

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia sekitar 5,76%. Peran industri kreatif dalam perekonomian dapat mendorong pengembangan usaha di setiap daerah. Salah satu daerah yang terkenal akan UMKM-nya yakni Kabupaten Sumenep. UMKM merupakan salah satu mayoritas penghidupan masyarakat di daerah tersebut. Pengembangan UMKM bagian penting dalam penyerapan tenaga kerja dan sangat produktif dalam menciptakan tenaga kerja baru, sehingga dapat meningkatkan jumlah unit usaha baru yang menunjang pendapatan masyarakat Kabupaten Sumenep. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode Sampling Insidental. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pengembangan ekonomi kreatif berpengaruh terhadap peningkatan daya saing UMKM di Kabupaten Sumenep. Dari hasil menunjukkan bahwa variabel ekonomi kreatif (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel daya saing (Y) dan variabel pemberdayaan masyarakat (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel daya saing (Y).

Kata Kunci : Ekonomi kreatif, Pemberdayaan Usaha, Daya Saing, UMKM

ABSTRACT

Creative economy growth in Indonesia is around 5.76%. The role of creative industries in the economy can encourage business development in each region. One area that is famous for its MSMEs is Sumenep Regency. MSMEs constitute the majority of people's livelihoods in the area. The development of MSMEs is an important part of absorbing labor and is very productive in creating new workers, so that it can increase the number of new business units that support the income of the people of Sumenep Regency. The approach used in this research is using a quantitative method approach. The method used is the Incidental Sampling method. The aim of this research is to find out whether the development of the creative economy has an effect on increasing the competitiveness of MSMEs in Sumenep Regency. The results show that the creative economy variable (X1) has a significant effect on the competitiveness variable (Y) and the community empowerment variable (X2) does not have a significant effect on the competitiveness variable (Y).

Keywords : Creative Economy, Business Empowerment, Competitiveness, MSMEs