

Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Di Zaman Kopi Sengon Jombang

Lailatus Sa'adah¹, Febby Indah Oktavia²

^{1,2}Prodi Ekonomi Manajemen Universitas KH. A. Wahab Hasbullah Tambakberas
Email. lailatus@unwaha.ac.id,
Email. febbyoktavia981@gmail.com

Received: 25 Agustus, 2022; Accepted: 26 Agustus 2022; Published: 12 Desember, 2022

Abstrak

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan di Zaman kopi Sengon Jombang. Konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dengan kreativitas yang mengandalkan ide, pengetahuan, dan gagasan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Peran ekonomi kreatif yang diterapkan Zaman kopi adalah memberikan inovasi yang awal usaha memakai cup gelas menjadi sajian kemasan botol untuk lingkungan masyarakat sekitar juga memberikan pengaruh yang positif. Hasil penelitian mengatakan bahwa peran ekonomi kreatif berpengaruh baik dalam usahanya sehingga pendapatan mengalami peningkatan dengan sebelum adanya inovasi sajian kemasan botol di lihat pada bulan September pendapatan Rp. 12.488.000 setelah munculnya inovasi sajian dalam kemasan botol pada bulan Oktober dengan pendapatan Rp. 14.121.000 adanya peningkatan pendapatan dengan bulan sebelumnya yaitu >Rp. 2.000.000 dan bulan berikutnya mengalami peningkatan pada pendapatan penjualan. Ekonomi kreatif berperan sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi terutama dalam mendorong pendapatan, penciptaan lapangan kerja, dan peran sosial lainnya.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, Inovasi, Pendapatan.

Abstract

The purpose of this study is to understand the creative economic cycle in order to increase earnings in Zaman Kopi Sengon Jombang. The term "creative economy" refers to a new theory of economics that combines information with creativity to use ideas, insights, and opinions from everyday human beings as production-related factors. Zaman Cop's contribution to the creative economy is the invention of the cup gelas, which has become a symbol of the botol. As a result of this study's findings, creative economy is doing well in its current state, which causes productivity to also experience growth, The results of the study show that the creative economy is doing well in the country as a whole because of this, and that's why the rate of pay growth has also been increasing. For example, in September, the rate of pay growth was Rp. 12.488.000, and in October, it was Rp. 14.121.000. This indicates that the rate of pay growth was greater than Rp.

2.000.000, and that the following month saw a similar increase. Ekonomi creative also has a role to play in the development of economic fundamentals, particularly in regard to advancing monetary, labor, and other fundamentals.

Keywords: Creative Economy; Income; Innovation

PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi kreatif merupakan rangkaian hasil ekonomi yang berkaitan dengan kegiatan ketrampilan, bakat, individu, dan kreativitas. Intruksi Presiden (InPres) No. 6 Tahun 2009. Ekonomi kreatif adalah talenta baru dengan mengubah masyarakat melalui ide dan menghasilkan kehidupan lebih sejahtera. Adapun kemunculan di Indonesia sekitar tahun 2004 setelah munculnya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) dipopulerkan pada masa periode Susilo Bambang Yudhoyono. Bahwa suatu perekonomian baik maka akan terjadi pertumbuhan ekonomi (Firdausy, 2017).

Design Power Indonesia dibentuk oleh departemen perindustrian dan perdagangan dilaksanakan secara berlangsung setiap tahun yang dilakukan pada tahun 2007 oleh studi pemetaan kontribusi industri kreatif Indonesia (Arjana, 2016). Inovasi adalah hasil produk yang dilakukan dengan proses gabungan yang memiliki pengaruh satu dengan yang lainnya. Hal tersebut di dukung oleh kotabe (dalam Tamamudin, 2012:289) dengan melalui peningkatan keputusan pembelian. (Rekha, 2021)

Ekonomi kreatif ini memiliki kegiatan yang berkaitan dengan distribusi produk dan produk kreasi. Terutama pada usaha zaman kopi memiliki inovasi dan kreativitas dapat menghasilkan suatu hasil yang berguna baik untuk ataupun orang lain disekitarnya. Tingkat pendapatan juga mempengaruhi dalam kehidupan sehari-hari dan bisa mengurangi tingkat angka pengangguran di Indonesia. Pendapatan ialah hasil dari jumlah uang yang aktivitas penjualan produk yang diterima oleh pemilik. Kreativitas dan inovasi berperan penting dalam pengembangan usaha agar tidak kalah bersaing dengan usaha lain, sebagai

konsumen juga akan memiliki pandangan untuk membandingkan dengan usaha lain.

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif ialah nilai tambah suatu penciptaan (budaya, sosial, lingkungan, dan ekonomi) yang memiliki berbagai ide yang muncul dari kreativitas sumber daya manusia (Palupi et al., 2021). Dalam membangun kreativitas yang diperlukan bukan yang berbasis seni dan budaya diambil kutipan dalam Cetak Biru Ekonomi Kreatif 2015. Kreativitas juga diperlukan dengan berbagai ilmu seperti keahlian dalam teknologi, telekomunikasi, dan *technical engineering*. (Ekonomi Kreatif Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025, 2014)

Adapun 3 pokok yang menjadi dasar panduan dari ekonomi kreatif, yaitu sebagai berikut:

a. Creativity Kreativitas

Kreativitas ialah hasil dari kemampuan membuat kombinasi lama dan baru yang membuka interaksi antara individu, dengan hasil data informasi, unsur, dan lingkungan. (Munandar, 1999).

b. Innovation Inovasi

Inovasi ialah sesuatu mekanisme industri buat menyesuaikan diri dengan daerah yang dinamis sehingga bisa membangun gagasan yang menarik pelanggan (Ramdani, 2020).

c. Invention Penemuan

Penemuan ialah suatu proses hasil mengasimilasikan sesuatu konsep atau prinsip sesuai hasil *finding* (dalam M. Rohmah, 2020).

Pendapatan

Penghasilan Menurut Iskandar (dalam Wijaya & Safira, 2021) penghasilan dapat dihasilkan seperti beras, minyak goreng, dan gas. Pendapatan juga

didefinisikan sebagai jumlah uang yang diterima oleh individu atau rumah tangga dalam periode waktu tertentu (Ratulangi, 2014).

Menurut (Bintari & Suprihatin, 1984) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan adalah banyak atau sedikitnya modal yang digunakan, keuletan dalam bekerja, dan keahlian kerja. Menurut (Fila Fitriani, 2020) Hasil dari peran ekonomi kreatif yang dilakukan oleh para pengrajin kayu Desa Wonosari Provinsi Lampung Timur adalah dengan terus menumbuhkan inovasi-inovasi baru yang berdampak pada pendapatan mereka.

Menurut (Prawitasari & Yunani, 2021) hasil penelitian ini menunjukkan faktor permodalan, pendidikan, usia, jenis kelamin, dan jam kerja yang mempengaruhi pendapatan wirausahawan baru di sektor industri kreatif di Kota Banjarmasin. Menurut (Dumilah et al., 2021) Hasil survei pengunjung mengungkapkan bahwa desain produk fashion dan iklan yang unik dan berbeda perlu ditingkatkan untuk mempercepat akselerasi industri kreatif dimasa depan.

Menurut (U. Rohmah, 2017) Hasil penelitian yang dicapai terkait dengan industri kreatif desa Tulungagung mengenai industri tekstil diambil dari 30 responden, 9 orang pengrajin mengalami peningkatan pendapatan.

Hasil penelitian penelitian (Fila Fitriani, 2020) dan penelitian (Rohmah, 2017) mengatakan hasil penelitian yang relevan yaitu adanya peran ekonomi kreatif yang diterapkan dalam usahanya membawa pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan oleh pengrajin kayu dan usaha anyaman bambu. Sehingga dari kedua penelitian dapat memberikan hasil yang relevan juga untuk penelitian yang saya lakukan bahwa peran ekonomi kreatif di zaman kopi adanya inovasi dalam sajian botol dapat membawa pengaruh terhadap meningkatnya pendapatan di zaman kopi.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian domain kualitatif dan menghasilkan data deskriptif berupa data tertulis atau lisan dari individu. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk pengumpulan sample dengan cara *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu berdasarkan hasil pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Sample/objek yang diambil pemilik usaha zaman kopi, karyawan yang bekerja, dan konsumen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Gambaran umum konsumen zaman kopi di zaman kopi memiliki kecenderungan sebagai berikut: pertama di tinjau dari umur bahwa konsumen zaman kopi sebagian besar ber usia kurang dari 20 tahun. Kedua, ditinjau dari jenis kelamin bahwa konsumen zaman kopi sebagian besar adalah laki-laki. Ketiga, ditinjau dari berapa kali kunjungan atau waktu berkunjung sebagian besar adalah lebih dari 6 kali kunjungan.

Tanggapan Konsumen

Hasil wawancara zaman kopi jawaban dari salah satu responden yang mengatakan suka sebagai berikut:

“iya, saya menyukai dari segi tempat dan rasa minuman yang tidak dikecewakan, rasa suka tersebut dipicu oleh seringnya melihat disosial media yang menampilkan ada inovasi baru dalam penyajian menggunakan botol dan ada diskon untuk yang mempunyai kartu pelajar berhubung dicafe-cafe yang lain belum ada menggunakan seperti itu”.

Hasil wawancara zaman kopi jawaban dari salah satu responden yang mengatakan kurang suka sebagai berikut:

“iya, saya kurang suka terhadap minuman yang berjenis kopi, tetapi disini menyediakan banyak varian menu juga selain kopi misalnya, ada rasa yakult series, milk series, dan sebagainya. Biasanya saya memesan rasa yakult series karena rasa tersebut cocok bagi yang tidak suka dengan minuman kopi”.

Hasil wawancara dengan beberapa konsumen yang suka dan kurang suka terhadap varian menu yang disediakan. Dalam hal ini, menyukai produk dipandang sebagai nilai tambah produk yang dihasilkan, yang mengarah pada emosi positif berupa keinginan konsumen sesuai proses pembelian. Hal ini semakin besar rasa suka seseorang terhadap varian menu yang disajikan, maka semakin besar pula terhadap pembelian produknya begitu sebaliknya. Mengaruhi konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli dalam menghadapi persaingan. Karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen bertahan dalam melakukan pembelian ulang (Sulistiyono, 2015).

Hasil wawancara ditinjau dari pada di tinjau dari jenis kopi yang banyak diminati sebagai berikut. Menyukai jenis kopi robusta adalah 6,7%. Menyukai jenis kopi espresso adalah 20%. Menyukai jenis kopi kaffemelk adalah 40%. Menyukai jenis kopi hasselnot adalah 10%. Menyukai jenis kopi karamell adalah 10%. Menyukai jenis varian yakult series adalah 13,3%. Dengan demikian sebagian besar konsumen adalah menyukai jenis kopi kaffemelk. Kaffemelk tersendiri memiliki rasa perpaduan antara kopi dengan susu yang sangat rekomendasi bagi konsumen yang tidak suka dengan rasa kopi yang pekat tetapi ingin mencoba rasa kopi bisa memilih rasa kaffemelk ini.

Hasil wawancara dengan salah satu konsumen menyatakan tentang saran untuk zaman kopi kedepannya sebagai berikut:

“iya, saya lebih menyarankan terhadap varian menu yang ditambah lagi agar menu yang disajikan terlihat berbeda dari cafe-cafe yang lain di jombang. Sekaligus memberikan produk-produk yang baru. misalnya dalam penyajian pada menu ditambahi topping kekinian seperti boba, pudding, keju, dan sebagainya yang memiliki kesan berbeda dari cafe yang lain”.

Hasil wawancara mengatakan mempunyai saran-saran yang berbeda-beda 33,3% adalah lebih menyarankan varian menu di tambah lagi. 30% adalah menyarankan tempat lebih dibuat menarik lagi. 16,7% adalah menyarankan pada penyajian di tambah gula. 20% adalah mengatakan cukup baik dalam dari segala hal yang disediakan. Dengan demikian sebagian besar responden lebih banyak menyarankan pada varian menu ditambah lagi.

Hasil wawancara yang mengatakan bahwa alasan mereka berkunjung berbeda-beda 16,7% adalah alasan berkunjung diajak teman, 46,6% adalah tempatnya yang nyaman dan menarik, 16,7% adalah coba-coba karena baru di Jombang dan penasaran, dan 20% adalah harga terjangkau dan sesuai dengan rasa yang dihasilkan. Dengan demikian sebagian besar adalah orang mengatakan tempatnya yang nyaman. Oleh karena itu, tingkat kenyamanan konsumen dapat mengukur kepuasan konsumen bukan dilihat dari segi harga tetapi kenyamanan juga mempengaruhi kepuasan konsumen.

Hubungan kreatifitas dengan perkembangan social ekonomi

Sosial dalam ilmu sosial menunjuk pada objeknya yaitu masyarakat, setiap masyarakat memiliki permasalahan dalam lingkungan sekitar dengan begitu sosial ekonomi berperan penting dalam kehidupan sosial ekonomi (Rosaliza & Hidir, 2018). Dalam hal ini, solusinya adalah industri kreatif yang dapat menciptakan lapangan kerja dengan mencari dan menangkap peluang bagi orang yang membutuhkan (Ghufron & Rahmadtullah, 2019).

Hasil penjelasan ekonomi kreatif yang berhubungan dengan adanya kreativitas dan inovasi yang diterapkan di zaman kopi terhadap produk yang dikembangkan dalam kemasan botol semata-mata benda mati yang diperlukan adalah terutama penerapan marketing agar kita mengetahui kekuatan pesaing-pesaing dan selera pasar, namun lebih kepada strategi kita dalam mengemas produk. Namun dalam sosial ekonomi kreativitas dan inovasi juga perlu dikembangkan misalnya, di zaman kopi sendiri awal usaha memakai wadah cup

gelas untuk sajian minumannya dari wadah cup tersebut akhirnya memiliki pengaruh terhadap lingkungan sekitarnya dengan banyaknya sampah plastik dengan adanya kreativitas dan inovasi pada perubahan minuman cup gelas menjadi kemasan botol yang dapat mengurangi sampah plastik di lingkungan sekitarnya. Meskipun sampah plastik gelas tidak begitu banyak tetapi sebagai pengusaha harus bisa meminimalisir sampah plastik di lingkungan sekitar.

Berdasarkan penjelasan diatas terdapat dampak positif dan dampak negatif terhadap sosial ekonomi sebagai berikut:

1. Dampak Positif

- a. Meningkatkan inovasi pelaku ekonomi kreatif berbagai sektor yang lebih sehat
- b. Menciptakan masyarakat yang kreatif dan inovatif
- c. Mengurangi pertumbuhan angka pengangguran

2. Dampak Negatif

- a. Adanya masalah-masalah sosial yang terjadi pada masyarakat pedesaan
- b. Terjadinya perubahan gaya hidup, budaya, adat istiadat, dan struktur lainnya.
- c. Perubahan demografi di suatu wilayah.

Peran Ekonomi Kreatif sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi

Industri Kreatif atau ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu negara, terutama dalam penciptaan pendapatan, pendapatan ekspor, dan terciptanya lapangan kerja. (Wahyuningsih & Satriani, 2019).Salah satu upaya dalam meningkatkan ketahanan ekonomi yang bisa dikembangkan bertujuan untuk mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan menciptakan ide dan gagasan (Marlinah, 2017).

Ekonomi kreatif adalah bagian integral dari pemanfaatan kreatif pengetahuan, budaya, dan teknologi yang inovatif. Kegiatan ekonomi kreatif yang dilakukan pada zaman kopi meliputi aspek-aspek sebagai berikut:

Hasil penerapan periklanan yang digunakan oleh zaman kopi sendiri adalah sosial media instagram yang didalamnya berupa pemberitahuan update terbaru dari produk- produk zaman kopi.

Hasil penerapan desain dari sajian botol sendiri dalam produknya disesuaikan dengan gambaran logo zaman kopi agar identitas usahanya bisa menjual di mana-mana. Hasil penerapan aksesoris tempat dibuat nyaman dengan menambahi spot-spot foto yang estetik dan terkesan bagi konsumen yang berkunjung. Hasil penerapan aspek musik yang menambahi nuansa cafe yang lebih nyaman sambil mendengarkan alunan-alunan musik.

Hasil penerapan zaman kopi sendiri mengadakan live music di hari weekend atau hari spesial agar konsumen tidak merasa bosan dan suasana biasanya disesuaikan dengan ketika ada hari nyepi bisa dipadukan dengan lampu yang dimatikan disetiap meja hanya ada lilin. Hasil penerapan riset dan pengembangan yang diterapkan adalah inovasi produk dalam sajian botol yang ditemukan di salah satu cafe shop Surabaya dan akhirnya pemilik melakukan riset dan pengembangan terhadap botol selama satu bulan karena dilakukan riset uji terhadap ketahanan botol bisa dipakai dalam berapa hari setelah selesai uji tersebut pemilik dapat meluncurkan produk sajian botol dalam usahanya.

Peran Ekonomi Kreatif dalam meningkatkan pendapatan

Ekonomi kreatif dalam berperan penting pada usaha zaman kopi yaitu memberikan inovasi terhadap bentuk minuman yang berupa sajian botol. Munculnya inovasi produk dengan mendapatkan ide atau inspirasi dari sebuah salah satu coffee shop yang ada di Surabaya dan coffee shop tersebut juga memakai sajian botol. Akhirnya pemilik mengolah pikiran dengan menerima

segala pendapat dari orang yang terdekat yaitu karyawan dan keluarga dan mengambil keputusan yang tegas dan baik untuk mengembangkan inovasi produk sajian botol pada usahanya.

Hasil kutipan wawancara dengan pemilik mengatakan mengenai munculnya ide inovasi sebagai berikut:

“awal munculnya inovasi tersebut dikembangkan adalah ketika saya nongkrong di salah satu coffee shop Surabaya di tempat tersebut penyajiannya menggunakan kemasan botol terlihat unik dan menarik. Akhirnya saya terinspirasi untuk dikembangkan dalam usaha saya, sebelum dikembangkan saya pun meminta pendapat setiap orang agar saya bisa mengambil keputusan dengan baik dan benar”.

Pengembangan inovasi akan memberikan pengaruh yang baik dalam usahanya sehingga bisa mempengaruhi tentunya akan menambah pendapatan yang diperoleh dari segi minat konsumen yang tertarik untuk menikmati inovasi tersebut. Namun hal tersebut juga mempengaruhi adanya perubahan harga. Oleh karena itu, awal dikembangkan inovasi minat konsumen sedikit menurun tetapi setelah banyaknya ide-ide dari pemilik untuk bertahan dalam produk yang dikembangkan dan menarik konsumen untuk membeli, sehingga pendapatan mengalami kenaikan pendapatan.

KESIMPULAN

Adanya peran ekonomi kreatif dapat berpengaruh terhadap pendapatan penjualan di Zaman Kopi. Awal mula dalam usahanya memakai cup gelas dalam penyajian, akhirnya pemilik mempunyai ide kreatif dengan munculnya inovasi penyajian dalam kemasan botol. Dalam hal itu, memunculkan inovasi produk tersebut adanya pertimbangan dalam segi harga, bentuk, dan ukuran takaran minum dari yang awalnya memakai cup gelas.

Sosial ekonomi peran ekonomi kreatif juga berpengaruh terhadap lingkungan sekitar dengan adanya ide kreatif yang muncul perubahan cup gelas menjadi kemasan botol secara langsung meminimalisir sampah plastik yang ada

dilingkungan sekitar, membuka lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat lingkungan sekitar, dan menciptakan masyarakat yang kreatif dan inovatif. Industri kreatif dapat mendorong penciptaan, penyerapan tenaga kerja, dan pendapatan ekspor, serta mendorong dimensi sosial (*inklusi sosial*).

Pengembangan inovasi akan memberikan pengaruh yang baik dalam usahanya sehingga bisa mempengaruhi tentunya akan menambah pendapatan yang diperoleh dari segi minat konsumen yang tertarik untuk menikmati inovasi tersebut. Pendapatan penjualan pada sebelumnya bulan September yaitu Rp. 12.488.000. Munculnya inovasi sajian dalam kemasan botol pada bulan Oktober dengan pendapatan Rp. 14.121.000 adanya peningkatan pendapatan dengan bulan sebelumnya yaitu >Rp. 2.000.000 dan bulan berikutnya setelah munculnya inovasi ada peningkatan pada pendapatan penjualan. Dengan demikian inovasi yang dikembangkan mempunyai pengaruh terhadap peningkatan pendapatan.

DAFTAR RUJUKAN

- Arjana, I. G. (2016). *GEOGRAFI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF* (1st ed.). Rajawali Pers.
- Bintari, & Suprihatin. (1984). *Ekonomi dan Koperasi*. Ganesha Exact.
- Dumilah, D. R., Komarudin, M., Ubaidillah, R., Siagian, S., & Santoso, S. (2021). *Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Industri Parawisata Di seaworld Ancol*. 7, 558–583.
- Ekonomi Kreatif kekuatan baru indonesia menuju 2025*. (2014). Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Fila Fitriani. (2020). *PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN KRIYA KAYU DITINJAU DARI PERSPEKTIF ETIKA BISNIS ISLAM*.
- Firdausy, C. M. (2017). *STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI INDONESIA* (I. Ibnu (Ed.); 1st ed.). Yayasan Pustaka.
- Ghufron, M. I., & Rahmatullah, M. (2019). *Peran ekonomi kreatif sebagai solusi mengatasi pengangguran*. 13(1).
- Marlinah, L. (2017). *Meningkatkan Ketahanan Ekonomi Nasional Melalui*

Pengembangan Ekonomi Kreatif. XVII(2).

- Munandar, S. C. U. (1999). *Kreativitas dan Keberbakatan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Palupi, P. E., Nusantoro, J., & Septiani, A. (2021). *PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PENDAPATAN PEDAGANG (STUDI KASUS PADA PASAR YOSOMULYO PELANGI)*. 2(1), 12–19.
- Prawitasari, T., & Yunani, A. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Wirausaha Baru Pada Sektor Ekonomi Kreatif Di Kota Banjarmasin*. 4(2), 431–442.
- Ramdani, D. (2020). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Di Desa Tompobulu Kecamatan Rumbia Kabupaten Jeneponto*.
- Ratulangi, U. S. (2014). *PENINGKATAN PENDAPATAN MASYARAKAT MELALUI PROGRAM PEMBERDAYAAN DI DESA LOLAH II KECAMATAN TOMBARIRI KABUPATEN MINAHASA*. 1, 92–105.
- Rekha. (2021). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pendapatan Pengrajin DiTinjau Dari Ekonomi (Studi Pada Industri Bordir Kecamatan Indrajaya Kabupaten Pidie)*.
- Rohmah, M. (2020). *Peran Ekonomi Kreatif (EKRAF) Kerajinan Gorden Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Desa Blawe Kecamatan Purwoasri Kabupaten Kediri*.
- Rohmah, U. (2017). *ANALISIS PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PENGRAJIN DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM*.
- Rosaliza, M., & Hidir, A. (2018). *Perkembangan Sosial Ekonomi Desa Eks Transmigrasi Di Kabupaten Pelalawan*. 320–333.
- Sulistiyono. (2015). *Studi kualitatif deskriptif perilaku konsumen rilisan fisik*.
- Wahyuningsih, S., & Satriani, D. (2019). *PENDEKATAN EKONOMI KREATIF TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI (Studi Kasus Di Desa Pedekik)*. 8(2), 195–205.
- Wijaya, S., & Safira, A. F. (2021). *Pajak Penghasilan: Anak Angkat Berpenghasilan* (Guepedia (Ed.)). Guemedia Group.