

INOVASI PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF MELALUI FORUM KOMUNITAS MALANG CREATIVE FUSION (MCF)

Anis Dwiastanti ¹, Yonanda Galuh Puspitasari ²

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indocakti Malang

Email: anis.pambayung236@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian ini dilakukan di Malang Creative Center (MCC). Salah satu pengembangan yang ditujukan untuk menyambut keberlangsungan ekonomi kreatif adalah dengan dibentuknya forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) sebagai wadah penguatan untuk lebih memfokuskan pengembangan ekonomi kreatif di semua sub sektor yang ada di Kota Malang. Bentuk-bentuk inovasi yang dilakukan dalam pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) adalah inovasi produk, sistem dan metode pemasaran. Terjadinya inovasi pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) tidak terlepas dari ketiga unsur, yakni: kepribadian, orisinalitas, dan makna. Manfaat dari adanya inovasi pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) dapat ditinjau dari 2 aspek besar yakni ekonomi maupun sosial. Adapun manfaat jika tinjau dari aspek ekonomi yakni: adanya perluasan jaringan pemasaran, penciptaan lapangan usaha, dan penciptaan nilai tambah suatu produk. Manfaat yang dapat ditinjau dari aspek sosial yakni: adanya peningkatan kualitas hidup, pelestarian nilai-nilai lokal, dan peningkatan toleransi sosial. Penulis menyarankan, bahwa *Malang Creative Fusion* (MCF) perlu mensosialisasikan keberadaan dan peran mereka kepada seluruh elemen masyarakat di Kota Malang, menguatkan koordinasi dengan para anggota internal maupun jejaring, memaksimalkan sinergitas dengan para stakeholder yang terlibat untuk mempercepat akselerasi pengembangan industri kreatif di Kota Malang.

Kata Kunci: Inovasi; Ekonomi Kreatif; Industri Kreatif; Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF).

ABSTRACT

This service activity is conducted at the Malang Creative Center (MCC). One of the developments aimed at sustaining the creative economy is the formation of the Malang Creative Fusion (MCF) community forum as a platform to strengthen and focus on developing the creative economy in all sub-sectors in Malang City. Show that the forms of innovation carried out in the development of the creative industry through the Malang Creative Fusion (MCF) community forum are product innovation, system innovation, and marketing method innovation. The innovation in the development of the creative industry through the Malang Creative Fusion (MCF) community forum is inseparable from three elements: personality, originality, and meaning. The benefits of innovation in the development of the creative industry through the Malang Creative Fusion (MCF) community forum can be seen from two major aspects: economic and social. The economic benefits include market network expansion, job creation, and value-added product creation. The social benefits include improved quality of life, preservation of local values, and increased social tolerance. The author suggests that Malang Creative Fusion (MCF) needs to socialize its existence and role to all elements of society in Malang City, strengthen coordination with internal members and networks, and maximize synergy with stakeholders involved to accelerate the development of the creative industry in Malang City.

Keywords: Innovation; Creative Economy; Creative Industry; Malang Creative Fusion (MCF) Community Forum.

PENDAHULUAN

Peran pemerintah dalam mengembangkan perekonomian sangat penting. Terutama dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Upaya-upaya yang dilakukan pemerintah adalah dengan membangun sistem ekonomi yang berbasis kreatifitas masyarakat. Hal ini didorong oleh munculnya beragam kreatifitas-kreatifitas yang dibangun masyarakat akibat perkembangan teknologi yang diminati. Ekonomi kreatif pada hakikatnya adalah sebuah kegiatan yang mengutamakan kreativitas pada pola pikir dan perilaku untuk menciptakan sesuatu yang baru (inovasi) dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial (Suryana,

2013). Adanya ekonomi kreatif di Indonesia diharapkan masyarakat dapat merasakan keuntungannya seperti: meningkatkan kreatifitas dan keberagaman produk, meningkatkan pendapatan masyarakat, mendapatkan lapangan pekerjaan yang berdampak pada berkurangnya angka pengangguran dan kemiskinan, nilai produk ekspor yang dihasilkan dari ekonomi kreatif dapat dijadikan sebagai ajang promosi keragaman dan kebudayaan suatu daerah atau negara itu sendiri. Selain itu ekonomi kreatif juga akan membangun ikon suatu daerah dengan ciri khas produk dan budaya tertentu, yang berbeda dengan daerah lainnya.

Konsep ekonomi kreatif berfokus pada penyebaran informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia (SDM) yang ada pada daerah tersebut. Mengandalkan keberadaan sumber daya manusia (SDM) sebagai salah satu faktor utama dalam melaksanakan ekonomi kreatif, maka perlu diselenggarakan pengembangan dalam bidang sumber daya manusia (SDM) dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing atau kualitas sumber daya manusia (SDM) itu sendiri, selain itu sumber daya manusia (SDM) sangat diperlukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari pembangunan itu sendiri. Oleh karena itu, sumber daya manusia (SDM) menjadi salah satu elemen paling penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja, serta memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

Mengenal industri kreatif terlebih dahulu dimulai dengan mengenal ekonomi kreatif yang merupakan tubuh dari industri kreatif dan jantung dari ekonomi kreatif tersebut yaitu industri kreatif. Industri kreatif merupakan salah satu sendi utama dalam perekonomian di Indonesia. Sektor ini memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi nasional karena industri ini mampu berjalan mandiri dalam memenuhi permintaan pasar yang bertaraf lokal ataupun regional, mampu menyerap banyak tenaga kerja, serta mampu bertahan pada keadaan krisis global. Selain itu industri kreatif dalam banyak hal dapat menstabilkan masalah perekonomian yang menyebabkan kesenjangan sosial. Besarnya peranan industri kreatif dalam menggerakkan roda perekonomian dapat dilihat dari semakin bertambahnya jumlah industri di setiap sektor ekonomi. Melihat adanya fenomena tersebut, dirasa perlu adanya upaya untuk menumbuhkan iklim kondusif untuk industri kecil dan menengah agar semakin kuat dan mandiri dalam mengembangkan potensi lokal.

Industri kreatif di Indonesia mulai menggeliat muncul pada tahun 2006 di mana sebelumnya geliat ekonomi di Indonesia dimulai dari sektor agrikultur, kemudian bergeser ke sektor industrialisasi yang ditandai dengan adanya revolusi industri di benua Eropa, dan pada akhir-akhir ini dikenal sebagai era informasi dan teknologi. Informasi dan teknologi menjadi modal berharga dalam melangkah jauh ke depan, dan pada saat ini Indonesia sedang melangkah pada tahap selanjutnya yang menempatkan manusia dalam segala kreativitas, dan peninggalan yang melekat padanya sebagai modal.

Berkembangnya ekonomi kreatif di Indonesia akan berdampak langsung terhadap perkembangan digitalisasi di Kota Malang. Ekonomi kreatif saat ini menjadi salah satu bidang yang diperhatikan dan diperkuat keberadaannya oleh pemerintah Indonesia. Ekonomi kreatif terbukti memiliki potensi yang besar sebagai salah satu sektor yang memiliki daya saing tinggi di era Masyarakat Ekonomi Asean (MEA). Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya kontribusi sektor ekonomi kreatif dengan 16 sub sektornya terhadap pendapatan negara.

Menilai tingginya potensi ekonomi kreatif yang berkembang dan dapat dikembangkan di Kota Malang, dirasakan perlu melakukan sebuah gerakan untuk meningkatkan kapasitas para pelaku industri kreatif yang berada di Kota Malang untuk dapat berkontribusi secara positif terhadap peningkatan di bidang ekonomi kreatif di Kota Malang secara khusus dan di Indonesia secara umum.

Berangkat dari kesadaran bersama tersebut, dibentuklah sebuah forum dan organisasi mandiri antar lintas komunitas kreatif dari 16 sub sektor ekonomi kreatif dengan nama *Malang Creative Fusion* (MCF) yang didirikan oleh beberapa komunitas kreatif di Kota Malang. Adapun forum ini mengedepankan sinergitas antar komunitas kreatif, akademisi, pemerintah dan juga para pelaku industri kreatif. Tujuan dari adanya *Malang Creative Fusion* (MCF) yakni bertindak sebagai wadah penguatan konektivitas, kolaborasi dalam berbisnis, dengan pendekatan pendidikan berbasis kreativitas maka forum ini berniat untuk melakukan perencanaan dan perbaikan infrastruktur kota sebagai sarana pendukung pengembangan ekonomi kreatif dan menciptakan wirausaha kreatif baik perorangan maupun komunitas, forum ini juga akan menginisiasi pengembangan strategi branding dan membangun sistem jaringan yang seluasluasnya sebagai sebuah upaya kreatif.

Selain itu adanya tujuan dari gerakan ini juga untuk membangun budaya kreatif masyarakat, membudayakan jiwa kolaborasi dan saling mendukung dalam membangun usaha dan menyelesaikan permasalahan yang terjadi di masyarakat, menciptakan jaring-jaring lintas keahlian dan institusi untuk terbentuknya komunikasi yang dapat memicu kreativitas dan inovasi, berkolaborasi dalam membangun fasilitas strategis, untuk memastikan hasil karya kreatif dapat berkembang dan bermanfaat bagi masyarakat, serta menjadi pusat informasi bagi pengembangan industri kreatif di Kota Malang.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan ini dilakukan melalui workshop terutama berkaitan dengan inovasi-inovasi yang dapat dilakukan oleh para anggota pelatihan. Kegiatan dilakukan dengan, metode ceramah, yaitu digunakan untuk memaparkan materi yang telah disusun oleh Tim Pelaksana, metode Tanya Jawab, yaitu digunakan untuk merespon sejauh mana tingkat pemahaman peserta pelatihan terhadap materi yang disampaikan Tim Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat STIE Indocakti, metode diskusi, yaitu pemateri dan peserta melakukan dialog yang membahas masalah seputar inovasi pengembangan industri kreatif yang dapat mendukung perekonomian di Kota Malang, dan metode Simulasi dan Praktek, yaitu digunakan untuk mempraktekkan ide-ide dasar dalam inovasi pengembangan industri kreatif.

Beberapa permasalahan yang ditemukan berdasarkan hasil observasi di lapangan menunjukkan, minimnya ketrampilan anggota pelatihan dalam memahami inovasi produk, minimnya ketrampilan anggota pelatihan dalam memahami inovasi sistem informasi, dan minimnya ketrampilan anggota pelatihan dalam memahami inovasi pemasaran.

Dari permasalahan yang dihipun, kemudian ditawarkan beberapa solusi untuk mengatasi permasalahan, para anggota diberikan pelatihan dan pemahaman serta dibentuknya wadah atau forum organisasi yang menampung segala kreatifitas industri kreatif di bidang inovasi produk, para anggota diberikan pelatihan dan pemahaman serta dibentuknya wadah atau forum organisasi yang menampung segala kreatifitas industri kreatif

di bidang inovasi sistem informasi, dan para anggota diberikan pelatihan dan pemahaman serta dibentuknya wadah atau forum organisasi yang menampung segala kreatifitas industri kreatif di bidang inovasi pemasaran.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Kota Malang. Kota Malang seperti kota-kota lain di Indonesia pada umumnya, baru tumbuh dan berkembang setelah hadirnya pemerintah kolonial Belanda. Kota Malang merupakan sebuah kota yang terletak di Provinsi Jawa Timur, Indonesia. Kota terbesar kedua di Jawa Timur setelah Surabaya, dan kota terbesar ke-21 (dua puluh satu) di Indonesia. Kota ini didirikan pada masa Kerajaan Kanjuruhan dan terletak di dataran tinggi seluas 145,28 km² yang terletak di tengah-tengah Kabupaten Malang. Bersama dengan Kota Batu dan Kabupaten Malang, Kota Malang merupakan bagian dari kesatuan wilayah yang dikenal dengan Malang Raya.



Gambar 1. Peta Kota Malang

Kota Malang dikenal baik sebagai kota pendidikan. Hal ini dikarenakan Kota Malang memiliki berbagai perguruan tinggi terbaik seperti Universitas Brawijaya dan Universitas Negeri Malang. Selain dikenal sebagai kota pendidikan, Kota Malang juga dikenal sebagai kota pariwisata karena keindahan alamnya yang menawan dan dikelilingi oleh pegunungan serta udaranya yang sejuk. Bagian-bagian Kota Malang memiliki kekhasan sendiri sehingga memiliki kecocokan tersendiri dalam berbagai aktivitas. Bagian selatan merupakan dataran tinggi yang cukup luas sehingga cocok untuk industri, bagian utara merupakan dataran tinggi yang subur sehingga cocok untuk lahan pertanian, bagian timur merupakan dataran tinggi dengan keadaan yang kurang subur, dan bagian barat merupakan dataran tinggi yang amat luas dan kini menjadi daerah pusat pendidikan.

Kota Malang juga dikelilingi oleh beberapa gunung, yang di antaranya, gunung Arjuno di sebelah utara, gunung Semeru di sebelah timur, gunung Kawi dan Panderman di sebelah barat, dan gunung kelud di sebelah selatan.

Gambaran Umum Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF). Profil. *Malang Creative Fusion* (MCF) adalah sebuah forum antar lintas komunitas kreatif yang menaungi para pelaku industri kreatif yang ada di Kota Malang. Forum ini bertujuan sebagai wadah penguatan konektivitas dan kolaborasi dalam berbisnis bagi para pelaku industri kreatif Kota Malang. Forum ini terbentuk pada tanggal 3 Februari 2016 dan diresmikan oleh wali kota

Malang (H.Moch Anton) di ruang sidang Balaikota Malang.

Seperti yang diketahui bahwa saat ini ekonomi kreatif menjadi salah satu bidang yang perlu di perhatikan serta diperkuat keberadaannya oleh Pemerintah Indonesia. Pada era sekarang ini, ekonomi kreatif menjadi sebuah pertarungan dalam kompetisi pasar yang semakin ketat. Hal ini dibuktikan dengan adanya Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif yang menimbang bahwa bidang ekonomi kreatif merupakan salah satu bidang ekonomi yang perlu didorong, diperkuat, dan dipromosikan keberadaannya sebagai upaya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional.

Selain itu adanya tujuan dari gerakan ini adalah untuk membangun budaya kreatif masyarakat, membudayakan jiwa kolaborasi dan saling mendukung dalam membangun usaha, diharapkan mampu menyelesaikan permasalahan yang ada di masyarakat, menciptakan jaring-jaring lintas keahlian dan institusi untuk terbentuknya sebuah komunikasi yang dapat memicu kreativitas dan inovasi, berkolaborasi dalam membangun fasilitas strategis sehingga dapat memastikan hasil karya kreatif dapat berkembang dan bermanfaat bagi masyarakat, selain itu juga dapat menjadi pusat informasi bagi pengembangan industri kreatif di Kota Malang.

Forum ini juga melakukan sinergi dengan pemerintah Kota Malang dalam menjalankan kebijakan yang berkaitan dengan pengembangan industri kreatif di Kota Malang, menjalankan fungsi kontrol dan evaluasi terhadap kebijakan pengembangan industri kreatif yang dilakukan pemerintah kota. Harapan ke depan dengan adanya Malang Creative Fusion (MCF), maka akan ada pengikat simpul-simpul kreativitas dan kolaborasi antar individu, komunitas, maupun organisasi yang memiliki semangat kreatif. Malang Creative Fusion (MCF) merupakan sebuah wadah bagi masyarakat Kota Malang yang mempunyai kreativitas, tidak hanya kreativitas dalam bidang digital saja akan tetapi dalam semua sub sektor ekonomi kreatif yang sedang berkembang dan dapat dikembangkan di Kota Malang.

Bentuk-Bentuk Inovasi Pengembangan Industri Kreatif melalui Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF). Inovasi Produk. Berbekal pengetahuan, ketrampilan serta pengalaman yang dimiliki oleh beberapa pakar yang didatangkan dalam kegiatan workshop ini, akhirnya memberikan solusi yang dapat menampung permasalahan yang dihadapi anggota pelatihan. Beberapa bentuk inovasi produk yang dilakukan oleh *Malang Creative Fusion* (MCF): Aktivasi Rumah Kreatif BUMN (RKB), Inkubasi Bisnis Mbois, Klinik Desain dan Foto Produk & Business Workshop.

Semua bentuk inovasi produk di bawah naungan *Malang Creative Fusion* (MCF) dapat diikuti oleh semua kalangan industri kreatif yang memiliki visi dan misi yang sama dalam mengembangkan industri kreatif di Kota Malang, serta untuk meningkatkan peran serta pelaku industri kreatif dalam memangkas tingkat pengangguran. Diharapkan dengan mengembangkan inovasi produk melalui komunitas ini akan semakin mempererat ikatan pelaku industri kreatif dalam mengatasi masalah-masalah di lapangan.

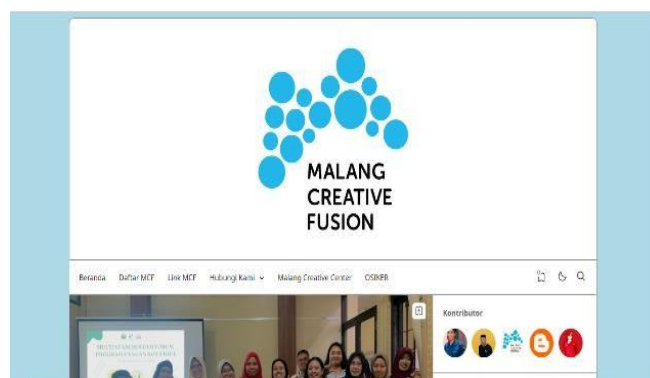


Gambar 2. Pelatihan Inovasi Produk



Gambar 3. Peserta pelatihan Inovasi produk

Inovasi Sistem. Inovasi sistem adalah sebuah cara baru atau yang diperbarui dalam berinteraksi dengan para aktor-aktor lain (stakeholder), dengan kata lain adanya perubahan tata kelola pembaruan sebuah sistem yang bertujuan untuk memudahkan penggunaannya. *Malang Creative Fusion* (MCF) dalam upayanya memperbarui sebuah interaksi dengan para stakeholder adalah dengan mengelola sebuah website yang dinamakan *mcf.or.id*.



Gambar 4. Tampilan Website *mcf.or*.



Gambar 5. Narasumber pelatihan literasi digital

Dengan website yang sudah dirilis, diharapkan arus komunikasi dan informasi dapat cepat terserap dan tersebar kepada masyarakat luas. Diharapkan dapat menjadi pilot project bagi daerah lain untuk menampung kreatifitas masing-masing daerah agar memajukan perekonomian setempat. Aktivitas anggota juga menjadi lebih informatif dengan wadah yang telah dibentuk melalui website ini, karena mereka dapat mengunggah atau memberikan tanggapan secara langsung dari karya-karya yang dipublikasikan.

Inovasi Metode Pemasaran. Beberapa metode pemasaran yang dilakukan oleh Malang Creative Fusion (MCF) sebagai upaya mewadahi para pelaku industri kreatif dalam bidang pemasaran: Malang Koperasi Kreatif Mbois (MKKM), Pengelolaan *Website pasarmbois.com*, *Mbois Mart* & Festival Mbois.



Gambar 6. Materi pelatihan inovasi pemasaran

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adanya Inovasi Pengembangan Industri Kreatif melalui Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF). Yang pertama, Kepribadian (Personality). Bahwa kepribadian yang dimaksudkan disini adalah kepribadian para anggota kelompok yang mendukung berkembangnya komunitas secara baik, menunjukkan sikap dan perilaku yang mempromosikan kerjasama, kebersamaan dan rasa memiliki dalam sebuah kelompok untuk mencapai tujuan bersama. Menjunjung tinggi etika serta mempererat jiwa sosial

diantara anggota dan memiliki empati terhadap sesama anggota komunitas. Kedua Orisinalitas (originality). Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) lebih mengutamakan karya-karya yang bersifat origin (asli), lebih menekankan keaslian atau keunikan suatu karya yang dihasilkan para anggota. Diharapkan dengan karya yang berkualitas akan meningkatkan daya saing setiap anggota untuk bersaing secara sehat dan kompetitif. Ketiga Makna (Meaning). Forum Komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) lebih menekankan makna dari karya yang dihasilkan. Bahwa sebuah karya akan sia-sia jika tidak memberikan makna dan manfaat bagi customer. Makna secara implisit dan eksplisit akan memberikan nilai tambah bagi produk yang dihasilkan, sehingga karya-karya produk para anggota diharapkan dapat memberikan makna bagi para *stakeholder*.

Manfaat Adanya Inovasi Pengembangan Industri Kreatif melalui Forum Komunitas Malang Creative Fusion (MCF). Adanya inovasi pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) tentu memberikan manfaat, yang dapat ditinjau dari sektor ekonomi maupun sosial. Adapun manfaat-manfaat setelah adanya inovasi peneliti klasifikasikan ke dalam dua sektor yakni ekonomi dan sosial, Manfaat Sektor Ekonomi: memperluas jaringan pemasaran, menciptakan lapangan usaha, dan penciptaan nilai tambah suatu produk, dan Manfaat Sektor Sosial: adanya peningkatan kualitas hidup, melestarikan nilai-nilai lokal, dan peningkatan toleransi sosial.

Implikasi. Kegiatan ini diharapkan dapat memperkuat dan menajamkan keberadaan forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) oleh beberapa *stakeholder* yang terlibat di dalam pengembangan industri kreatif di Kota Malang, kepada berbagai elemen masyarakat di Malang raya secara khusus maupun di Indonesia secara umum. Hal ini dimaksudkan sebagai sebuah upaya untuk menjadikan *Malang Creative Fusion* (MCF) sebagai pusat informasi pengembangan industri kreatif Kota Malang. Pentingnya sosialisasi keberadaan dan peran dari koperasi pemasaran yang bernama MKKM oleh beberapa *stakeholder* yang terlibat di dalam pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) kepada seluruh elemen masyarakat di Malang raya secara khusus maupun di Indonesia secara umum. Sehingga kehadiran dan peran MKKM dapat lebih memfasilitasi para pelaku industri kreatif Kota Malang maupun mampu meningkatkan kapasitas pemasaran produk-produk industri kreatif Kota Malang baik melalui pemasaran secara online maupun offline serta dapat mempromosikan keberadaan produk-produk industri kreatif di Kota Malang kepada dunia global melalui beberapa program-program inovatif yang terdapat di dalam program kerja MKKM.

KESIMPULAN

Bentuk-bentuk inovasi yang dilakukan dalam pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) adalah inovasi produk, sistem dan metode pemasaran. Terkait adanya ketiga bentuk inovasi yang dilakukan oleh forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) dalam hal ini peneliti sudah melihat berjalannya program-program inovatif yang mendukung terjadinya kegiatan tersebut. Faktor-faktor yang turut mempengaruhi adanya inovasi pengembangan industri kreatif melalui forum komunitas *Malang Creative Fusion* (MCF) tidak terlepas dari ketiga unsur, yakni: kepribadian, orisinalitas, dan makna. Manfaat dari adanya inovasi pengembangan industri kreatif di Kota Malang

melalui *Malang Creative Fusion* (MCF) dapat ditinjau dari 2 aspek besar yakni ekonomi maupun sosial.

DAFTAR RUJUKAN

- Aimiuwu, Ehi E. 2012. Building a Competitive Edge through Social Media. EDSIG (Education Special Interest Group of the AITP). Vol. 5. No. 2201. ISSN: 2167-150.
- Anjaniningrum, Widiya Dewi dan Agus Purnomo Sidi. 2018. Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion). JIBEKA. Vol.12. No.2. ISSN 2620-875X (Online) ISSN 0126-1258 (Print).
- Badan Ekonomi Kreatif. 2019. "Data Statistik dan Hasil Survey Ekonomi Kreatif".
- Departemen Perdagangan RI. 2008. *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Departemen Perdagangan RI. 2009. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Dokumen Resmi Malang Creative Fusion (MCF). 2018. "Industri Kreatif Kota Malang". Diakses melalui <http://mcf.or.id/>
- Dokumen Resmi *Pasarmbois.com*. 2018.
- Dokumen Resmi Rumah Kreatif BUMN (RKB). 2018. "UMKM Indonesia". Diakses melalui <http://www.rkb.id/>
- Eddy Irsan. 2014. Kinerja Bisnis Kuliner dalam menghadapi Persaingan di Kota Pekanbaru.
- Hawkins, John. 2004. *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Penguin Global.
- Iffan M. Yulianti L (2017). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada JG Motor Yamaha Cab Ujung berung Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). Volume VIII No. 2. E-ISSN : 2338-292X (Online) P-ISSN : 2086-0455(Print)
- Iffan, M. Soegoto, H. S. (2017). Pengaruh Iklan, Endorser, Dan Display Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha Di Jg Motor Ujung berung Bandung). Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, 2.
- Milen. 2006. *Capacity Building: Meningkatkan Kinerja Sektor Publik*. Yogyakarta: Pembaruan.
- Porter, Michael E. 2008. Strategi Bersaing (Competitive Strategy). Tangerang: Karisma Publishing Group.
- Pranaka, Anshar Surya, Astri Ghina dan Mediany Kriseka Putri. 2017. Pengaruh Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing (Studi Kasus pada Usaha Menengah Guten Inc Bandung). e-Proceeding of Management: Vol.4, No.3. ISSN: 2355-9357.
- Radiaswara, R. Iffan M. Dwisanty R (2018). Pengaruh Proses Dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Santika Bandung (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). Volume VIII No. 2. E-ISSN : 2338-292X (Online) P-ISSN : 2086-0455(Print)
- Rustantono, H., Al Maida, N., Rasyid, H., Rofiah, L., & Maslahah, W. (2022). SOSIALISASI MANAJEMEN KEUANGAN DAN MANAJEMEN PEMASARAN KELOMPOK PKK DAN UMKM DI MALANG. EDUABDIMAS: Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat, 1(1), 13-19.



- Suryana, 2013, *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru: Mengubah Ide dan Menciptakan. Peluang*. Jakarta: Salemba Empat
- Zainul Muchlas. 2015. Strategi Inovasi Dan Daya Saing Industri Kecil Menengah (Ikm) Agro Industri Di Kota Batu.
- Zimmerer, Thomas W, Scarborough, Norman M dan Doug Wilson. 2009. Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil. Jakarta: Salemba Empat