapi tantangan pasar global. Peserta dibekali dengan strategi yang lebih adaptif dan inovatif, yang memungkinkan mereka untuk menyesuaikan produk dan model bisnis sesuai dengan perubahan permintaan konsumen dan dinamika pasar internasional. Hal ini sejalan dengan pendapat Bakhshi,

Freeman, dan Higgs (2019) yang menekankan bahwa inovasi berbasis kreativitas menjadi elemen kunci bagi UMKM untuk mampu bertahan dan berkembang di pasar global yang semakin kompleks. Peserta didorong untuk tidak hanya menjadi reaktif terhadap perubahan, tetapi juga proaktif dalam menciptakan tren baru melalui produk dan jasa kreatif.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berkontribusi positif dalam membentuk pola pikir baru di kalangan pelaku UMKM, yaitu pola pikir yang menempatkan inovasi, kreativitas, dan kolaborasi sebagai fondasi utama dalam menjalankan dan mengembangkan usaha. Melalui pendekatan ini, diharapkan UMKM Indonesia semakin mampu bertransformasi menjadi aktor ekonomi yang tangguh, adaptif, dan berdaya saing di era globalisasi digital.



Gambar 3. Tangkapan Layar Materi Webinar

SIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertema "Strategi Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Daya Saing Produk UMKM" telah menjadi pijakan awal yang penting dalam upaya membangun ekosistem UMKM yang lebih kreatif dan inovatif. Dengan menanamkan pemahaman bahwa inovasi dan kreativitas bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan dalam persaingan modern, kegiatan ini mendorong para pelaku UMKM untuk terus berkembang. Keberadaan program ini menunjukkan bahwa strategi ekonomi kreatif dapat menjadi solusi konkret dalam memperkuat ketahanan dan keberlanjutan usaha kecil di tengah perubahan zaman yang dinamis.

Lebih jauh lagi, kolaborasi antara akademisi, praktisi, dan komunitas, seperti yang terwujud dalam kerja sama dengan SSQ Holistik Internasional, membuktikan pentingnya sinergi lintas sektor dalam meningkatkan daya saing produk UMKM Indonesia. Sinergi ini berpotensi besar memperluas akses pasar tidak hanya di tingkat nasional, tetapi juga di kancah internasional, sejalan dengan meningkatnya tuntutan pasar global akan produk-produk yang unik, bernilai budaya, dan inovatif. Keterlibatan berbagai pihak ini memperkuat posisi UMKM sebagai pilar perekonomian yang mampu menjawab tantangan era digital sekaligus mempertahankan karakter lokal yang menjadi identitas bangsa.

Akhirnya, kegiatan ini menegaskan bahwa integrasi kreativitas dan kolaborasi dapat menjadi metode baru yang efektif untuk mendorong kemajuan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Konsep ekonomi kreatif yang diperkenalkan tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi, tetapi juga menciptakan peluang pemerataan kesejahteraan di kalangan pelaku usaha kecil. Oleh karena itu, kegiatan serupa perlu terus dikembangkan dan diperluas jangkauannya, agar semakin banyak UMKM yang mampu bertransformasi menjadi kekuatan ekonomi yang kompetitif di tingkat global sekaligus menjaga prinsip keberlanjutan sosial dan ekonomi di Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada SSQ Holistik Internasional – Malang selaku mitra kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat atas dukungan dan kerja sama yang luar biasa dalam pelaksanaan program ini.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada institusi akademik dan para akademisi yang telah berkolaborasi dan berkontribusi aktif dalam menyukseskan kegiatan ini, yaitu:

- Dr. Arniwita, Sy., S.Pd., MM., CBAS (Universitas Muhammadiyah Jambi)
- Ilza Febrina, S.Si., M.Ec., Ph.D (Universitas Teknologi Muhammadiyah Jakarta)
- Dewi Rachmania, SE., BBA (Hons.), M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Kristanti Rahman, SE., M.Ak (STIE Muhammadiyah Cilacap)
- Djenni Sasmita, SE., M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Dr. Hesty Erviani Zulaecha, SE., M.Ak (Universitas Muhammadiyah Tangerang)
- Dr. Eko Sudarmanto, SE, MM., CHMQ (Universitas Muhammadiyah Tangerang)

Kontribusi pemikiran, partisipasi aktif, dan dedikasi dari para mitra dan akademisi tersebut telah memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kualitas serta kebermanfaatan program bagi masyarakat. Semoga kolaborasi ini menjadi fondasi yang kuat bagi kegiatan-kegiatan pengabdian berkelanjutan di masa mendatang.

REFERENSI

- Bakhshi, H., Freeman, A., & Higgs, P. (2019). *A Dynamic Mapping of the UK's Creative Industries*. Nesta.
- DeFillippi, R., & Arthur, M. B. (2020). Paradox in Project-Based Enterprise: The Case of Film Making. *California Management Review*, 40(2), 125–139. <https://doi.org/10.2307/41165936>
- Florida, R. (2019). *The Rise of the Creative Class (Revised Edition)*. Basic Books.
- Fatmah, D., Rahmah, M., Aslikhah, N., Soe, H. P., & Rahmah, Y. (2024). Enhancing Competitiveness of Muslim Clothing SMEs through Entrepreneurial Orientation and Product Innovation. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 6(2), 104–121. <https://doi.org/10.20885/AJIM.vol6.iss2.art3>
- Howkins, J. (2020). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Peran UMKM dalam Perekonomian Nasional*. Jakarta: Kemenkop UKM.
- OECD. (2023). *SMEs and Entrepreneurship Outlook 2023*. Paris: OECD Publishing.
- Sudarmanto, E., Erdawati, L., Rosid, M.A., Purwanti, I., Humairoh, H., Umara, A.F., Rahandri, D., Sunaryo, D., Rahmawati, T., Gunawan, Y.M., Wahidin, W., Sadi, S., Hendera, H., Yahawi, S.H., Askhar, B.M. (2024). *Konsep Pengabdian Kepada Masyarakat di Era Digital*. Minhaj Pustaka.
- UNCTAD. (2024). *Creative Economy Outlook 2024: Trends and Challenges*. United Nations Publications.
- UNESCO. (2022). *Creative Economy Outlook: Trends and Challenges*. Paris: UNESCO Publishing.
- World Bank. (2023). *The Innovation Imperative for Small Businesses*. Washington DC: World Bank Group.
- World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. WEF Publishing.
- es, 45(1), 4