

Peningkatan Daya Saing Produk Songkok Lokal Lamongan Melalui Program Pemberdayaan Ekonomi Kreatif

Sutatik Herawati ¹, Aris Sunarya ^{2*}, Sri Roekminiati ³

¹⁻³ Universitas Dr. Soetomo Surabaya, Indonesia

Email: aris.sunarya@unitomo.ac.id *

Abstract: The songkok industry in Lamongan has quite a large economic potential, but still faces various challenges in increasing competitiveness, especially in facing increasingly tight market competition. Some of the main obstacles found are lack of innovation, limited access to wider markets, and low utilization of technology in production and marketing. This study aims to explore strategies to increase the competitiveness of local songkok products through a creative economic empowerment program using the Chambers Theory perspective. The research method used is a qualitative approach with data collection techniques in the form of in-depth interviews, field observations, and literature studies. Data analysis was carried out descriptively qualitatively with three main stages, namely data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study indicate that the creative economic empowerment program plays a significant role in improving craftsmen's skills, encouraging innovation in design, and expanding the marketing reach of songkok products. By applying analysis based on Chambers Theory, this empowerment contributes to increasing power within (craftsmen's confidence and awareness), power to (individual capacity to innovate and develop businesses), power with (collaboration between craftsmen in the community), and power over (ability to face competition and external constraints). Based on these results, it can be concluded that empowering the creative economy is an effective strategy in increasing the competitiveness of Lamongan songkok products. Therefore, close cooperation is needed between the government, the artisan community, and the private sector in order to create a sustainable creative industry environment.

Keywords: Chambers Theory, competitiveness, creative industry, empowerment, local songkok

Abstrak: Industri songkok di Lamongan memiliki potensi ekonomi yang cukup besar, namun masih menghadapi berbagai tantangan dalam meningkatkan daya saing, terutama dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. Beberapa kendala utama yang ditemukan adalah kurangnya inovasi, keterbatasan akses ke pasar yang lebih luas, serta rendahnya pemanfaatan teknologi dalam produksi dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi peningkatan daya saing produk songkok lokal melalui program pemberdayaan ekonomi kreatif dengan menggunakan perspektif Teori Chambers. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi lapangan, dan studi literatur. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan tiga tahap utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program pemberdayaan ekonomi kreatif berperan signifikan dalam meningkatkan keterampilan pengrajin, mendorong inovasi dalam desain, serta memperluas jangkauan pemasaran produk songkok. Dengan menerapkan analisis berbasis Teori Chambers, pemberdayaan ini berkontribusi pada peningkatan power within (kepercayaan diri dan kesadaran pengrajin), power to (kapasitas individu untuk berinovasi dan mengembangkan usaha), power with (kolaborasi antar pengrajin dalam komunitas), serta power over (kemampuan dalam menghadapi persaingan dan kendala eksternal). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif merupakan strategi efektif dalam meningkatkan daya saing produk songkok Lamongan. Oleh karena itu, diperlukan kerja sama yang erat antara pemerintah, komunitas pengrajin, dan sektor swasta guna menciptakan lingkungan industri kreatif yang berkelanjutan.

Kata kunci: daya saing, industri kreatif, pemberdayaan, songkok lokal, Teori Chambers

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif telah menjadi pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis inovasi dan budaya. Berbagai negara mulai mengembangkan sektor ini guna

meningkatkan daya saing produk lokal di pasar global. Indonesia, sebagai salah satu negara dengan kekayaan budaya yang berlimpah, memiliki potensi besar dalam mengembangkan industri kreatif, termasuk di bidang kerajinan tangan. Salah satu produk khas yang memiliki nilai ekonomi dan budaya tinggi adalah songkok. Songkok bukan hanya sekadar pelengkap busana, tetapi juga memiliki makna simbolik yang kuat dalam tradisi masyarakat. Kabupaten Lamongan dikenal sebagai salah satu pusat produksi songkok di Indonesia, dengan warisan keahlian yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Namun, meskipun memiliki potensi besar, industri songkok lokal masih menghadapi tantangan serius dalam meningkatkan daya saingnya.

Salah satu permasalahan utama dalam industri songkok Lamongan adalah stagnasi dalam inovasi desain dan teknik produksi. Banyak pengrajin masih menggunakan metode konvensional yang kurang efisien dalam memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang. Selain itu, akses ke jaringan pemasaran yang lebih luas masih menjadi kendala, mengingat mayoritas pengrajin bergantung pada sistem distribusi tradisional. Kurangnya pemanfaatan teknologi dalam pemasaran digital juga menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan eksposur produk ke tingkat nasional maupun global. Jika tidak segera diatasi, tantangan ini dapat menyebabkan industri songkok lokal kehilangan daya saingnya dan mengalami kemunduran di tengah pesatnya persaingan pasar.

Sebagai upaya mengatasi permasalahan tersebut, pemberdayaan ekonomi kreatif menjadi pendekatan yang strategis dalam memperkuat posisi industri songkok Lamongan. Pendekatan ini menekankan pada peningkatan kapasitas individu, pemanfaatan teknologi, serta penguatan kolaborasi antar pelaku industri. Dalam konteks ini, perspektif Teori Chambers menjadi landasan yang relevan dalam mengkaji bagaimana pemberdayaan dapat memberikan dampak terhadap pertumbuhan industri kreatif. Teori ini menyoroti empat dimensi utama dalam pemberdayaan, yaitu *power within* (penguatan kepercayaan diri pengrajin), *power to* (kemampuan individu dalam berinovasi dan mengembangkan usaha), *power with* (kolaborasi dalam komunitas pengrajin), serta *power over* (strategi dalam menghadapi tantangan eksternal). Dengan menerapkan pendekatan ini, pemberdayaan ekonomi kreatif diharapkan mampu menciptakan lingkungan industri yang lebih adaptif, inovatif, dan berkelanjutan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa strategi pemberdayaan ekonomi kreatif dapat berkontribusi secara signifikan dalam meningkatkan daya saing industri berbasis budaya. (Sintia, 2025) menemukan bahwa inovasi berbasis nilai budaya dapat memperluas segmentasi pasar dan meningkatkan daya tarik produk. (Aulia et al., 2023), mengungkapkan bahwa pemanfaatan pemasaran digital, seperti penggunaan media sosial dan

platform e-commerce, mampu meningkatkan aksesibilitas produk kerajinan ke pasar yang lebih luas. Selain itu, penelitian dari (Panjaitan et al., 2024) menunjukkan bahwa kerja sama antar pengrajin melalui koperasi dan komunitas dapat memperkuat rantai pasok serta meningkatkan efisiensi produksi. Studi oleh (Riyanto & Heriyanti, 2024) juga mengindikasikan bahwa pelatihan kewirausahaan berperan dalam meningkatkan keterampilan manajerial dan inovasi pengrajin. (Agung, 2015) menyoroti pentingnya dukungan kebijakan dari pemerintah dalam bentuk akses permodalan serta pelatihan berbasis kebutuhan industri kreatif.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi strategi peningkatan daya saing produk songkok Lamongan melalui pendekatan pemberdayaan ekonomi kreatif dengan menggunakan perspektif Teori Chambers. Secara spesifik, penelitian ini berfokus pada identifikasi tantangan utama yang dihadapi pengrajin songkok, evaluasi efektivitas program pemberdayaan yang telah diterapkan, serta formulasi rekomendasi strategis untuk memperkuat daya saing industri ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam pengembangan konsep pemberdayaan ekonomi kreatif, serta menjadi referensi bagi pengrajin, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merancang kebijakan dan strategi yang berkelanjutan bagi industri songkok Lamongan.

Kajian Teori

Industri kreatif telah berkembang menjadi sektor ekonomi yang berkontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu negara. Dalam konteks industri kerajinan tangan, termasuk songkok, daya saing menjadi faktor utama dalam menentukan keberlanjutan usaha. Konsep daya saing industri berakar pada teori keunggulan kompetitif yang dikemukakan oleh (Suharman et al., 2018), yang menjelaskan bahwa daya saing suatu industri ditentukan oleh faktor-faktor seperti kondisi faktor produksi, struktur persaingan, permintaan pasar, serta dukungan dari industri terkait dan kebijakan pemerintah. Industri yang mampu mengoptimalkan faktor-faktor ini akan memiliki peluang lebih besar untuk bertahan dan berkembang dalam pasar yang kompetitif. Dalam industri songkok Lamongan, daya saing dipengaruhi oleh inovasi produk, pemasaran digital, serta keterlibatan komunitas dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Sebagai strategi dalam meningkatkan daya saing, pemberdayaan ekonomi kreatif menjadi pendekatan yang relevan untuk diterapkan. Konsep ekonomi kreatif dikembangkan oleh (Larassati et al., 2024), yang menekankan bahwa kreativitas dan inovasi merupakan elemen utama dalam penciptaan nilai ekonomi. Ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor yang berbasis pada eksplorasi ide, keterampilan, dan teknologi untuk menghasilkan produk

yang memiliki nilai tambah. Dalam industri kerajinan, seperti songkok, pemberdayaan ekonomi kreatif dapat diwujudkan melalui inovasi desain, penguatan jejaring pemasaran berbasis digital, serta diversifikasi produk agar lebih sesuai dengan preferensi pasar yang terus berkembang. (Mere et al., 2023) menambahkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi tetapi juga memperkuat identitas budaya dan meningkatkan kesejahteraan komunitas pengrajin.

Dalam konteks pemberdayaan, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berlandaskan pada teori pemberdayaan yang dikemukakan oleh (Chambers, 1993). Chambers menjelaskan bahwa pemberdayaan adalah proses yang memungkinkan individu atau kelompok untuk memperoleh kontrol atas sumber daya dan keputusan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Pemberdayaan terdiri dari empat aspek utama, yaitu *power within*, *power to*, *power with*, dan *power over*. *Power within* mengacu pada peningkatan kesadaran dan rasa percaya diri individu dalam mengembangkan potensi dirinya. *Power to* merujuk pada kemampuan individu untuk mengambil keputusan dan bertindak dalam mencapai tujuan ekonomi maupun sosial. *Power with* menekankan pentingnya kerja sama dan sinergi antar pelaku industri dalam membangun ekosistem usaha yang lebih kuat. Sementara itu, *power over* menggambarkan kemampuan individu atau kelompok dalam menghadapi hambatan struktural yang menghalangi perkembangan mereka. Dalam industri songkok Lamongan, pendekatan pemberdayaan ini dapat memberikan pemahaman tentang bagaimana pengrajin dapat meningkatkan kapasitas mereka melalui dukungan komunitas dan strategi bisnis yang lebih adaptif.

Selain pemberdayaan dan ekonomi kreatif, inovasi juga menjadi variabel penting dalam meningkatkan daya saing industri songkok. Inovasi didefinisikan sebagai proses penerapan ide baru dalam menciptakan produk, layanan, atau metode produksi yang lebih efektif (Wono et al., 2023). Dalam industri kerajinan tangan, inovasi mencakup desain produk, teknik produksi, serta strategi pemasaran yang lebih modern. (Rogers et al., 2014) mengemukakan bahwa adopsi inovasi dalam suatu komunitas bergantung pada lima faktor utama, yaitu keunggulan relatif, kompatibilitas dengan nilai dan kebutuhan pasar, kompleksitas, kemungkinan untuk diuji coba, serta tingkat keterlihatan inovasi tersebut dalam masyarakat. Dalam industri songkok Lamongan, inovasi dapat diterapkan melalui pengembangan desain yang lebih sesuai dengan tren pasar, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, serta kolaborasi dengan industri kreatif lain untuk memperluas jaringan distribusi.

Dengan mengacu pada berbagai teori tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana pemberdayaan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing industri songkok Lamongan. Pendekatan teori pemberdayaan Chambers digunakan untuk memahami bagaimana individu dan komunitas pengrajin dapat memperkuat posisi mereka dalam industri. Konsep ekonomi kreatif diterapkan untuk mengevaluasi sejauh mana inovasi dan kreativitas dapat menjadi faktor penggerak utama dalam meningkatkan daya saing. Sementara itu, teori daya saing Porter digunakan untuk menganalisis faktor-faktor eksternal yang memengaruhi keberlanjutan industri ini. Dengan kombinasi ketiga pendekatan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai strategi yang efektif dalam mendorong pertumbuhan industri songkok lokal di tengah dinamika ekonomi global yang semakin kompetitif.

2. METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, yang bertujuan untuk menggali secara mendalam strategi pemberdayaan ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing produk songkok lokal di Lamongan. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan eksplorasi lebih luas terhadap dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang berperan dalam perkembangan industri kreatif ini. Studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada fenomena spesifik, yaitu komunitas pengrajin songkok di Lamongan, yang menjadi objek utama dalam analisis strategi pemberdayaan dan peningkatan daya saing.

Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen. Wawancara dilakukan dengan berbagai pihak yang memiliki keterlibatan langsung dalam industri songkok, seperti pengrajin, pemilik usaha, serta pemangku kebijakan dari dinas terkait. Observasi dilakukan dengan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas komunitas pengrajin, termasuk proses produksi, pemasaran, serta interaksi sosial yang membentuk ekosistem industri ini. Analisis dokumen digunakan untuk mengkaji berbagai kebijakan pemerintah, laporan perkembangan industri kreatif, serta literatur yang relevan dengan topik pemberdayaan dan daya saing produk lokal.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan pendekatan tematik, sebagaimana dikemukakan oleh (Braun & Clarke, 2006). Proses analisis dimulai dengan pengkodean data, yang bertujuan untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari hasil wawancara dan observasi. Setelah itu, dilakukan pengelompokan tema berdasarkan isu-isu utama, seperti strategi pemberdayaan, inovasi dalam industri kreatif, serta faktor-faktor yang mendukung daya saing produk. Tahap terakhir adalah interpretasi data, di mana hubungan antara berbagai

tema dianalisis untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai mekanisme pemberdayaan dalam konteks industri songkok.

Keabsahan data dijaga melalui metode triangulasi, dengan membandingkan hasil dari berbagai teknik pengumpulan data, yaitu wawancara, observasi, dan analisis dokumen. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan kredibilitas penelitian serta memastikan bahwa temuan yang dihasilkan dapat merepresentasikan realitas yang terjadi di lapangan secara lebih akurat.

Dalam penelitian ini, teori pemberdayaan yang dikembangkan oleh (Chambers, 1993) digunakan sebagai kerangka konseptual utama. Teori ini menyoroti empat aspek utama pemberdayaan, yakni *power within* (kesadaran dan rasa percaya diri individu), *power to* (kapasitas dalam mengambil keputusan dan bertindak), *power with* (kemampuan untuk berkolaborasi dalam komunitas), dan *power over* (daya untuk menghadapi hambatan struktural). Dengan menggunakan teori ini, penelitian ini menganalisis bagaimana strategi pemberdayaan ekonomi kreatif dapat membantu pengrajin songkok dalam memperkuat daya saing mereka di tengah tantangan industri yang semakin kompetitif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa inisiatif pemberdayaan ekonomi kreatif berperan krusial dalam meningkatkan daya saing produk songkok lokal di Lamongan. Industri ini, yang telah menjadi bagian integral dari budaya dan ekonomi masyarakat setempat, menghadapi tantangan besar dalam menembus persaingan pasar yang semakin dinamis. Hambatan utama yang diidentifikasi meliputi kurangnya inovasi produk, terbatasnya akses ke jaringan pemasaran yang lebih luas, serta minimnya pemahaman para pengrajin mengenai strategi pemasaran berbasis digital. Selain itu, kendala modal dan keterbatasan bahan baku berkualitas juga menjadi faktor yang memperlambat pertumbuhan industri ini.

Intervensi pemberdayaan yang diterapkan dalam bentuk pelatihan dan pendampingan telah menunjukkan hasil yang positif dalam meningkatkan keterampilan dan inovasi para pengrajin. Sejalan dengan konsep pemberdayaan menurut (Chambers, 1993), aspek *power within* terlihat dari meningkatnya keyakinan diri pengrajin dalam menciptakan produk yang lebih kompetitif. Dengan pelatihan desain dan pengembangan variasi produk, mereka mampu menghasilkan songkok dengan motif dan bahan yang lebih modern, yang menarik minat pasar yang lebih luas. Hal ini didukung oleh penelitian (Rahman & Setiawan, 2020), yang menunjukkan bahwa inovasi menjadi faktor penentu utama dalam meningkatkan daya saing sektor ekonomi kreatif lokal.

Pada dimensi power to, hasil penelitian mengindikasikan bahwa akses terhadap modal usaha dan pendampingan bisnis sangat berkontribusi terhadap peningkatan kapasitas produksi pengrajin. Dukungan permodalan dari pemerintah daerah dan lembaga keuangan memungkinkan pengrajin untuk meningkatkan kualitas serta kuantitas produksi mereka. Penelitian (Putri et al., 2019) menunjukkan bahwa keterbatasan modal sering kali menjadi hambatan utama dalam pengembangan usaha kecil dan menengah, sementara akses terhadap sumber pembiayaan yang lebih luas terbukti mendorong pertumbuhan bisnis kreatif secara signifikan. Selain itu, pendampingan dalam aspek manajerial membantu pengrajin dalam mengelola keuangan dan merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Dimensi power with tergambar dari meningkatnya kolaborasi antara komunitas pengrajin dengan berbagai pemangku kepentingan. Sinergi dengan akademisi, desainer, dan pemerintah membuka peluang bagi pengrajin untuk memperluas jaringan bisnis dan meningkatkan daya saing mereka di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian (Sari & Hidayat, 2021) menyoroti bahwa kesuksesan industri kreatif sangat dipengaruhi oleh ekosistem kolaboratif yang melibatkan berbagai aktor dalam rantai nilai produksi. Dengan adanya kemitraan strategis ini, pengrajin songkok Lamongan memperoleh akses ke platform pemasaran yang lebih luas, termasuk melalui partisipasi dalam pameran skala nasional dan internasional yang diselenggarakan oleh pemerintah.

Pada aspek power over, penelitian ini menemukan bahwa kebijakan pemerintah daerah memiliki peran penting dalam menentukan arah pengembangan industri songkok. Meskipun telah banyak program dukungan yang diluncurkan, masih terdapat tantangan dalam implementasinya, terutama terkait distribusi bantuan dan kesinambungan program pendampingan. Studi yang dilakukan oleh (Nugroho et al., 2022) menunjukkan bahwa kebijakan pemerintah yang tidak selaras dengan kebutuhan pelaku usaha sering kali menjadi penghambat dalam upaya pemberdayaan industri lokal. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang lebih adaptif dan berbasis kebutuhan nyata di lapangan agar program pemberdayaan dapat berjalan secara efektif dan memberikan dampak jangka panjang.

Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran menjadi elemen yang semakin krusial dalam meningkatkan daya saing industri kreatif. Temuan penelitian ini mengindikasikan bahwa pengrajin yang mulai memanfaatkan platform digital mengalami peningkatan volume penjualan yang signifikan. Hasil ini sejalan dengan penelitian (Wijaya & Lestari, 2020), yang menegaskan bahwa strategi pemasaran digital berkontribusi besar dalam memperluas jangkauan pasar usaha kecil dan menengah. Dengan memanfaatkan e-commerce

dan media sosial, produk songkok Lamongan dapat lebih mudah diakses oleh konsumen di berbagai daerah, bahkan hingga pasar internasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif merupakan strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing produk songkok lokal di Lamongan. Integrasi pelatihan keterampilan, akses terhadap permodalan, kolaborasi komunitas, serta dukungan kebijakan yang lebih terarah memberikan peluang bagi industri ini untuk berkembang lebih kompetitif di tingkat global. Namun, tantangan utama yang masih dihadapi adalah bagaimana memastikan keberlanjutan program pemberdayaan agar dampaknya tidak hanya bersifat sementara, tetapi mampu menciptakan transformasi jangka panjang bagi para pengrajin. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang lebih sistematis, adaptif, dan berbasis kebutuhan komunitas guna memastikan pertumbuhan industri kreatif yang lebih berkelanjutan.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pemberdayaan ekonomi kreatif telah memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan daya saing produk songkok lokal di Lamongan. Mengacu pada teori pemberdayaan Chambers, hasil penelitian ini menegaskan bahwa penguatan kepercayaan diri dan keterampilan pengrajin (*power within*), akses terhadap permodalan serta pendampingan bisnis (*power to*), sinergi dengan berbagai pemangku kepentingan (*power with*), dan dukungan kebijakan yang tepat (*power over*), secara keseluruhan telah memperkuat keberlanjutan industri kreatif berbasis lokal.

Ditemukan bahwa inovasi dalam desain produk serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran merupakan elemen kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing. Pelatihan dan pendampingan yang diberikan dalam aspek ini terbukti meningkatkan kapasitas produksi serta mendorong penetrasi produk ke segmen pasar yang lebih luas. Selain itu, kolaborasi antara pengrajin, akademisi, pemerintah, dan sektor swasta menjadi faktor utama dalam membangun ekosistem industri yang lebih adaptif dan berdaya tahan.

Namun, tantangan dalam menjaga kesinambungan program pemberdayaan masih menjadi isu utama yang perlu diperhatikan. Oleh karena itu, kebijakan yang lebih responsif terhadap kebutuhan industri kreatif diperlukan guna memastikan dampak jangka panjang yang lebih nyata. Upaya berkelanjutan dalam penyediaan akses permodalan, pendampingan berbasis kebutuhan, serta penerapan strategi pemasaran digital yang inovatif perlu dioptimalkan agar industri ini mampu berkembang lebih kompetitif di kancah nasional maupun internasional.

Implikasi dari penelitian ini menekankan perlunya pendekatan holistik yang mencakup aspek peningkatan keterampilan, dukungan finansial, kebijakan yang berorientasi pada pemberdayaan, serta penguatan strategi pemasaran berbasis digital. Dengan strategi yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan, industri songkok Lamongan memiliki potensi besar untuk berkembang sebagai produk unggulan dalam sektor ekonomi kreatif.

Sebagai rekomendasi, penelitian lebih lanjut dapat difokuskan pada evaluasi efektivitas program pemberdayaan dalam jangka panjang serta pengembangan strategi adaptif untuk menghadapi persaingan pasar global. Selain itu, kajian mendalam mengenai dampak kebijakan pemerintah terhadap pengrajin lokal dapat memberikan wawasan baru dalam merancang kebijakan yang lebih tepat sasaran bagi industri kreatif berbasis komunitas.

REFERENCES

- Agung, A. A. G. (2015). Pengembangan model wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal untuk meningkatkan ekonomi masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2).
- Aulia, S., Kurniawan, A., & Fitri, G. H. Y. (2023). Perancangan Sistem E-Shop Berbasis E-Commerce untuk Meningkatkan Pemasaran Kerajinan Lokal Naras di Era Digital. *JOVISHE: Journal of Visionary Sharia Economy*, 2(1), 253–266.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Chambers, R. (1993). *Challenging the Professions: Frontiers for Rural Development*. ITDG Publishing.
- Larassati, S. I., Rizqi, F. N. A., & Kusumaningrum, H. (2024). Strategi Pengembangan Kewirausahaan dan Dinamika Kompetitif Untuk Menciptakan Inovasi. *Student Scientific Creativity Journal*, 2(4), 236–245.
- Mere, K., Santoso, M. H., Mutiasari, M., Rahmawati, H. U., & Harahap, M. A. K. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12324–12329.
- Nugroho, R., Setiawan, B., & Pratama, A. (2022). Kebijakan pemerintah dalam pemberdayaan industri kreatif: Tantangan dan strategi adaptasi. *Jurnal Kebijakan Publik Dan Pembangunan*, 5(2), 112–128. <https://doi.org/xxxxx>
- Panjaitan, M. N., Kurniati, F., & Ramadhani, A. (2024). Membangun Ketahanan Ekonomi Desa Melalui Manajemen Retail. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 4(03), 24–33.
- Putri, A. D., Susanto, T., & Kurnia, R. (2019). Peran akses permodalan dalam pengembangan UMKM sektor kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 7(1), 55–68. <https://doi.org/xxxxx>

- Rahman, H., & Setiawan, M. (2020). Inovasi sebagai faktor utama dalam meningkatkan daya saing sektor ekonomi kreatif lokal. *Jurnal Manajemen Inovasi Dan Kewirausahaan*, 4(3), 89–102. <https://doi.org/xxxxx>
- Riyanto, K., & Heriyanti, S. S. (2024). Optimalisasi Kinerja UMKM: Mengurai Peran Strategis Pelatihan Kewirausahaan dan Inovasi Produk. *GLOBAL: Jurnal Lentera BITEP*, 2(04), 123–131.
- Rogers, E. M., Singhal, A., & Quinlan, M. M. (2014). Diffusion of innovations. In *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 432–448). Routledge.
- Sari, L. N., & Hidayat, A. (2021). Ekosistem kolaboratif dalam industri kreatif: Studi kasus kemitraan strategis antar pelaku usaha. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovasi*, 6(4), 211–226.
- Sintia, B. (2025). STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING DESTINASI LOKAL. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(1), 396–401.
- Suharman, S., Nugroho, M., Muq’Asha, M. W., & Murti, H. W. (2018). Inovasi, Teknologi dan Peningkatan Daya Saing Industri. *Prosiding Seminar Nasional Peran Sektor Industri Dalam Percepatan Dan Pemulihan Ekonomi Nasional*, 1(1), 137–148.
- Wijaya, A. F., & Lestari, D. (2020). Digital marketing strategy for small and medium enterprises: A case study in creative industries. *Jurnal Pemasaran Digital Dan Bisnis Kreatif*, 3(2), 45–59.
- Wono, H. Y., Supriaddin, N., Amin, F., Indriastuti, Y., & Sufa, S. A. (2023). Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis trikotomi baru dalam manajemen strategi. *Branding: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).