

DETERMINAN KEBERHASILAN USAHA MIKRO KECIL MENENGAH BERBASIS EKONOMI KREATIF: TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS

Aidil Amin Effendy¹, Sudiarto², Guruh Dwi Pratama⁴, Yuli Wahyudi⁵, Denok Sunarsi⁵
¹²³⁴⁵Universitas Pamulang, Banten, Indonesia, aidil00967@unpam.ac.id

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui determinan keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif dan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan menggunakan pendekatan pada kajian literatur atau studi pustaka, yaitu merujuk dari berbagai literatur, seperti buku, disertasi, jurnal ilmiah dan internet. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis data ini ialah Metode eksposisi, yaitu dengan menyajikan data dan fakta yang saling berkaitan sehingga pada akhirnya dapat dicari korelasi antara data dan fakta tersebut. Hasil penelitian dapat disimpulkan, keberhasilan UMKM di era kompetitif saat ini sangat diharapkan secara konsisten berkembang dan mampu bersaing khususnya pada usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif. Banyak faktor penentu keberhasilan UMKM khususnya industri ekonomi kreatif. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif, antara lain: Sikap, Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku Usaha, Membuat Ide Kreatif dan Menarik, Memanfaatkan Media Promosi Online, Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha dan Umur Usaha.

Kata Kunci: keberhasilan UMKM; ekonomi kreatif; tinjauan literatur sistematis

Abstract

The aim of this research is to determine the determinants of success of micro, small and medium enterprises based on the creative economy and to determine the factors that influence the success of micro, small and medium enterprises based on the creative economy. This research uses a descriptive exploratory approach using a literature review or library study approach, namely referring to various literature, such as books, dissertations, scientific journals and the internet. The approach used in analyzing this data is the exposition method, namely by presenting interrelated data and facts so that in the end a correlation can be sought between the data and facts. The results of the research can be concluded that the success of MSMEs in the current competitive era is expected to consistently develop and be able to compete, especially in creative economy-based micro, small and medium enterprises. There are many factors that determine the success of MSMEs, especially the creative economy industry. The factors that influence the success of MSMEs based on the creative economy include: Attitudes, Knowledge and Skills of Business Actors, Creating Creative and Interesting Ideas, Utilizing Online Promotional Media, Using Accounting Information, Business Capital and Age of Business.

Keywords: success of UMKM; creative economy; systematic literature review

PENDAHULUAN

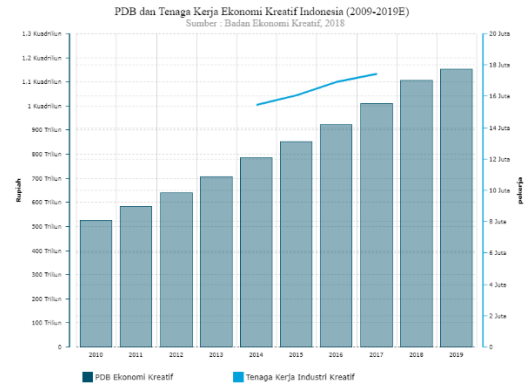
Ekonomi kreatif di Indonesia sangat diharapkan perkembangannya karena merupakan sebuah konsep di era ekonomi saat ini yang mengutamakan informasi dan

kreativitas dengan cara mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia itu sendiri sebagai faktor produksi sehingga produk dan jasa yang dihasilkan bernilai kreatif.

Dengan hadirnya ekonomi kreatif, maka sangat memberikan kontribusi terhadap perekonomian negara kita, di antaranya yaitu dapat membuka berbagai lapangan kerja baru, mengurangi jumlah pengangguran, menciptakan masyarakat yang memiliki daya kreatif tinggi, dapat meningkatkan inovasi di berbagai sektor usaha dan kontribusi lainnya.

Sebelum seorang wirausaha memiliki kompetensi dan daya kreatif yang tinggi, maka sudah seharusnya seorang wirausaha tersebut berkeinginan untuk mempelajari berbagai ilmu dan keterampilan mengenai berwirausaha yang sukses, sebagaimana Effendy, A. A., et al (2020) menguraikan salah satu strategi agar UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) tetap menjaga eksistensinya, bahwasannya, “Mendirikan usaha atau UMKM (Usaha Mikro, kecil dan Menengah) haruslah mempunyai bekal ilmu, keterampilan dan wawasan berwirausaha agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan baik dan menghasilkan laba yang optimal.”

Pada dasarnya ekonomi kreatif memiliki potensi yang cukup menjanjikan untuk mendukung perekonomian nasional. Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi yang muncul dari ide maupun gagasan kreatif mencapai telah mencapai Rp 1.009 triliun pada 2017 meningkat dari tahun sebelumnya Rp 922,59 triliun, sebagaimana data Produk Domestik Bruto (PDB) dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019E) sebagai berikut:



Sumber: databoks.katadata.co.id

Gambar 1. PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019E)

Dari diagram di atas, maka jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam ekonomi kreatif pada 2016 mencapai 16,91 juta pekerja dan meningkat menjadi 17,43 juta pekerja. Hingga akhir 2018, kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional diperkirakan mencapai Rp 1.105 triliun dan kembali meningkat menjadi Rp 1.211 triliun pada 2019.

Pesatnya perkembangan teknologi memunculkan potensi ekonomi digital seperti e-commerce, layanan *game online*, layanan antar makanan serta layanan video digital yang dapat mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif. Pemerintah menargetkan nilai ekonomi digital Indonesia pada 2020 mencapai US\$ 130 miliar atau setara Rp 1.888 triliun. Nilai tersebut setara 11% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional.

Dari data tersebut, maka dapat disimpulkan ekonomi kreatif perlu dikembangkan dan didorong agar dapat berkembang pesat di negara kita, Indonesia. Namun ekonomi kreatif di Indonesia mengalami ketimpangan dalam penyebaran

jenis usahanya, karena ekonomi kreatif yang terbanyak yaitu dari usaha kuliner sebesar 49,54%, disusul oleh Kriya sebesar 20,85% dan kemudian sektor lainnya, sebagaimana data mengenai Distribusi Tenaga Kerja Ekraf Berdasarkan Subsektor pada tahun 2019, terlampir di bawah ini:



Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020

Gambar 2. Distribusi Tenaga Kerja Ekraf Berdasarkan Subsektor

Dari data di atas, terlihat tidak meratanya distribusi tenaga kerja ekonomi kreatif pada tahun 2019, sehingga diperlukan diketahuinya penyebab dan faktor-faktor yang membuat tidak meratanya distribusi tenaga kerja ekonomi kreatif tersebut dan mencari sebuah solusi terbaik agar seluruh sektor ekonomi kreatif dapat meningkat secara signifikan.

Maka dari fenomena di atas, terdapat beberapa kendala dan hambatan UMKM khususnya sektor usaha ekonomi kreatif dapat mengembangkan usahanya, hal tersebut sebagaimana dalam sebuah riset oleh A. Budiyanto, & A.A. Effendy, (2020), diantara hambatan perkembangan UMKM ialah “Terbatasnya sarana dan prasarana usaha terutama berhubungan dengan alat-alat teknologi. Kebanyakan UMKM

menggunakan teknologi yang masih sederhana sehingga sulit untuk bersaing secara kualitas dan kuantitas.” Sedangkan “Promosi sangat efektif dilakukan melalui media *Online* terutama lebih efektif dilakukan promosinya melalui media sosial dibandingkan promosi melalui media elektronik, dan media cetak.” (Effendy, A. A., & Sunarsi, D. 2020).

Dari permasalahan di atas, maka sangat diperlukan diketahuinya faktor-faktor yang dapat menentukan UMKM agar dapat lebih berhasil, berkembang dan tetap eksis di era kompetitif saat ini, Maka untuk mengatasi beberapa permasalahan tersebut diperlukan riset mengenai “Determinan Keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif: Tinjauan Literatur Sistematis.”

KERANGKA TEORI

UMKM-Usaha Mikro Kecil Menengah

Dalam Affandi, A., et al, (2020), mengenai peraturan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), sebagai berikut :

1. **Usaha Mikro** ialah “Sebuah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 50.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 300.000.000,00.”
2. **Usaha Kecil** adalah “Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang

dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan, yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 50.000.000,00-500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp. 300.000.000,00-2.500.000.000,00.”

3. **Usaha Menengah** adalah “Usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan.” Karakteristiknya ialah “Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 500.000.000,00-10.000.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00-50.000.000.000,00.” (Putri, Aning Kesuma & Dewi Anggraini, 2016)

Ekonomi Kreatif

Dalam Instruksi Presiden atau Inpres No. 6 Tahun 2009 dalam Rahmi, A. N. (2018), Ekonomi Kreatif adalah “Kegiatan ekonomi berdasarkan pada kreativitas, keterampilan dan bakat individu untuk menciptakan daya kreasi dan daya individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan masyarakat.”

Menurut Arjana (2016:227) Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor

produksi. Dalam studi ekonomi dikenal ada empat faktor produksi yakni sumber daya alam, sumber daya manusia, dan orientasi atau manajemen,

Maka menurut penulis usaha yang mengandung unsur kreativitas menjadi hal yang perlu dikembangkan dalam bisnis dan ekonomi, terutama saat ini masih dalam pemulihan pasca pandemi, maka bisnis dengan kreativitas dan inovasi-inovasi baru harus terus secara konsisten ditingkatkan karena kaum milenial saat ini lebih menyukai produk dan hal-hal yang terbaru, unik dan menarik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksploratif deskriptif dengan menganalisis “Determinan Keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif: Tinjauan Literatur Sistematis”. Karya ilmiah ini yaitu dikembangkan dengan menggunakan pendekatan pada kajian literatur atau studi pustaka. Dalam Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013), bahwasannya, “Pendekatan konsep ini dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet, semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.”

Sebagaimana dalam Arikunto (2014) *literature review* yaitu “Mengumpulkan data terkait hal-hal atau variabel variabel berupa buku buku, transkrip, catatan, majalah, surat kabar, pasasti, agenda, notulen rapat dan sebagainya.”

Metode Analisis Data

Analisis data dalam metode *literature review* pada penelitian ini ialah berisi uraian yang lengkap tentang cara menganalisis konsep yang dieliti. Pendekatan yang digunakan dalam menganalisis data ini ialah Metode eksposisi, yaitu “Dengan memaparkan data dan fakta yang ada sehingga pada akhirnya dapat dicari korelasi antara data-data tersebut.” (Ulhaq. et. all., 2020)

Strategi Pencarian Literatur

Penelusuran artikel publikasi pada *google*, *google scholar*, dan *research gate* menggunakan kata kunci yang dipilih yaitu “Pemberdayaan dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM)” dalam bahasa Inggris dan Indonesia.

Tabel 1. Sumber Data Base Pencarian Literatur

Data Base Penelitian	Alamat WEB
<i>Google Scholar</i>	https://scholar.google.co.id
<i>Google Search</i>	https://www.google.co.id/?hl=id
<i>Scopus Preview</i>	https://www.scopus.com/home.uri
<i>Research Gate</i>	https://www.researchgate.net
<i>Badan Pusat Statistik</i>	https://www.bps.go.id/

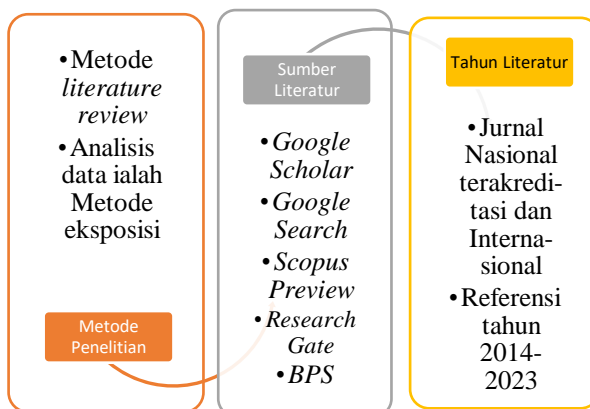
Artikel atau jurnal yang sesuai dengan kriteria inklusi dan eksklusi diambil untuk selanjutnya dianalisis. *Literature Review* ini menggunakan literatur pada 10 tahun terakhir yaitu tahun 2013-2022 yang dapat diakses *fulltext* dalam format pdf dan *scholarly (peer reviewed journals)*. Kriteria jurnal yang direview adalah artikel jurnal penelitian

berbahasa Indonesia dan Inggris

State of the Art dalam Penelitian

Menurut Jatmiko, Wisnu. et. all., (2015), *State of the art* didefinisikan “Sebagai tingkat pengembangan mencakup pada peralatan, prosedur, proses, teknik, hingga teori yang dicapai pada waktu tertentu dan merupakan hasil dari penerapan metodologi terkini.”

Maka sudah seharusnya penelitian memiliki kebaruan (*novelty*) dari penelitian-penelitian terdahulu. Adapun *State of the art* pada penelitian ini memiliki *novelty* baik dari metode, sumber literatur dan tahun literatur, yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3 : State of the art penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keberhasilan UMKM di era kompetitif saat ini sangat diharapkan secara konsisten berkembang dan mampu bersaing khususnya pada usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif.

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha mikro kecil menengah berbasis ekonomi kreatif berdasarkan Tinjauan Literatur Sistematis,

yaitu “Pendekatan yang dilakukan dengan merujuk dari beberapa sumber, seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet, semua uraian gagasan yang ada digabungkan dalam satu susunan kerangka pemikiran.”

Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif, antara lain:

1. Sikap, Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku Usaha

Menurut Sutiyono dalam Winarni & Mahsun (2021) mengenai “Faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil ini hasil penelitiannya menemukan bahwa keberhasilan usaha kecil ditandai oleh inovasi, perilaku mau mengambil resiko.

Adapun penelitian Luch dalam Winarni & Mahsun (2021) mengenai faktor penentu keberhasilan usaha industri kecil bahwasannya “Pada dasarnya adalah cerminan dari kemampuan usaha pengetahuan, sikap, dan keterampilan, pengalaman yang relevan, motivasi kerja dan tingkat pendidikan seorang pengusaha, sehingga dapat diketahui bahwa keberhasilan usaha dapat dipengaruhi oleh kemampuan usaha yang tercermin diantaranya melalui pengetahuan, sikap, dan keterampilan dari pengusaha.”

Menurut Dolling, N. (2018)., mengenai “Keberhasilan usaha mikro dan kecil dapat dilihat dari, minat berwirausaha harus mengedepankan keberanian, mampu bertanggung jawab atas usaha yang dijalankan berani mengambil resiko dan mempunyai sikap optimis atas suatu

peluang. Mengubah nasib salah satu hal yang bisa mengurangi pengangguran adalah masyarakat harus menciptakan lapangan kerja untuk dirinya sendiri dan bagi orang lain dengan jalan berwirausaha untuk mengurangi pengangguran.”

2. Membuat Ide Kreatif dan Menarik

Pada dasarnya Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta industri (Purnomo, 2016).

Menurut Duriyanto dalam Muna & Hisan (2020)., “Menunjukkan bahwa ide-ide kreatif dan menarik diperlukan dalam membangun sebuah usaha dengan cara menambah variasi, ragam, atau tingkat mutu produk sesuai dengan keinginan konsumen.”

“Walau pun minat wirausaha, koneksi, merek dan promosi telah di jalankan dengan sangat baik, apabila tidak ada kreativitas maka usaha tidak akan berkembang dan bahkan gulung tikar. Apa lagi persaingan antar pengusaha semakin ketat seiring perkembangan zaman dan konsumen pun menginginkan hal-hal terbaru dan unik. Sehingga dibutuhkan sebuah usaha dari ekonomi kreatif.” (Muna & Hisan, 2020).

3. Memanfaatkan Media Promosi Online

Dalam Muna & Hisan, (2020) bahwa “Faktor penting lainnya dalam keberhasilan usaha dapat juga dilihat dari Promosi. Promosi dapat mengubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak

mengenal menjadi mengenal. Ketika konsumen memiliki daya beli, maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk, calon konsumen akan menjadi pembeli dengan mengingat produk tersebut. Salah satu media promosi yang efektif dalam perkembangan dunia teknologi dan informasi adalah internet. Internet menjadikan media sosial sebagai media komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat. Dengan adanya media sosial maka pengusaha UMKM dapat juga memanfaatkan smartphone yang dimiliki sebagai media untuk mempromosikan produknya. Sebagai mana tersedianya media sosial grup jual beli atau marketplace, tempat para wirausaha untuk mempromosikan produknya seperti makanan, fashion dan aneka produk lainnya.”

Hal ini diperkuat oleh penelitian dari Dolling, N. (2018), bahwa “Keberhasilan usaha mikro dan usaha kecil dapat dilihat dari Promosi dapat merubah sikap dan tingkah laku pembeli yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal dan ketika konsumen memiliki daya beli maka dengan adanya kesadaran dan mengenal sebuah produk maka calon konsumen akan menjadi pembeli mengingat produk tersebut.”

4. Penggunaan Informasi Akuntansi

“Keberhasilan usaha dipengaruhi beberapa faktor, salah satunya adalah faktor penggunaan informasi akuntansi. Penggunaan informasi akuntansi dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai dasar pengambilan keputusan dalam mengelola

usaha, keberhasilan sebuah usaha dapat ditentukan dengan adanya pengambilan keputusan bisnis yang tepat.” (Rianto & Hidayatulloh, 2020)

Sebagaimana menurut Wibowo & Kurniawati, (2015)., bahwasannya “Walaupun peran penggunaan informasi akuntansi cukup penting bagi pelaku usaha namun dalam praktiknya masih banyak permasalahan yang terjadi seperti kesulitan dalam memahami penerapan akuntansi dengan baik dan rendahnya kemauan untuk melakukan pencatatan akuntansi yang disebabkan oleh beberapa hal diantaranya rendahnya tingkat pendidikan, minimnya pemahaman tentang Standar Akuntansi Keuangan (SAK) dari Owner, dan belum tersedianya peraturan mengenai kewajiban untuk menyusun laporan keuangan bagi UMKM.”

Sehingga dapat disimpulkan dalam riset Widodo, S., & Ovita, A. (2021), “Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa penggunaan informasi akuntansi dan umur usaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha.”

5. Modal Usaha

Sebuah hasil riset dari Rumerung, D. (2018), mengenai “Modal usaha menjadi salah satu faktor yang dapat mendorong keberhasilan usaha. Modal menjadi salah satu hal yang cukup penting bagi sebuah usaha saat mendirikan atau menjalankan usaha. Keberadaan modal sangat diperlukan dalam mendirikan dan menjalankan usaha, namun yang menjadi persoalan adalah bagaimana

agar dapat mengelola modal secara optimal”

Faktor Modal usaha merupakan salah satu penentu keberhasilan usaha, karena pada kenyataannya “Sulitnya akses permodalan yang dapat digunakan sebagai tambahan modal usaha dikarenakan kebanyakan usaha belum melakukan pencatatan usaha sesuai dengan apa yang di isyaratkan oleh lembaga keuangan serta tidak stabilnya keberadaan modal dalam usaha.” (Arliani, et.al., 2019; Safitri & Setiaji, 2018).

6. Umur Usaha

“Umur usaha merupakan lamanya sebuah usaha berkembang, bertahan, dan tetap berdiri sehingga dapat tetap bersaing di dunia usaha.” (Rianto & Hidayatulloh, 2020).

Hal ini diperkuat dengan penelitian oleh Khotimah, et.al. (2022). Bahawannya “Hasil- Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penggunaan informasi akuntansi, modal usaha, umur usaha, karakteristik wirausaha, dan inklusi keuangan berpengaruh positif terhadap keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif dan hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan penggunaan informasi akuntansi, memaksimalkan penggunaan modal, meningkatkan inklusi keuangan dalam bentuk penggunaan informasi dan layanan keuangan.”

“Umur usaha mencerminkan pola pikir dan perilaku sebuah usaha dalam menjalankan usahanya. Semakin lama umur usaha dapat memberikan dampak positif terhadap pola

pikir sebuah bisnis dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Sebuah usaha akan tetap bertahan jika pelaku usaha mengambil keputusan usaha yang dapat memperpanjang umur usahanya.” (Soraya & Amir, 2016).

KESIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwasannya banyak faktor penentu keberhasilan UMKM khususnya industri ekonomi kreatif, penulis di sini menggunakan metode *literature review* pada penelitian ini yaitu diambil dari berbagai sumber literatur jurnal nasional maupun internasional.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan UMKM berbasis ekonomi kreatif, antara lain: Sikap, Pengetahuan dan Keterampilan Pelaku Usaha, Membuat Ide Kreatif dan Menarik, Memanfaatkan Media Promosi Online, Penggunaan Informasi Akuntansi, Modal Usaha dan Umur Usaha.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, A., Sarwani, A. S., Erlangga, H., Siagian, A. O., Purwanto, A., Effendy, A. A., & Juhaeri, G. (2020). Optimization of MSMEs Empowerment in Facing Competition in the Global Market during the COVID-19 Pandemic Time. *Systematic Reviews in Pharmacy*, 11(11), 1506-1515.
- Arikunto, Suharsimi. (2014). “*Prosedur Penelitian*”. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arliani, L., Indrayani, L., Tripalupi, L. E., Studi, P., Ekonomi, P., & Ganesha, U. P. (2019). Pengaruh perilaku pelaku

- usaha dan modal usaha terhadap keberhasilan UMKM di Desa Tukad Sumaga Kecamatan Gerogak Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Akuntansi*, 11(2), 427–436. Arjana, I Gusti Bagus. 2016. *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Budiyanto, A., & Effendy, A. A. (2020). Analisa Kebijakan Pemerintah Kota Tangerang Selatan terhadap Pemberdayaan Koperasi dan UMKM dan Dampaknya terhadap Pemerataan Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 80-93.
- Databoks, 2018. *PDB dan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif Indonesia (2009-2019E)*.
<https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2018/12/11/ekonomi-kreatif-indonesia-mencapai-rp-1200-triliun-pada-2019>, diakses pada 21 Mei 2024
- Dolling, N. (2018). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Makassar* (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Makassar).
- Effendy, A. A. (2019). “Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Azka Toys Pamulang Tangerang Selatan.” *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 66-82.
- Effendy, A. A., Budiyanto, A., Nurhadi, A., Murtiyoko, H., & Mas’adi, M. (2020). “Implementasi Kewirausahaan dan Koperasi di Sekolah pada SMK Mulia Buana, Parung Panjang–Kab. Bogor.” *DEDIKASI PKM*, 1(2), 105-110.
- Effendy, A. A., & Sunarsi, D. (2020). *Persepsi Mahasiswa Terhadap Kemampuan Dalam Mendirikan UMKM Dan Efektivitas Promosi Melalui Online Di Kota Tangerang Selatan*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(3), 702-714.
- Jatmiko, Wisnu . et. all., (2015). *Panduan Penulisan Artikel Ilmiah*, Depok: Fakultas Ilmu Komputer Universitas Indonesia
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*. Kememparekraf, Jakarta.
- Khotimah, K., Mutmainah, K., & Romandhon, R. (2022). Determinan Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen dan Perbankan Syariah*, 2(4), 73-92.
- Muna, K., & Hisan, K. (2020). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Menengah Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kota Langsa. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 31-52.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi kreatif pilar pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan industri ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian di indonesia. In *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)* (Vol. 2, No. 1, pp. 1386-1395).
- Rianto, D., & Hidayatulloh, A. (2020). Penggunaan informasi akuntansi dan umur usaha mendorong keberhasilan usaha mikro kecil dan menengah batik di Kota Yogyakarta. *SAINS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, XII(2), 299–312.
- Rumerung, D. (2018). Analisis tingkat keberhasilan usaha usaha kecil mikro dan menengah di Kabupaten Maluku Tengah. *Jurnal SOSOQ*, 5, 75–92.
- Safitri, H., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh modal usaha, dan karakteristik

wirausaha terhadap perkembangan usaha mikro kecil di Desa Kedungleper Kecamatan Bangsi Kabupaten Jepara. *Economic Education Analysis Journal*, 7(2), 792–800.

Soraya, E. A., & Amir, M. (2016). Faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan standar akuntansi keuangan entitas tanpa akuntabilitas publik. *Accounting Analysis Journal*, 5(1), 1–8.

Sudaryanto, R., & Wijayanti, R. R. (2013). “*Strategi pemberdayaan UMKM menghadapi pasar bebas ASEAN.*” Pusat Kebijakan Ekonomi Makro. Badan Kebijakan Fiskal. Kementerian Keuangan, Jakarta.

Sugiyono. (2013). “*Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.*” Bandung: Alfabeta.

Ulhaq, Zulvikar Syambani dan Mayu Rahmayanti. (2020). “*Panduan Penulisan Skripsi Literatur Review.*” Malang: Fakultas Kedokteran UIN Maulana Malik Ibrahim.

Wibowo, A., & Elisabeth Penti Kurniawati. (2015). Pengaruh penggunaan informasi akuntansi terhadap keberhasilan usaha kecil menengah (Studi pada sentra konveksi di Kecamatan Tingkir Kota Salatiga). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, XVIII(2), 107–126.

Widodo, S., & Ovita, A. (2021). Determinan Keberhasilan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kabupaten Bantul. *Inventory: Jurnal Akuntansi*, 5(2), 87.

Winarni, E., & Mahsun, A. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Mikro Kecil Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sidoarjo. *Yos Soedarso Economic Journal (YEJ)*, 3(3), 51-66.