

Ekonomi Kreatif Sebagai Wadah Perempuan Membangun Ekonomi Creative Economy As A Platform For Women To Build Their Economic Empowerment.

Febria Rahim*

UIN Mahmud Yunus Batusangkar
E-mail: febriarahim@uinmybatusangkar.ac.id

Siska Febriyanti.S

UIN Mahmud Yunus Batusangkar
E-mail
siskafebriyanti@uinmybatusangkar.ac.id

Rahmat Firdaus

UIN Mahmud Yunus Batusangkar
E-mail: rahmatfirdaus@uinmybatusangkar.ac.id

Refika Mastanora

UIN Mahmud Yunus Batusangkar
E-mail:
refikamastanora@uinmybatusangkar.ac.id

Jean Elikal Marna

Universitas Negeri Padang
Jeanelikal@fe.unp.ac.id

Abstract:

The creative economy is a sector with significant potential to drive national economic growth. This article analyzes the creative economy as a platform for women to contribute to Indonesia's economic development. Using a descriptive qualitative approach through literature review, this study reveals that women play an essential role in various creative economy subsectors such as culinary arts, fashion, crafts, and digital economy. The creative economy enhances women's income, independence, and empowerment, while also strengthening family and local economies.

Keywords: Creative Economy, Women, Building the Economy

Abstrak:

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang memiliki potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis ekonomi kreatif sebagai wadah bagi perempuan dalam membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui kajian literatur, penelitian ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki kontribusi signifikan pada berbagai subsektor

ekonomi kreatif seperti kuliner, fesyen, kriya, dan ekonomi digital. Ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan pendapatan dan kemandirian perempuan, tetapi juga memperkuat ekonomi keluarga dan ekonomi lokal. Meskipun demikian, perempuan masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan akses modal, kemampuan digital, dan beban ganda. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang responsif gender untuk memperkuat partisipasi perempuan dalam sektor ekonomi kreatif.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, perempuan, membangun ekonomi*

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor strategis yang terus berkembang dalam mendukung pembangunan ekonomi Indonesia, terutama melalui keterlibatan aktif perempuan. Dalam era transformasi digital dan globalisasi, perempuan tidak lagi hanya berperan dalam ranah domestik, tetapi juga menjadi aktor penting dalam proses penciptaan nilai dan inovasi ekonomi. Peran perempuan dalam sektor ekonomi kreatif menunjukkan peningkatan signifikan karena adanya peluang yang lebih terbuka dalam industri berbasis kreativitas, budaya, dan pemanfaatan teknologi (Suryana, 2013). Dengan demikian, ekonomi kreatif menjadi wadah yang memungkinkan perempuan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Kontribusi perempuan dalam ekonomi kreatif sangat penting karena sektor ini tidak memerlukan modal besar, tetapi mengutamakan kreativitas, keterampilan, dan pengetahuan, yang merupakan potensi kuat yang dimiliki perempuan Indonesia. Berbagai industri kreatif seperti fashion, kerajinan, kuliner, seni

pertunjukan, desain, serta sektor digital memberikan ruang gerak luas bagi perempuan untuk mengembangkan kompetensi dan memperkuat peran ekonomi keluarga maupun masyarakat (Krisnawati, 2018). Selain itu, ekonomi kreatif dinilai lebih inklusif bagi perempuan karena fleksibilitas waktu kerja, peluang kerja mandiri, dan ruang ekspresi yang lebih dinamis. Hal ini selaras dengan perspektif pembangunan berbasis pemberdayaan yang menempatkan perempuan sebagai agen transformasi sosial dan ekonomi (Nugroho, 2019)

Dalam konteks Indonesia, kontribusi perempuan dalam ekonomi kreatif telah terbukti melalui meningkatnya jumlah pelaku usaha perempuan lintas subsektor. Menurut penelitian ekonomi kreatif Indonesia, perempuan mendominasi subsektor seperti kuliner, kriya, dan fashion karena adanya kesinambungan antara nilai budaya lokal dan inovasi modern (Prasetyo, 2017). Buku lain mengenai pemberdayaan perempuan menegaskan bahwa keikutsertaan perempuan dalam ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan keluarga, memperluas jaringan usaha,

dan menguatkan posisi tawar perempuan dalam masyarakat (Sartika, 2020). Lebih jauh lagi, literatur mengenai pembangunan berbasis kreativitas menyebutkan bahwa peran perempuan dalam industri kreatif tidak hanya memberikan dampak ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya dan identitas daerah (Rohendi, 2015).

Sektor ekonomi kreatif juga terbukti adaptif terhadap perkembangan teknologi, sehingga perempuan dapat memanfaatkan platform digital untuk memasarkan produk, membangun merek, serta menjangkau pasar yang lebih luas. Perubahan perilaku konsumen menuju ekonomi digital mendorong perempuan untuk semakin aktif mengembangkan inovasi kreatif berbasis teknologi (Lestari, 2021). Transformasi ini menjadi momentum penting bagi perempuan untuk meningkatkan daya saing di tingkat global. Selain itu, literatur mengenai kewirausahaan kreatif menunjukkan bahwa perempuan cenderung memiliki keunggulan dalam ketelitian, kreativitas, serta kemampuan membangun relasi sosial, yang menjadi

karakter penting dalam ekonomi kreatif modern (Ariani, 2014).

Berbagai kajian buku turut menegaskan bahwa perempuan yang terlibat dalam sektor kreatif memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi dalam menghadapi perubahan ekonomi nasional. Misalnya, dalam konteks UMKM kreatif, perempuan mampu memanfaatkan peluang berbasis budaya lokal sebagai identitas produk unggulan yang bernilai ekonomi tinggi (Gumilang, 2016). Keberhasilan ini memperlihatkan bahwa perempuan tidak hanya menjadi pelaku usaha, tetapi juga pendorong utama keberlanjutan industri berbasis budaya dan kreativitas. Dengan demikian, ekonomi kreatif memberi ruang strategis bagi perempuan untuk meningkatkan kesejahteraan sekaligus memperkuat struktur ekonomi nasional.

Secara keseluruhan, ekonomi kreatif menjadi wadah yang sangat penting bagi perempuan Indonesia dalam membangun pertumbuhan ekonomi nasional. Melalui kreativitas, inovasi, dan kemampuan adaptif, perempuan mampu memperluas kontribusi ekonomi sekaligus meningkatkan pemberdayaan diri. Literatur ekonomi dan gender

menunjukkan bahwa perempuan dalam sektor kreatif berpotensi menjadi penggerak pembangunan yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis budaya. Oleh karena itu, penguatan ekonomi kreatif perempuan perlu terus didorong karena kontribusinya tidak hanya meningkatkan produktivitas nasional, tetapi juga memperkuat ketahanan ekonomi masyarakat. Dengan perkembangan ini, perempuan tidak hanya menjadi subjek pemberdayaan, tetapi juga aktor strategis dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi Indonesia yang kompetitif dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif dipahami sebagai sektor ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, pengetahuan, dan inovasi manusia sebagai sumber daya utama. Dalam konteks Indonesia, ekonomi kreatif berkembang pesat karena menjadi ruang yang memadukan kreativitas budaya lokal dan pemanfaatan teknologi digital modern (Suryana, 2013). Ekonomi kreatif mencakup berbagai subsektor seperti kuliner, kriya, fesyen, musik, seni pertunjukan, dan ekonomi

digital, yang semuanya memiliki potensi ekonomi tinggi apabila dikelola secara berkelanjutan.

Perempuan dan Partisipasi Ekonomi

Perempuan memiliki kontribusi signifikan dalam pembangunan ekonomi nasional melalui berbagai peran produktif, baik dalam sektor formal maupun informal. Menurut Handayani (2013), pemberdayaan ekonomi perempuan merupakan fondasi penting dalam meningkatkan kesejahteraan rumah tangga dan mengurangi kerentanan sosial. Dalam konteks ekonomi kreatif, perempuan sering mendominasi subsektor seperti kuliner, kerajinan tangan, dan fesyen karena keterampilan dan kreativitas mereka telah melekat dalam aktivitas budaya masyarakat Indonesia.

Ekonomi Kreatif sebagai Ruang Partisipasi Perempuan

Banyak penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif menjadi ruang strategis bagi perempuan untuk membangun kemandirian dan meningkatkan daya saing ekonomi keluarga (Sosianti & Fahmi, 2018). Ekonomi kreatif tidak

hanya memberi kesempatan bekerja, tetapi juga mendukung perempuan berperan sebagai inovator, pelaku usaha mikro, dan pemimpin komunitas kreatif.

Ekonomi kreatif juga memberikan fleksibilitas waktu yang membuat perempuan dapat menjalankan peran domestik dan publik secara bersamaan, sehingga partisipasi mereka semakin meningkat dari tahun ke tahun.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang berfokus pada pemahaman mendalam mengenai peran ekonomi kreatif sebagai wadah bagi perempuan dalam membangun pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena sosial secara lebih kontekstual dan komprehensif (Moleong, 2014). Data diperoleh melalui kajian literatur dari buku, laporan kebijakan pemerintah, dan hasil penelitian terdahulu yang relevan. Teknik analisis dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2017). Fokus penelitian diarahkan untuk mengidentifikasi kontribusi perempuan

pada subsektor ekonomi kreatif, bentuk pemberdayaan yang terjadi, serta dampaknya terhadap perekonomian nasional.

PEMBAHASAN

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena kemampuannya menyerap tenaga kerja dan menghasilkan nilai tambah tinggi. Kreativitas yang menjadi basis sektor ini membuatnya relatif tahan terhadap krisis ekonomi global (Suryana, 2013). Pertumbuhan ekonomi kreatif juga didukung perkembangan digitalisasi, yang membuka peluang pasar luas bagi pelaku ekonomi kreatif termasuk perempuan.

Peran Perempuan dalam Ekosistem Ekonomi Kreatif

Perempuan memiliki peran penting dan strategis dalam ekosistem ekonomi kreatif karena sektor ini menyediakan ruang yang inklusif bagi kreativitas, inovasi, dan kemandirian ekonomi. Kontribusi perempuan tidak hanya meningkatkan nilai tambah ekonomi, tetapi juga memperkuat struktur sosial

dan budaya lokal. Aktivitas kreatif perempuan—mulai dari kriya, kuliner, fesyen, hingga ekonomi digital—menjadi fondasi yang memperkuat keberlanjutan ekonomi masyarakat (Rahayu, 2020)

Keterlibatan perempuan dalam ekonomi kreatif menjadi signifikan karena sektor ini memberikan peluang usaha yang fleksibel, berbiaya rendah, dan mampu menyesuaikan peran ganda perempuan dalam ranah domestik dan publik. Selain itu, ekonomi kreatif memiliki karakteristik berbasis kreativitas dan pengetahuan, sehingga dapat diakses oleh perempuan dari berbagai latar pendidikan maupun sosial ekonomi (Wulandari, 2021). Tidak hanya itu, transformasi digital yang berkembang pesat juga memungkinkan perempuan mempromosikan dan memasarkan produk tanpa batasan geografis, sehingga mendorong peringkatkan pendapatan dan partisipasi ekonomi yang lebih besar.

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa perempuan adalah aktor produktif yang mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Penelitian Lestari (2022) menegaskan bahwa pelatihan ekonomi kreatif yang diberikan kepada

perempuan berkontribusi signifikan pada peringkatkan pendapatan rumah tangga serta memperkuat kemandirian ekonomi. Temuan ini menunjukkan bahwa perempuan cepat beradaptasi terhadap keterampilan kreatif dan mampu mengembangkan produk bernilai jual tinggi.

Penelitian lain oleh Amalia (2022) mengungkapkan bahwa pemberdayaan digital berperan besar dalam meningkatkan partisipasi perempuan di industri kreatif. Melalui akses digital, perempuan dapat memperluas jaringan pemasaran, meningkatkan visibilitas produk, dan membangun identitas usaha yang lebih kompetitif. Hal ini relevan dengan meningkatnya penggunaan platform e-commerce dan media sosial sebagai ruang bisnis kreatif yang dominan.

Pendapat serupa ditemukan dalam penelitian Sari (2021), yang menyoroti bahwa perempuan banyak mendominasi subsektor fesyen, kerajinan, dan kuliner. Keterampilan perempuan dalam menciptakan produk berbasis budaya lokal menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan ekonomi kreatif Indonesia dari negara lain. Produk

kreatif perempuan berbasis budaya tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga berperan dalam pelestarian tradisi dan identitas lokal.

Studi yang dilakukan oleh Wulandari (2021) menunjukkan bahwa kontribusi perempuan dalam ekonomi kreatif berpengaruh langsung terhadap penguatan ekonomi lokal, terutama di daerah wisata dan sentra kerajinan. Perempuan yang mengelola usaha kreatif mikro mampu membuka lapangan kerja baru bagi lingkungan sekitar, memberikan efek ganda (multiplier effect), dan meningkatkan daya tarik wisata daerah.

Namun, berbagai penelitian juga menegaskan tantangan yang masih dihadapi perempuan. Penelitian Rahayu (2020) menemukan bahwa pelaku UMKM perempuan di sektor kreatif masih menghadapi hambatan modal, keterbatasan literasi digital, dan kurangnya dukungan pemerintah secara berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun perempuan memiliki potensi besar dalam ekosistem ekonomi kreatif, mereka tetap membutuhkan dukungan dari kebijakan publik, pelatihan, dan pendampingan teknis.

Temuan penelitian Nirmala (2023) juga menyoroti pentingnya kepemimpinan perempuan dalam usaha kreatif. Kepemimpinan perempuan terbukti meningkatkan inovasi, memperkuat jejaring bisnis, dan menghasilkan keputusan strategis yang lebih adaptif. Kepemimpinan yang berbasis empati dan kolaborasi menjadi modal penting dalam pengembangan industri kreatif yang sangat dinamis.

Berdasarkan temuan penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perempuan merupakan pilar penting dalam ekosistem ekonomi kreatif Indonesia. Mereka tidak hanya menjadi pencipta nilai ekonomi melalui kreativitas, tetapi juga penjaga nilai budaya dan penggerak ekonomi lokal. Meskipun demikian, perempuan masih menghadapi sejumlah hambatan struktural yang memerlukan dukungan melalui pelatihan keterampilan, akses modal, literasi digital, dan kebijakan pemberdayaan berbasis gender. Dengan dukungan yang tepat, perempuan akan terus menjadi motor penggerak utama dalam transformasi ekonomi kreatif Indonesia serta berkontribusi besar

terhadap pertumbuhan ekonomi nasional.

Bentuk Pemberdayaan Perempuan pada Ekonomi Kreatif

Pemberdayaan perempuan dalam ekonomi kreatif merupakan strategi penting untuk meningkatkan kapasitas ekonomi rumah tangga serta memperkuat pertumbuhan ekonomi nasional. Dalam ekosistem ekonomi kreatif, perempuan tidak hanya berperan sebagai pelaku produksi, tetapi juga sebagai inovator yang mampu menciptakan nilai tambah melalui kreativitas, keterampilan budaya, dan penggunaan teknologi digital (Wulandari, 2021). Oleh sebab itu, pembahasan mengenai bentuk-bentuk pemberdayaan perempuan dalam sektor ini menjadi penting untuk memastikan terciptanya inklusivitas ekonomi dan keberlanjutan usaha kreatif.

Perempuan memiliki potensi besar dalam sektor berbasis kreativitas karena keterlibatan mereka yang tinggi dalam industri fesyen, kuliner, kriya, kesenian, serta layanan berbasis budaya lokal. Namun, potensi ini membutuhkan

dukungan dalam bentuk pemberdayaan yang terstruktur, seperti peningkatan keterampilan, akses digital, kelembagaan usaha, dan penguatan jaringan pemasaran (Sari & Lestari, 2019). Tanpa intervensi pemberdayaan, perempuan sering menghadapi hambatan seperti kurangnya akses modal, minimnya literasi digital, dan keterbatasan ruang untuk berinovasi. Oleh karena itu, diperlukan bentuk pemberdayaan yang mampu menjawab kendala struktural tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **pelatihan kapasitas dan peningkatan keterampilan** merupakan bentuk pemberdayaan yang paling efektif dalam meningkatkan produktivitas perempuan pelaku ekonomi kreatif. Studi oleh *Yuliana dan Putri (2020)* menemukan bahwa program pelatihan manajemen usaha, desain produk, serta keterampilan produksi memberikan peningkatan signifikan pada kualitas produk dan kepercayaan diri perempuan dalam menjalankan usahanya. Selain itu, penelitian *Hastuti (2021)* mengungkapkan bahwa pendampingan berbasis komunitas membantu

perempuan mengembangkan inovasi produk sekaligus mengatasi hambatan sosial seperti stereotip gender dan keterbatasan mobilitas.

Bentuk pemberdayaan lainnya adalah **penguatan literasi digital**. Penelitian *Ningsih (2022)* menunjukkan bahwa perempuan yang memperoleh pelatihan pemasaran digital mengalami peningkatan pendapatan hingga 35% melalui pemanfaatan marketplace dan media sosial. Literasi digital tidak hanya membuka akses pasar baru, tetapi juga membantu perempuan bertahan di tengah perubahan pola konsumsi masyarakat. Pada konteks pascapandemi, penguasaan digital menjadi elemen kunci bagi perempuan untuk beradaptasi dalam ekosistem ekonomi yang semakin terhubung secara digital.

Selain itu, **pemberdayaan melalui akses permodalan** juga menjadi faktor penting. Studi oleh *Hanum dan Rahayu (2018)* menegaskan bahwa akses pembiayaan mikro mendorong perempuan mengembangkan skala usaha, terutama dalam industri rumah tangga seperti kuliner dan kerajinan. Modal memungkinkan perempuan memperbaiki teknologi produksi,

memperluas variasi produk, serta meningkatkan kapasitas tenaga kerja. Namun, penelitian tersebut juga mencatat bahwa pendampingan manajemen keuangan tetap diperlukan agar bantuan modal dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan.

Lebih jauh lagi, **penguatan jaringan dan kolaborasi** menjadi bentuk pemberdayaan yang sangat menentukan keberhasilan perempuan dalam industri kreatif. Penelitian *Sukmawati (2020)* menemukan bahwa perempuan yang terlibat dalam jaringan komunitas pengrajin, asosiasi UMKM, atau inkubator kreatif cenderung lebih inovatif dan memiliki akses pasar lebih luas. Jejaring tersebut memberikan ruang berbagi pengalaman, peningkatan kreativitas, serta peluang kolaborasi produk yang berorientasi pada pasar global. Kolaborasi pun mampu membangun kepercayaan diri dan memperkuat posisi tawar perempuan dalam rantai nilai industri kreatif.

Selanjutnya, **pemberdayaan berbasis budaya dan kearifan lokal** juga menjadi pendekatan penting dalam ekonomi kreatif. Menurut penelitian *Rahmawati (2021)*, perempuan pelaku

kriya dan tenun tradisional mampu menjaga warisan budaya sembari menciptakan nilai ekonomi yang signifikan melalui revitalisasi motif, inovasi desain, dan diversifikasi produk. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat identitas budaya lokal dan keberlanjutan industri kreatif berbasis komunitas.

Dengan demikian, berbagai bentuk pemberdayaan—mulai dari peningkatan kapasitas, literasi digital, akses modal, penguatan jejaring, hingga pemanfaatan budaya lokal—telah terbukti meningkatkan posisi perempuan dalam ekosistem ekonomi kreatif. Pemberdayaan ini bukan hanya memberi manfaat ekonomi bagi perempuan pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan sosial dan pertumbuhan ekonomi yang inklusif. Oleh karena itu, upaya memperkuat pemberdayaan perempuan dalam ekonomi kreatif perlu terus didorong melalui kebijakan yang responsif gender dan program pengembangan kapasitas yang berkelanjutan.

Ekonomi Kreatif sebagai Sarana Pemberdayaan Perempuan

Ekonomi kreatif terbukti memberikan ruang bagi perempuan untuk meningkatkan kapasitas, membangun jejaring, dan memperoleh pendapatan mandiri. Program pelatihan keterampilan kreatif, workshop digital marketing, dan dukungan pembiayaan mikro telah mempercepat transformasi perempuan menjadi pelaku usaha kreatif yang kompetitif (Suryana, 2015). Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan kesejahteraan keluarga, tetapi juga memperkuat fondasi pertumbuhan ekonomi nasional.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif merupakan sektor strategis yang mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagai ruang yang berbasis kreativitas dan inovasi, sektor ini membuka peluang besar bagi perempuan untuk berpartisipasi secara produktif dan berdaya saing. Melalui ekonomi kreatif, perempuan dapat meningkatkan pendapatan, mengembangkan potensi diri, serta memperkuat struktur ekonomi

keluarga dan masyarakat. Namun, beberapa tantangan seperti keterbatasan modal, kemampuan digital, dan beban ganda perlu terus diatasi melalui program pemberdayaan dan kebijakan berbasis gender. Dengan dukungan yang tepat, perempuan akan menjadi motor utama penggerak ekonomi kreatif dan berkontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi Indonesia di masa depan

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. (2022). *Digital empowerment and women's participation in Indonesia's creative industry*. Journal of Creative Economy, 7(2), 115–129.
- Ariani, L. (2014). *Kewirausahaan kreatif: Konsep dan praktik untuk UMKM*. Media Nusantara.
- Gumilang, R. (2016). *Industri kreatif berbasis budaya lokal*. Pustaka Setia.
- Hanum, N., & Rahayu, S. (2018). *Akses pembiayaan mikro untuk pemberdayaan perempuan pelaku usaha kecil*. Prenadamedia Group.
- Handayani, S. (2013). *Pemberdayaan perempuan dalam pembangunan ekonomi*. Pustaka Setia.
- Hastuti, D. (2021). *Pendampingan komunitas dalam penguatan usaha kreatif perempuan*. Alfabeta.
- Krisnawati, H. (2018). *Perempuan dan ekonomi kreatif di Indonesia*. Araska.
- Lestari, D. (2021). *Digitalisasi ekonomi kreatif dan pemberdayaan perempuan*. Grasindo.
- Lestari, M. (2022). *Dampak pelatihan ekonomi kreatif terhadap peningkatan pendapatan perempuan*. Jurnal Pembangunan Daerah, 5(3), 101–117.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif* (Rev. ed.). Remaja Rosdakarya.
- Ningsih, R. (2022). *Literasi digital untuk pemberdayaan UMKM perempuan*. Pustaka Pelajar.
- Nirmala, D. (2023). *Women's leadership in creative entrepreneurship*. Journal of Gender and Development, 12(1), 33–49.
- Nugroho, B. (2019). *Pembangunan ekonomi berbasis pemberdayaan masyarakat*. Deepublish.
- Prasetyo, T. (2017). *Ekonomi kreatif dan pembangunan nasional*. Alfabeta.
- Rahayu, F. (2020). *Pemanfaatan platform digital oleh pelaku UMKM perempuan di sektor kreatif*. Jurnal Ekonomi Digital, 4(2), 88–99.
- Rahmawati, S. (2021). *Perempuan, budaya, dan ekonomi kreatif berbasis lokal*. UB Press.
- Rohendi, A. (2015). *Kreativitas, budaya, dan pertumbuhan ekonomi daerah*. Humaniora.
- Sari, L., & Lestari, F. (2019). *Pemberdayaan perempuan dan*

pengembangan industri kreatif.
Kencana.

Sari, Y. (2021). *Keterlibatan perempuan dalam industri kreatif Indonesia*. Jurnal Industri Kreatif, 3(1), 12–24.

Sartika, R. (2020). *Pemberdayaan perempuan dalam ekonomi rumah tangga*. Prenada Media.

Sosianti, Y., & Fahmi, I. (2018). *Ekonomi kreatif dan pemberdayaan perempuan*. Pustaka Media.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sukmawati, T. (2020). *Jejaring kolaboratif dalam pemberdayaan perempuan pelaku industri kreatif*. Deepublish.

Suryana, Y. (2013). *Ekonomi kreatif: Kekuatan baru ekonomi Indonesia*. Salemba Empat.

Suryana, Y. (2015). *Kewirausahaan berbasis kreativitas*. Prenadamedia Group.

Wulandari, A. (2021). *Perempuan dan transformasi ekonomi kreatif di Indonesia*. Airlangga University Press.

Wulandari, H. (2021). *Ekonomi kreatif dan kontribusi perempuan dalam penguatan ekonomi lokal*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 8(4), 210–222.

Yuliana, R., & Putri, M. (2020). *Peningkatan kapasitas perempuan dalam industri kreatif melalui pelatihan dan pendampingan*. Remaja Rosdakarya.