

The role of Mungkus in Enhancing Creative Economic Resilience and Cultural Preservation through UMKM in Cikoneng - Ciamis

Adi Ramdani¹, Fakhir Elyanda Fadhlurrahman², Azka Irham Maulana³,
Saeful Millah⁴

^{1,2,3,4} Pendidikan Sejarah, Universitas Galuh

* Corresponding author: adi_ramdani@student.unigal.ac.id

Article History:

Received: 28-01-2026

Revised: 06-02-2026

Accepted: 08-02-2026

Published: 09-02-2026

Keywords:

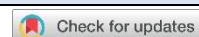
Mungkus; Creative Economic Resilience; Cultural Preservation; cultural values; economic resilience; enhancing creative economic; preserving local culture.

ABSTRACT

The study examines the role of *Mungkus* in enhancing creative economic resilience and cultural preservation through UMKM in Cikoneng District in the era of globalization. Using a qualitative approach with a case study method through interviews, observation, and documentation, the study identifies how *Mungkus* cultural values are integrated into the creative economic activities of UMKM, thereby strengthening competitiveness and preserving local culture. Creative economic resilience is measured using the Business Intelligence and Clustering (BIC) method, SWOT Analysis, Asset Based Community-Driven Development (ABCD), and Key Performance Indicators (KPI). The results show that *Mungkus* culture is a social capital, a strategic asset, and contributes significantly to the development of creative UMKM that can strengthen the economic resilience of the community while preserving local cultural values and maintaining cultural identity amid the dynamics of globalization. The research recommends that local governments and stakeholders develop *Mungkus* culture-based UMKM training and mentoring programs, expand market access, and encourage collaboration between cultural and creative economy actors to strengthen economic resilience and cultural preservation in Cikoneng District.

Citation: Ramdani¹, A., Fadhlurrahman, F. E., Maulana, A. I., & Millah, S. (2026). The role of Mungkus in Enhancing Creative Economic Resilience and Cultural Preservation through UMKM in Cikoneng - Ciamis. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah.*, 2(1), 106 – 123

DOI: <https://doi.org/10.25157/jamasan.v2i1.5869>



PENDAHULUAN

Era globalisasi membawa tantangan sekaligus peluang bagi pelaku UMKM, khususnya dalam sektor ekonomi kreatif yang sangat dipengaruhi dinamika pasar global dan budaya populer (Dellyana et al., 2023; Abduh et al., 2024; Aminullah et al., 2024). UMKM memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia, khususnya menggerakkan ekonomi kreatif dan

pelestarian budaya. Hal ini dikarenakan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi inklusif, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu, UMKM menjadi motor penggerak ekonomi kreatif yang mengangkat produk-produk lokal serta berkontribusi dalam pelestarian budaya melalui inovasi dan pengembangan produk yang berbasis kearifan lokal. Dengan demikian, UMKM tidak hanya berperan dalam aspek ekonomi, tetapi juga sebagai penjaga dan penerus nilai-nilai budaya di tengah dinamika globalisasi (Taylor, 2012; Yulianingsih et al., 2024). UMKM kreatif menjadi jembatan penting antara pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi, yang sangat dibutuhkan untuk menghadapi tantangan globalisasi. Dengan mengangkat unsur budaya tradisional dalam produk dan jasa mereka, UMKM kreatif ikut melestarikan warisan budaya yang unik dan autentik, sehingga nilai-nilai budaya tersebut tidak hilang ditelan arus modernisasi (Parameswara et al., 2021).

UMKM yang mengembangkan produk berbasis kearifan lokal dan sumber daya alam setempat, menciptakan produk unik sekaligus melestarikan budaya dan meningkatkan pendapatan masyarakat (Alfarizi et al., 2024; Harini et al., 2025). Inovasi produk, seperti pembaruan kemasan dan desain yang lebih menarik, meningkatkan nilai jual produk UMKM sehingga lebih diminati pasar lokal maupun nasional (Casimiro et al., 2024; Quimba & Rosellon, 2019). Selain itu, inovasi ini memperkuat perekonomian lokal dengan menciptakan produk lebih menarik, meningkatkan nilai tambah, memperluas pasar, dan memberdayakan masyarakat melalui pengembangan kapasitas dan pemanfaatan potensi lokal. Pengemasan produk memegang peranan krusial meningkatkan penjualan dan ketahanan ekonomi kreatif (Howard et al., 2022), terutama bagi UMKM. Pengemasan yang menarik dan unik dapat memikat perhatian konsumen di pasar yang kompetitif. Desain kemasan kreatif dan sesuai dengan identitas budaya menjadi nilai tambah yang membedakan produk dari pesaing (Von Stamm, 2008; Bloch, 1995). Kemasan yang berkualitas dan estetis memberikan kesan produk bernilai tinggi, sehingga konsumen lebih bersedia membayar harga premium. Ini membantu UMKM meningkatkan pendapatan dan memperkuat ketahanan ekonomi mereka (Chen et al., 2022; Li & Gao, 2024).

Pengemasan inovatif menjadi bagian dari strategi pemasaran efektif, misalnya dengan menggunakan desain yang mencerminkan keunikan lokal (Ottman, 2017; Khalid, 2023), membantu UMKM menembus pasar lebih luas dan beragam. Kemasan menjadi media menceritakan nilai budaya dan filosofi di balik produk. Hal ini memperkuat *brand storytelling* yang dapat meningkatkan keterikatan emosional konsumen dan mendukung pelestarian budaya. Pengembangan pengemasan yang kreatif dan sesuai dengan nilai budaya sangat dianjurkan meningkatkan penjualan dan keberlanjutan UMKM di era globalisasi (Knight, 2000; Surya et al., 2021). Kemasan praktis dan informatif mempermudah proses distribusi dan pemasaran, termasuk dalam penjualan online. Informasi produk yang jelas membantu konsumen memahami keunggulan dan cara

penggunaan produk. Selain itu, pengemasan yang inovatif menjadi bagian dari strategi pemasaran yang efektif, dan membantu UMKM menembus pasar yang lebih luas dan beragam (Knight, 2000; Pompeia, 2021).

Kecamatan Cikoneng merupakan wilayah yang memiliki kekayaan budaya lokal berupa budaya *Mungkus* berpotensi sebagai sumber daya strategis bagi penguatan ekonomi kreatif dan identitas kultural Masyarakat (Roberts & Townsend, 2016). Namun, dinamika globalisasi dan penetrasi ekonomi pasar modern menghadirkan tantangan serius terhadap keberlanjutan praktik budaya lokal serta ketahanan ekonomi UMKM yang berbasis tradisi. Globalisasi tidak hanya mendorong homogenisasi budaya, tetapi juga memarginalkan pengetahuan lokal yang selama ini menjadi fondasi praktik ekonomi Masyarakat (Suryana et al., 2024; Ramdani et al., 2025; Sugiarto et al., 2026). Dalam konteks ini, budaya *Mungkus* tidak semata diposisikan sebagai warisan simbolik, melainkan sebagai modal sosial dan kultural yang berpotensi dikapitalisasi secara produktif memperkuat ketahanan ekonomi kreatif sekaligus menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya lokal (Roberts & Townsend, 2016; Alfarizi et al., 2025; Antoni et al., 2025; Maulana et al., 2025).

Penelitian bertujuan mengeksplorasi secara mendalam bagaimana budaya *Mungkus* diintegrasikan ke dalam strategi penguatan UMKM sebagai instrumen ketahanan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya di tengah tekanan globalisasi (Syahbudi & Ma, 2021; kumar Sahoo et al., 2025). Berbeda dengan pendekatan konvensional yang memisahkan dimensi ekonomi dan budaya, studi ini menempatkan budaya lokal sebagai variabel kunci dalam konfigurasi pembangunan ekonomi berbasis komunitas. Dengan demikian, penelitian tidak hanya mengkaji performa ekonomi UMKM, tetapi juga menilai peran budaya *Mungkus* membangun resiliensi sosial, memperkuat kohesi komunitas, serta mempertahankan kontinuitas praktik budaya dalam sistem ekonomi modern.

Kajian terdahulu umumnya membahas ekonomi kreatif, transformasi digital UMKM, dan pelestarian budaya sebagai domain yang terpisah. Sebagian besar penelitian menekankan aspek efisiensi pasar, inovasi produk, dan adopsi teknologi, sementara dimensi budaya lokal sering diperlakukan sebagai latar sosial semata, bukan sebagai faktor determinan dalam ketahanan ekonomi (Martin & Sunley, 2015; Pratt, 2015). Kesenjangan konseptual ini menunjukkan minimnya kajian yang secara spesifik mengintegrasikan budaya lokal—terutama budaya *Mungkus*—dalam kerangka ketahanan ekonomi kreatif UMKM di era globalisasi. Selain itu, masih terbatas penelitian yang memanfaatkan kombinasi metode analitik seperti *Business Intelligence and Clustering* (BIC), SWOT, *Asset-Based Community-Driven Development* (ABCD), dan *Key Performance Indicators* (KPI) untuk mengukur secara komprehensif kinerja dan resiliensi UMKM berbasis budaya lokal.

Penelitian menawarkan kontribusi signifikan dengan mengkonstruksi perspektif baru, menempatkan budaya *Mungkus* sebagai elemen sentral dalam strategi pengembangan UMKM yang berorientasi ganda, yakni pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya (Arifin, 2025; Jiang et al., 2026). Pendekatan ini memperluas literatur ekonomi kreatif dengan memasukkan dimensi modal budaya dan modal sosial sebagai komponen utama penguatan ketahanan ekonomi. Integrasi metode kualitatif studi kasus dengan analisis BIC, SWOT, ABCD, dan KPI memungkinkan pemetaan yang lebih sistematis terhadap potensi, tantangan, dan kapasitas adaptif UMKM berbasis budaya lokal. Dengan demikian, penelitian tidak hanya menghasilkan temuan empiris kontekstual, tetapi memberikan kerangka analitis yang dapat direplikasi pada wilayah lain yang memiliki karakteristik budaya serupa.

Secara teoretis, penelitian berkontribusi pada pengembangan paradigma ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dengan menegaskan bahwa keberlanjutan ekonomi tidak dapat dilepaskan dari keberlanjutan budaya. Secara praktis, temuan penelitian menjadi dasar perumusan kebijakan pengembangan UMKM yang lebih sensitif terhadap konteks budaya dan berorientasi pada ketahanan jangka panjang. Dengan mengintegrasikan budaya *Mungkus* ke dalam strategi pembangunan UMKM, penelitian memperlihatkan bahwa globalisasi tidak harus diposisikan sebagai ancaman, tetapi direkonstruksi sebagai peluang melalui penguatan identitas lokal sebagai sumber daya ekonomi dan kultural yang berkelanjutan (Nurholis et al., 2025; Ramdani et al., 2025).

METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus eksploratif pada UMKM berbasis budaya *Mungkus* di Kecamatan Cikoneng. Desain studi kasus dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena sosial-ekonomi kompleks dalam konteks lokal yang spesifik, khususnya interaksi antara praktik budaya, strategi ekonomi kreatif, dan ketahanan UMKM di era globalisasi (Yin, 2018; Creswell & Poth, 2018). Pendekatan ini memfasilitasi pemahaman holistik terhadap dinamika aktor, makna budaya, dan struktur sosial-ekonomi yang tidak dapat direduksi menjadi variabel kuantitatif semata. Penelitian mengadopsi perspektif ekonomi kreatif berbasis budaya (*culture-based creative economy*), menempatkan budaya lokal sebagai modal sosial dan modal kultural pembangunan ekonomi komunitas (Throsby, 2001; Bourdieu, 1986). Integrasi antara pendekatan kualitatif dan analisis berbasis *Business Intelligence* (BI) dimaksudkan memperkuat ketajaman analitis sekaligus meminimalkan bias interpretatif dalam studi kualitatif konvensional (Chen et al., 2012).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu; Wawancara mendalam semi-terstruktur dilakukan terhadap pelaku UMKM berbasis budaya

Mungkus, pengrajin, tokoh masyarakat, serta pemangku kepentingan lokal (pemerintah desa dan komunitas budaya). Teknik wawancara semi-terstruktur dipilih untuk memungkinkan eksplorasi narasi aktor secara fleksibel namun tetap terarah pada fokus penelitian, yaitu peran budaya *Mungkus* dalam ketahanan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya (Kvale & Brinkmann, 2015). Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati langsung proses produksi, distribusi, dan praktik simbolik budaya *Mungkus* dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Observasi bertujuan menangkap dimensi praksis budaya yang tidak selalu terartikulasikan secara verbal oleh informan (Spradley, 1980). Dokumentasi meliputi arsip komunitas, foto kegiatan produksi, catatan kebijakan lokal, serta laporan UMKM yang relevan dengan pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya. Teknik triangulasi sumber dan metode diterapkan untuk meningkatkan validitas data dengan membandingkan temuan dari berbagai sumber dan teknik pengumpulan data (Denzin, 2012). Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan kriteria keterlibatan aktif dalam UMKM berbasis budaya *Mungkus* dan pengalaman langsung praktik ekonomi kreatif lokal.

Analisis data kualitatif dilakukan menggunakan pendekatan analisis tematik melalui tahapan pengodean terbuka, aksial, dan selektif untuk mengidentifikasi pola makna, kategori konseptual, dan relasi antar-tema yang merepresentasikan peran budaya *Mungkus* dalam ketahanan ekonomi dan pelestarian budaya (Braun & Clarke, 2006). Proses ini menghasilkan konstruksi konseptual mengenai budaya *Mungkus* sebagai modal sosial, sumber inovasi ekonomi, dan mekanisme adaptasi terhadap tekanan globalisasi. Untuk memperkuat dimensi analitis, penelitian mengintegrasikan BIC guna mengelompokkan UMKM berdasarkan karakteristik produksi, orientasi budaya, kapasitas adaptasi, dan kinerja usaha. Pendekatan BI memungkinkan pengolahan data secara sistematis untuk menghasilkan segmentasi UMKM yang lebih objektif dan berbasis pola empiris (Chen et al., 2012; Han et al., 2012). Hasil *clustering* selanjutnya dianalisis menggunakan Analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan UMKM berbasis budaya *Mungkus* (Helms & Nixon, 2010). Kerangka ABCD diterapkan untuk memetakan aset komunitas yang mencakup aset budaya, sosial, manusia, dan ekonomi lokal. Pendekatan ini menempatkan komunitas sebagai aktor utama pembangunan dengan menekankan potensi internal dibandingkan ketergantungan pada intervensi eksternal (Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003). Integrasi antara hasil SWOT dan pemetaan ABCD menghasilkan strategi penguatan UMKM yang berbasis budaya lokal secara berkelanjutan. Pengukuran ketahanan ekonomi kreatif dilakukan melalui penetapan KPI yang meliputi dimensi ekonomi (pendapatan, stabilitas usaha, diversifikasi produk), dimensi sosial (partisipasi komunitas, transfer pengetahuan budaya), dan dimensi budaya (kontinuitas praktik budaya *Mungkus* dan inovasi berbasis tradisi). KPI digunakan sebagai instrumen kuantitatif-deskriptif untuk

menilai tingkat resiliensi UMKM terhadap tekanan globalisasi (Parmenter, 2015; Neely et al., 2005).

Keabsahan (*trustworthiness*) penelitian dijaga melalui empat kriteria utama, yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Lincoln & Guba, 1985). *Credibility* dicapai melalui triangulasi metode dan sumber data serta *member checking* kepada informan kunci. *Transferability* diperkuat dengan penyajian deskripsi kontekstual (*thick description*) mengenai karakteristik UMKM dan budaya *Mungkus* di Kecamatan Cikoneng. *Dependability* dan *confirmability* dijaga melalui audit trail berupa dokumentasi proses penelitian dan refleksi analitis peneliti. Aspek etika penelitian diterapkan dengan memperoleh persetujuan sadar (*informed consent*) dari seluruh informan, menjaga kerahasiaan identitas partisipan, serta menghormati nilai dan norma budaya lokal dalam proses pengumpulan data (Orb et al., 2001). Penelitian memastikan bahwa eksplorasi budaya *Mungkus* tidak bersifat eksploitatif, melainkan berorientasi pada pemberdayaan komunitas dan pelestarian budaya sebagai bagian dari tanggung jawab sosial penelitian akademik.

HASIL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya *Mungkus*—yang dipraktikkan sebagai kebiasaan membungkus makanan secara tradisional oleh ibu-ibu di rumah masing-masing—beroperasi sebagai sumber daya multidimensional dalam sistem ekonomi kreatif UMKM di Kecamatan Cikoneng. Praktik domestik ini tidak sekadar berfungsi sebagai aktivitas teknis pengemasan, tetapi telah berkembang menjadi medium artikulasi nilai budaya, identitas lokal, dan mekanisme diferensiasi produk. Integrasi praktik *Mungkus* ke dalam desain kemasan, proses produksi, serta strategi pemasaran meningkatkan nilai tambah simbolik dan autentisitas produk UMKM. Temuan ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya tidak berada dalam relasi antagonistik dengan rasionalitas ekonomi, melainkan dapat diposisikan sebagai aset produktif yang memperkuat ketahanan ekonomi kreatif. Dengan demikian, *Mungkus* bertransformasi dari kebiasaan rumah tangga menjadi kapital kultural yang terintegrasi dalam logika pasar.

Temuan wawancara mendalam mengonfirmasi bahwa pelaku UMKM dan tokoh budaya memaknai praktik membungkus makanan secara tradisional ini sebagai sumber inovasi sekaligus legitimasi usaha. Seorang informan menyatakan bahwa *Mungkus* bukan sekadar cara membungkus makanan, melainkan “cara orang tua dulu menjaga makna dan rasa,” sehingga kemasan dipersepsi konsumen sebagai bagian dari cerita produk. Pelaku pemasaran menegaskan bahwa penyertaan narasi tentang proses membungkus oleh ibu-ibu di rumah dalam promosi digital meningkatkan kepercayaan dan minat beli karena produk

dipersepsi sebagai autentik dan tidak industrial. Tokoh budaya lokal menekankan bahwa keterlibatan ibu-ibu dalam praktik *Mungkus* menjadikan budaya ini tidak hanya bertahan sebagai kebiasaan lama, tetapi “hidup” dalam aktivitas ekonomi sehari-hari masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa aktivitas UMKM sekaligus berfungsi sebagai mekanisme transmisi budaya antargenerasi dan penguatan kohesi sosial dalam konteks modernisasi.



Gambar 1. Observasi Mungkus

Sumber: Dokumentasi penelitian 2025

Pada tingkat struktural-ekonomi, Kecamatan Cikoneng sebagai sentra industri rumah tangga menunjukkan dinamika pertumbuhan signifikan dengan keberadaan 261 *home industry* yang tersebar di sembilan desa. Produk utama berupa makanan ringan mengalami peningkatan permintaan baik dari sisi volume maupun variasi jenis produk. Peningkatan tersebut berdampak langsung pada ekspansi kebutuhan tenaga kerja, terutama pada sektor pengemasan tradisional (*Mungkus*) yang menyerap sekitar 70% dari total tenaga kerja. Fenomena ini menunjukkan bahwa praktik membungkus makanan secara tradisional oleh ibu-ibu di rumah telah terinstitusionalisasi dalam struktur produksi UMKM. Dengan demikian, budaya *Mungkus* tidak hanya berfungsi sebagai simbol kultural, tetapi sebagai praktik ekonomi yang berkontribusi nyata terhadap penciptaan lapangan kerja dan penguatan ekonomi rumah tangga.

Lebih jauh, praktik *Mungkus* didominasi oleh perempuan lintas generasi—mulai dari remaja hingga lanjut usia—yang sebagian besar merupakan ibu rumah tangga dengan latar pendidikan dasar hingga menengah. Aktivitas membungkus makanan ini tidak hanya dimaknai sebagai sumber pendapatan tambahan, tetapi juga sebagai ruang sosial untuk mengisi waktu luang, membangun solidaritas, serta memperoleh pengakuan sosial dan kepuasan psikologis. Secara analitis, temuan ini menunjukkan bahwa budaya *Mungkus* membentuk nexus antara ekonomi kreatif, pemberdayaan perempuan, dan pelestarian budaya lokal. Integrasi ketiga dimensi tersebut menghasilkan model ketahanan ekonomi berbasis budaya yang bersifat inklusif dan berkelanjutan. UMKM di Cikoneng dengan demikian tidak hanya berfungsi sebagai unit produksi ekonomi, tetapi juga sebagai institusi sosial-budaya yang mereartikulasi praktik domestik tradisional ke dalam kerangka ekonomi modern.

**Gambar 2.** Observasi Mungkus*Sumber:* Dokumentasi penelitian 2025

Analisis BIC mengidentifikasi segmentasi UMKM berdasarkan tingkat integrasi praktik *Mungkus*, kapasitas inovasi, dan kinerja ekonomi. Data kuantitatif dan kualitatif yang mencakup volume penjualan, pola produksi, strategi pemasaran, dan indikator ekonomi kreatif divisualisasikan melalui BI, kemudian diproses menggunakan teknik clustering (K-Means dan *hierarchical clustering*). Hasilnya menunjukkan tiga klaster utama. Klaster pertama terdiri atas UMKM dengan internalisasi praktik *Mungkus* yang tinggi, di mana proses membungkus tradisional oleh ibu-ibu di rumah dijadikan basis inovasi kemasan dan narasi pemasaran. Kelompok ini menunjukkan stabilitas pendapatan yang lebih baik, diversifikasi produk yang lebih luas, serta kapasitas adaptasi yang lebih tinggi terhadap perubahan preferensi pasar. Klaster kedua mencerminkan integrasi budaya moderat, di mana unsur *Mungkus* hadir secara visual tetapi belum sepenuhnya diartikulasikan dalam strategi bisnis. Klaster ketiga didominasi oleh UMKM dengan integrasi budaya rendah yang berorientasi pada produk generik dan menunjukkan kerentanan yang lebih tinggi terhadap fluktuasi pasar.

Tabel 1. Klaster UMKM Berdasarkan Integrasi Budaya *Mungkus* dan Ketahanan Ekonomi Kreatif

Indikator Utama	Klaster A (Integrasi Budaya Tinggi – Ketahanan Ekonomi Tinggi)	Klaster B (Integrasi Budaya Moderat – Ketahanan Ekonomi Sedang)	Klaster C (Integrasi Budaya Rendah – Ketahanan Ekonomi Rendah)
Integrasi budaya <i>Mungkus</i>	Simbol, nilai, dan narasi budaya terinternalisasi dalam produk dan pemasaran	Unsur budaya terbatas pada desain visual produk	Hampir tidak mengandung unsur budaya lokal
Karakteristik produk	Produk berbasis identitas budaya, unik, bernilai simbolik tinggi	Produk semi-kultural, inovasi terbatas	Produk generik dan homogen
Strategi pemasaran	Storytelling budaya, branding lokal kuat, pasar loyal	Pemasaran konvensional, belum berbasis narasi budaya	Pemasaran harga dan volume produksi
Stabilitas pendapatan	Relatif stabil dan berkelanjutan	Fluktuatif moderat	Sangat fluktuatif dan rentan

Diversifikasi produk	Tinggi, berbasis inovasi budaya	Sedang, variasi produk terbatas	Rendah, produk monoton
Kapasitas inovasi	Adaptif terhadap perubahan pasar dengan inovasi berbasis budaya	Adaptasi parsial, belum sistematis	Rendah, reaktif terhadap pasar
Ketahanan terhadap globalisasi	Tinggi, karena diferensiasi identitas lokal	Sedang, masih tertekan produk massal	Rendah, sangat terpengaruh kompetisi global
Peran budaya dalam bisnis	Modal strategis (<i>cultural capital & social capital</i>)	Atribut tambahan (ornamental)	Tidak berperan signifikan
Profil risiko usaha	Risiko relatif rendah	Risiko menengah	Risiko tinggi

Sumber: Analisis dokumen penelitian 2025

Perbandingan antar klaster memperlihatkan hubungan positif antara tingkat internalisasi praktik membungkus makanan secara tradisional dan ketahanan ekonomi kreatif UMKM. Integrasi budaya *Mungkus* berfungsi sebagai mekanisme diferensiasi pasar yang memperkuat loyalitas konsumen dan membuka ruang inovasi berbasis identitas lokal. Sebaliknya, UMKM yang tidak mengaitkan produknya dengan praktik *Mungkus* cenderung bersaing pada harga dan volume produksi semata, sehingga lebih rentan terhadap homogenisasi produk dan tekanan globalisasi. Temuan ini menegaskan bahwa praktik budaya domestik dapat berfungsi sebagai modal kultural dan modal sosial dengan implikasi langsung terhadap keberlanjutan ekonomi.

Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa keberlanjutan UMKM berbasis praktik *Mungkus* ditentukan oleh interaksi antara faktor internal dan eksternal. Kekuatan utama terletak pada keunikan kemasan berbasis praktik membungkus tradisional serta kohesi sosial antar ibu-ibu pelaku *Mungkus*. Namun, keunggulan ini belum sepenuhnya didukung oleh kapasitas teknologi, pemasaran digital, dan manajemen usaha yang terstandarisasi. Dari sisi eksternal, peluang muncul seiring meningkatnya minat pasar terhadap produk berbasis kearifan lokal dan dukungan kebijakan UMKM, sementara ancaman berasal dari produk massal yang meniru bentuk kemasan tanpa makna budaya serta persaingan global yang menekan harga. Strategi yang dominan adalah memanfaatkan praktik *Mungkus* sebagai keunggulan kompetitif melalui inovasi kemasan dan narasi budaya, disertai penguatan kapasitas digital dan manajerial.

Integrasi SWOT dengan pendekatan ABC) menunjukkan bahwa praktik membungkus makanan secara tradisional oleh ibu-ibu di rumah merupakan aset budaya utama komunitas, bersama aset sosial (jaringan solidaritas), aset manusia (keterampilan lokal), dan aset institusional (dukungan pemerintah desa dan komunitas budaya). Pendekatan ini menggeser paradigma pembangunan dari ketergantungan pada intervensi eksternal menuju pemberdayaan berbasis potensi internal. Aktivitas ekonomi UMKM tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga pada reproduksi nilai budaya dan penguatan identitas kolektif.

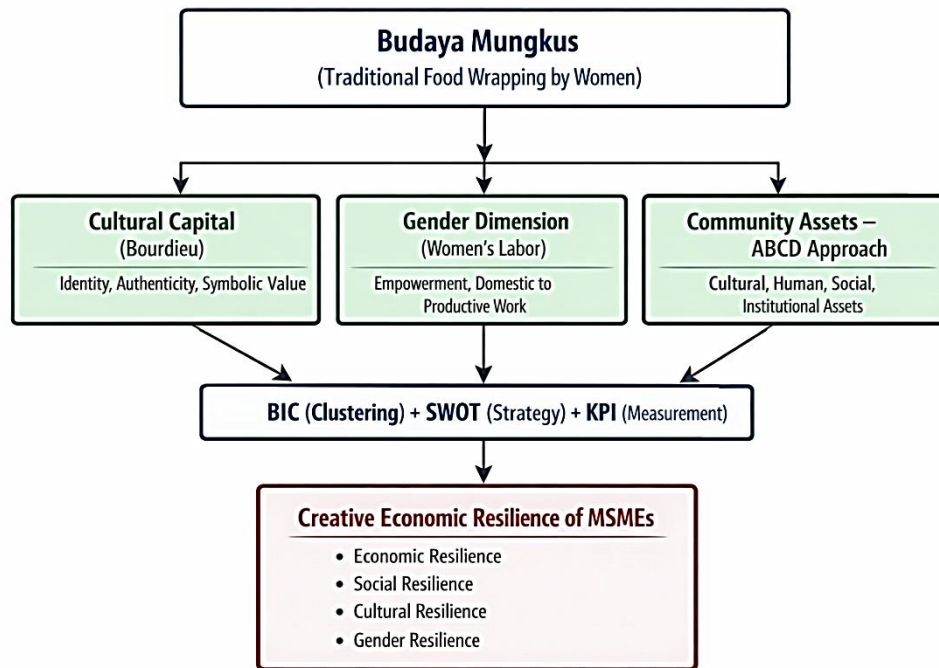


Figure 1. Conceptual Framework; Cultural Capital—Gender—Resilience in Creative Economy

Gambar 3. *Conceptual Framework cultural – Gender – resilience in Creative Economy*

Sumber : Analisis dokumen penelitian 2025

Pengukuran ketahanan ekonomi kreatif menggunakan KPI menunjukkan bahwa UMKM dengan integrasi praktik *Mungkus* yang tinggi memiliki kinerja lebih stabil pada indikator omzet penjualan, pertumbuhan pelanggan, kepuasan konsumen, inovasi produk, serta stabilitas arus kas. Dimensi inovasi kemasan dan diferensiasi pasar merupakan indikator yang paling dipengaruhi oleh internalisasi praktik membungkus tradisional. Selain itu, jejaring sosial antar ibu-ibu pelaku *Mungkus* mendukung produksi kolektif dan pertukaran pengetahuan, sehingga memperkuat resiliensi internal UMKM. Namun, kesenjangan literasi digital antar klaster menunjukkan bahwa integrasi budaya perlu diimbangi dengan penguatan kapasitas teknologi agar manfaat ekonomi dapat terdistribusi secara lebih merata.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan bahwa budaya *Mungkus*—sebagai kebiasaan membungkus makanan secara tradisional oleh ibu-ibu di rumah masing-masing—tidak dapat direduksi sebagai praktik domestik semata, melainkan sebagai modal kultural dan sosial yang dapat dioperasionalkan secara strategis untuk memperkuat ketahanan ekonomi kreatif UMKM. Integrasi pendekatan BIC, SWOT, ABCD, dan KPI menghasilkan kerangka analitis yang memungkinkan pemetaan kondisi UMKM secara presisi, perumusan strategi berbasis aset budaya, serta pengukuran kinerja usaha secara objektif. Kontribusi utama penelitian terletak pada pembuktian empiris bahwa praktik budaya domestik direartikulasi menjadi strategi ekonomi kreatif yang

berkelanjutan secara ekonomi, sosial, dan kultural, serta menawarkan model integratif yang dapat direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik budaya lokal serupa.

PEMBAHASAN

Temuan penelitian ini menegaskan bahwa budaya *Mungkus*—yang dipraktikkan sebagai kebiasaan membungkus makanan secara tradisional oleh ibu-ibu di rumah masing-masing—dapat dipahami sebagai bentuk *cultural capital* yang terartikulasikan ke dalam praktik ekonomi kreatif UMKM. Dalam perspektif Bourdieu (1986), modal kultural tidak hanya melekat pada simbol atau pengetahuan budaya, tetapi dapat dikonversi menjadi modal ekonomi dan modal sosial melalui mekanisme legitimasi sosial dan diferensiasi pasar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik *Mungkus*, ketika diintegrasikan ke dalam desain kemasan, narasi produk, dan strategi pemasaran, berfungsi sebagai sumber nilai simbolik (*symbolic value*) yang meningkatkan persepsi autentisitas dan keunikan produk. Temuan ini memperluas argumen Throsby (2001) tentang cultural capital dalam ekonomi budaya dengan menunjukkan bahwa praktik domestik sehari-hari—bukan hanya seni atau warisan formal—dapat menjadi basis produksi nilai ekonomi yang berkelanjutan dalam konteks UMKM.

Secara empiris, integrasi budaya *Mungkus* dalam aktivitas UMKM meningkatkan ketahanan ekonomi kreatif melalui penguatan diferensiasi produk dan perluasan pasar. Hal ini sejalan dengan temuan Sugandha et al. (2023), Wardhani (2021), dan Lestari (2024) yang menunjukkan bahwa identitas lokal dan inovasi berbasis budaya berkontribusi pada peningkatan kinerja usaha dan loyalitas pelanggan. Namun, penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan menempatkan praktik membungkus makanan secara tradisional sebagai mekanisme inti diferensiasi, bukan sekadar ornamen visual. Dengan demikian, budaya tidak direduksi menjadi estetika komersial, tetapi menjadi strategi adaptif yang memungkinkan UMKM keluar dari persaingan berbasis harga menuju persaingan berbasis makna (*meaning-based competition*).

Dari perspektif gender, dominasi perempuan—khususnya ibu rumah tangga lintas generasi—dalam praktik *Mungkus* menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berbasis budaya berfungsi sebagai ruang artikulasi peran sosial dan ekonomi perempuan secara simultan. Temuan ini menguatkan argumen Helms & Nixon (2010) bahwa praktik kerja perempuan dalam konteks budaya sering kali memadukan dimensi produktif dan reproduktif. Aktivitas membungkus makanan di rumah tidak hanya menghasilkan pendapatan tambahan, tetapi membangun solidaritas sosial, pengakuan simbolik, dan kepuasan psikologis. Dengan demikian, budaya *Mungkus* membentuk nexus antara ekonomi kreatif, pemberdayaan perempuan, dan pelestarian budaya lokal, sebagaimana juga

ditemukan oleh [Suroiyah & Hikmawati \(2021\)](#), [Hikmawati et al. \(2023\)](#), dan [Syudirman et al. \(2024\)](#) dalam konteks UMKM berbasis komunitas.

Pendekatan *Asset-Based Community-Driven Development* (ABCD) yang digunakan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa budaya *Mungkus* berfungsi sebagai aset utama komunitas, bersama aset sosial, manusia, dan institusional ([Kretzmann & McKnight, 1993](#); [Mathie & Cunningham, 2003](#)). Hasil penelitian menunjukkan bahwa partisipasi aktif ibu-ibu dalam praktik *Mungkus* memperkuat jaringan solidaritas dan kolaborasi antar pelaku UMKM, yang pada gilirannya meningkatkan kapasitas kolektif dalam menghadapi tekanan pasar. Temuan ini mendukung penelitian [Setyowati et al. \(2023\)](#) dan [Syudirman et al. \(2024\)](#) yang menekankan bahwa pemberdayaan berbasis aset lokal lebih berkelanjutan dibandingkan intervensi eksternal semata. Namun, penelitian mengungkap paradoks penting: kuatnya modal kultural dan sosial belum sepenuhnya diimbangi oleh modal teknologi dan manajerial, sehingga menimbulkan kesenjangan struktural dalam pemanfaatan peluang pasar digital.

Dalam konteks resilience, hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM dengan integrasi budaya *Mungkus* yang tinggi memiliki stabilitas pendapatan, diversifikasi produk, dan loyalitas konsumen yang lebih kuat. Hal ini mengafirmasi konsep ketahanan ekonomi sebagai kemampuan sistem usaha untuk beradaptasi dan bertahan menghadapi gangguan eksternal ([Neely, Gregory & Platts, 2005](#)). Budaya *Mungkus* berfungsi sebagai mekanisme adaptasi karena menyediakan identitas unik yang tidak mudah ditiru oleh produk massal. Temuan ini konsisten dengan [Panindias et al. \(2017\)](#), [Thalib et al. \(2022\)](#), dan [Yuliana & Palawa \(2023\)](#) yang menunjukkan bahwa inovasi berbasis budaya meningkatkan daya saing UMKM. Namun, penelitian ini melangkah lebih jauh dengan menunjukkan bahwa praktik domestik tradisional dapat menjadi determinan struktural dalam membentuk kapasitas adaptasi usaha, bukan sekadar faktor pendukung.

Penggunaan *Business Intelligence and Clustering* (BIC) serta *Key Performance Indicators* (KPI) memberikan kontribusi metodologis penting dalam mengoperasionalkan hubungan antara budaya dan ketahanan ekonomi. KPI memungkinkan pengukuran objektif atas dimensi efisiensi operasional, inovasi produk, pemasaran digital, dan keberlanjutan usaha ([Neely et al., 2005](#); [Rayendra et al., 2025](#)). Hasil penelitian menunjukkan bahwa klaster UMKM dengan integrasi budaya tinggi memiliki performa lebih stabil pada indikator omzet, pertumbuhan pelanggan, dan kepuasan konsumen, sejalan dengan temuan [Pratiwi et al. \(2021\)](#), [Utari et al. \(2024\)](#), dan [Hardjanto et al. \(2024\)](#). Dengan demikian, penelitian menjembatani kesenjangan antara pendekatan kualitatif berbasis budaya dan pendekatan kuantitatif berbasis kinerja, yang selama ini sering dipisahkan dalam literatur UMKM.

Meskipun demikian, temuan ini juga mengungkap tantangan utama, yakni bagaimana mengadaptasi budaya *Mungkus* dalam inovasi produk tanpa

kehilangan esensi makna budaya asli. Risiko komodifikasi simbol budaya tanpa pemaknaan kultural berpotensi mereduksi budaya menjadi sekadar strategi pemasaran. Hal ini sejalan dengan peringatan [Throsby \(2001\)](#) mengenai ketegangan antara nilai ekonomi dan nilai budaya. Oleh karena itu, strategi pengembangan UMKM berbasis *Mungkus* perlu menjaga keseimbangan antara inovasi dan autentisitas melalui pelibatan komunitas budaya, dokumentasi makna simbolik, serta penguatan kapasitas reflektif pelaku UMKM.

Secara konseptual, penelitian memperkuat argumen bahwa sinergi antara pelestarian budaya dan penguatan ekonomi kreatif merupakan strategi adaptasi yang efektif di era globalisasi. Budaya *Mungkus* berfungsi sebagai modal sosial yang memperkuat solidaritas dan kolaborasi antar pelaku UMKM, sekaligus sebagai sumber nilai tambah ekonomi. Integrasi pendekatan ABCD mendorong partisipasi aktif komunitas dalam pelestarian budaya dan pengembangan ekonomi, sementara BIC dan KPI mendukung pengambilan keputusan strategis berbasis data. Dengan demikian, temuan ini tidak hanya mengonfirmasi penelitian sebelumnya ([Wulansari et al., 2024](#); [Pahalmas et al., 2024](#)), tetapi juga menawarkan model integratif yang menjelaskan bagaimana budaya lokal bekerja sebagai mekanisme mediasi antara identitas, inovasi, dan ketahanan ekonomi.

Kontribusi utama penelitian terletak pada pengembangan kerangka konseptual yang menempatkan praktik budaya domestik—khususnya kebiasaan membungkus makanan oleh ibu-ibu—sebagai variabel determinan dalam ketahanan ekonomi kreatif. Berbeda dari literatur yang menekankan teknologi atau pasar sebagai faktor utama, penelitian menunjukkan bahwa modal kultural dan modal sosial dapat menjadi fondasi strategis bagi keberlanjutan UMKM. Model integratif BIC–SWOT–ABCD–KPI yang dikembangkan memberikan kontribusi metodologis dan teoretis yang dapat direplikasi pada wilayah lain dengan karakteristik budaya serupa, sekaligus memperluas diskursus ekonomi kreatif berbasis budaya dalam perspektif resilience, gender, dan community-driven development.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya Mungkus—sebagai praktik tradisional membungkus makanan oleh ibu-ibu di rumah masing-masing—berperan strategis dalam memperkuat ketahanan ekonomi kreatif UMKM di Kecamatan Cikoneng sekaligus menjaga keberlanjutan budaya lokal di tengah arus globalisasi. Integrasi praktik budaya domestik ke dalam proses produksi, desain kemasan, dan strategi pemasaran membuktikan bahwa pelestarian budaya tidak berada dalam posisi yang bertentangan dengan rasionalitas ekonomi, melainkan dapat berfungsi sebagai modal kultural dan sosial yang produktif. Pendekatan multidimensi yang mengombinasikan BIC, SWOT, ABCD, dan KPI

terbukti efektif dalam memetakan kondisi UMKM, merumuskan strategi berbasis aset budaya, serta mengukur kinerja usaha secara objektif dan terstandarisasi.

Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan budaya lokal sebagai modal sosial dalam pengembangan UMKM dan perlunya kebijakan ekonomi kreatif yang mengintegrasikan pelestarian budaya sebagai bagian dari strategi ketahanan ekonomi. Pemerintah daerah dan pemangku kepentingan disarankan untuk mengembangkan program pelatihan dan pendampingan UMKM berbasis budaya Mungkus, mendorong penerapan metode BIC, SWOT, ABCD, dan KPI dalam perencanaan usaha, serta memfasilitasi kolaborasi antara komunitas budaya, sektor ekonomi kreatif, dan pemerintah. Dengan demikian, sinergi antara pelestarian budaya dan penguatan ekonomi kreatif dapat menjadi strategi adaptif yang berkelanjutan dalam menghadapi tantangan globalisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, T., Remmang, H., Abubakar, H., & Karim, A. (2024). Entrepreneurship and MSME market orientation toward creative industries: Society Era 5.0 in Makassar city. *Asian Economic and Financial Review*, 14(2), 76–87. <https://doi.org/10.55493/5002.v14i2.4964>
- Alfarizi, R., Brata, Y. R., & Sudarto, S. (2025). Value of Local Wisdom in the Nadran Tradition at the Ki Buyut Manguntapa Site in Baregbeg District, Ciamis. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 1(2), 206-229. <https://doi.org/10.25157/jamasan.v1i2.5490>
- Alfarizi, M., Arman, A., Utami, R. N., Widayanti, R., Apriyanti, A., Iswara, A. Z. N., Akmal, M. A., Wijayanti, A., Haliza, S. F. N., & Padmisari, P. (2024). Pengembangan UMKM Masyarakat Desa Girimulyo Diversifikasi Pangan melalui Inovasi Produk Olahan Singkong. *Prosiding Webinar Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.23917/abdimas.5226>
- Aminullah, E., Fizzanty, T., Nawawi, N., Suryanto, J., Pranata, N., Maulana, I., Ariyani, L., Wicaksono, A., Suardi, I., Azis, N. L. L., & Budiatri, A. P. (2024). Interactive Components of Digital MSMEs Ecosystem for Inclusive Digital Economy in Indonesia. *Journal of the Knowledge Economy*, 15(1), 487–517. <https://doi.org/10.1007/s13132-022-01086-8>
- Antoni, M. R., Brata, Y. R., & Sudarto, S. (2025). Integration of Islamic Values and Local Knowledge in Social Practices for Environmental Conservation in Banjarnayar. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 1(2), 184-205. <https://doi.org/10.25157/jamasan.v1i2.5480>
- Arifin, Z. (2025). Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Nusantara. *Prosiding Konferensi Berbahasa Indonesia Universitas Indraprasta PGRI*, 212-216.

Ramdani1, A., Fadhlurrahman, F. E., Maulana, A. I., & Millah, S. (2026). The role of Mungkus in Enhancing Creative Economic Resilience and Cultural Preservation through UMKM in Cikoneng - Ciamis. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah.*, 2(1), 106 – 123

- Bloch, Peter H. (1995). Seeking the Ideal Form: Product Design and Consumer Response. *Journal of Marketing*, 59(3), 16–29. <https://doi.org/10.1177/002224299505900302>
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241–258). Greenwood.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Casimiro, J. A. J., Romualdo, K. B., & Santiago, V. S. R. (2024). *Innovation strategies in traditional cultural expressions MSMEs in the Philippines: A case study* (Numbers 2024–48). Philippine Institute for Development Studies (PIDS). <https://doi.org/10.62986/dp2024.48>
- Chen, L., Halepoto, H., Liu, C., Yan, X., & Qiu, L. (2022). Research on Influencing Mechanism of Fashion Brand Image Value Creation Based on Consumer Value Co-Creation and Experiential Value Perception Theory. In *Sustainability* (Vol. 14, Number 13). <https://doi.org/10.3390/su14137524>
- Chen, H., Chiang, R. H. L., & Storey, V. C. (2012). Business intelligence and analytics: From big data to big impact. *MIS Quarterly*, 36(4), 1165–1188.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Dellyana, D., Arina, N., & Fauzan, T. R. (2023). Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective. In *Sustainability* (Vol. 15, Number 23). <https://doi.org/10.3390/su152316234>
- Denzin, N. K. (2012). Triangulation 2.0. *Journal of Mixed Methods Research*, 6(2), 80–88.
- Han, J., Kamber, M., & Pei, J. (2012). *Data mining: Concepts and techniques* (3rd ed.). Morgan Kaufmann.
- Helms, M. M., & Nixon, J. (2010). Exploring SWOT analysis. *Journal of Strategy and Management*, 3(3), 215–251.
- Harini, S., Kartini, T., Syabani'ah, N. Y., Amalia, D., Lestari, D., N, N. N., & Adzqiya, M. K. (2025). Pemberdayaan masyarakat melalui inovasi produk berbasis kearifan lokal desa Benda. *Jurnal Edukasi Pengabdian Masyarakat*, 4(1 SE-Articles), 62–65. <https://doi.org/10.36636/eduabdimas.v4i1.6168>
- Howard, M., Böhm, S., & Eatherley, D. (2022). Systems resilience and SME multilevel challenges: A place-based conceptualization of the circular economy. *Journal of Business Research*, 145, 757–768. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.014>

- Jiang, Z., Wu, C. H., Xu, A. J., & Van De Voorde, K. (2026). Thriving at work: A synthesis of human resource management perspectives and a future research agenda. *Human Resource Management*, 65(1), 133-149.
- Khalid, A. (2023). Sustainable Marketing and its Impact on Society: A Study of Marketing Strategies and Opportunities Promoting Eco-Friendly Lifestyle. *Interantional Journal of Scientific Research in Engineering and Management*, 07(08). <https://doi.org/10.55041/ijjsrem25452>
- Knight, Gary. (2000). Entrepreneurship and Marketing Strategy: The SME under Globalization. *Journal of International Marketing*, 8(2), 12–32. <https://doi.org/10.1509/jimk.8.2.12.19620>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out: A path toward finding and mobilizing a community's assets*. ACTA Publications.
- kumar Sahoo, S., Mohanty, A., & Mohanty, P. P. (2025). Strategies for enhancements of MSME resilience and sustainability in the post-COVID-19 era. *Social Sciences & Humanities Open*, 11, 101223.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2015). *InterViews: Learning the craft of qualitative research interviewing* (3rd ed.). Sage.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage.
- Li, J., & Gao, M. (2024). Art Design of Non-Heritage Cultural and Creative Products Based on the Concept of Sustainability. *International Journal of Information System Modeling and Design (IJISMD)*, 15(1), 1–14. <https://doi.org/10.4018/IJISMD.349881>
- Martin, R., & Sunley, P. (2015). On the notion of regional economic resilience: conceptualization and explanation. *Journal of economic geography*, 15(1), 1-42. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbu015>
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). From clients to citizens: Asset-based community development as a strategy for community-driven development. *Development in Practice*, 13(5), 474–486.
- Maulana, F., Brata, Y. R., & Sudarto, S. (2025). Eco-Traditions and Local Wisdom of Nyapu Kabuyutan in Situs Gunung Payung, Sirnajaya Village. *JAMASAN: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 1(2), 251-268. <https://doi.org/10.25157/jamasan.v1i2.5501>
- Neely, A., Gregory, M., & Platts, K. (2005). Performance measurement system design. *International Journal of Operations & Production Management*, 25(12), 1228–1264.
- Nurholis, E., Sudarto, S., Budiman, A., & Ramdani, D. (2025). Strategi Adaptasi Sistem Pengetahuan Adat Komunitas Kampung Kuta dalam Menghadapi Tekanan Globalisasi: Studi Kritis Terhadap Ketahanan Budaya dan

- Konservasi Alam. *Jurnal Artefak*, 12(1), 237-254.
<http://doi.org/10.25157/ja.v12i1.20928>
- Orb, A., Eisenhauer, L., & Wynaden, D. (2001). Ethics in qualitative research. *Journal of Nursing Scholarship*, 33(1), 93–96.
- Ottman, J. (2017). *The new rules of green marketing: Strategies, tools, and inspiration for sustainable branding* (1st ed.). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781351278683>
- Parameswara, A., Saskara, I. A. N., Utama, M. S., & Setyari, N. P. W. (2021). The role of place identity, local genius, orange economy and cultural policies for sustainability of intangible cultural heritage in Bali. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 16(8 PP-Edmonton), 1551–1561.
<https://doi.org/10.18280/ijstdp.160816>
- Parmenter, D. (2015). *Key performance indicators: Developing, implementing, and using winning KPIs* (3rd ed.). Wiley.
- Pompeia, M. L. F. (2021). Assessing the suitability of a single brand of MSMEs in the hospitality sector to boost sustainable development: the case of Mauritius. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(1), 109–123.
<https://doi.org/10.1108/WHATT-08-2020-0094>
- Pratt, A. C. (2015). Resilience, locality and the cultural economy. *City, culture and society*, 6(3), 61-67. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2014.11.001>
- Putri, M. A., Abbas, E. W., & Jumriani, J. (2021). Strategies in developing creative economic activities based on local wisdom. *The Innovation of Social Studies Journal*, 3(1), 42-48. <https://doi.org/10.20527/iis.v3i1.3517>
- Quimba, F. M. A., & Rosellon, M. A. D. (2019). *Impact of government incentive on MSME innovation* (Numbers 2019–27). Philippine Institute for Development Studies (PIDS). <https://doi.org/10419/240978>
- Ramdani, D., Agustina, D. D., & Sudarto, S. (2025). *Paguyuban Puseur Galuh: Keterlibatan Pemuda dan Pemulihan Identitas Budaya Lokal di Era Globalisasi*. Unigal Press. <http://repository.unigal.ac.id/handle/123456789/7443>
- Roberts, E., & Townsend, L. (2016). The contribution of the creative economy to the resilience of rural communities: exploring cultural and digital capital. *Sociologia Ruralis*, 56(2), 197-219.
- Spradley, J. P. (1980). *Participant observation*. Holt, Rinehart & Winston.
- Sugiarto, B. R., Rohayati, D., Rustandi, A., Friatin, L. Y., Nurholis, E., & Budiman, A. (2026). *Sadar Bahasa, Sadar Diri: Revolusi Sunyi dalam Konservasi Budaya*. Minhaj Pustaka.

- Surya, B., Menne, F., Sabhan, H., Suriani, S., Abubakar, H., & Idris, M. (2021). Economic Growth, Increasing Productivity of SMEs, and Open Innovation. In *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity* (Vol. 7, Number 1). <https://doi.org/10.3390/joitmc7010020>
- Suryana, A., Ratih, D., Sudarto, S., Sondarika, W., Wijayanti, Y., Kusmayadi, Y., Pajriah, S. and Wahyunita, R. (2024). "Peranan Budaya Kampung Adat Kuta Di Era Globalisasi." <http://repository.unigal.ac.id/handle/123456789/6128>
- Syahbudi, M., & Ma, S. E. I. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group.
- Taylor, S. D. (2012). *Globalization and the cultures of business in Africa: from patrimonialism to profit*. Indiana University Press.
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- Von Stamm, B. (2008). *Managing innovation, design and creativity*. John Wiley & Sons.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods (6th ed.)*. Sage.
- Yulianingsih, D., Ismanto, S. U., & Candradewini, C. (2024). Preservation of Local Wisdom: Analysis of Cultural Tourism Policy Implementation through Kasanga Festival in Denpasar City. *Journal La Sociale*, 5(2 SE-Articles), 450–457. <https://doi.org/10.37899/journal-la-sociale.v5i2.1048>