

**DAMPAK PERANAN EKONOMI KREATIF TERHADAP  
PENGEMBANGAN UMKM DI MASA TRANSISI  
(CAFE LOOKUP KOTA TASIKMALAYA)**

**Arnold Setia Damanik<sup>1\*</sup>, Reza Sabila<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Universitas Siliwangi

E-mail: <sup>1)</sup> [202165054@student.unsil.ac.id](mailto:202165054@student.unsil.ac.id), <sup>2)</sup> [202165076@student.unsil.ac.id](mailto:202165076@student.unsil.ac.id)

**Abstrak**

*Setelah lebih dari 2 tahun lebih Indonesia dilanda wabah pandemic Covid-19, seiring dengan menurunnya kasus Covid-19 serta adanya masa transisi yaitu pelonggaran kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah yang bertujuan untuk memulihkan perekonomian nasional. Dalam masa transisi ini membuat para pelaku UMKM kreatif harus terus berinovasi dan memanfaatkan peluang agar usaha yang dijalankan bisa bertahan bahkan berkembang. Tujuan dari kajian ini untuk mengetahui seberapa berdampak dan pemanfaatan peranan ekonomi kreatif baik itu produk ekonomi kreatif ataupun kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah di masa transisi Covid-19 ini. Riset ataupun penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data pada penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder, data sekunder diperoleh melalui wawancara sedangkan data sekunder untuk memperkuat data pertama menggunakan artikel jurnal, dan website terpercaya yaitu situs pemerintah. Dalam riset ini menunjukkan bahwa terdapat dampak berbagai peranan dari ekonomi kreatif terhadap keberlangsungan UMKM di masa transisi ini, baik dari kebijakan ataupun produk yang tujuannya untuk perkembangan UMKM di Indonesia.*

**Kata Kunci:** *Ekonomi Kreatif, UMKM, Pandemi Covid-19, Masa Transisi*

**Abstract**

*After more than 2 years, Indonesia was hit by the Covid-19 pandemic, along with the decline in Covid-19 cases and a transition period, namely the easing of policies issued by the government aimed at starting the national economy. In this transition period, creative MSME actors must continue to struggle and take advantage of opportunities so that the business they run can survive and even develop. This study intends to find out how much impact and utilization it has on the creative economy, both creative economy products and policies issued by the government during the Covid-19 transition period. This research or research uses a qualitative approach. The data in this study used primary data and secondary data, secondary data was obtained through interviews, while secondary data to strengthen the first data used journal articles, and trusted websites, namely government sites. This study shows that there are various impacts of the creative economy on the sustainability of MSMEs in this transition period, both from policies and products that are the goals of MSME development in Indonesia.*

**Keywords:** *Creative Economy, MSME, Covid-19 Pandemic, Transition Period*

## 1. PENDAHULUAN

Seperti yang kita semua ketahui, pada bulan Maret tahun 2020 Indonesia dan hampir seluruh negara di dunia mengalami Pandemi Covid-19 yang disebabkan oleh virus yang bernama “*corona virus*” karena Pandemi yang disebabkan oleh virus tersebut, Masyarakat harus berusaha untuk tetap berada dirumah serta mengurangi kegiatan yang diluar rumah. Hal ini membuat semua kegiatan ekonomi terkena imbasnya tidak terkecuali dengan pelaku UMKM, tidak sedikit dari pelaku UMKM yang tidak bisa *survive* dimasa pandemi (Kasna, 2021) dan memutuskan untuk menutup lapangan usahanya yang semakin membuat keadaan ekonomi di Indonesia semakin menurun, namun pada saat ini Pandemi di Indonesia berangsur turun dan keadaan ekonomi di Indonesia sedikit demi sedikit mulai merambat naik hal ini tentu saja hal ini dipengaruhi oleh perkembangan UMKM dengan mengamalkan Ekonomi Kreatif dibidang usahanya (Soemartini, 2020).

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang fokusnya kepada informasi juga kreativitas dengan mengandalkan pengetahuan dari sumberdaya manusia yang tersedia beserta ide-ide cemerlangnya sebagai faktor yang utama, biasanya konsep ini didukung dan dibersamai dengan industri kreatif (Sari, 2013). Ekonomi kreatif ini lahir pada awal abad ke-21, Walaupun ekonomi kreatif ini merupakan ilmu bidang yang baru ditemukan tetapi demikian, dengan hanya ilmu yang mengandalkan kemampuan kreativitas dan pengetahuan manusia, bisa menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan negara, bahkan hingga dapat mengurangi kemiskinan (Sutrisno, 2021). Menurut data Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT) pada tahun 2018 industri kreatif sendiri bisa menyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) lebih dari Rp.1000 triliun dari berbagai jenis industri kreatif seperti industri kuliner, film, musik, kriya dan lain sebagainya (Zamani, 2019).

Pada zaman sekarang ini memiliki usaha di bidang ekonomi kreatif sangatlah menarik dan bagus dilakukan, karena melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat pada saat ini baik internet, sosial media, dan lain sebagainya sangatlah bagus untuk dilakukan. Dengan teknologi yang pesat pada saat ini juga penyebara informasi sangatlah cepat untuk dilakukan tidak ada lagi namanya batas untuk menyebar hal-hal tersebut. Oleh karena itu dengan hanya modal kemampuan kreativitas dan pengetahuan bisa digunakan untuk menciptakan peluang usaha. Tetapi untuk mendapatkan akses secara sepenuhnya masyarakat terutama di Indonesia harus bisa menguasai teknologi untuk dapat memperluas pasar dalam bidang industri kreatif (Limanseto, 2022). Dengan infrastruktur yang merata diseluruh wilayah Indonesia sehingga bisa menciptakan konektivitas, pemasaran, strategisasi usaha.

Di kota Tasikmalaya ekonomi kreatif yaitu UMKM pada bidang kuliner sangatlah banyak digemari oleh para pelaku usaha, hal ini dibuktikan melalui data pada tahun 2020 tasikmalaya jumlah usaha kuliner ditasikmalaya baik itu makanan ataupun minuman yaitu 122, karena memang kota Tasikmalaya sendiri mempunyai keunikan dan kearifan sehingga banyak digemari oleh pendatang untuk datang dan berkunjung di kota Tasikmalaya melihat peluang tersebut seperti banyak pendatang untuk berkunjung membuat pelaku usaha yaitu umkm terutama dalam bidang kuliner untuk memperbanyak dan membuat kearifannya sendiri. Dengan hal tersebut membuat terbukanya lapangan pekerjaan masyarakat dan yang pasti mendukung pertumbuhan sistem perekonomian perekonomian di kota Tasikmalaya.

Di zaman transisi pada saat ini dimana memang jumlah penderita penyakit covid-19 menurun dengan menurunnya jumlah tersebut membuat pemerintah membuat kebijakan

baru yaitu pelanggaran menggunakan masker ditempat terbuka, dan lain-lain. Yang pasti dengan kebijakan pelanggaran ini membuat para pelaku usaha terutama dalam bidang kuliner akan terus bertambah yakin dengan bertambahnya jumlah pelanggan yang mereka dapat. Walaupun demikian tempat usaha harus tetap melakukan protokol didalam usaha mereka karena memang akan ada denda apabila salah satu usaha ataupun UMKM melanggar kebijakan tersebut.

UMKM di kota Tasikmalaya berbasis ekonomi kreatif ini terutama dalam bidang kuliner dipilih dalam penelitian ini dipilih memang dikarenakan industri kreatif sendiri mampu mengembangkan sistem perekonomian nasional hanya dengan bermodal ada ilmu pengetahuan, daya kreatifitas, dan inovasi. Dengan demikian mampu memberikan dampak positif yang besar untuk membangun ciri khas positif untuk keunggulan kompetitif yang diharapkan dapat memberikan citra positif terhadap kota Tasikmalaya itu sendiri terutama UMKM dalam bidang kuliner. Walaupun pada masa transisi pandemi covid-19 ini, ini menjadi tantangan kepada setiap pelaku UMKM untuk terus berinovasi dan memanfaatkan peluang dengan kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah agar dapat menciptakan strategisasi usaha, konektivitas dan pemasaran yang unggul.

## **2. LANDASAN TEORI**

Ekonomi kreatif memiliki peranan yang sangat penting terhadap pendudukan pelaku-pelaku UMKM industri kreatif di Indonesia, apalagi memang kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan oleh pemerintah dalam pergerakan pelaku UMKM dimasa pandemi covid ini sangatlah berpengaruh dan berdampak sekali untuk kemajuan UMKM di Indonesia. Yang memang seperti kita rasakan banyak sekali pelaku-pelaku usaha yang melanggar hanya untuk keuntungan pribadi tanpa memikirkan efek apabila para pelaku usaha melanggar kebijakan pemerintah di zaman pandemi saat ini. Dan disini memang realisasi dari kebijakan pemerintah tidak hanya mendukung dari segi sektor kesehatan saja tetapi harus mempertimbangkan sektor ekonomi yaitu UMKM usaha kecil untuk bisa bertahan pada masa pandemi seperti ini. Apalagi memang pada saat ini dengan menurunnya jumlah penderita penyakit covid-19 yang menjadi transisi membuat pemerintah harus dapat membuat kebijakan baru, agar para pelaku UMKM dapat bertahan bahkan membuka peluang untuk menarik pasar mereka kembali agar para pelaku UMKM bisa terus inovasi dan terdorong untuk menciptakan usaha yang kompetitif dalam bidang ilmu pengetahuan dan kreatifitas.

Untuk mengembangkan suatu usaha ataupun UMKM dalam bidang industri kreatif perlunya peran ekonomi kreatif dalam pengembangan kapasitas UMKM. Mungkin dengan pelanggaran kebijakan, membuat inovasi pendukung kebijakan, yang pasti bertujuan agar dapat menciptakan kebermanfaatan untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dengan peran ekonomi kreatif serta pada zaman transisi pada saat ini para pelaku usaha haruslah bisa menciptakan peluang ataupun inovasi agar pertumbuhan ekonomi dalam kemampuan ilmu pengetahuan, dan kreatifitas bisa menciptakan dalam kebermanfaatan baik dari skala mikro ataupun makro. Dengan penjelesaian latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya penulis membuat penelitian untuk bertujuan memberikan informasi mengenai dampak ekonomi kreatif peran pemerintah, peran masyarakat terhadap usaha UMKM dalam bidang industri kreatif kuliner yaitu Cafe LOOKUP dengan judul "*Dampak Peranan Ekonomi Kreatif*

*Terhadap Pengembangan UMKM di Masa Transisi (Studi Kasus Cafe LOOKUP Kota Tasikmalaya).”*

## 2.1 Ekonomi Kreatif

Istilah dari ekonomi kreatif sendiri yang dikemukakan oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono ekonomi kreatif merupakan ekonomi kreatif dari gelombang ke-4 dan dimana kelanjutan dari gelombang ekonomi ke-3 yang memang beorientasi terhadap lingkungan, kreativitas budaya, serta warisan budaya (Iskandar et al., 2022). Yang memang pada saat gelombang ke-4 ini negara-negara terutama di negara maju mulai merasakan bahwa sumber ekonomi mereka tidak hanya cukup mengandalkan hanya dari bidang industri, tetapi memang perlu mengandalkan sumber kreativitas manusia untuk menciptakan inovasi dalam menghadapi daya saing di pasar yang semakin besar ini.

Oleh karena itu pada tahun 1990-an dimulailah era gelombang ekonomi baru yaitu yang mengandalkan kemampuan kreativitas dan informasi untuk menciptakan perekonomian yang baru, dengan demikian terciptalah industri baru yaitu industri kreatif. Adapun pola perkembangannya sendiri dapat kita lihat dalam gambar ini.



**Gambar 1** Perkembangan Ekonomi

## 2.2 UMKM

Usaha Mikro merupakan usaha yang dimiliki oleh orang perorangan ataupun badan erorangan yang telah memenuhi kriteria Usaha sebagai mana usaha mikro yang telah diatur dalam undang-undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah (Sofyan, 2017).

Usaha Kecil merupakan usaha ekonomi yang berdiri sendiri, dilakukan badan usaha ataupun orang perseorangan yang produktif dan bukan merupakan anak perusahaan ataupun bukan cabang yang atau dimiliki dikuasai serta bagian secara langsung maupun secara tidak langsung dari Usaha besar ataupun Usaha Menengah yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil sebagaimana Usaha Kecil yang telah diatur didalam undang-undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah.

Usaha Menengah merupakan usaha ekonomi yang melakukan kegiatan produktif, berdiri sendiri dan dilakukan oleh suatu badan usaha maupun orang-perorangan dan bukan merupakan anak perusahaan ataupun bukan cabang yang atau dimiliki dikuasai serta bagian secara langsung maupun secara tidak langsung dari Usaha besar ataupun Usaha Menengah yang memenuhi kriteria sebagai Usaha Kecil sebagaimana Usaha Kecil yang telah diatur didalam undang-undang Nomor 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah.

Usaha Besar merupakan usaha ekonomi yang melakukan kegiatan produktif dengan jumlah dari kekayaan bersih ataupun hasil penjualan tahunannya lebih besar dari Usaha Menengah. Dunia Usaha adalah Usaha Kecil, Usaha Mikro, Usaha Menengah dan Usaha Besar yang melakukan kegiatan-kegiatan ekonomi di Indonesia.

### **2.3 Masa Transisi**

Kebijakan pemerintah dalam membatasi kegiatan atau mobilitas masyarakat melalui kebijakan *lockdown* dan semacamnya menyebabkan kegiatan ekonomi ikut terdampak bahkan sangat besar, kemudian agar kembalinya sistem ekonomi saat ini membaik seiring dengan penurunan angka pandemi maka pemerintah melakukan usaha pengembalian angka ekonomi dengan melonggarkan kebijakan-kebijakan yang semula pada saat awal lockdown sangat mencekik hampir semua kegiatan ekonomi yang dilakukan di negara ini.

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Karena memang metodologi kualitatif adalah metode yang pengolahan datanya sendiri bersifat deskriptif dengan cara baik wawancara, rekaman video, catatan lapangan, dan lain sebagainya sehingga menghasilkan penelitian yang valid tujuannya (Sugiyono, 2017). Dalam metode ini yang memang dapat diartikan bahwa penelitian ini bersifat natural tanpa adanya data yang bersifat dibuat, karena memang peneliti harus meneliti sendiri dan memasuki lapangan untuk mengumpulkan informasi tersebut, sehingga data yang diperoleh bersifat *soft data* atau data lunak, karena memang akan adanya perubahan dari masa ke masa. Oleh karena itu peneliti disini bermaksud untuk mendeskripsikan bagaimana dampak peranan ekonomi kreatif terhadap pengembangan UMKM di masa transisi ini.

Jenis data penelitian menggunakan yaitu data primer serta data sekunder. Dalam data primer sendiri peneliti melakukan wawancara langsung kepada salah satu *owner coffee shop* di Tasikmalaya yaitu Pak Adytria Supraman yaitu selaku *owner* LookUP Cafe untuk mengukur seberapa berdampaknya peranan ekonomi kreatif di masa transisi kali ini. Sedangkan untuk data sekunder peneliti menggunakan situs web, publikasi internet, artikel jurnal, yang bertujuan untuk memperkuat data pertama yang dipegang oleh peneliti.

Setelah hasil pengamatan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif serta jenis data penelitian primer dan sekunder dan dikumpulkan maka akan diterapkan Teknik *purposive sampling* dan *content analysis* yang bertujuan untuk membandingkan sampel sumber data dan mengambil kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan wawancara yang penulis lakukan dengan salah satu usaha UMKM kreatif yaitu Pak Adytria Supraman *owner* LookUP Cafe, yang dapat didapatkan tabel ringkasan wawancara berikut ini.

**Tabel 1** Hasil wawancara

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apa yang anda ketahui tentang ekonomi kreatif ?	Dimana kita harus bisa survive dan mempunyai inovasi serta gagasan dalam wirausaha yang berbeda dari usaha yang lain serta dapat beradaptasi dalam perkembangan zaman. Khususnya dalam era digital sekarang.
2	Usaha apa yang anda jalani pada saat ini serta dalam bidang apa ?	Pada bidang kuliner yaitu <i>coffee shop</i>
3	Apakah dengan adanya ekonomi kreatif membantu usaha yang sedang anda jalani berkembang	Cukup berkembang
4	Peranan ekonomi kreatif seperti apa yang mengembangkan usaha anda pada zaman transisi Covid-19 ini ?	Peranan ekonomi kreatif sendiri terkhususnya yaitu pemerintah, memudahkan usaha-usaha UMKM sisi legalitas atau perizinan usaha dimana pemerintah sangat mendukung, sehingga dapat meminimalisir <i>budget</i> dalam pembuatan izin usaha, dan pada saat transisi ini pemerintah juga melonggarkan kebijakan sehingga membuat geliat usaha lebih baik lagi.
5	Bagaimana kondisi usaha anda sebelum adanya kebijakan transisi Covid-19 ini ?	Kondisi usaha yang saya jalani sendiri sangatlah memperhatikan dengan kebijakan yang sangat begitu ketat karna jumlah penyebaran Covid-19 sangatlah banyak. Jumlah pelanggan yang sedikit dan bahkan usaha yang saya jalani sempat stop karena pendapatan yang berkurang.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Adytria Supraman dan beberapa literatur lainnya dapat diuraikan sebagai berikut :

### **1) Kebijakan dan peran Ekonomi Kreatif Terhadap UMKM di masa transisi**

Pelaku usaha kecil ataupun menengah sangatlah memiliki peranan besar dalam menciptakan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Yang memang pada tahun 2020 UMKM menghasilkan 60% PDB (Produk Domestik Bruto) di Indonesia (Agustini, 2020). Melihat bahwa UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional, membuat pemerintah harus bisa mengeluarkan kebijakan-kebijakan yang harus sangatlah benar-benar dikaji baik skala makro ataupun mikro sehingga para UMKM bisa bertahan ataupun berinovasi dengan keadaan pandemi Covid-19.

Pada tahun 2021 sendiri, pemerintah juga mengeluarkan kebijakan beberapa stimulus untuk mendukung UMKM yaitu alokasi anggaran sebesar Rp96,21 triliun, tetapi memang tidak hanya itu saja kebijakan pemerintah seperti pelonggaran pemakaian masker untuk aktivitas di luar ruangan dan tidak pada orang, dan tidak adanya lagi pelanggaran penutupan waktu usaha terutama dalam dunia kuliner yang biasanya pada kebijakan PPKM sebelumnya pemerintah melarang unit usaha untuk membuka usahanya diatas jam 9 malam, karena memang pemerintah sendiri tidak asal dalam pembuatan kebijakan yang berhubungan langsung terhadap masyarakat terutama UMKM yang memang berperan penting terhadap pertumbuhan ekonomi, melihat kasus covid-19 yang semakin hari menurun.

Dari sisi legalitas juga pemerintah mempermudah dalam perizinan usaha UMKM melalui kementerian Investasi dan PT Bank Rakyat Indonesia hal ini juga tertuang dan merupakan amanat langsung dalam UU No.11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja. Dalam legalitas ini tertunjuk kepada UMKM yang belum memiliki legalitas berupa NIB (Sumampouw et al., 2021).

Pada tahun 2022 ini juga Indonesia ditunjuk sebagai tuan rumah terhap penyelenggaraan KTT G20 yang terdiri dari beberapa negara pemerintah juga memberikan terobosan baru yaitu *go digital*, yang ditargetkan pada tahun 2024 nanti 30 juta UMKM sudah *go digital* dengan menggandeng usah-usaha swasta yang bisa dikatakan merupakan *startup* bisnis untuk memberikan pelatihan-pelatihan digital agar tujuan tersebut bisa tercapai. Kebijakan pemerintah untuk memberikan peran dimasa pandemi dan transisi ini yaitu kebijakan tunda bayar cicilan, masuk kelompok miskin, mengaktifkan Kredit Usaha Rakyat (KUR), adaptasi terhadap online marketing (Islami et al., 2021).

## **2) Dampak Peranan Ekonomi Kreatif dan kondisi UMKM di masa transisi**

Pandemi Covid-19 sangatlah memukul semua sektor termasuk dalam sektor ekonomi yaitu UMKM, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pada sebelum masa transisi usaha Cafe LookUP ini memiliki pelanggan yang sangat sedikit sekali karena masyarakat sangatlah takut untuk keluar rumah, selain faktor dari pelanggan yang takut keluar rumah adanya kebijakan pemerintah terkait pembatasan jam operasional, dan pembatasan pelanggan yang datang ke cafe LookUP. Hal demikianlah membuat rata-rata penghasilan sebelumnya tinggi harus turun, dan mau tidak mau harus bertahan dengan kondisi tersebut. Yang memang bahkan sempat usaha yang dilakukan beliau ini sempat terhenti karena tidak adanya pelanggan yang datang ke tempat usahanya ini.

Tetapi memang setelah memasuki masa transisi, dimana semua kebijakan dilonggarkan baik dalam penggunaan masker, jam operasional, dan jumlah pelanggan hal ini membuat gairah dari usaha bangkit kembali dan semangat untuk memanfaatkan peluang tersebut, yang memang terbukti berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Adytria Supraman jumlah pelanggan naik walaupun tidak naik secara signifikan. Tetapi tidak hanya cukup terhadap kebijakan pelonggaran itu saja, teman-teman yang bergelut usaha seperti beliau mengungkapkan bahwa seperti legalitas perizinan usaha sangatlah dipermudah yang pasti tujuannya untuk menerima manfaat fasilitas legalitas usaha seperti menerima kebijakan penundaan pembayaran cicilan, mengaktifkan Kredit Usaha Rakyat, dan lain-lain.

Untuk pemaksimalan dan pemanfaatan peran ekonomi kreatif ini dari segala sektor perlu adanya strageisasi usaha agar memang pelanggan tertarik dalam usaha yang dilakukannya ini seperti *media sosial* untuk pemasaran produk mereka, inovasi dalam produk yaitu produk yang selalu *update* seiring dengan perkembangan *trend*, inovasi tempat usaha atau fasilitas usaha untuk memuaskan hasrat pelanggan agar puas dengan fasilitas yang disediakan oleh tempat mereka seperti *view*, keramahan karyawan, dan lain-lain (Sofyan, 2017). Dengan demikian produk-produk ekonomi kreatif ataupun kebijakan yang dikeluarkan pemerintah tidak sia-sia yang pasti tujuannya untuk perkembangan unit UMKM dan pemantik untuk UMKM-UMKM lainnya agar bisa bangkit dan memanfaatkan produk ekonomi kreatif dan kebijakan pemerintah yang telah dikeluarkan.

## 5. KESIMPULAN

Dalam hasil kajian yang dibahas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa usaha LookUP Cafe yang dimiliki oleh Pak Adytria Supraman terkait peranannya ekonomi kreatif dalam hal ini yaitu pemerintah sangatlah berdampak terhadap usaha yang telah dirintisnya di masa transisi ini baik sebelum ataupun sesudah. Seperti sebelum terjadinya masa transisi yang dimana kebijakan pemerintah sangatlah begitu ketat, yang mengakibatkan pendapatan menjadi turun bahkan memang sampai terhenti karna pelanggan yang sangatlah sedikit untuk membelanjakan uangnya ke produk yang mereka jualkan yaitu makanan dan minuman. Tetapi memang dengan setelah masa transisi dimana terdapat produk-produk ekonomi kreatif dan kebijakan pemerintah banyak yang dilonggarkan membuat pendapatan mereka menjadi naik, karena pelanggan meningkat daripada sebelumnya, tetapi memang untuk memanfaatkan peluang tersebut diperlukannya strategisasi usaha untuk memaksimalkan hal itu, seperti media sosial, inovasi produk, inovasi tempat usaha dan fasilitas yang pasti tujuannya adalah untuk menaikkan pendapatan dan memantik UMKM-UMKM lainnya untuk bangkit dan memanfaatkan peluang tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, P. (2020). Menkominfo: UMKM Sumbang 60 Persen PDB Indonesia. *Kominfo*. <https://aptika.kominfo.go.id/2020/10/menkominfo-umkm-sumbang-60-persen-pdb-indonesia/>
- Iskandar, A., Fayadi, H., & Kesuma, T. M. (2022). Peta Jalan Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Promosi Dan Pemasaran Destinasi Wisata Kota Sabang. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(1).
- Islami, N. W., Supanto, F., & Soeroyo, A. (2021). Peran pemerintah Daerah Dalam Mengembangkan UMKM Yang Terdampak Covid-19. *Karta Rahardja: Jurnal Pembangunan Dan Inovasi*, 3(1), 45–57.
- Kasna, I. K. (2021). Kawal Pemulihan Ekonomi Usai Pandemi. *Jurnal Ilmiah Cakrawarti*, 4(2), 103–113.
- Limanseto, H. (2022). *Dukungan Program Pemerintah dalam Pemberdayaan UMKM untuk Memperkuat Stabilitas Ekonomi Daerah*. <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/3624/dukungan-program-pemerintah-dalam-pemberdayaan-umkm-untuk-memperkuat-stabilitas-ekonomi-daerah>
- Sari, P. A. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital. *Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia*, 11.
- Soemartini, S. (2020). Stimulus Perekonomian Di Tengah Krisis Ekonomi Lokal Dan Global Akibat Merebaknya Covid 19. *E-Journal Biostatistics | Departemen Statistika FMIPA Universitas Padjadjaran*, 2020(1), 35–54.
- Sofyan, S. (2017). Peran UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) dalam Perekonomian Indonesia. *Bilancia: Jurnal Studi Ilmu Syariah Dan Hukum*, 11(1), 33–64.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Bandung: Alfabeta*.

- Sumampouw, W., Kurnia, K., & Arrobi, I. R. (2021). Perlindungan hukum terhadap usaha mikro kecil dan menengah pasca pemberlakuan undang-undang nomor 11 tahun 2020 tentang cipta kerja. *Jurnal de Jure*, 13(1).
- Sutrisno. (2021). Improvement Of Human Resources Competence With Academic Quality Policy In The Economic Sector Of Higher Education Providers In East Java. *Transformational Language, Literature, and Technology Overview in Learning (TRANSTOOL)*, 1(1), 19–28.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transtool.v1i1.104>
- Zamani, L. (2019). *Ekonomi Kreatif Sumbang Rp 1.105 Triliun ke PDB, Bekraf Harap Jadi Tulang Punggung*. Kompas.com:  
<https://regional.kompas.com/read/2019/10/06/08160801/ekonomi-kreatif-sumbang-rp-1105-triliun-ke-pdb-bekraf-harap-jadi-tulang>

**DAMPAK PERANAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PENGEMBANGAN UMKM DI MASA TRANSISI (CAFE LOOKUP KOTA TASIKMALAYA)**

*Arnold Setia Damanik, Reza Sabila*

---