

KREATIVITAS DAN INOVASI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING UMKM DI ERA DIGITAL

Novi Widia Putri¹, Sinta Permata Sari², Yulia Novita³, Wardani Purnama Sari⁴

Pendidikan Ekonomi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Email: noviwidiaputri141@gmail.com, sintapermatasari135@gmail.com,ynovita_68@yahoo.com, wardani.purnama.sari@uin-suska.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi digital membawa tantangan dan peluang bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk menjadi lebih kompetitif. Kemampuan UMKM untuk bertahan, beradaptasi, dan berkembang di tengah persaingan yang semakin kompetitif bergantung pada kreativitas dan inovasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana inovasi dan kreativitas membantu UMKM menjadi lebih kompetitif, menemukan berbagai hambatan yang dihadapi pelaku UMKM saat menerapkannya, dan membuat strategi pengembangan yang relevan di era digital. Metode yang digunakan adalah mengumpulkan literatur tentang kreativitas, inovasi, dan digitalisasi UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas berperan dalam menghasilkan produk yang unik dan bernilai tambah, sedangkan inovasi, terutama inovasi teknologi, meningkatkan efisiensi operasional, memperluas pasar, dan meningkatkan posisi kompetitif. Namun, keterbatasan modal, literasi digital yang rendah, keterampilan SDM yang kurang, keterbatasan akses ke teknologi, dan kurangnya kolaborasi eksternal terus menghalangi kreativitas dan inovasi. Oleh karena itu, untuk membuat UMKM yang lebih adaptif dan berdaya saing di era modern, diperlukan pendekatan seperti meningkatkan kemampuan karyawan, memanfaatkan teknologi digital, dan bekerja sama dengan berbagai pihak.

Kata Kunci: UMKM, kreativitas, inovasi, digitalisasi, daya saing, teknologi.

ABSTRACT

Advances in digital technology bring both challenges and opportunities for micro, small, and medium enterprises (MSMEs) to become more competitive. The ability of MSMEs to survive, adapt, and grow amid increasing competition depends heavily on creativity and innovation. This study aims to examine how innovation and creativity help MSMEs enhance their competitiveness, identify various obstacles faced by MSME actors in implementing them, and develop relevant strategies for growth in the digital era. The method used is a literature review on creativity, innovation, and MSME digitalization. The results show that creativity plays a role in producing unique and value-added products, while innovation especially technological innovation improves operational efficiency, expands market reach, and strengthens competitive positioning. However, limitations in capital, low digital literacy, insufficient human resource skills, restricted access to technology, and a lack of

Article history

Received: Desember 2025

Reviewed: Desember 2025

Published: Desember 2025

Plagiarism checker no 80

Prefix DOI :

[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author

 musytari

This work is licensed under a [creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

external collaboration continue to hinder creativity and innovation. Therefore, to build more adaptive and competitive MSMEs in the modern era, approaches such as improving employee capabilities, utilizing digital technologies, and fostering collaboration with multiple stakeholders are essential.

Keywords : MSMEs, creativity, innovation, digitalization, competitiveness, technology.

PENDAHULUAN

Dari segi penyerapan tenaga kerja maupun kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional. (UMKM) memainkan peran besar dalam perekonomian Indonesia. Namun, UMKM harus segera beradaptasi untuk tetap bersaing karena perkembangan teknologi digital. Digitalisasi telah terbukti membantu bisnis dengan meningkatkan produktivitas, memperluas jangkauan pasar, dan mempermudah komunikasi dengan pelanggan. Namun, UMKM tidak akan dapat memanfaatkan peluang transformasi digital jika mereka tidak memiliki kemampuan untuk menghasilkan ide baru dan inovasi untuk mengubah ide-ide tersebut menjadi produk, layanan, atau proses yang memberikan nilai tambah. Kreativitas dan inovasi adalah kunci daya saing UMKM di era digital. Namun, dalam praktiknya, penerapan inovasi dan kreativitas tidak selalu mudah. Banyak UMKM menghadapi kendala seperti keterbatasan pengetahuan digital, kurangnya sumber daya manusia yang kreatif dan adaptif, dan perubahan preferensi konsumen yang semakin dinamis. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi berbasis teknologi dapat meningkatkan efisiensi, menekan biaya, dan memperluas pasar UMKM.

Berdasarkan kondisi tersebut, rumusan masalah penelitian ini meliputi: (1) bagaimana kreativitas dan inovasi membantu meningkatkan daya saing UMKM di era digital; (2) apa saja tantangan yang dihadapi UMKM saat menerapkan kreativitas dan inovasi; dan (3) bagaimana penerapan kreativitas dan inovasi dapat menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya saing UMKM. Sebagai dasar untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM berbasis digital, rumusan ini diperlukan untuk memetakan hubungan antara inovasi, kreativitas, dan daya saing. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis peran inovasi dan kreativitas dalam meningkatkan daya saing UMKM, mengidentifikasi tantangan dalam inovasi, dan mengembangkan strategi dan solusi yang paling relevan dan relevan bagi pelaku UMKM di era digital.

METODE PENELITIAN

Dalam Penelitian ini jenis penelitiannya adalah kualitatif dengan menggunakan metode pustaka literatur dari berbagai sumber, seperti buku teks, jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan publikasi resmi yang membahas inovasi, kreativitas, dan digitalisasi UMKM. Sumber-sumber tersebut dipilih berdasarkan relevansi, terbaru, dan kontribusinya terhadap topik penelitian. Setelah pengumpulan data selesai, semua data dipilih untuk memastikan bahwa mereka sesuai dengan topik diskusi dan untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang bagaimana daya saing, inovasi, dan kreatifitas terkait dengan usaha kecil dan menengah (UMKM).

Tahap analisis dilakukan menggunakan metode analisis isi sederhana. Pada titik ini, peneliti membaca literatur secara menyeluruh sebelum mencatat topik penting tentang kreativitas, cara-cara inovasi, masalah UMKM, dan strategi untuk meningkatkan daya saing. Untuk memudahkan penyusunan pola dan hubungan antar-tema, informasi yang sebanding dikelompokkan ke dalam kategori atau tema tertentu. Kemudian, temuan untuk setiap topik dirangkum dan disintesis menjadi penjelasan yang lengkap. Tujuannya adalah untuk

memberikan pemahaman yang jelas dan terstruktur tentang bagaimana inovasi dan kreativitas membantu UMKM mempertahankan daya saing di era modern.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menurut Wahyuni dan Kusumasari (2023), inovasi dan kreativitas sangat penting untuk meningkatkan daya saing UMKM di era digital. Penulis menjelaskan bahwa kreativitas diperlukan untuk membuat produk yang memiliki ciri khas dan unik sehingga menarik minat pelanggan dan membedakannya dari pesaing. Sementara itu, untuk menghadapi perubahan pasar, inovasi dianggap sebagai strategi penting, terutama dengan menggunakan teknologi digital seperti media sosial dan e-commerce dalam proses pemasaran. Penulis menyatakan bahwa UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dengan menerapkan kreativitas dan inovasi. Ini membantu mereka memperluas jangkauan pasar, meningkatkan kualitas layanan, dan memperkuat keunggulan kompetitif mereka.

Peran Kreativitas dan Inovasi dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM di Era Digital

Peran kreativitas dan inovasi sangat penting dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. Kreativitas membantu UMKM menghasilkan produk yang unik dan menarik, sementara inovasi mendorong pemanfaatan teknologi digital untuk pengembangan produk, pemasaran, dan efisiensi usaha. Dengan kreativitas dan inovasi, UMKM dapat beradaptasi dengan perubahan pasar, menjangkau lebih banyak konsumen, serta bersaing lebih kuat di era digital. Berikut beberapa peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing UMKM di era digital:

1. Inovasi produk sebagai pembeda kompetitif Salah satu strategi utama bagi UMKM untuk membuat perbedaan di pasar yang semakin beragam dan kompetitif adalah inovasi produk. UMKM dapat memenuhi kebutuhan konsumen yang terus berubah dengan membuat produk baru, meningkatkan kualitas bahan baku, atau mengubah desain dan kemasan. Inovasi ini tidak hanya membuat produk menjadi lebih menarik, tetapi juga memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk masuk ke pasar tertentu yang membutuhkan nilai tambah atau keunikan khusus.
2. Penciptaan inovasi teknologi dan operasional untuk meningkatkan efisiensi dan akses pasar sangat penting bagi UMKM. Kemampuan mereka untuk menerapkan teknologi digital merupakan faktor penting dalam meningkatkan efisiensi dan memperluas akses pasar. Teknologi seperti e-commerce, metode pembayaran digital, sistem manajemen stok berbasis aplikasi, dan pemasaran media sosial memungkinkan operasi bisnis berjalan lebih cepat, tepat, dan efisien. Penggunaan teknologi juga mengurangi biaya operasional, mengurangi kesalahan manual, dan membantu usaha kecil dan menengah memenuhi permintaan pasar. Digitalisasi juga membuat UMKM lebih kompetitif dengan memungkinkan mereka menjangkau pelanggan di seluruh dunia.
3. Kreativitas meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Konsumen akan lebih mudah menarik perhatian UMKM yang kreatif dalam hal desain produk, penyampaian layanan, strategi promosi, atau branding. Misalnya, desain visual unik atau ide cerita merek (brand storytelling) dapat meningkatkan hubungan pelanggan-barang. Jika UMKM lebih inovatif dalam menawarkan pengalaman yang berbeda kepada pelanggannya, kemungkinan mereka akan lebih puas dan akan kembali membeli barang tersebut. Selain itu, tingkat kepuasan yang tinggi mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, yang merupakan metode pemasaran yang sangat efektif bagi UMKM.
4. Inovasi berfungsi sebagai penghubung antara orientasi pasar dan daya saing. Orientasi pasar berarti UMKM memahami dengan baik kebutuhan, keinginan, dan perilaku konsumen sambil memperhatikan tindakan pesaing mereka. Namun, pengetahuan tanpa inovasi tidak meningkatkan daya saing secara otomatis. Akibatnya, inovasi berfungsi sebagai penghubung antara pengetahuan pasar dan keunggulan kompetitif.

UMKM dapat menyediakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing dengan menerapkan inovasi dalam produk, pemasaran, dan organisasi. Inovasi inilah yang membuat UMKM mampu bertahan dan berkembang dalam persaingan jangka panjang di pasar lokal maupun regional.

Tantangan UMKM dalam Menerapkan Kreativitas dan Inovasi

Dalam proses meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha, UMKM dituntut untuk mampu menerapkan kreativitas dan inovasi. Namun, pada kenyataannya upaya tersebut tidak selalu berjalan mulus karena masih terdapat berbagai tantangan yang menghambat kemampuan mereka dalam mengembangkan ide-ide baru serta mengimplementasikannya ke dalam operasional bisnis. Berikut ini beberapa tantangan dalam menerapkan kreativitas dan inovasi:

1. Keterbatasan modal atau pendanaan: Banyak UMKM beroperasi dengan sumber dana yang sangat terbatas. Oleh karena itu, sulit untuk mengatur anggaran untuk inisiatif yang mendorong inovasi dan kreativitas. Misalnya, penelitian pasar, percobaan ide baru, pengembangan produk, atau pembelian alat produksi baru seringkali merupakan biaya tambahan yang tidak dapat mereka tanggung. Dalam situasi seperti ini, banyak ide kreatif hanya bertahan pada tahap ide dan tidak pernah berkembang secara menyeluruh. Hambatan ini juga diperkuat oleh ketidakmampuan untuk mendapatkan pinjaman atau pembiayaan.
2. Pelaku UMKM sering menghadapi kekurangan keterampilan dan kapasitas SDM dalam bidang penting seperti manajemen usaha, desain produk, pemasaran digital, dan pengetahuan teknologi. Jika Anda tidak memiliki kemampuan yang memadai, akan lebih sulit untuk melakukan proses transformasi ide menjadi barang atau jasa inovatif. Selain itu, banyak UMKM tidak memiliki tenaga kerja yang terlatih untuk mengembangkan produk, jadi pemilik usaha harus menangani banyak hal sekaligus. Karena keadaan ini, kemajuan menjadi lambat dan tidak terarah.
3. Terbatasnya akses terhadap teknologi dan infrastruktur digital: Banyak UMKM masih tidak memiliki kemampuan untuk menggunakan teknologi modern karena faktor-faktor seperti tingginya biaya, kurangnya pengetahuan, atau kekurangan infrastruktur digital di daerah mereka. Namun, teknologi sangat membantu kreativitas, efisiensi, dan akses ke pasar. E-commerce, perangkat lunak manajemen, atau mesin produksi yang lebih canggih tidak cocok untuk semua UMKM. Akibatnya, mereka tertinggal dari bisnis digital yang lebih siap dan sulit bersaing di pasar yang semakin bergantung pada inovasi teknologi.
4. Inovasi biasanya berkembang melalui pertukaran ide, kerja sama, dan bimbingan dari pihak luar seperti pemasok, mentor bisnis, komunitas kreatif, atau lembaga penelitian, jika tidak ada jaringan, kolaborasi, dan dukungan eksternal. Namun, banyak UMKM masih beroperasi secara mandiri tanpa memiliki akses ke jejaring tersebut. Mereka kesulitan mendapatkan informasi baru, inspirasi, dan peluang kerja sama yang dapat memungkinkan inovasi dan pengembangan produk yang lebih besar karena keterbatasan hubungan ini. Sangat mungkin bagi UMKM untuk memaksimalkan potensi inovatif mereka jika mereka tidak mendapatkan dukungan dan bekerja sama.
5. Seringkali, UMKM menghadapi kesulitan dalam menerapkan inovasi karena regulasi yang rumit dan kurangnya pengetahuan tentang aturan usaha. Selain itu, banyak UMKM tidak menyadari pentingnya melindungi karya kreatif mereka melalui hak kekayaan intelektual. Kondisi ini menempatkan mereka dalam bahaya penjiplakan dan persaingan yang tidak sehat. Bisnis kecil dan menengah (UMKM) sering ragu untuk membuat produk baru atau ide kreatif karena ketidakpastian hukum ini.

Strategi dan Solusi untuk Mendorong Kreativitas dan Inovasi UMKM

Untuk meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah, diperlukan serangkaian strategi dan solusi yang mampu mendorong kreativitas serta memacu lahirnya inovasi dalam kegiatan usaha. Berikut ini beberapa strategi dan solusi untuk mendorong kreativitas dan inovasi untuk UMKM:

1. **Pelatihan dan Pengembangan SDM:** Pelatihan rutin meningkatkan manajemen inovasi, kreativitas, dan pemecahan masalah. Untuk memungkinkan UMKM untuk beralih ke era digital, diperlukan peningkatan literasi digital seperti penggunaan media sosial, e-commerce, dan pemasaran online. Untuk mewujudkan gagasan kreatif, karakter kewirausahaan seperti daya juang, etika, dan kolaborasi harus dikuatkan. Studi Maulana dkk. menunjukkan bahwa pendidikan karakter dan manajemen pengetahuan sangat penting untuk pengembangan UMKM.
2. **Membangun Budaya Organisasi Inovatif** UMKM harus menciptakan kultur kerja yang terbuka terhadap ide-ide baru. Pemimpin harus membiarkan orang belajar dan belajar dari kesalahan. Organisasi belajar dan manajemen pengetahuan membantu usaha kecil dan menengah (UMKM) mengadaptasi dan mempertahankan praktik inovatif. Ini sejalan dengan gagasan bahwa budaya, kepemimpinan, dan manajemen pengetahuan
3. **Kolaborasi dan Kemitraan Strategis:** UMKM dapat memperoleh inspirasi, teknologi, dan sumber daya tambahan melalui kerja sama dengan universitas, lembaga riset, komunitas kreatif, atau pelaku industri lainnya. Dalam rantai pasokan kreatif, bekerja sama untuk mengembangkan produk dan memasarkannya secara bersamaan memungkinkan peningkatan akses pasar dan penambahan modal intelektual. Studi menunjukkan bahwa daya saing UMKM didukung oleh kreativitas dan kolaborasi di rantai pasokan.
4. **Pemanfaatan Teknologi Digital:** Penggunaan platform digital seperti pasar, situs web, dan media sosial membantu mengembangkan model bisnis dan memperluas jangkauan pelanggan. Inovasi yang berbasis kebutuhan pasar didorong oleh analisis data pelanggan. Dalam era digital, integrasi pemasaran digital telah terbukti meningkatkan kemampuan adaptasi UMKM dan efektivitas promosi.
5. **Pengembangan Produk dan Inovasi:** Model bisnis UMKM dapat melakukan inovasi dengan membuat produk baru, memperbaiki varian, atau menerapkan proses produksi yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Inovasi dalam model bisnis seperti layanan berlangganan, bundling, atau co-branding juga dapat meningkatkan nilai tambah. Sebagai hasil dari beberapa penelitian yang dilakukan pada usaha kecil dan menengah (UMKM), kreativitas wirausaha langsung berkontribusi pada lahirnya inovasi produk.

Penerapan Kreativitas dan Inovasi sebagai Faktor Utama Penguatan Daya Saing UMKM

UMKM dapat memperkuat daya saing melalui kreativitas dalam produk, inovasi teknologi dan proses produksi, serta strategi bisnis dan pemasaran inovatif untuk memperluas pasar dan meningkatkan efisiensi sebagai berikut:

1. **Kreativitas sebagai kunci untuk UMKM** untuk menciptakan nilai unik pada produk mereka. UMKM mampu menghasilkan karakteristik yang sulit ditiru oleh pesaing melalui penerapan konsep baru dalam desain, kemasan, dan fungsi produk. Disesuaikan ini meningkatkan daya tarik visual dan menanamkan kepercayaan pelanggan pada merek. Oleh karena itu, kreativitas berkontribusi langsung pada penciptaan nilai tambah dan peningkatan peluang UMKM di pasar yang kompetitif.
2. **Inovasi Teknologi dan Proses Produksi:** Menurut temuan Jurnal Masyarakat Mandiri, penggunaan teknologi seperti digitalisasi proses bisnis, aplikasi e-commerce, dan sistem manajemen produksi berbasis data meningkatkan efisiensi operasional UMKM. Teknologi mempercepat proses, mengurangi kesalahan produksi, dan meningkatkan kualitas hasil akhir. Selain itu, integrasi teknologi memungkinkan usaha kecil dan menengah (UMKM) beradaptasi dengan perubahan pasar dengan lebih cepat. Ini

menunjukkan bahwa inovasi dapat meningkatkan daya saing perusahaan secara strategis dan teknis.

3. Inovasi dalam model bisnis dan strategi pemasaran inovatif digital, terutama yang didukung oleh teknologi digital, sangat penting untuk meningkatkan jangkauan pasar UMKM. Strategi seperti pemasaran digital, kolaborasi kreatif, layanan berbasis pelanggan, dan penggunaan platform online memungkinkan UMKM menjangkau audiens yang lebih luas dengan harga yang lebih rendah. UMKM dapat menyesuaikan pesan pemasaran mereka dengan tren dan preferensi konsumen dengan menggunakan media sosial, marketplace, atau konten kreatif. Ini menunjukkan bahwa inovasi pemasaran adalah strategi untuk mempertahankan keberlanjutan bisnis lebih dari hanya sarana promosi.

KESIMPULAN

Terbukti bahwa kreatifitas dan inovasi adalah dua komponen penting yang membantu UMKM bertahan dan bersaing di era digital. Kreativitas memungkinkan UMKM membuat produk yang berbeda, menarik, dan memiliki nilai unik bagi konsumen. Sementara itu, inovasi dalam teknologi, proses operasional, pemasaran, maupun model bisnis memungkinkan UMKM bekerja lebih efisien memperluas jangkauan pasar, dan menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan konsumen. Sinergi keduanya memungkinkan UMKM untuk membangun keunggulan yang sulit ditiru oleh pesaing. Namun, kreativitas dan inovasi masih menghadapi banyak tantangan. Ini termasuk keterbatasan dana, kekurangan sumber daya manusia, kurangnya akses teknologi, kurangnya kolaborasi, dan kurangnya pengetahuan tentang undang-undang dan perlindungan kekayaan intelektual. Oleh karena itu, untuk mendukung pengembangan UMKM, diperlukan tindakan strategis seperti meningkatkan kemampuan sumber daya manusia, mendorong budaya inovatif, pemanfaatan teknologi digital, dan kerja sama dengan berbagai pihak. Upaya strategis ini dapat menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM di era digital.

Untuk meningkatkan kreativitas dan inovasi UMKM di era digital, pelaku usaha perlu memperkuat literasi digital, meningkatkan keterampilan manajerial serta kreativitas melalui pelatihan, dan membangun jejaring kolaborasi dengan komunitas kreatif, lembaga pendidikan, pemerintah, serta pelaku industri lain. Pemerintah dan lembaga terkait juga diharapkan menyediakan program pendampingan yang lebih terarah, memperluas akses pembiayaan bagi UMKM berbasis inovasi, serta meningkatkan sosialisasi mengenai regulasi dan perlindungan hak kekayaan intelektual. Selain itu, akademisi, komunitas, dan sektor industri dapat berperan dalam menyediakan fasilitas, mentoring, serta dukungan teknologi guna menciptakan ekosistem inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alhidayatullah., Silvy, L.H., & Susanti, H.(2025). *Kreativitas dan Kolaborasi: Kunci Strategi Supply Chain Berhasil Untuk UMKM Dalam Menghadapi Tantangan Pasar Modern dan Menciptakan Keberlanjutan*. Jurnal Inspirasi Ilmu Manajemen, 4(2),23 and Social Sciences (JEDSOC), 1(3), 259
- C. A. B., Sembiring, H. B., Yulinda, R., Bako, S. M., & Arsyadona, A.(2025). *Peran inovasi operasional berbasis digital dalam meningkatkan daya saing UMKM*. Jurnal Bisnis, Ekonomi Syariah, dan Pajak, 2(2),187-188
- Darwanto.(2013). *Peningkatan daya saing umkm berbasis inovasi dan kreativitas (strategi*

- penguatan property right terhadap inovasi dan Kreativitas). Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, 20(2), 143
- Fajri, A., Suharti., & Purwanto, D. (2024). *Pencapaian Diferensiasi Produk Melalui Strategi Inovasi dan Kreativitas Usaha Mikro Kecil dan Menengah*. *Jurnal Of Community Empowerment*, 3(2), 2015-1026
- Firmansyah, D., Maharani, R., Naufal, S., & Fahmi, M.D. (2025). *Peran perempuan dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas di sektor umkm*. *Jurnal Of Eduation*
- Maulana., Saputra, N.D., Mega, N., Nugraha, M., & Intan, L.N. (2022). *Model pengembangan ekonomi kreatif umkm di kabupaten musi rawas melalui pendidikan karakter, knowledge management, dan inovasi*. *Sebatik*, 26(2), 611
- Muslihah, S., Ginting, L.A. (2024) *Peran inovasi teknologi dalam meningkatkan daya saing umkm: studi kasus implementasi solusi digital di sektor ekonomi kelurahan tegal sari mandala i kecamatan medan denai kota Medan*. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi*, 1(2), 252
- Nisa, K., Alia, N., & Fitriani, W. (2025). *Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing umkm di era digital*. *Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 253-256
- Simangunsong, B.Y.P. (2022). *Peluang dan Tantangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM): Systematic Literature Review*. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 1(1), 26-27
- Ujung, S., Sembiring, G.B., Tambunan, K.E. (2024). *Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing umkm dalam era digital di kota medan*. *Jurnal Inovasi dan Kreativitas dalam Ekonomi*, 8(3), 104-106
- Wahyuni, N.D., & Kusumasari, I.R. (2023). *Peran kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan daya saing pada umkm sandalku handmade*. *Jurnal of ommunity Servise (JCOS)*, 1(3), 290