

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pendapatan UKM kripik tempe di Sentra Industri Sanan, Kota Malang. Latar belakang penelitian mengemukakan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam transformasi produk, desain kemasan, branding, pemasaran digital, serta teknologi produksi sebagai faktor yang mendukung keberlanjutan dan daya saing UKM. Studi ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang menggambarkan kondisi nyata pelaku usaha di sentra kripik tempe tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi kreatif yang meliputi inovasi produk dengan variasi rasa dan bentuk, desain kemasan yang menarik dan mempertahankan kearifan lokal, strategi branding yang konsisten, serta penggunaan pemasaran digital dan teknologi produksi efisien, berkontribusi signifikan dalam peningkatan pendapatan UKM. Pendekatan ini membuka akses pasar yang lebih luas, baik lokal maupun internasional, serta menambah sumber pendapatan baru melalui pemanfaatan limbah produksi. Dukungan dari pemerintah, akademisi, dan perbankan terbukti berperan penting dalam memberikan pelatihan, fasilitasi teknologi, serta pembiayaan bagi pelaku usaha.

Kesimpulan dari penelitian ini menyatakan bahwa ekonomi kreatif merupakan kunci utama dalam pengembangan dan peningkatan pendapatan UKM kripik tempe di Sanan. Dengan terus mengembangkan inovasi produk, desain, branding, serta pemasaran digital, UKM dapat meningkatkan daya saing dan memastikan keberlanjutan usaha di tengah persaingan global. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kerja sama antara pelaku UKM, pemerintah, akademisi, dan lembaga keuangan untuk mendukung optimalisasi potensi ekonomi kreatif demi kemajuan ekonomi lokal yang berkelanjutan.

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Pendapatan UKM

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of the creative economy in increasing the revenue of tempeh chip SMEs in the Sanan Industrial Center, Malang City. The research background highlights the importance of creativity and innovation in product transformation, packaging design, branding, digital marketing, and production technology as factors supporting the sustainability and competitiveness of SMEs. This study employed a descriptive qualitative research method, collecting data through interviews, observation, and documentation, describing the actual conditions of business actors in the tempeh chip center.

The results indicate that the implementation of the creative economy, which includes product innovation with a variety of flavors and shapes, attractive packaging design that maintains local wisdom, consistent branding strategies, and the use of digital marketing and efficient production technology, contributes significantly to increasing SME revenue. This approach opens access to broader markets, both local and international, and adds new revenue sources through the utilization of production waste. Support from the government, academics, and banks has proven to be instrumental in providing training, technological facilitation, and financing for business actors.

The conclusion of this study states that the creative economy is a key factor in the development and increase in the revenue of tempeh chip SMEs in Sanan. By continuously developing product innovation, design, branding, and digital marketing, SMEs can increase their competitiveness and ensure business sustainability amidst global competition. This study recommends strengthening collaboration between SMEs, the government, academics, and financial institutions to support the optimization of the creative economy's potential for sustainable local economic progress.

Keywords: Creative Economy, SME Income