



Transformasi UMKM Kuliner: Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital Untuk Meningkatkan Kesejahteraan Keluarga

S. Anugrahini Irawati^{1*}, Pribanus Wantara², Widya Rizka Arfy³

^{1,2} Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura

INFO ARTIKEL

Abstract

This study aims to explain how the transformation of culinary MSMEs in the digital era is a strategic step in developing the creative economy, which plays an important role in improving the welfare of culinary MSME family actors in Sampang Regency. This study was conducted using an interactive qualitative approach. While the selection of informants was carried out using the purpose sampling technique. Based on the results of the study, it shows that the development strategies that can be applied by culinary MSMEs; 1. Application of Digital Technology in Culinary MSMEs through e-commerce platforms, delivery service applications, social media and digital marketing. 2. Creative Economy Development Strategy through product innovation, collaboration and partnerships and customer experience 3. Improving Family Welfare seen from increasing income, improving quality of life, sending children to higher education, economic stability, self-development. This strategy is important so that culinary MSME actors can survive and develop in the long term. Based on the research results, it is known that this strategy can really be implemented and improve family welfare.

Keywords:

Customer Relationship Management, Customer Loyalty, Customer Satisfaction, PT. Pegadaian Mojokerto Branch.

✉ Penulis Korespondensi*

S. Anugrahini Irawati

Email:

Anugrahini.irawati@trunojoyo.ac.id

P-ISSN: 2775-3093

E-ISSN: 2797-0167

DOI :

PENDAHULUAN

Era digital menuntut pergeseran perilaku konsumen menuju belanja online dan layanan berbasis aplikasi memaksa UMKM kuliner untuk beradaptasi dan mengadopsi teknologi baru. Penjualan secara *online* mampu memudahkan transaksi (Andriani et al., 2022), memperluas pangsa pasar (Jannah et al., 2019), dan meningkatkan kompetisi bagi pebisnis (Jannah, 2021). Strategi ekonomi kreatif berbasis digital, seperti pemasaran digital, inovasi produk, dan kolaborasi dengan platform teknologi, menjadi sangat penting untuk memastikan UMKM kuliner dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang semakin ketat. Selain itu, peningkatan kemampuan digital dan kreatif pelaku UMKM juga berperan dalam memperluas pasar dan menciptakan peluang baru, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan keluarga melalui peningkatan pendapatan dan stabilitas ekonomi yang menjadi harapan para pelaku UMKM Kuliner.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam berbagai sector kegiatan ekonomi, termasuk sektor kuliner yang merupakan bagian penting dari usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Ditengah-tengah ketatnya persaingan menyebabkan UMKM kuliner memiliki peran strategis dalam perekonomian nasional, tidak hanya sebagai penyedia lapangan kerja tetapi juga sebagai penggerak ekonomi local bahkan tingkat nasional. Di era digital saat ini, transformasi UMKM kuliner menjadi suatu keharusan untuk dapat bertahan dan berkembang dalam persaingan yang semakin ketat.

Dalam perkembangannya, digitalisasi UMKM kuliner melibatkan penerapan teknologi informasi dan komunikasi dalam berbagai aspek operasional dan pemasaran. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, dan aplikasi layanan pesan antar telah menjadi bagian integral dari strategi bisnis yang efektif. Transformasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dan akses pasar tetapi juga membuka peluang baru untuk inovasi produk dan layanan yang lebih kreatif dan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain aspek bisnis, transformasi digital UMKM kuliner juga memiliki dampak sosial yang signifikan, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Disamping itu pemanfaatan teknologi digital, UMKM kuliner dapat meningkatkan pendapatan melalui akses pasar yang lebih luas, terjangkau dan berkelanjutan.

Peningkatan pendapatan ini secara langsung berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan keluarga, baik dari segi ekonomi, pendidikan, maupun kesehatan. Namun demikian, transformasi ini banyak mengalami tantangan atau kendala. Banyak UMKM kuliner yang masih menghadapi kendala dalam hal literasi digital, akses teknologi, dan modal untuk investasi dalam teknologi baru. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan ekonomi kreatif yang komprehensif dan inklusif, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan termasuk pemerintah, swasta, dan komunitas lokal, untuk mendukung proses transformasi ini.

Ekonomi kreatif merupakan proses ekonomi yang termasuk kegiatan produksi dan distribusi barang serta jasa di dalamnya yang membutuhkan gagasan dan ide kreatif serta kemampuan intelektual dalam membangunnya. Secara singkat ekonomi kreatif Partisipasi dalam Event dan Pameran merupakan proses perekonomian yang mengutamakan nilai kreativitas. Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan yang dihasilkan dari ekonomi kreatif adalah produk yang memiliki ciri khas, unik, serta berbeda dari yang lain. Produk yang dihasilkan dari ekonomi kreatif bisa juga berupa sebuah pengembangan dari produk yang pernah dihasilkan sebelumnya dengan banyak melibatkan peranan teknologi didalamnya.

Ekonomi kreatif adalah industri yang muncul dari pemanfaatan kreativitas dan keterampilan bakat individu untuk menciptakan kekayaan dan memberdayakan kreativitas dan kecerdikan individu. Berdasarkan data statistik terlihat bahwa PDRB kota Malang ditopang oleh kegiatan industri (Nuraini, 2013). Menurut Simatupang (2007), industri kreatif adalah kegiatan yang didasarkan pada bakat, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan unsur dasar setiap individu.

Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keterampilan, dan kemampuan yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui kreasi spiritual. Menurut UK DCMS Working Group (1998: 4) "Industri kreatif adalah industri yang muncul dari kreativitas, keterampilan, dan kemampuan individu serta berpotensi menciptakan kekayaan dan lapangan kerja melalui eksploitasi dan penciptaan kekayaan intelektual dan kreativitas individu." dalam kreativitas individu, keterampilan dan bakat yang dihasilkan oleh Penciptaan dan eksploitasi kekayaan intelektual dan konten dapat menciptakan kekayaan dan pekerjaan."Subsektor industri kreatif merujuk kepada Departemen Perdagangan Republik Indonesia tahun 2010, terdapat 14 subsektor antara lain: periklanan, arsitektur, pasar dan barang seni, kerajinan, desain, fashion, film, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer, televisi dan radio, riset dan pengembangan. Selanjutnya Siti Khotijah dkk (2023) dalam penelitiannya mengatakan bahwa "estetika produk, pengemasan dan penyajian, kreativitas menjunjung tinggi tradisi

dengan melestarikan resep warisan keluarga yang menjadi ciri khas dan cita rasa masakan mereka”.

Selanjutnya peneliti akan mengeksplorasi berbagai strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kuliner di era digital, serta bagaimana implementasi strategi tersebut dapat berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan keluarga. Dengan pendekatan yang tepat, diharapkan UMKM kuliner tidak hanya dapat bertahan tetapi juga tumbuh dan memberikan kontribusi yang lebih besar bagi perekonomian dan kesejahteraan masyarakat khususnya pelaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sampang.

Dalam membahas transformasi UMKM kuliner dan strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital, serta dampaknya terhadap kesejahteraan keluarga, terdapat beberapa teori dan konsep yang relevan sebagai landasan pemahaman. Kajian teori ini akan menggunakan teori-teori utama dasar penelitian ini, Adapun teori yang dimaksud meliputi: teori ekonomi kreatif, teori transformasi digital, dan teori kesejahteraan keluarga.

1. Teori Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif merupakan konsep yang menggabungkan kreativitas, budaya, dan teknologi dalam menghasilkan produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi tinggi.

a. John Howkins Ekonomi kreatif adalah suatu aspek menumbuhkan ekonomi melalui potensi kreativitas yang dikuasai tiap manusia.

b. Departemen Perdagangan Republik Indonesia Ekonomi kreatif adalah suatu industri berlandaskan gagasan kreatif, kemahiran, dan talenta yang dikuasai perseorangan. Tujuannya agar mampu mewujudkan ketentraman sekaligus menggagas lapangan pekerjaan melalui kreativitas yang dikuasai.

c. Department of Culture, Media, and Sport (DCMC) Ekonomi kreatif adalah suatu industri kreatif yang bermula dari kreativitas perseorangan, kemahiran, dan talenta untuk membuka lapangan pekerjaan. Pendayagunaan melalui kekayaan intelektual dan konten.

d. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) Ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berkembang, berdasarkan aset kreatif untuk menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Adapun sub sector ekonomi kreatif menurut John Howkins (2001), ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor seperti seni, musik, film, desain, kuliner, dan teknologi informasi. Prinsip utama dari ekonomi kreatif adalah penggunaan kreativitas dan inovasi sebagai sumber daya utama dalam menghasilkan produk yang unik dan bernilai tambah. Dalam konteks UMKM kuliner, penerapan ekonomi kreatif dapat berupa inovasi resep, penyajian yang menarik, serta pemanfaatan media sosial untuk pemasaran.

2. Teori Transformasi Digital

Transformasi digital mengacu pada integrasi teknologi digital ke dalam semua aspek bisnis, yang secara fundamental mengubah cara bisnis beroperasi dan memberikan nilai kepada pelanggan. Teori ini melibatkan penggunaan teknologi seperti internet, media sosial, e-commerce, dan aplikasi mobile untuk meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar, dan interaksi dengan pelanggan. Menurut Westerman, Bonnet, dan McAfee (2014), transformasi digital dapat meningkatkan kemampuan bisnis untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan konsumen yang dinamis. Bagi UMKM kuliner, transformasi digital dapat berarti beralih dari penjualan konvensional ke platform online, memanfaatkan layanan pesan antar, dan menggunakan data analytics untuk memahami perilaku konsumen.

3. Teori Kesejahteraan Keluarga

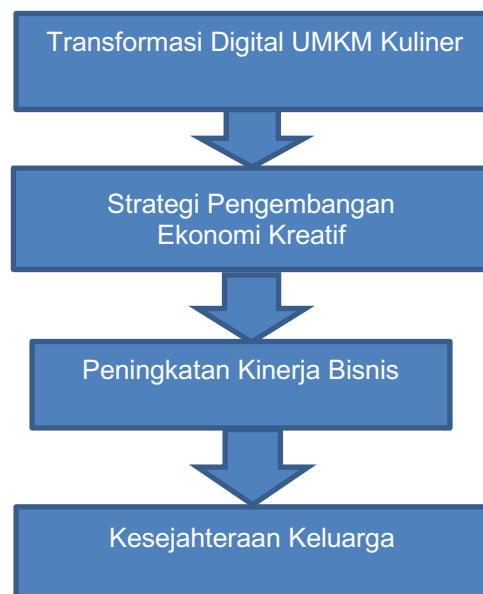
Kesejahteraan keluarga mencakup aspek ekonomi, sosial, dan psikologis yang mempengaruhi kualitas hidup anggota keluarga. Menurut teori kesejahteraan yang dikemukakan oleh Amartya Sen (1999), kesejahteraan bukan hanya tentang pendapatan, tetapi juga tentang kemampuan individu untuk menjalani hidup yang bermakna dan memuaskan. Dalam konteks UMKM kuliner, peningkatan pendapatan melalui digitalisasi dan inovasi bisnis dapat memberikan dampak positif pada kesejahteraan keluarga pelaku

usaha. Hal ini mencakup peningkatan standar hidup, akses pendidikan yang lebih baik, dan kesehatan yang lebih baik.

4. Konsep Pemberdayaan UMKM

Pemberdayaan UMKM merupakan upaya untuk meningkatkan kapasitas dan kemampuan UMKM agar lebih produktif dan berdaya saing. Menurut teori pemberdayaan yang dikemukakan oleh Friedmann (1992), pemberdayaan mencakup aspek-aspek seperti akses terhadap sumber daya, partisipasi dalam proses pengambilan keputusan, dan peningkatan keterampilan. Dalam konteks transformasi digital, pemberdayaan UMKM kuliner melibatkan pelatihan literasi digital, akses ke teknologi, dan dukungan dalam bentuk kebijakan dan program yang mendukung.

5. Kolaborasi dan Jejaring. Kolaborasi dan jejaring merupakan elemen penting dalam pengembangan UMKM kuliner di era digital. Teori jejaring sosial yang dikemukakan oleh Granovetter (1973) menekankan pentingnya hubungan sosial dan jejaring dalam mendukung keberhasilan bisnis. Dalam konteks ini, UMKM kuliner dapat memanfaatkan jejaring dengan platform teknologi, komunitas kuliner, dan pemerintah untuk mendapatkan dukungan dan memperluas pasar.



Gambar.1 Kerangka Konseptual
Sumber: Howkins, J. (2001)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, pendekatan deskriptif kualitatif digunakan untuk memahami secara mendalam tentang transformasi UMKM kuliner dalam mengadopsi strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital serta dampaknya terhadap kesejahteraan keluarga. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti dapat mengeksplorasi fenomena secara holistik, memberikan gambaran yang komprehensif mengenai dinamika, tantangan, dan peluang yang dihadapi oleh UMKM kuliner di Kabupaten Sampang. Subjek dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM kuliner yang telah melakukan transformasi digital dalam bisnis mereka. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive sampling, dengan kriteria: UMKM kuliner yang telah mengadopsi teknologi digital dalam operasional dan pemasaran, Pelaku UMKM Kuliner yang bersedia memberikan informasi secara mendalam terkait pengalaman mereka, UMKM kuliner dari berbagai skala usaha untuk mendapatkan perspektif yang beragam.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa metode, yaitu: Wawancara, Observasi, Dokumentasi. Adapun analisis dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Transkripsi dan Koding

Data yang diperoleh dari wawancara ditranskripsi dan dilakukan koding untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul.

b. Analisis Tematik

Data yang telah dikoding dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna yang terkait dengan transformasi digital UMKM kuliner dan dampaknya terhadap kesejahteraan keluarga.

c. Validasi Data

Validasi dilakukan dengan teknik triangulasi, yaitu membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan keakuratan informasi.

HASIL

Transformasi UMKM kuliner melalui strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital dapat berkontribusi pada peningkatan kesejahteraan keluarga. Pembahasan akan meliputi analisis penerapan teknologi digital, strategi ekonomi kreatif yang digunakan, dan dampak terhadap kesejahteraan keluarga.

Penerapan Teknologi Digital dalam UMKM Kuliner

Transformasi digital di sektor UMKM kuliner melibatkan penggunaan berbagai teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional, akses pasar, dan interaksi dengan pelanggan. Beberapa penerapan teknologi yang umum diadopsi oleh UMKM kuliner meliputi:

- Platform E-commerce: Banyak UMKM kuliner yang mulai memasarkan produk mereka melalui platform e-commerce di Kabupaten Sampang masih sangat sederhana hanya melalui Tiktok, Story, Status dan IG (Instagram) dari 5 UMKM Kuliner Unggulan mempunyai dampak yang signifikan rata-rata peningkatan setiap bulannya antara 320% - 46%
- Aplikasi Layanan Pesan Antar: Kerjasama dengan aplikasi layanan pesan antar menggunakan GoFood daerah/lokal, seperti ojek sehingga memudahkan bagi pelanggan untuk memesan makanan secara online. Hal ini tidak hanya meningkatkan kenyamanan pelanggan tetapi juga membuka peluang penjualan yang lebih besar bagi UMKM kuliner.
- Media Sosial dan Pemasaran Digital: Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk promosi produk kuliner telah menjadi strategi penting. Sebagian besar pelaku UMKM Kuliner di Kabupaten Sampang menggunakan Story, Status, Instagram dan Tiktok. Konten visual yang menarik dan interaktif dapat menarik perhatian konsumen untuk berkunjung dan membelinya. Hal ini telah dilakukan oleh Bebek Sungkem Pak Salim yang dikenal banyak orang melalui instgram, facebook dan Tiktok sehingga menyebabkan usaha ini menjadi kesohor.
- Sistem Manajemen Digital: Penggunaan aplikasi layanan pesan antar untuk pemesanan, dan membantu UMKM kuliner dalam mengelola bisnis mereka dengan lebih efisien dan akurat, walaupun para pelaku UMKM Kuliner Kabupaten Sampang masih menggunakan aplikasi sederhana (Ojol, Elang Delivery) namun sangat besar peranan dan pengaruhnya terhadap tingkat penjualan.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Penerapan strategi pengembangan ekonomi kreatif memungkinkan UMKM kuliner untuk tetap kompetitif dan relevan di pasar yang semakin dinamis. Beberapa strategi yang sering diterapkan meliputi:

- Inovasi Produk: Mengembangkan resep dan menu baru yang unik dan menarik,serta menyesuaikan dengan trend makanan terkini. Misalnya, kreasi makanan sate kambing mufakat bumbunya tidak menggunakan kacang seperti pada

umumnya akan tetapi menggunakan mente, bebek sungkep akar ide supaya mengurangi kolesterol yang terkandung dalam bebek.

- Branding dan Desain: Membangun identitas merek yang kuat dengan logo yang menarik, kemasan produk yang estetik, dan desain interior toko yang tematik. Branding yang kuat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, karena brand sangat melekat di pikiran pelanggan.

- Kolaborasi dan Kemitraan: Berkolaborasi dengan bergabung dalam komunitas kuliner dan menghadiri event kuliner untuk memperluas jaringan. Seperti, pameran-pameran, pelatihan dalam mempertahankan cita-rata khas kuliner Kabupaten Sampang. Kolaborasi dan Kemitraan hendaknya bekerjasama dengan Disperindag, Kopersai dan UMKM, Dinas Pariwisata dan Ekraf. Dalam hal ini peranan Dinas-dinas tersebut diatas sudah cukup intensif untuk mengangkat kegiatan UMKM Kuliner tersebut.

- Pengalaman Pelanggan: Menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan berkesan, baik melalui layanan yang ramah, penyajian yang menarik, maupun suasana tempat makan yang nyaman. Dalam hal ini para pelaku UMKM kuliner tetap mempertahankan resep keluarga sebagai ciri khasnya yang disukai pelanggan. Seperti Warung Sate Mufakat walaupun sudah tiga generasi penerus tetap mempertahankan cita rasa dengan resep warisan keluarga tetap dipertahankan. kondisi ini didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh irawati dan kuswinarno (2023).

Dampak Terhadap Kesejahteraan Keluarga.

Transformasi digital dan penerapan strategi ekonomi kreatif di UMKM kuliner di Kabupaten Sampang memiliki dampak yang signifikan terhadap kesejahteraan keluarga pelaku usaha. Beberapa dampak positif yang dapat diamati berdasarkan hasil penelitian meliputi:

- Peningkatan Pendapatan: Dengan akses pasar yang lebih luas dan efisiensi operasional yang meningkat, pendapatan UMKM kuliner di Kabupaten Sampang cenderung meningkat. Peningkatan pendapatan ini berkontribusi langsung terhadap kesejahteraan ekonomi keluarga. Berdasarkan hasil penelitian Sebagian besar mereka dapat menunjukkan kondisi rumah dan mobilnya yang dimiliki. Dari 5 UMKM (Bebek Sungkem, Al-Ghazali Kaldu, Camilan Khas Madura, Sate Kambing Mufakat, Petis Ikan) Kuliner Unggulan yang diteliti pada dasarnya menunjukkan tingkat kesejahteraan yang cukup signifikan, hal ini didukung dan sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rusmiati (2023).

- Peningkatan Kualitas Hidup: Berdasarkan hasil penelitian Sebagian besar mereka dapat menunjukkan kesuksesannya dalam bentuk rumahnya, kendaraan yang dimiliki, menunaikan ibadah umroh yang menjadi dambaan para pelaku UMKM Kuliner.

- Bisa menyekolahkan anak-anaknya hingga di perguruan tinggi menjadi ukuran kesuksesan bahkan mereka menunjukkan kondisi rumah dan mobilnya yang dimiliki, juga bisa berangkat haji dan umroh.

- Stabilitas Ekonomi: Keberhasilan bisnis yang didukung oleh teknologi digital memberikan dampak yang positif terhadap stabilitas ekonomi sebagian besar keluarga pelaku UMKM kuliner. Hal ini disebabkan aktivitas mereka terbantu dengan dukungan teknologi sehingga segala kegiatan dapat dikendalikan dengan efektif.

- Pengembangan Diri: Keterlibatan dalam bisnis berbasis digital mendorong pelaku UMKM kuliner untuk terus belajar dan mengembangkan keterampilan baru, khususnya dalam hal penggunaan teknologi maupun kreativitas dan inovasi produknya. Demikian pelaku UMKM Kuliner Al-Ghazali, bebek Sungkem walaupun tidak menggunakan teknologi secara efektif namun cita rasa dan pelayanan yang memuaskan dapat disampaikan dari mulut ke mulut (*word of mouth*). Kegiatan ini dapat memberikan nilai tambah bagi individu dan keluarga dalam jangka Panjang sebagai pelaku UMKM kuliner di Kab. Sampang

SIMPULAN

Transformasi UMKM kuliner melalui adopsi teknologi digital dan strategi pengembangan ekonomi kreatif di era digital tidak hanya meningkatkan kinerja usaha UMKM Kuliner akan tetapi juga berdampak positif yang signifikan terhadap kesejahteraan keluarga mereka. Penerapan teknologi digital memungkinkan UMKM kuliner untuk mengoptimalkan operasional dan menjangkau pasar yang lebih luas (market place, Instagram, tiktok dan lainnya) sementara strategi ekonomi kreatif membantu dalam menciptakan nilai tambah dan daya saing melalui inovasi resep, penyajian, pageging yang menarik konsumen. Dengan menggunakan strategi tersebut maka peningkatan pendapatan dan stabilitas ekonomi, kualitas hidup keluarga pelaku usaha juga meningkat. Dengan demikian, penting bagi para pemangku kepentingan untuk terus mendukung dan mendorong transformasi digital serta pengembangan ekonomi kreatif di sektor UMKM kuliner. Mengingat usaha ini tidak ada matinya sesuai kebutuhan manusia akan asupan makanan yang serba kekinian dan menggugah selera karena pelaku usaha kuliner selalu melakukan inovasi sesuai perkembangan selera pelanggan. Namun demikian tetap mempertahankan resep keluarga sebagai ciri khas yang kuliner unggulan di Kabupaten Sampang.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriani, N., Jannah, M., Andrianingsih, V. (2022). Key determinants of intention to visit halal tourism in Madura. *al-Uqud: Journal of Islamic Economics*, 6(2), 220–231. <https://doi.org/10.26740/aluqud.v6n2.p220-231>
- Badrussoleh & Irawati, A. (2023). Strategi Pengembangan UMKM Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Sampang. 474 – 484.
- Brunchilda Hubner, I., Pramono, R., Maleachi, S., Asthyn Pakasi, D., Bernedetta Sitorus, N., & Pelita Harapan, U. (2021). Pelatihan Penggunaan Instagram Dalam Promosi Produk Kuliner. <https://journal.stitaf.ac.id/index.php/taawun>.
- Fajarina, D. E., & Untari, D. (2019). Peningkatan Pertumbuhan Ekonomi Melalui Wisata Kuliner Malam GULTIK (Gulai Tikungan) Blok M Jakarta Selatan. 13 (01).
- Firdaus, Monigh Nabilah Amirah., Suryandari, N., Nurul, F. (2024). Strategi Komunikasi Branding Kuliner Bebek Songkem Khas Madura di Kabupaten Bangkalan. *Jurnal Simbolika*. 10 (1). Hlm. 60-71.
- Friedmann, J. (1992). *Empowerment: The Politics of Alternative Development*. Black Rose Books.g2
- Granovetter, M. (1973). The Strength of Weak Ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK. Keywords: culinary UMKM, creative economy, digitalization, family welfare, development strategy.
- Irawati, A., & Kuswinarno, M. (2023). Strategy for developing Culinary MSMEs Based on Creative Economy in Sampang City (Vol. 1). <https://journal.trunojoyo.ac.id/icembus>
- Irawati, Siti Anugrahini. 2023. *Ekonomi Kreatif dan UMKM Kuliner Pendongkrak Ekonomi Rakyat*. Media Nusa Creative (MNC Publishing). Hlm. 2-15.
- Jannah, M., Nugroho, S. S., & Gitosudarmo, I. (2019). Peran Keterlibatan Produk Dalam Memoderasi Hubungan Antara Kualitas Layanan Daring Terhadap Kepuasan Daring. *Buletin Studi Ekonomi*, 24(2), 288–303.
- Jannah, M. (2021). ZMOT marketing strategy during the Covid-19 pandemic. In *Contemporary Research on Business and Management* (pp. 166-169). CRC Press.
- Jannah, M., &Pranjoto, G. H. 2023. Why Do Tourists Have Revisit Intention? The Effect of Customer Experience as a Marketing Strategy. *Proceedings of the 2nd Maritime, Economics and Business International Conference*.

- Jones, P., Comfort, D., & Hillier, D. (2021). Digital technologies and entrepreneurship: A review and research agenda." *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 22(3), 209-231.
- McKinsey & Company. (2020). Navigating the crisis: Expert perspectives on the challenges ahead for businesses and economies. Retrieved from <https://www.mckinsey.com>
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Khotijah, S., & Irawati, A. (2023). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Pada Kegiatan Usaha Kuliner UMKM di Kota Sampang. *Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*, 14 (06).
- Rahayu, E., Denik Risyanti, Y., Tinggi Ilmu Ekonomi Pariwisata Indonesia, S., Kunci, K., Pengembangan, U., Kreatif, E., & Wisata Kuliner, S. (2022). *Upaya Pengembangan Ekonomi Kreatif Sektor Wisata Kuliner Kampung Slingkong* (Vol. 6, Issue 2).
- Rusmiati.Siti. 2023, *Ekonomi Kreatif Kerajinan Tangan dan Peningkatan Ekonomi Keluarga di Dusun Dasam Bare Desa Taman Sari Kecamatan Gunung Sari Kabupaten Lombok Barat Tahun 2022-2023*. UIN Mataram.
- Rangkuti, Freddy. (1997). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis (Reorientasi Konsep Perencanaan Strategis Untuk Menghadap Abad 21*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Hlm. 19.
- Ramadhani, Rahmi., Bina, Nuraini. (2021). *Statistik Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitunagn Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Kencana. Hlm. 19.
- Ramadhan, Muhammad. (2021). *Metode Penelitian*. Surabaya: Cipta Media Nusantara. Hlm. 7.
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013*. Retrieved from <http://www.unesco.org>