

Strategi Optimalisasi Potensi Industri Kreatif di Tasikmalaya

Nazmi Ibnu Shina Zein *¹
Noval Muhammad Zaini ²
Salsabila ³
Joni Ahmad Mugni ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi
*e-mail: 231002156@student.unsil.ac.id¹, 231002100@student.unsil.ac.id²,
231002099@student.unsil.ac.id³, joni@unsil.ac.id⁴

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi industri kreatif di Tasikmalaya serta merumuskan strategi optimalisasi yang dapat mendukung pertumbuhan ekonomi daerah secara berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder dari jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian yang relevan. Hasil menunjukkan bahwa Tasikmalaya memiliki potensi besar pada sektor industri kreatif, khususnya bordir, kelom geulis, payung geulis, anyaman mendong, kuliner khas, dan wisata lokal yang memiliki nilai ekonomi sekaligus budaya. Industri kreatif tersebut berkontribusi terhadap peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), penyerapan tenaga kerja, serta penguatan identitas daerah. Namun, pengembangan industri kreatif masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya adopsi teknologi digital, keterbatasan akses permodalan, lemahnya regenerasi pengrajin, dan persaingan produk impor. Berdasarkan analisis SWOT, strategi optimalisasi yang direkomendasikan meliputi inovasi produk berbasis kearifan lokal, percepatan transformasi digital, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan, serta pengembangan industri kreatif berbasis ekonomi syariah. Strategi tersebut diharapkan mampu meningkatkan daya saing industri kreatif Tasikmalaya secara nasional maupun internasional.

Kata kunci: industri kreatif, UMKM, ekonomi syariah

Abstract

This study aims to analyze the potential of the creative industry in Tasikmalaya and formulate optimization strategies to support sustainable regional economic growth. The research uses a descriptive qualitative approach by utilizing secondary data obtained from scientific journals, books, and relevant research reports. The results indicate that Tasikmalaya has significant potential in the creative industry sector, particularly in embroidery, kelom geulis, payung geulis, mendong weaving, traditional culinary products, and local tourism, all of which possess both economic and cultural value. These creative industries contribute to the increase of Gross Regional Domestic Product (GRDP), employment opportunities, and regional identity strengthening. However, the development of the creative industry still faces several challenges, including low digital technology adoption, limited access to capital, weak artisan regeneration, and competition from imported products. Based on the SWOT analysis, the recommended optimization strategies include local wisdom-based product innovation, acceleration of digital transformation, improvement of human resource quality, strengthening collaboration among government, business actors, and educational institutions, as well as the development of a sharia-based creative industry. These strategies are expected to enhance the competitiveness of Tasikmalaya's creative industry at both national and international levels.

Keywords: creative industry, UMKM, sharia economy

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan stabilitas ekonomi nasional. Meskipun demikian, banyak UMKM yang masih menghadapi berbagai kendala, baik dari faktor internal seperti keterbatasan modal, manajemen usaha, dan inovasi produk, maupun faktor eksternal seperti persaingan pasar dan akses pemasaran. Selain itu, berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM, masih terdapat ketimpangan perkembangan usaha, di mana hanya sebagian kecil UMKM yang mampu mengalami peningkatan usaha atau mencapai tingkat keberhasilan yang signifikan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar UMKM masih memerlukan dukungan dan strategi pengembangan yang tepat agar dapat tumbuh dan berkembang secara berkelanjutan.

Kondisi perekonomian di Tasikmalaya didukung oleh berbagai sektor, seperti perdagangan, industri kecil dan menengah, pertanian, serta jasa. Aktivitas ekonomi masyarakat cukup dinamis karena banyaknya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kerajinan, kuliner, dan perdagangan. UMKM menjadi salah satu penggerak utama ekonomi daerah karena mampu menyerap tenaga kerja dan menciptakan peluang usaha bagi masyarakat.

Tasikmalaya juga dikenal sebagai salah satu daerah yang memiliki kekayaan produk kerajinan tradisional dan industri kreatif yang kuat. Beberapa produk unggulan daerah yang telah dikenal luas antara lain Bordir Tasikmalaya, Kelom Geulis, Payung Geulis, serta berbagai produk kerajinan bambu dan anyaman. Produk-produk tersebut tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai budaya dan kearifan lokal yang menjadi identitas daerah. Selain kerajinan, sektor kuliner dan pariwisata juga memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan. Jika potensi-potensi tersebut dikelola dengan baik melalui inovasi produk, peningkatan kualitas sumber daya manusia, serta pemanfaatan teknologi digital dalam pemasaran, maka industri kreatif di Tasikmalaya dapat berkembang lebih pesat dan memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian daerah.

Namun demikian, perkembangan ekonomi daerah masih menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses permodalan, rendahnya pemanfaatan teknologi digital, serta keterbatasan akses pasar yang lebih luas. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini difokuskan pada beberapa pertanyaan penting, yaitu mengenai potensi bisnis lokal unggulan yang dimiliki Tasikmalaya, kontribusinya terhadap perekonomian daerah, serta tantangan dan peluang dalam pengembangannya. Pertanyaan-pertanyaan tersebut menjadi dasar dalam menganalisis kondisi industri kreatif Tasikmalaya secara lebih mendalam.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori UMKM

UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam menggerakkan perekonomian, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi tingkat kemiskinan (Nursalim et al., 2023). UMKM adalah usaha produktif milik perorangan atau badan usaha yang memenuhi kriteria tertentu sebagaimana diatur dalam undang-undang tersebut. UMKM dibagi menjadi tiga kategori, yaitu usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah. Usaha mikro merupakan usaha produktif milik perorangan dengan skala usaha yang sangat kecil dan biasanya dikelola secara sederhana. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan bukan merupakan anak perusahaan dari usaha menengah atau usaha besar. Sedangkan usaha menengah merupakan usaha ekonomi produktif yang memiliki skala lebih besar dibandingkan usaha kecil, baik dari segi aset, omzet, maupun kapasitas produksi.

Kegiatan usaha yang dipraktikkan oleh setiap UMKM dimulai dari proses produksi dan proses pemasaran (S.Usniah & A.Alhifni, 2017). UMKM memiliki keunggulan dalam hal fleksibilitas usaha, kemampuan beradaptasi dengan perubahan pasar, serta perannya dalam menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. UMKM juga dipandang sebagai sektor yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah karena dapat memanfaatkan potensi lokal, menciptakan lapangan kerja, serta mendorong berkembangnya industri kreatif berbasis kearifan lokal. Oleh karena itu, pengembangan UMKM menjadi salah satu strategi penting dalam meningkatkan daya saing ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Teori Pembangunan Ekonomi Daerah

Pembangunan adalah proses pertumbuhan dan perubahan menuju kondisi yang lebih baik. Tujuan utama pembangunan adalah meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pada awalnya, pembangunan sering diartikan sebagai pertumbuhan ekonomi masyarakat. Suatu masyarakat dianggap berhasil melakukan pembangunan jika ekonominya berkembang dengan baik dan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu (Lestari et al., 2021).

Berdasarkan teori pembangunan ekonomi daerah, dijelaskan bahwa pertumbuhan suatu wilayah dipengaruhi oleh peran sektor unggulan, hubungan antarwilayah, dan pusat-pusat pertumbuhan yang menarik aktivitas ekonomi. Dalam teori basis ekonomi, pembangunan

didorong oleh sektor basis yang mengeksport barang dan jasa ke luar daerah sehingga menghasilkan arus pendapatan masuk dan menciptakan efek pengganda (*multiplier effect*) bagi sektor non-basis. Sementara itu, teori ekonomi makro-interregional menekankan pentingnya interaksi antardaerah yang terbagi menjadi daerah homogen, nodal, dan perencanaan, yang saling terhubung melalui arus ekonomi, pusat aktivitas, dan kebijakan pembangunan. Adapun teori kutub pertumbuhan menjelaskan bahwa pertumbuhan ekonomi terpusat pada lokasi tertentu yang memiliki industri unggulan (*leading industries*) sebagai penggerak utama, yang kemudian menciptakan konsentrasi kegiatan ekonomi, efek pengganda, serta penyebaran pertumbuhan (*spread effect*) ke wilayah sekitarnya (Ananda, 2017).

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor-faktor produksi yang paling utama (Wahjoedi et al., 2025). Ekonomi kreatif adalah sistem kegiatan manusia yang berhubungan dengan kreasi, produksi, distribusi, pertukaran dan konsumsi barang/jasa yang bernilai bagi para konsumen pasaran. Ekonomi kreatif/industri kreatif (*knowledge based economy*) juga diartikan sebagai pendekatan, trend, konsep dan kegiatan ekonomi dengan sumber kreativitas, inovasi, bakat, ide dan gagasan juga mengandalkan sumber daya manusia. Sedangkan ekonomi konvensional merupakan sistem perekonomian yang memberikan kebebasan secara penuh kepada setiap orang untuk melaksanakan kegiatan perekonomian. Sistem ekonomi konvensional menyatakan bahwa pemerintah bisa turut ambil bagian untuk memastikan kelancaran dan keberlangsungan kegiatan perekonomian yang berjalan, tetapi juga pemerintah tidak ikut campur dalam ekonomi (Hakim et al., 2023).

Konsep Keunggulan Kompetitif Daerah

Berdasarkan teori keunggulan kompetitif menurut Michael Porter, daya saing suatu daerah ditentukan oleh kemampuannya menciptakan nilai ekonomi yang lebih tinggi melalui potensi unggulan dan sinergi antar sektor. Daya tarik daerah juga dipengaruhi oleh kondisi persaingan yang mencakup lima faktor persaingan: masuknya pendatang baru, ancaman produk substitusi, daya tawar pembeli, daya tawar pemasok, dan persaingan di antara peserta pesaing yang ada (Atmodjo et al., 2025).

Dalam teori keunggulan kompetitif ditekankan bahwa keberhasilan suatu daerah atau perusahaan ditentukan oleh kemampuannya menciptakan nilai lebih dibandingkan dengan pesaing secara berkelanjutan. Keunggulan ini dapat dicapai melalui strategi *cost leadership* (efisiensi biaya) atau *differentiation* (keunikan produk), serta dengan mengoptimalkan setiap aktivitas dalam rantai nilai (*value chain*). Selain faktor internal, suatu daerah atau perusahaan juga perlu memahami kondisi eksternal melalui model *Five Forces* untuk menghadapi persaingan industri. Pada tingkat yang lebih luas, konsep ini juga berlaku bagi daya saing daerah atau negara melalui Porter's Diamond, yang menyoroti pentingnya sumber daya, permintaan, industri pendukung, dan persaingan domestik. Dalam perkembangannya, keunggulan kompetitif bersifat dinamis dan semakin dipengaruhi oleh inovasi, digitalisasi, keberlanjutan, serta pemanfaatan sumber daya unik (*Resource-Based View*) yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan, sehingga dapat menjadi dasar strategi untuk bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang terus berubah. Prinsip keunggulan kompetitif bisa diterapkan pada sektor publik. Pemerintah suatu daerah dapat menggunakan pendekatan ini untuk meningkatkan daya tarik investasi, memperkuat ekonomi lokal, dan menciptakan lapangan pekerjaan (Maulana et al., 2024).

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena pengembangan industri kreatif di Tasikmalaya, termasuk potensi, tantangan, serta strategi optimalisasi yang dapat dilakukan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data

sekunder, yaitu data yang diperoleh dari studi literatur berupa jurnal ilmiah, buku, dan laporan penelitian lainnya yang relevan dengan topik penelitian.

Gambaran Umum Potensi Bisnis Lokal Tasikmalaya Industri Kerajinan Bordir Tasikmalaya

Seni bordir pertama kali di Byzantium pada tahun 330 M dan merupakan hiasan benang pada kain. Awalnya, bordir dibuat dengan jarum, benang, mesin jahit, dan pembedangan, lalu berkembang dengan mesin juki hingga kini menggunakan teknologi komputer. Di Kota Tasikmalaya, industri bordir mulai dirintis sejak 1925 dan menjadi sumber tambahan pendapatan masyarakat selain bertani. Seni bordir masuk ke Tasikmalaya melalui pengaruh budaya Tionghoa. Perintis bordir Tasikmalaya adalah Ibu Umayah. Setelah bekerja di perusahaan Singer Amerika dan menguasai teknik bordir, ia membuka usaha di Desa Tanjung Kawalu. Dalam 50 tahun, usaha bordir berkembang pesat, dari pakaian wanita hingga kerudung, kebaya, mukena, sprei, taplak meja, baju koko, kopiah, dan busana sehari-hari (Supriadi et al., 2018).

Pasar bordir Tasikmalaya tidak hanya mencakup pasar nasional, tetapi juga internasional. Industri ini menyerap lebih dari 31 ribu tenaga kerja melalui ribuan unit usaha, sehingga menjadi salah satu komoditas unggulan daerah sekaligus daya tarik wisata. Pemasaran dalam negeri tersebar di berbagai kota besar di Indonesia, sedangkan pasar luar negeri mencakup negara-negara Asia Tenggara, Timur Tengah, Australia, Eropa, dan Amerika. Keunggulan bordir Tasikmalaya terletak pada harga yang terjangkau dengan kualitas yang baik. Sentra industri bordir tersebar di 24 desa dan 12 kecamatan, dengan pusat utamanya di Kecamatan Kawalu yang memiliki lebih dari 1.500 unit usaha dan menyerap lebih dari 16 ribu tenaga kerja (Sofyan et al., 2019).

Kerajinan Anyaman

Kerajinan anyaman bambu merupakan salah satu hasil unggulan daerah di Tasikmalaya, Jawa Barat. Produk yang dihasilkan beragam, mulai dari tikar, keranjang, hingga hiasan dinding. Setiap motif anyaman mengandung nilai filosofis yang mencerminkan kesederhanaan, keseimbangan, dan keharmonisan hidup, sejalan dengan budaya masyarakat Sunda. Selain dipasarkan secara lokal, kerajinan anyaman bambu Tasikmalaya juga banyak diminati wisatawan sebagai oleh-oleh, sehingga turut mendukung perekonomian masyarakat setempat (Lubis et al., 2024).

Salah satu jenis kerajinan anyaman yang memiliki potensi bisnis lokal besar di Kabupaten Tasikmalaya, yaitu kerajinan anyaman mendong. Bentuk kerajinan mendong ini adalah kerajinan anyaman yang menggunakan bahan baku tanaman mendong yang dikreasikan menjadi sebuah anyaman yang bernilai tinggi (Ardiansyah et al., 2021). Kerajinan anyaman ini memiliki potensi bisnis lokal yang besar karena didukung oleh peluang pasar yang luas, penjualan skala besar, dukungan pemerintah, dan kepercayaan pelanggan. Dari sisi internal, usaha ini juga kuat karena memiliki tenaga kerja terampil, bahan baku yang mudah diperoleh, peralatan memadai, dan lokasi strategis. Meski beberapa masih menghadapi kendala seperti pemasaran digital yang belum optimal dan variasi motif yang terbatas. Jika usaha ini didukung inovasi dan strategi pemasaran yang tepat, kerajinan ini berpotensi menjadi usaha unggulan (Miati & Setiawan, 2022).

Payung Geulis

Sebagai ikon khas Tasikmalaya, Payung Geulis tidak hanya bernilai seni tinggi melalui motif lukis tradisional dan bahan alami, tetapi juga memiliki daya tarik pasar sebagai souvenir, dekorasi, perlengkapan acara adat, hingga produk wisata budaya. Payung Geulis merupakan warisan kearifan lokal yang memiliki nilai kultural, ekonomis, dan estetis tinggi, sehingga berpotensi menjadi produk unggulan daerah (Sofyan et al., 2018).

Industri Kelom Geulis

Kelom geulis berasal dari kata “kelompen” (Belanda) yang berarti sandal kayu dan “geulis” (Sunda) yang berarti cantik, sehingga bermakna sandal kayu yang indah. Kerajinan ini dibuat secara manual menggunakan alat sederhana, dengan bahan utama kayu seperti mahoni atau albasia. Prosesnya meliputi pemotongan, pembentukan, penghalusan, pengeringan, hingga pemberian hiasan ukiran atau lukisan agar tampil lebih menarik. Umumnya, sandal kelom geulis ini diberi motif-motif bunga di dalamnya (Aprily et al., 2024).

Sandal berbahan kayu ini identik dengan Tasikmalaya dan menjadi ciri khas kerajinan daerah tersebut. Meskipun saat ini kelom geulis mulai mengalami penurunan produksi karena proses pembuatannya yang cukup rumit, berkurangnya regenerasi pengrajin, serta menurunnya permintaan pasar secara signifikan, pada masa lalunya, kelom geulis ini sangat populer dengan diproduksi dan diperkenalkan ke seluruh penjuru daerah, bahkan mancanegara sehingga memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat (Annisa et al., 2022).

Sektor Kuliner Khas Tasikmalaya

Tasikmalaya memiliki peluang yang sangat besar dalam sektor kuliner, baik dari makanan tradisional maupun inovasi olahan modern yang diminati oleh berbagai lapisan masyarakat. Kuliner khas seperti nasi tutug oncom, opak, serta produk berbasis bahan pangan lokal lainnya telah dikenal tidak hanya di pasar dalam negeri, tetapi juga hingga ke mancanegara. Selain itu, banyaknya pusat kuliner populer yang ramai dikunjungi menunjukkan bahwa Tasikmalaya memiliki keberagaman kuliner yang kaya dan variatif (Alawiah et al., 2024).

Di berbagai daerah terdapat UMKM dan setiap daerah memiliki potensinya masing-masing. Salah satu subsektor unggulan di Kota Tasikmalaya adalah bidang kuliner (Rizki et al., 2024). Perkembangan industri kuliner di Kota Tasikmalaya semakin pesat seiring meningkatnya perkembangan teknologi. Sehingga keunggulan bersaing UMKM kuliner di Tasikmalaya cukup baik, terutama jika didukung oleh kemampuan pelaku usaha dalam berinteraksi dengan konsumen (Rosyadia & Ramadhani, 2020). Dengan demikian, sektor ini memiliki daya tahan dan peluang berkembang yang tinggi.

Potensi Wisata Pendukung Ekonomi Lokal

Kabupaten Tasikmalaya memiliki berbagai macam wisata yang dapat dijadikan sebagai penarik untuk wisatawan berkunjung. Salah satunya adalah wisata alam yaitu di desa guranteng, kecamatan pagerageung. Desa Guranteng memiliki beberapa kawasan wisata alam diantaranya yaitu wisata alam Pasir Kirisik dan wisata alam Parung. Wisata alam yang ada di desa guranteng ini memiliki potensi dan menarik untuk dikunjungi serta adanya kelengkapan sarana prasarana dan fasilitas dari masing-masing tempat wisata tersebut (Syarifah, 2023). Adapun di wilayah selatan Kabupaten Tasikmalaya, terdapat banyak pantai dengan potensi wisata yang tinggi seperti pantai Sindangkerta, pantai Kawangtawulan, serta pantai Pamayang. Dilihat dari aspek daya tarik, aksesibilitas serta fasilitas terhadap tiga wisata pantai ini sangat potensial untuk dikembangkan (Winoto et al., 2022).

Selain wisata alam dan wisata pantai, terdapat wisata berbasis masyarakat juga yang berpotensi untuk berkembang. Salah satunya yaitu wisata Situ Cilangla di Desa Raksasari, Kecamatan Taraju, Kabupaten Tasikmalaya. Wisata ini termasuk objek wisata yang langka dengan biaya masuknya gratis, sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan dan diminati serta dikenal luas oleh masyarakat (Rosita et al., 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kontribusi terhadap PDRB

Industri kreatif memiliki kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Tasikmalaya. Sektor kerajinan, kuliner, dan pariwisata yang merupakan tulang punggung industri kreatif daerah berkontribusi pada pertumbuhan sektor perdagangan dan industri pengolahan dalam struktur PDRB. Industri bordir Tasikmalaya yang menyerap lebih dari 31 ribu tenaga kerja mengindikasikan besarnya perputaran uang dan nilai tambah yang dihasilkan sektor ini bagi perekonomian lokal.

Berdasarkan teori basis ekonomi, industri kreatif Tasikmalaya khususnya produk ekspor seperti bordir, anyaman mendong, dan Payung Geulis berperan sebagai sektor basis yang mendatangkan arus pendapatan dari luar daerah. Efek pengganda (*multiplier effect*) dari sektor basis ini kemudian mendorong pertumbuhan sektor non-basis seperti perdagangan, transportasi, dan jasa, sehingga secara keseluruhan meningkatkan aktivitas ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Tasikmalaya. Pengembangan industri kreatif yang berkelanjutan akan semakin memperbesar kontribusinya terhadap PDRB dan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang inklusif.

Tantangan Transformasi Digital

Transformasi digital merupakan salah satu tantangan terbesar sekaligus peluang terbesar bagi industri kreatif Tasikmalaya. Di era digital saat ini, kemampuan memanfaatkan platform *e-commerce*, media sosial, dan teknologi digital dalam proses produksi dan pemasaran menjadi faktor penentu daya saing usaha. Namun, kenyataan di lapangan menunjukkan bahwa banyak pelaku industri kreatif Tasikmalaya yang belum optimal dalam memanfaatkan teknologi digital, terutama yang berkaitan dengan pemasaran *online* dan manajemen usaha berbasis digital.

Tantangan utama dalam transformasi digital mencakup terbatasnya literasi digital di kalangan pelaku usaha tradisional, infrastruktur teknologi yang belum merata, serta biaya adopsi teknologi yang masih dianggap mahal oleh pelaku UMKM. Di sisi lain, generasi muda Tasikmalaya yang melek digital berpotensi menjadi agen perubahan yang mendorong adopsi teknologi dalam industri kreatif. Program *edupreneurship 5.0* yang menghubungkan dunia pendidikan dengan dunia usaha kreatif berbasis digital perlu diperkuat agar proses transfer pengetahuan digital kepada pelaku industri kreatif dapat berjalan lebih efektif dan terstruktur. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan pelaku usaha menjadi kunci keberhasilan transformasi digital industri kreatif di Tasikmalaya.

Strategi Pengembangan Berbasis Ekonomi Syariah

Tasikmalaya dikenal sebagai daerah dengan nilai-nilai keislaman yang kuat dalam kehidupan sosial dan ekonomi masyarakatnya. Pendekatan ekonomi syariah dalam pengembangan industri kreatif dapat menjadi diferensiasi sekaligus nilai tambah bagi produk-produk kreatif Tasikmalaya, terutama dalam menghadapi pasar Muslim global (*halal market*) yang terus berkembang pesat.

Strategi pengembangan berbasis ekonomi syariah mencakup beberapa aspek penting. Pertama, penguatan akses permodalan melalui lembaga keuangan syariah seperti BMT (*Baitul Maal wa Tamwil*), koperasi syariah, dan bank syariah yang dapat memberikan pembiayaan tanpa riba kepada pelaku UMKM industri kreatif. Kedua, pengembangan produk-produk kreatif bersertifikasi halal yang dapat membuka akses ke pasar Muslim global, termasuk produk kuliner, pakaian, dan aksesoris. Ketiga, penerapan prinsip kejujuran, keadilan, dan keberlanjutan dalam seluruh rantai produksi dan distribusi produk kreatif. Keempat, pengembangan ekosistem wirausaha syariah yang mengedepankan nilai-nilai amanah, *ta'awun* (tolong-menolong), dan *mashlahah* (kemaslahatan umum) sebagai landasan operasional usaha. Dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam pengembangan industri kreatif, Tasikmalaya berpotensi menjadi pusat industri kreatif berbasis halal yang dikenal tidak hanya di tingkat nasional tetapi juga internasional.

Analisis SWOT

Industri kreatif Tasikmalaya memiliki kekuatan yang bertumpu pada kekayaan budaya lokal yang telah terinstitusionalisasi dalam berbagai produk unggulan seperti bordir, Kelom Geulis, Payung Geulis, dan anyaman mendong. Keunikan ini bukan hanya menciptakan diferensiasi produk, tetapi juga menjadi sumber keunggulan kompetitif yang relatif sulit direplikasi oleh daerah lain. Ketersediaan tenaga kerja terampil dalam jumlah besar, khususnya di sentra produksi seperti Kecamatan Kawalu, memperkuat kapasitas produksi sekaligus menjaga keberlanjutan keterampilan tradisional. Dukungan pemerintah daerah melalui program pemberdayaan UMKM turut memberikan stimulus terhadap penguatan kapasitas pelaku usaha, sementara keberagaman subsektor kreatif membentuk ekosistem ekonomi yang saling menopang (Mulyani et al., 2020).

Namun demikian, kekuatan tersebut belum sepenuhnya diimbangi oleh kesiapan internal pelaku industri. Rendahnya adopsi teknologi digital menunjukkan adanya kesenjangan transformasi, yang berdampak pada terbatasnya jangkauan pasar dan efisiensi produksi. Keterbatasan akses permodalan juga menghambat ekspansi usaha dan inovasi produk. Di sisi lain, persoalan regenerasi pengrajin mengindikasikan adanya disrupsi dalam transmisi keterampilan tradisional, yang jika tidak ditangani dapat mengancam keberlanjutan industri. Kelemahan dalam manajemen usaha serta minimnya diversifikasi desain menunjukkan bahwa sebagian pelaku industri masih berorientasi pada produksi, belum sepenuhnya berbasis pasar (Darusman, 2016).

Di tengah keterbatasan tersebut, peluang pengembangan industri kreatif Tasikmalaya tetap terbuka luas. Tren global yang mengarah pada apresiasi terhadap produk berbasis kearifan lokal dan keberlanjutan memberikan ruang ekspansi ke pasar internasional. Digitalisasi melalui e-commerce dan media sosial menghadirkan peluang akselerasi pemasaran dengan biaya yang relatif lebih efisien. Sektor pariwisata juga berpotensi menjadi katalis permintaan produk lokal, terutama dalam konteks ekonomi berbasis pengalaman. Selain itu, kolaborasi dengan perguruan tinggi dan lembaga riset dapat menjadi instrumen strategis untuk mendorong inovasi desain dan teknologi produksi, sementara kebijakan pemerintah yang pro terhadap ekonomi kreatif memperkuat iklim pengembangan sektor ini (Novita et al., 2021).

Di sisi lain, industri kreatif Tasikmalaya dihadapkan pada sejumlah ancaman struktural. Persaingan dengan produk impor berbiaya rendah menciptakan tekanan harga yang signifikan terhadap produk lokal. Perubahan preferensi konsumen yang cepat di era digital menuntut kemampuan adaptasi yang tinggi, yang tidak selalu diimbangi oleh kapasitas pelaku usaha. Ketergantungan pada bahan baku alam juga menimbulkan kerentanan terhadap fluktuasi harga. Ancaman yang lebih mendasar adalah potensi hilangnya keterampilan tradisional akibat lemahnya regenerasi, yang dapat menggerus identitas industri itu sendiri. Selain itu, ketidakpastian regulasi turut menciptakan risiko dalam perencanaan usaha jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tidak hanya adaptif, tetapi juga transformatif agar industri kreatif Tasikmalaya mampu bertahan dan berkembang secara berkelanjutan (Jamaludin et al., 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa industri kreatif Tasikmalaya memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan menjadi motor penggerak perekonomian daerah yang tangguh dan berkelanjutan. Keberagaman produk unggulan seperti Bordir Tasikmalaya, Kelom Geulis, Payung Geulis, kerajinan anyaman mendong, kuliner tradisional, serta potensi wisata alam dan budaya merupakan aset strategis yang perlu dikelola dengan strategi yang tepat dan komprehensif.

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kekuatan utama industri kreatif Tasikmalaya terletak pada kekayaan budaya lokal, ketersediaan tenaga kerja terampil, dan keberagaman sektor kreatif. Namun, potensi tersebut masih terhambat oleh kelemahan dalam adopsi teknologi digital, keterbatasan akses permodalan, dan lemahnya regenerasi pengrajin. Peluang berupa meningkatnya permintaan produk berbasis kearifan lokal di pasar global dan perkembangan platform digital perlu dimanfaatkan secara optimal, sementara ancaman dari produk impor murah dan perubahan selera konsumen harus diantisipasi dengan strategi inovasi yang berkelanjutan.

Strategi optimalisasi yang direkomendasikan meliputi:

1. penguatan inovasi produk berbasis kearifan lokal yang memadukan nilai tradisional dengan desain kontemporer
2. percepatan transformasi digital melalui pemanfaatan platform e-commerce dan media sosial untuk perluasan pasar
3. peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan manajemen usaha, keterampilan digital, dan pengembangan kewirausahaan
4. penguatan sinergi triple helix antara pemerintah, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan untuk menciptakan ekosistem industri kreatif yang kondusif
5. pengembangan model bisnis berbasis ekonomi syariah untuk membuka akses pasar halal global.

Implementasi strategi-strategi tersebut secara terpadu dan konsisten diharapkan mampu meningkatkan nilai tambah produk kreatif Tasikmalaya, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan penyerapan tenaga kerja, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang inklusif, berdaya saing, dan berkelanjutan. Komitmen bersama dari seluruh pemangku kepentingan menjadi kunci utama keberhasilan pengembangan industri kreatif sebagai pilar perekonomian Tasikmalaya di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alawiah, E., Sianturi, R., Anisa, I. S., Rachmani, N. N., & Elsakira, L. (2024). Edupreneurship 5.0: Kuliner Tasikmalaya untuk Generasi Digital. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 1(6), 64–75.
- Ananda, C. F. (2017). *Pembangunan Ekonomi Daerah: Dinamika dan Strategi Pembangunan*. UB Press.
- Annisa, N., Hadiprawiro, Y., & Amzy, N. (2022). Konsep Film Dokumenter “Kelom Geulis” sebagai Identitas Kerajinan Khas Kota Tasikmalaya. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni Dan Budaya*, 4(2), 163–170.
- Aprily, N. M., Rahmah, F., Wulansari, A., & Hanurawati, P. C. (2024). Pengenalan Kearifan Lokal Pada Anak Usia Dini : Kelom Geulis di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Cahaya Paud*, 6(1).
- Ardiansyah, Y., Primawati, Y., & Noormansyah, Z. (2021). Profil Usaha dan Strategi Bisnis Kerajinan Mendong Kelurahan Singkup Kecamatan Purbaratu Kota Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa AGROINFO GALUH*, 8(1), 265–275.
- Atmodjo, S. S., Tjandra, D. S., Hardana, A., Kutoyo, M. S., Hidayat, W., Siradjuddin, I., Hiromi, R., Hardinto, A. A., Alwan, Syahrir, E. A., Sili, M. A. R., Haji, S., Pada, S. A., Aribowo, W. G., & Gunawan, Y. (2025). *Ekonomi Regional* (S. SastroAtmodjo (ed.)). CV Eureka Media Aksara.
- Darusman, Y. (2016). Kearifan Lokal Kerajinan Bordir Tasikmalaya Sebagai Ekonomi Kreatif Terbuka untuk Modern. *JNE: Journal of Nonformal Education*, 2(2).
- Hakim, A. L., Sjahruddin, H., Suhendi, D., & Dkk. (2023). *Ekonomi Kreatif: Dari Ide Menjadi Uang*. CV. Adanu Abimata.
- Jamaludin, J., Widia, E., & Hermawan, I. (2022). Pengembangan dan Inovasi Desain Berbasis Bambu di Desa Mandalagiri Leuwisari Tasikmalaya. *REKA KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 80–88.
- Lestari, N., Pasha, P. A., Oktapianti, M., & Oktariani, N. (2021). *Teori pembangunan ekonomi*. 2(2), 113–128.
- Lubis, T. A., Firmansyah, Masriani, I., Sari, N., Yohanes, R. A., & Ningsih, M. (2024). *Menggali Potensi Desa Wisata: Seni dan Kerajinan Tradisional sebagai Penggerak Ekonomi*. PT Adab Indonesia.
- Maulana, H., Hafifah, D., Agustin, A. P., & Sanjaya, V. F. (2024). Menggali Keunggulan Kompetitif UMKM, Analisis SWOT dan Implikasi Strategis pada Kota Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(2), 198–204.
- Miati, I., & Setiawan, R. (2022). Strategi Bersaing pada Sentra Industri Anyaman Mendong di Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 9(3), 1708–1720.
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Ratningsih. (2020). Peran Pengembangan Pemasaran untuk Strategi Bisnis Bordir dalam Memajukan Pariwisata di Kawalu Tasikmalaya. *Jurnal Nusantara (Jurnal Ilmiah Pariwisata Dan Perhotelan)*, 3(2), 21–30.
- Novita, E., Utami, S. B., & Karlina, N. (2021). Kapasitas Organisasi Dinas Koperasi , UMKM , Perindustrian , dan Perdagangan Kota Tasikmalaya dalam Mengembangkan Sentra Industri Kreatif Payung Geulis di Kota Tasikmalaya. *Jurnal Administrasi Negara*, 13(1), 115–121.
- Nursalim, A., Chatra, A., Krishernawan, I., Mas’ud, M. I., & Sugianto, E. (2023). Peningkatan Kapasitas UMKM melalui Program Pelatihan Manajemen dan Pemasaran. *Communnity Development Journal*, 4(6), 11328–11332.
- Rizki, S. Z., Sarihati, T., & Wismoyo, E. A. (2024). Perancangan Interior Inkubator Bisnis Kuliner Di Kota Tasikmalaya Dengan Pendekatan Visual Merchandising. *KALATANDA: Jurnal Desain Grafis Dan Media Kreatif*, 6(1), 36–41.
- Rosita, M., Nadita, M., Alfariji, A., & Rahayu, A. T. (2025). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Wisata Situ Cilangla, Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(5).
- Rosyadia, A., & Ramadhani, I. (2020). Urgensi Interpersonal Skill dalam Menciptakan Keunggulan Bersaing UMKM Kuliner di Kota Tasikmalaya. *WELFARE: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 1(2).
- S.Usniah, & A.Alhifni. (2017). Karakteristik Enterpreneur Syariah pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Bogor. *Jurnal Syarikah*, 3(1).
- Sofyan, A. N., Sofi, K., Sutirman, M., & Suganda, D. (2018). Kerajinan Payung Geulis sebagai Kearifan

- Lokal Tasikmalaya. *Panggung*, 28(4).
- Sofyan, A. N., Sofianto, K., Sutirman, M., & Suganda, D. (2019). Seni Bordir Tasikmalaya dalam Konstelasi Estetik dan Identitas. *Patanjala*, 11(1). <https://doi.org/10.30959/patanjala.v11i1.476>
- Supriadi, A., Rustandi, A., Komarlina, D. H. L., & Ardiani, G. T. (2018). *Analytical Hierarchy Process (AHP) Teknik Penentuan Strategi Daya Saing Kerajinan Bordir*. Grup Penerbitan CV Budi Utama.
- Syarifah, S. N. (2023). Potensi Wisata Alam di Desa Guranteng Kecamatan Pagerageung Kabupaten Tasikmalaya. *GEODUCATION: Journal of Geography Education Universitas Siliwangi*, 4(1), 33–38.
- Wahjoedi, Wardoyo, C., Maizuari, A., Salsabila, A. A., Sholikhah, A. M., Rahmayanti, D. A., Sari, D. I., Surya, E. P., Ela Wulandari, Rosiyana, E., Nuraini, F., Rafandi, H., Khotimah, H., Ningrum, L. A., Pribawani, M. R., Udayani, M. A., Hesti, M. S., Kurniawan, R. A. D., Rosyida, ... Mufahharoh. (2025). *Menuju Perekonomian Indonesia Berkelanjutan* (A. Marcelliantika (ed.)). Kreatifa Publishing House.
- Winoto, Y., Damayani, N. A., Husodo, T., Lies, U., & Khadijah, S. (2022). Kajian Potensi Pariwisata Pantai di Wilayah Selatan Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(3), 227–240.