

Strategi Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Perekonomian Daerah Kota Langsa

Creative Industry Development Strategy in Supporting the Regional Economy of Langsa City

Mutiara*, Nurjannah Nurjannah, Puti Andiny

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Samudra, Langsa, Indonesia

* tiara072003@gmail.com (Primary Contact)

ABSTRACT

This study aims to examine the role of the creative industry in supporting the regional economy of Langsa City and to formulate appropriate development strategies using SWOT analysis. A qualitative approach was employed, supported by SWOT analysis and purposive sampling. The study involved 100 respondents selected from 123 creative industry businesses operating in Langsa City. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and documentation. The findings indicate that the creative industry contributes significantly to regional economic development by creating employment opportunities, increasing community income, strengthening micro and small enterprises, and improving the competitiveness of local products. SWOT analysis reveals that weaknesses and threats are more dominant than strengths and opportunities, indicating that the most appropriate strategic orientation is the Weakness–Threat (WT) strategy. The highest-priority strategy is to provide digital marketing training and continuous business mentoring for creative industry actors. Additional strategic priorities include promoting the use of local products, strengthening business assistance programs, improving product distribution and marketing systems, and providing adequate production facilities to support the sustainable development of the creative industry in Langsa City.

Keywords

creative industry;
regional economy;
development strategy;
SWOT analysis;
Langsa City

Article History

Received: 2026-08-08
Accepted: 2026-09-14

Copyright © 2026, Mutiara et al.
Published by MAN 4 Kota Pekanbaru
DOI: [10.56113/takuana.v5i2.706](https://doi.org/10.56113/takuana.v5i2.706)

1. PENDAHULUAN

Industri kreatif merupakan sektor ekonomi yang menjadikan kreativitas, inovasi, pengetahuan, dan keterampilan manusia sebagai sumber utama dalam menghasilkan barang maupun jasa yang memiliki nilai tambah ekonomi. Berbeda dengan sektor industri konvensional yang bertumpu pada pemanfaatan sumber daya alam, industri kreatif menitikberatkan pada pemanfaatan ide, kemampuan intelektual, serta inovasi untuk menciptakan produk yang kompetitif dan bernilai budaya (Paramita et al., 2021). Perkembangan industri kreatif dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan peran yang

semakin strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat identitas ekonomi lokal melalui pemanfaatan potensi daerah (Firdausy, 2017; Noni et al., 2023).

Peran industri kreatif tidak hanya terlihat pada skala nasional, tetapi juga semakin penting dalam pembangunan ekonomi daerah. Pengembangan industri kreatif mampu menciptakan nilai tambah terhadap produk lokal, memperluas kesempatan usaha, meningkatkan daya saing daerah, serta memperkuat keterkaitan antar sektor ekonomi. Oleh karena itu, banyak pemerintah daerah mulai menjadikan ekonomi kreatif sebagai salah satu instrumen pembangunan yang berorientasi pada pemanfaatan sumber daya lokal, inovasi, dan teknologi digital untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Utami, 2025; Syafitri, & Nisa, 2024). Transformasi digital juga membuka peluang yang lebih luas bagi pelaku industri kreatif untuk memasarkan produk, memperluas jaringan usaha, dan meningkatkan daya saing melalui pemanfaatan platform digital (Pratono et al., 2023).

Kota Langsa merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi cukup besar dalam pengembangan industri kreatif. Potensi tersebut didukung oleh kekayaan budaya lokal, kerajinan tangan, kuliner khas, serta kreativitas masyarakat yang berkembang dalam berbagai subsektor, seperti kriya, fashion, dan usaha berbasis kreativitas. Berdasarkan data Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan Usaha Kecil Menengah Kota Langsa tahun 2025, terdapat 123 unit usaha industri kreatif, yang didominasi oleh subsektor kerajinan tangan sebanyak 84 unit usaha dan subsektor usaha kreatif sebanyak 39 unit usaha. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa industri kreatif memiliki peluang besar untuk menjadi salah satu penggerak utama perekonomian daerah apabila didukung oleh strategi pengembangan yang tepat. Meskipun demikian, pengembangan industri kreatif di Kota Langsa masih menghadapi berbagai kendala. Sebagian besar pelaku usaha masih mengalami keterbatasan dalam aspek pemasaran, akses permodalan, penguasaan teknologi digital, inovasi produk, hingga jaringan distribusi yang belum optimal. Selain itu, kegiatan produksi masih banyak dilakukan secara tradisional sehingga daya saing produk lokal belum mampu bersaing secara maksimal di pasar regional maupun nasional. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa besarnya potensi industri kreatif belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan peluang pasar yang tersedia.

Strategi pengembangan yang tepat menjadi faktor penting untuk mengatasi berbagai hambatan tersebut. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan dalam penyusunan strategi pengembangan usaha adalah analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT). Analisis SWOT memungkinkan identifikasi kondisi internal maupun eksternal organisasi sehingga strategi yang dihasilkan dapat disesuaikan dengan karakteristik dan potensi daerah. Pendekatan ini juga mampu membantu pemerintah daerah maupun pelaku usaha dalam menentukan prioritas kebijakan dan strategi pengembangan yang lebih efektif (Prastika & Sadjiarto, 2018; Sumarsid, Asti, Pangestuti, & Tartiani, 2023).

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi pengembangan industri kreatif menggunakan pendekatan SWOT. Habrila dan Mukhtar (2025) menemukan bahwa pengembangan industri perikanan melalui pendekatan SWOT dapat dilakukan melalui penguatan kemitraan, peningkatan fasilitas produksi, dan pembinaan pelaku usaha sehingga mampu meningkatkan daya saing industri. Wahyudi et al. (2024) menunjukkan bahwa strategi pengembangan industri kreatif di Indonesia perlu diarahkan pada identifikasi subsektor unggulan, peningkatan inovasi, penguatan daya saing, serta

dukungan kebijakan pemerintah untuk mengatasi keterbatasan infrastruktur dan akses permodalan. Penelitian Rizky et al. (2024) mengenai pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Serang menunjukkan bahwa strategi *Strength-Opportunity* (SO) menjadi alternatif terbaik melalui pemanfaatan kekuatan internal untuk meningkatkan kualitas produk, memperluas pemasaran, dan memperkuat kerja sama antar pelaku usaha. Sementara itu, Yosefina et al. (2024) menyimpulkan bahwa strategi SO juga menjadi strategi utama dalam pengembangan wisata berbasis industri kreatif di Puro Mangkunegaran melalui digitalisasi layanan wisata, pengembangan produk kreatif, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Berbeda dengan penelitian tersebut, Sayyidina et al. (2024) menekankan pentingnya optimalisasi industri kreatif dalam mendukung pengembangan pariwisata halal melalui peningkatan sertifikasi halal, penyusunan paket wisata, serta keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata.

Berdasarkan berbagai penelitian terdahulu tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis SWOT merupakan pendekatan yang efektif dalam merumuskan strategi pengembangan berbagai sektor ekonomi kreatif. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada sektor pariwisata, perikanan, maupun UMKM di daerah lain. Kajian yang secara khusus menganalisis strategi pengembangan industri kreatif di Kota Langsa sebagai upaya mendukung perekonomian daerah masih relatif terbatas. Selain itu, karakteristik Kota Langsa yang memiliki potensi budaya lokal, kerajinan, dan posisi strategis sebagai daerah perdagangan memberikan konteks yang berbeda dibandingkan wilayah penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis peran industri kreatif dalam mendukung perekonomian daerah Kota Langsa serta merumuskan strategi pengembangan industri kreatif menggunakan analisis SWOT. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar penyusunan strategi yang mampu meningkatkan daya saing industri kreatif, memperkuat ekonomi lokal, serta menjadi masukan bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan menganalisis strategi pengembangan industri kreatif dalam mendukung perekonomian daerah di Kota Langsa. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman secara mendalam mengenai kondisi aktual industri kreatif, termasuk potensi, kendala, serta faktor-faktor yang memengaruhi pengembangannya. Penelitian dilaksanakan di Kota Langsa pada periode September 2025 hingga Februari 2026. Alur penelitian diawali dengan mengidentifikasi kondisi industri kreatif Kota Langsa melalui analisis faktor internal yang meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*), serta faktor eksternal yang meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Selanjutnya, seluruh faktor tersebut dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menghasilkan alternatif strategi pengembangan industri kreatif yang mendukung peningkatan perekonomian daerah. Kerangka penelitian ini menempatkan analisis SWOT sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan karakteristik industri kreatif Kota Langsa.

Sumber data penelitian terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui observasi lapangan, wawancara terstruktur, serta penyebaran kuesioner kepada informan yang terlibat langsung dalam pengembangan industri kreatif, meliputi

pelaku usaha, instansi pemerintah terkait, komunitas kreatif, akademisi, dan masyarakat sebagai konsumen produk industri kreatif. Data sekunder diperoleh dari laporan pemerintah daerah, publikasi Badan Pusat Statistik, dokumen instansi terkait, hasil penelitian terdahulu, serta berbagai literatur yang relevan dengan pengembangan industri kreatif. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan responden berdasarkan pertimbangan bahwa mereka memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan fokus penelitian. Populasi penelitian berjumlah 123 pelaku industri kreatif. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin pada tingkat kesalahan 5%, diperoleh kebutuhan sampel sebanyak 94 responden, kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk meningkatkan kredibilitas data. Informan terdiri atas unsur pemerintah daerah, pelaku usaha industri kreatif, komunitas kreatif, akademisi, serta masyarakat pengguna produk industri kreatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui empat tahapan, yaitu observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Observasi digunakan untuk mengidentifikasi kondisi riil industri kreatif di lapangan. Wawancara dilakukan secara terstruktur berdasarkan pedoman pertanyaan yang telah disusun sesuai tujuan penelitian. Kuesioner digunakan untuk memperoleh persepsi responden mengenai faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan industri kreatif, sedangkan dokumentasi digunakan untuk melengkapi data melalui arsip, laporan, foto kegiatan, dan dokumen pendukung lainnya. Analisis data dilakukan secara kualitatif menggunakan analisis SWOT. Tahap analisis diawali dengan identifikasi faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (peluang dan ancaman), kemudian disusun ke dalam matriks SWOT untuk menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu *Strength-Opportunity (SO)*, *Weakness-Opportunity (WO)*, *Strength-Threat (ST)*, dan *Weakness-Threat (WT)*. Strategi SO dirumuskan dengan memanfaatkan kekuatan untuk merebut peluang, strategi WO bertujuan meminimalkan kelemahan melalui pemanfaatan peluang, strategi ST memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman, sedangkan strategi WT disusun untuk meminimalkan kelemahan sekaligus menghindari ancaman. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi pengembangan industri kreatif di Kota Langsa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Potensi Industri Kreatif sebagai Penggerak Perekonomian Daerah Kota Langsa

Kota Langsa memiliki posisi strategis sebagai pusat perdagangan dan jasa di wilayah timur Provinsi Aceh. Kondisi tersebut didukung oleh letak geografis yang menghubungkan Provinsi Aceh dengan Sumatera Utara, sehingga memberikan peluang bagi berkembangnya berbagai aktivitas ekonomi, termasuk sektor industri kreatif. Selain itu, ketersediaan infrastruktur transportasi dan akses internet yang relatif memadai menjadi faktor pendukung bagi pemasaran produk kreatif, baik secara konvensional maupun melalui platform digital.

Hasil observasi menunjukkan bahwa industri kreatif di Kota Langsa berkembang pada beberapa subsektor utama, yaitu kuliner, kerajinan tangan, dan industri kreatif berbasis digital. Ketiga subsektor tersebut memanfaatkan kreativitas masyarakat sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah ekonomi serta menjadi alternatif mata pencaharian yang terus berkembang. Keberadaan subsektor tersebut menunjukkan bahwa industri kreatif telah menjadi salah satu sektor yang berpotensi mendukung pertumbuhan ekonomi

daerah melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan daya saing produk lokal. Subsektor kuliner merupakan bidang yang paling berkembang di Kota Langsa. Berbagai usaha makanan dan minuman, mulai dari makanan khas Aceh, olahan hasil laut, hingga minuman kekinian, diproduksi oleh pelaku usaha skala mikro dan kecil. Produk-produk tersebut tidak hanya dipasarkan secara langsung, tetapi juga melalui media sosial dan layanan pemasaran daring sehingga jangkauan pasar menjadi lebih luas. Perkembangan subsektor kuliner menunjukkan bahwa pemanfaatan identitas lokal mampu meningkatkan nilai ekonomi sekaligus memperkuat daya tarik produk daerah.

Selain kuliner, kerajinan tangan juga memiliki potensi yang cukup besar. Produk yang dihasilkan meliputi suvenir, anyaman, kerajinan kayu, aksesoris, dan berbagai produk dekoratif yang memiliki nilai budaya lokal. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengembangan subsektor ini masih memerlukan peningkatan kualitas desain, inovasi produk, dan strategi pemasaran agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Dengan dukungan tersebut, kerajinan tangan berpotensi menjadi identitas ekonomi kreatif Kota Langsa sekaligus memberikan nilai tambah terhadap pendapatan masyarakat. Potensi lain yang mulai berkembang adalah industri kreatif berbasis digital. Generasi muda di Kota Langsa mulai memanfaatkan perkembangan teknologi untuk membuka usaha di bidang desain grafis, fotografi, videografi, penyuntingan video, serta pembuatan konten digital. Peningkatan kebutuhan promosi digital oleh pelaku UMKM turut membuka peluang berkembangnya subsektor ini sebagai bagian dari ekosistem ekonomi kreatif daerah. Dukungan jaringan internet yang cukup baik semakin memperkuat peluang pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan produksi maupun pemasaran.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa sebagian besar usaha kreatif masih dijalankan dalam skala rumah tangga. Kondisi ini mengakibatkan keterbatasan kapasitas produksi, promosi, dan akses pasar. Oleh karena itu, penyediaan pusat promosi, ruang pameran produk, serta penguatan jejaring pemasaran menjadi kebutuhan penting untuk mendukung pengembangan industri kreatif secara berkelanjutan di Kota Langsa. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kota Langsa memiliki modal yang cukup kuat untuk mengembangkan industri kreatif sebagai salah satu penggerak perekonomian daerah. Potensi sumber daya manusia, kekayaan produk lokal, perkembangan teknologi digital, dan dukungan infrastruktur menjadi fondasi penting bagi pengembangan sektor ini. Namun, optimalisasi potensi tersebut memerlukan strategi yang mampu mengintegrasikan inovasi produk, penguatan kapasitas pelaku usaha, dan perluasan akses pasar agar industri kreatif dapat memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pembangunan ekonomi daerah.

3.2. Analisis SWOT dalam Perumusan Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kota Langsa

Analisis SWOT digunakan dalam penelitian ini untuk mengidentifikasi kondisi internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan industri kreatif di Kota Langsa. Analisis ini dilakukan melalui penggabungan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner kepada informan penelitian, sehingga diperoleh faktor kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang menjadi dasar dalam penyusunan strategi pengembangan industri kreatif. Pendekatan SWOT dipilih karena mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai posisi industri kreatif sekaligus menghasilkan alternatif strategi yang sesuai dengan kondisi empiris di lapangan (Firdausy, 2017; Prastika & Sadjiarto, 2018).

Berdasarkan hasil identifikasi, penelitian menemukan bahwa pengembangan industri kreatif di Kota Langsa memiliki sejumlah kekuatan yang dapat menjadi modal utama dalam meningkatkan daya saing daerah. Kekuatan tersebut meliputi keberadaan produk kreatif yang memiliki ciri khas lokal dan nilai budaya yang tinggi, ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan pada berbagai subsektor industri kreatif, dukungan pemerintah daerah terhadap pengembangan UMKM, harga produk yang relatif kompetitif, kemudahan pemasaran melalui media sosial dan *e-commerce*, serta keberadaan komunitas kreatif yang aktif mempromosikan produk lokal. Sebaliknya, beberapa kelemahan masih menjadi kendala utama, antara lain keterbatasan modal usaha, fasilitas produksi yang belum memadai, rendahnya kemampuan pemasaran digital, kurangnya pelatihan inovasi produk, belum tersedianya pusat promosi secara berkelanjutan, serta lemahnya sistem distribusi produk.

Dari sisi eksternal, penelitian mengidentifikasi adanya peluang yang cukup besar bagi pengembangan industri kreatif di Kota Langsa. Dukungan pemerintah terhadap ekonomi kreatif, perkembangan teknologi digital, meningkatnya minat masyarakat terhadap produk lokal, peluang kerja sama dengan lembaga pendidikan, serta penyelenggaraan berbagai kegiatan promosi daerah menjadi faktor yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat posisi industri kreatif. Namun demikian, pelaku usaha juga menghadapi berbagai ancaman berupa meningkatnya persaingan dengan produk dari luar daerah, fluktuasi harga bahan baku, rendahnya kesadaran sebagian masyarakat dalam menggunakan produk lokal, perubahan tren pasar, menurunnya daya beli masyarakat, serta perkembangan teknologi yang menuntut kemampuan adaptasi secara berkelanjutan. Untuk memperjelas hasil identifikasi tersebut, faktor-faktor internal dan eksternal dapat diringkas sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1. Faktor Internal dan Eksternal Pengembangan Industri Kreatif Kota Langsa

Strengths (Kekuatan)	Weaknesses (Kelemahan)
Produk kreatif memiliki ciri khas lokal	Keterbatasan modal usaha
SDM memiliki keterampilan	Fasilitas produksi terbatas
Dukungan pemerintah daerah	Kemampuan pemasaran digital masih rendah
Harga produk kompetitif	Kurangnya pelatihan inovasi
Pemasaran melalui media sosial dan <i>e-commerce</i>	Belum tersedia pusat promosi berkelanjutan
Komunitas kreatif aktif	Distribusi dan logistik belum optimal
Opportunities (Peluang)	Threats (Ancaman)
Program pemerintah untuk ekonomi kreatif	Persaingan produk luar daerah
Perkembangan teknologi digital	Fluktuasi harga bahan baku
Potensi pasar lokal dan regional	Rendahnya kesadaran membeli produk lokal
Minat terhadap produk lokal	Perubahan tren pasar
Kerja sama dengan lembaga pendidikan	Penurunan daya beli masyarakat
Festival dan promosi daerah	Perubahan teknologi yang cepat

Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2026.

Hasil analisis menunjukkan bahwa faktor kelemahan masih sedikit lebih dominan dibandingkan faktor kekuatan, sedangkan pada faktor eksternal, ancaman juga memiliki nilai yang sedikit lebih tinggi dibandingkan peluang. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif di Kota Langsa masih menghadapi berbagai hambatan

internal maupun eksternal yang memerlukan perhatian serius, terutama terkait akses permodalan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan pemasaran digital, dan penyediaan infrastruktur pendukung usaha. Di sisi lain, potensi yang dimiliki daerah tetap memberikan ruang yang besar untuk dikembangkan apabila didukung oleh kebijakan yang tepat dan sinergi antar pemangku kepentingan.

Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pengembangan industri kreatif tidak hanya bergantung pada kreativitas pelaku usaha, tetapi juga memerlukan dukungan ekosistem yang kondusif. Firdausy (2017) menegaskan bahwa daya saing ekonomi kreatif sangat ditentukan oleh kemampuan mengintegrasikan kreativitas, inovasi, dukungan kebijakan, dan akses pasar. Demikian pula Prastika dan Sadjarto (2018) menjelaskan bahwa analisis SWOT merupakan instrumen yang efektif untuk merumuskan strategi pengembangan UMKM karena mampu menghubungkan kondisi internal dengan dinamika lingkungan eksternal secara sistematis. Oleh karena itu, hasil identifikasi SWOT dalam penelitian ini menjadi landasan penting untuk merumuskan strategi pengembangan industri kreatif yang lebih adaptif dan berkelanjutan, yang akan dibahas pada subbagian berikutnya.

3.3. Strategi Prioritas Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Perekonomian Daerah Kota Langsa

Berdasarkan hasil identifikasi faktor internal dan eksternal, strategi pengembangan industri kreatif di Kota Langsa dirumuskan melalui Matriks SWOT dengan mengombinasikan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Pendekatan ini menghasilkan empat alternatif strategi, yaitu strategi SO, WO, ST, dan WT, yang selanjutnya menjadi dasar dalam menentukan prioritas pengembangan industri kreatif di Kota Langsa. Hasil analisis menunjukkan bahwa posisi pengembangan industri kreatif Kota Langsa berada pada kuadran Weakness–Threat (WT). Posisi tersebut menunjukkan bahwa kelemahan internal masih lebih dominan dibandingkan kekuatan yang dimiliki, sementara ancaman eksternal juga relatif lebih besar dibandingkan peluang yang tersedia. Dengan demikian, strategi yang diprioritaskan bukanlah strategi ekspansi, melainkan strategi defensif yang berorientasi pada pengurangan kelemahan internal sekaligus meminimalkan dampak ancaman dari lingkungan eksternal.

Berdasarkan hasil pembobotan Matriks SWOT, strategi prioritas yang memperoleh nilai tertinggi adalah pelaksanaan pelatihan dan pendampingan pemasaran digital bagi pelaku industri kreatif. Strategi ini dipandang paling relevan karena salah satu kelemahan utama pelaku usaha di Kota Langsa adalah keterbatasan kemampuan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan promosi dan pemasaran, sementara perkembangan teknologi digital justru menjadi peluang besar bagi perluasan pasar produk kreatif. Melalui peningkatan kompetensi digital, pelaku usaha diharapkan mampu memanfaatkan media sosial, *marketplace*, dan berbagai platform digital secara lebih optimal untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Selain strategi tersebut, penelitian juga merekomendasikan beberapa langkah pendukung, yaitu meningkatkan pembinaan usaha secara berkelanjutan, memperluas akses permodalan, menyediakan fasilitas produksi yang lebih memadai, memperbaiki sistem distribusi produk, serta meningkatkan kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk lokal. Strategi-strategi tersebut diarahkan untuk mengatasi berbagai

kelemahan yang masih dihadapi pelaku industri kreatif sekaligus memperkuat ketahanan usaha terhadap persaingan produk dari luar daerah dan perubahan kondisi pasar.

Temuan ini sejalan dengan Firdausy (2017) yang menjelaskan bahwa keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif sangat ditentukan oleh sinergi antara peningkatan kapasitas pelaku usaha, inovasi produk, akses pasar, dan dukungan kebijakan pemerintah. Demikian pula, Wahyudi et al. (2024) menegaskan bahwa transformasi digital merupakan salah satu strategi utama dalam meningkatkan daya saing sektor industri kreatif. Hasil penelitian ini juga memperkuat temuan Yosefina et al. (2024) dan Sayyidina et al. (2024), yang menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif memerlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, lembaga pendidikan, dan masyarakat agar mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi daerah yang berkelanjutan. Strategi yang dihasilkan tidak hanya berorientasi pada penyelesaian permasalahan jangka pendek, tetapi juga diarahkan untuk membangun ekosistem industri kreatif yang lebih adaptif, inovatif, dan berdaya saing. Dengan implementasi strategi tersebut secara konsisten, industri kreatif di Kota Langsa diharapkan mampu memperkuat perannya sebagai salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan perekonomian daerah.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa industri kreatif memiliki peran yang signifikan dalam mendukung perekonomian daerah Kota Langsa. Kontribusi tersebut diwujudkan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, penguatan daya saing UMKM berbasis produk lokal, peningkatan kreativitas dan inovasi masyarakat, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dalam aktivitas produksi dan pemasaran. Dengan demikian, industri kreatif tidak hanya menjadi sumber pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan identitas daerah melalui pengembangan produk yang memiliki nilai budaya dan keunggulan kompetitif. Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa pengembangan industri kreatif di Kota Langsa dipengaruhi oleh kombinasi faktor internal dan eksternal. Kekuatan utama terletak pada keberadaan produk kreatif yang berciri khas lokal, ketersediaan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan, dukungan pemerintah, serta semakin luasnya pemanfaatan media digital. Di sisi lain, keterbatasan modal, fasilitas produksi, kapasitas pemasaran digital, dan sistem distribusi masih menjadi kelemahan utama, sementara persaingan pasar dan dinamika lingkungan eksternal menjadi tantangan yang harus diantisipasi.

Berdasarkan hasil formulasi strategi, prioritas pengembangan industri kreatif di Kota Langsa diarahkan pada strategi yang berfokus pada pengurangan kelemahan sekaligus menghadapi ancaman eksternal. Strategi tersebut diwujudkan melalui peningkatan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam pemasaran digital, penguatan pendampingan dan pembinaan usaha, perluasan akses pembiayaan, peningkatan fasilitas produksi, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas kreatif, dan lembaga terkait. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri kreatif sehingga kontribusinya terhadap pembangunan ekonomi daerah dapat berlangsung secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta peran ekonomi kreatif di Indonesia dari masa ke masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Manajemen*, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- Firdausy, C. M. (2017). *Strategi pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Habrila, N., & Mukhtar, M. N. A. (2025). Feasibility analysis of T-shirt convection business using the SWOT method in MSMEs in Sidoarjo Regency, Taman, Menanggal District. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(3), 584–594.
- Hardani, Auliya, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode penelitian kualitatif & kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu Group.
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Harfa Creative.
- Noni, S., Rijal, S., Kartini, E., Ridwan, M. S., Afiat, M. N., Rahmatullah, Nurmahdi, A., Kusnindar, A. A., Inanna, Ismail, K., Marhawati, Astuty, S., & Alamsyah. (2023). *Ekonomi kreatif: Studi dan pengembangannya*. Tahta Media Group.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., Sulistyan, R. B., Taufiq, M., & Dimya, M. (2021). *Manajemen industri kreatif: Bahan ajar perkuliahan bagi mahasiswa*. Widya Gama Press.
- Prastika, M., & Sadjiarto, A. (2018). Analisis SWOT usaha mikro kecil menengah (UMKM) di industri kreatif Sarang Lebah Salatiga. *Ecodunamika*, 1(3).
- Pratono, A. H., Nawangpalupi, C. B., & Sutanti, A. (2023). Achieving sustainable development goals through digitalising creative works: Some evidence from social enterprises in Indonesia. *Digital Economy and Sustainable Development*, 4(4), 1–13. <https://doi.org/10.1007/s44265-023-00011-4>
- Rasyid, F. (2022). *Metodologi penelitian kualitatif dan kuantitatif: Teori, metode, dan praktek*. Nadi Pustaka Offset.
- Rizky, C., Hajar, I., Fahri, M., & Syahri, R. F. (2024). Mengoptimalkan potensi: Pendekatan teoritis dan praktis dalam manajemen sumber daya manusia dan karyawan. *SAMMAJIVA: Jurnal Penelitian Bisnis dan Manajemen*, 2(2), 1–11. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v2i2.979>
- Sayyidina, Zahra, K., Purba, E. E., & Lubis, P. K. D. (2024). Strategi pengembangan pariwisata halal Kota Medan dengan mengoptimalkan industri kreatif. *Economic Reviews Journal*, 3(2), 771–781. <https://doi.org/10.56709/mrj.v3i2.191>
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarsid, Asti, E. G., Pangestuti, R. S., & Tartiani, Y. A. T. (2023). *Manajemen strategi: Pendekatan secara teori dan kajian kasus*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Utami, A. T. (2025). Integrasi pasar rakyat dengan pariwisata dan ekonomi kreatif: Model kebijakan strategis untuk revitalisasi ekonomi lokal. *PAMARENDA: Public Administration and Government Journal*, 5(1), 1–18. <https://doi.org/10.52423/pamarenda.v5i1.99>

- Wahyudi, A., Anwar, G. S., & Kamila, O. N. (2024). Strategi pengembangan sektor industri kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 274–288. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3064>
- Yosefina, M., Mon, R., Nugroho, S., Agung, I. G., & Mahagangga, O. (2024). Strategi pengembangan daya tarik wisata berbasis industri kreatif di Puro Mangkunegaran, Kota Surakarta, Jawa Tengah. *JURNAL LOCUS: Penelitian & Pengabdian*, 3(8), 652–666. <https://doi.org/10.58344/locus.v3i8.3063>