

Pendampingan UMKM Kuliner Surabaya melalui Pemetaan Subsektor dan Analisis SWOT

¹Lusi Zafriana*, ²Astrid Kusumowidagdo, ³Ertien Rining Nawangsari, ⁴Arman Hakim Nasution, ⁵Anita Hakim Nasution, ⁶Rahaju Saraswati, ⁷Janet Rine Teowarang

¹Magister Hukum, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

²Industri Kreatif, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

³Administrasi Publik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia

⁴Manajemen Bisnis, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Indonesia

⁵Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Telkom University Surabaya, Indonesia

⁶Magister Lingkungan, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Indonesia.

⁷ Industri Kreatif, Universitas Ciputra Surabaya, Indonesia

Email Corresponding: lusizaf69@gmail.com*

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Industri Kreatif UMKM Kuliner Pemetaan Subsektor Analisis SWOT Surabaya	Industri kreatif memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi daerah, termasuk di Surabaya yang menunjukkan keragaman subsektor dan potensi pengembangan yang kuat. Namun, pemetaan awal mengindikasikan bahwa pelaku usaha masih menghadapi tantangan terkait legalitas, manajemen, digitalisasi, akses pembiayaan, dan ekonomi sirkular. Program pengabdian ini bertujuan untuk memetakan 17 subsektor ekonomi kreatif, menentukan subsektor prioritas, serta merumuskan strategi penguatan kapasitas berbasis analisis SWOT. Metode yang digunakan mencakup Focus Group Discussion, survei skala Likert, dan prosedur pemeringkatan subsektor. Hasil pemetaan menunjukkan bahwa subsektor kuliner memiliki tingkat kesiapan tertinggi dan berada pada kuadran Strength–Opportunity, sehingga memiliki peluang pertumbuhan yang kuat. Pendampingan yang dilakukan meningkatkan pemahaman mitra mengenai legalitas usaha, digitalisasi, dan manajemen bisnis. Luaran program berupa dashboard digital pemetaan subsektor yang dapat digunakan sebagai alat pemantauan dan pengambilan keputusan. Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kapasitas UMKM kuliner Surabaya serta menyediakan model pemetaan subsektor yang dapat direplikasi pada wilayah lain.
Keywords: Creative Industry Culinary MSMEs Subsector Mapping SWOT Analysis Surabaya	The creative economy plays a pivotal role in regional development, particularly in Surabaya, where a diverse range of subsectors demonstrates strong potential for sustainable growth. Nevertheless, preliminary assessments reveal persistent structural and operational challenges among creative industry actors, including shortcomings in business legality, managerial capacity, digital adoption, financial access, and circular economy practices. This community engagement program seeks to map all 17 creative economy subsectors in Surabaya, identify priority subsectors through a data-driven ranking procedure, and develop capacity-building strategies using a SWOT-based analytical framework. The methodological approach integrates Focus Group Discussions, Likert-scale surveys, and a weighted scoring model to ensure an objective comparison across subsectors. The findings indicate that the culinary subsector demonstrates the highest level of readiness and is positioned within the Strength–Opportunity quadrant, suggesting a robust internal capacity to capitalize on external opportunities. The program enhanced participants’ competencies in business legality, digitalization, and managerial practices, and produced a digital dashboard to serve as a decision-support tool for stakeholders. Overall, this initiative provides empirical evidence for strengthening the competitiveness of Surabaya’s culinary MSMEs and offers a replicable model for creative-economy mapping that can be applied in other regions.

This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



I. PENDAHULUAN

Industri kreatif telah menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi modern dengan kontribusi signifikan terhadap penciptaan nilai tambah, inovasi, dan penciptaan lapangan kerja (Howkins, 2001); (UNCTAD, 2008); (UNESCO, 2013). Dinamika global menunjukkan, ekonomi berbasis kreativitas dan talenta sumber daya manusia mendorong peningkatan daya saing dan pembangunan berkelanjutan (Florida, 2005). Di Indonesia, potensi tersebut diperkuat oleh dukungan kebijakan pemerintah dan tren pemulihan ekonomi pascapandemi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020); (Fadilla et al., 2024).

Sebagai kota metropolitan kedua, Surabaya menunjukkan perkembangan signifikan pada berbagai subsektor industri kreatif, khususnya kuliner, kriya, desain, dan seni media. Pemerintah daerah berperan aktif melalui penyediaan ruang kreatif, pelatihan, dan penguatan kolaborasi multipihak dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif (Pemerintah Kota Surabaya, 2023). Kajian terdahulu menegaskan bahwa peningkatan kapasitas sumber daya manusia, inovasi, dan kolaborasi Penta Helix merupakan faktor kunci dalam memperkuat daya saing pelaku ekonomi kreatif Surabaya (Sukarno et al., 2020); (Medlimo, 2022); (Habibie & Sari, 2023). Perubahan perilaku konsumen dan percepatan digitalisasi juga menuntut adaptasi pelaku usaha melalui inovasi produk, literasi digital, dan penguatan strategi bisnis (Che Arshad & Irijanto, 2023), sehingga pemetaan subsektor kreatif menjadi penting untuk mendukung perumusan kebijakan daerah dan pembangunan berkelanjutan (Supradono et al., 2024).

Namun, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang telah dilaksanakan sebelumnya masih bersifat sektoral, seperti pelatihan digital marketing, pendampingan legalitas UMKM, atau pelatihan manajerial pada subsektor tertentu. PkM tersebut belum menghasilkan pemetaan terukur terhadap seluruh 17 subsektor ekonomi kreatif Kota Surabaya. Selain itu, belum terdapat PkM yang menggabungkan pendekatan kuantitatif komprehensif dengan metode *ranking procedure* dan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT) untuk menentukan subsektor prioritas secara objektif. Kajian terdahulu masih bersifat deskriptif dan belum menggambarkan tingkat kesiapan subsektor secara sistematis dan berbasis data.

Berdasarkan kondisi tersebut, terdapat tiga gap utama yang melatarbelakangi kegiatan ini, yakni belum tersedianya pemetaan komprehensif terhadap seluruh 17 subsektor ekonomi kreatif Surabaya secara simultan, belum adanya model PkM berbasis pemeringkatan kuantitatif, serta belum terintegrasinya analisis SWOT dalam perumusan strategi penguatan subsektor unggulan. Oleh karena itu, kegiatan PkM ini menawarkan pemetaan subsektor berbasis survei kuantitatif, pemeringkatan subsektor prioritas, dan analisis SWOT untuk merumuskan strategi penguatan subsektor unggulan. Pendekatan ini diharapkan berhasil memberikan kontribusi yang lebih terukur melalui visualisasi pemetaan subsektor, profil kesiapan usaha, dan rekomendasi strategis berbasis bukti bagi pengembangan ekosistem industri kreatif yang berkelanjutan.

II. MASALAH



Gambar 1. Lusi Zafriana, sebagai Narasumber pada Kegiatan Focus Group Discussion (FGD) Ekosistem Ekonomi Kreatif Surabaya di Koridor *Coworking Space*

Kota Surabaya memiliki potensi besar dalam pengembangan industri kreatif, ditandai oleh keragaman subsektor dukungan kebijakan pemerintah. Namun, hasil pemetaan lapangan menunjukkan bahwa pelaku usaha kreatif masih menghadapi permasalahan struktural dan operasional yang berdampak pada daya saing,

akselerasi digital, dan keberlanjutan usaha.

Permasalahan utama meliputi perbedaan tingkat kesiapan usaha antar subsektor, khususnya terkait legalitas usaha, kapasitas manajerial, dan akses pembiayaan, di mana sebagian pelaku belum memiliki badan usaha formal. Selain itu, masih terdapat kesenjangan literasi digital dalam pemanfaatan teknologi untuk pemasaran dan operasional, keterbatasan kompetensi teknis pada subsektor produktif, terbatasnya dukungan ekosistem seperti inkubasi dan pendampingan berkelanjutan, serta belum optimalnya penerapan prinsip ekonomi sirkular dalam efisiensi sumber daya dan pengelolaan dampak lingkungan.

Kondisi di atas mengindikasikan perlunya intervensi akademik melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat berbasis pemetaan data, pendampingan literasi digital dan manajemen usaha, serta penentuan subsektor prioritas melalui *evidence-based decision making*, guna mendukung penguatan ekosistem industri kreatif Surabaya secara inklusif dan berkelanjutan.

III. METODE

Pelaksanaan PkM ini menggunakan pendekatan *Community-Based Research (CBR)* dan *participatory action* sebagai dasar pelibatan aktif pelaku usaha kreatif dalam proses pemetaan dan perumusan strategi. Pendekatan dipilih karena sesuai dengan karakter PkM yang menekankan kolaborasi, partisipasi komunitas, dan solusi aplikatif bagi mitra UMKM. Melalui metode ini, kegiatan tidak hanya menghasilkan analisis berbasis data, tetapi juga memberikan intervensi langsung berupa pendampingan manajerial, literasi digital, dan penguatan kapasitas usaha.

Pengumpulan data dilakukan melalui *Focus Group Discussion (FGD)* yang melibatkan pelaku industri kreatif, akademisi, serta perwakilan Dinas Kebudayaan, Kepemudaan, dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya. FGD berfungsi untuk menggali dinamika ekosistem ekonomi kreatif, memvalidasi temuan lapangan, dan mengidentifikasi kebutuhan pendampingan, sekaligus memperkuat kolaborasi multipihak dalam pengembangan subsektor prioritas.

Pendekatan kuantitatif dan kualitatif digunakan untuk memetakan subsektor ekonomi kreatif dan menentukan subsektor unggulan. Data kuantitatif diperoleh melalui kuesioner skala Likert kepada pelaku usaha, sedangkan data kualitatif diperoleh dari FGD dan studi literatur. Penentuan subsektor prioritas dilakukan menggunakan *ranking procedure* berdasarkan nilai mean, median, dan *weighted average* untuk memastikan objektivitas pemeringkatan, sebagaimana direkomendasikan dalam kajian pemetaan subsektor kreatif berbasis data (Abdurachman et al., 2024; Bustamante Duarte et al., 2024).

Subsektor dengan peringkat tertinggi selanjutnya dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya, mengacu pada pendekatan pemetaan industri kreatif di berbagai wilayah Indonesia (Lokantara et al., 2022). Hasil analisis digunakan sebagai dasar penyusunan strategi penguatan subsektor unggulan.

Sebagai tindak lanjut, kegiatan ini dilengkapi dengan pendampingan manajemen usaha, literasi digital, dan pemahaman legalitas usaha yang disesuaikan dengan hasil pemetaan. Rekomendasi strategi disusun bersama mitra agar dapat diimplementasikan secara praktis, serta divisualisasikan dalam bentuk dashboard pemetaan subsektor sebagai luaran implementatif kegiatan PkM

Pendekatan metode ini memungkinkan penilaian komprehensif berbasis data empiris untuk mendukung penguatan ekosistem industri kreatif secara terukur di Kota Surabaya. Pendekatan dilakukan secara terstruktur untuk memastikan bahwa kegiatan PkM menghasilkan nilai tambah bukan hanya berupa pemetaan subsektor, namun juga berupa peningkatan kapasitas pelaku usaha melalui solusi aplikatif yang dapat langsung diimplementasikan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan *community-based research* dengan mengombinasikan *Focus Group Discussion (FGD)* dan survei terstruktur terhadap pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) pada 17 subsektor ekonomi kreatif di Kota Surabaya. FGD digunakan untuk memperoleh pemahaman kontekstual mengenai dinamika ekosistem industri kreatif dan memvalidasi temuan lapangan, sedangkan survei berbasis skala Likert digunakan untuk mengumpulkan data kuantitatif sebagai dasar pemetaan subsektor dan penentuan subsektor prioritas. Pendekatan pemetaan berbasis data ini sejalan dengan praktik pemetaan subsektor kreatif yang direkomendasikan oleh Abdurachman et al. (2024) dan Bustamante Duarte et al. (2024).

Hasil FGD menunjukkan bahwa pelaku industri kreatif Surabaya memiliki orientasi kuat terhadap inovasi produk dan pemanfaatan potensi lokal. Namun demikian, pelaku usaha masih menghadapi kendala struktural yang relatif seragam, terutama pada aspek legalitas usaha, kapasitas manajerial, pemasaran digital, dan akses pembiayaan. Transformasi digital pascapandemi membuka peluang ekspansi pasar, sebagaimana dikemukakan oleh Che Arshad dan Irijanto (2023), tetapi belum seluruh subsektor mampu memanfaatkan teknologi secara optimal. Temuan ini konsisten dengan kajian Sukarno et al. (2020) dan Medlimo (2022) yang menekankan pentingnya penguatan sumber daya manusia dan kolaborasi *Penta Helix* dalam meningkatkan daya saing industri kreatif daerah.

Pendampingan yang dilakukan melalui FGD, diseminasi data, dan penyampaian hasil pemetaan memberikan dampak langsung bagi mitra, khususnya pada subsektor kuliner sebagai subsektor prioritas. Pelaku usaha menunjukkan peningkatan pemahaman mengenai pentingnya legalitas usaha sebagai prasyarat akses pembiayaan, peningkatan kemampuan pemanfaatan platform digital untuk promosi, serta penguatan kapasitas dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha melalui instrumen SWOT. Selain itu, meningkat pula kesadaran terhadap praktik ekonomi sirkular dasar dan perluasan jejaring kolaborasi antarpelaku kreatif. Dampak pendampingan ini memperkuat temuan Susanti dan Silvia (2024) mengenai efektivitas penguatan kapasitas UMKM kreatif melalui pendekatan partisipatif.

Penilaian kesiapan subsektor ekonomi kreatif dilakukan menggunakan indikator legalitas usaha, keterampilan teknis, pola pikir kewirausahaan, akses pendanaan, literasi dan adopsi teknologi digital, kapasitas manajerial, skalabilitas usaha, serta penerapan prinsip ekonomi sirkular. Seluruh indikator dioperasionalkan dalam instrumen survei berbasis skala Likert dan diolah menggunakan *ranking procedure* berbasis nilai rata-rata tertimbang untuk memastikan objektivitas pemeringkatan subsektor, sebagaimana disarankan oleh Prajanti et al. (2023) dan Antunès (2023).

Hasil pemetaan dan pemeringkatan menunjukkan bahwa subsektor kuliner memperoleh skor kesiapan tertinggi dibandingkan subsektor lainnya, diikuti oleh subsektor arsitektur, fashion, desain interior, seni pertunjukan, dan kriya. Perbedaan jumlah responden antar subsektor dikendalikan melalui analisis terpisah antara kelompok *large sample* dan *small sample* guna menjaga validitas hasil. Seluruh hasil pemetaan dan pemeringkatan subsektor divisualisasikan dalam bentuk dashboard digital sebagai luaran kegiatan dan alat bantu pengambilan keputusan berbasis data bagi pemangku kepentingan.



Gambar 2. Dashboard Pemetaan dan Pemeringkatan Subsektor Ekonomi Kreatif Kota Surabaya (Zafriana, L., 2025)

Subsektor kuliner sebagai subsektor dengan peringkat tertinggi selanjutnya dianalisis menggunakan pendekatan SWOT untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangannya. Hasil analisis menunjukkan nilai Strength sebesar 3,307955 dan Weakness sebesar 2,579741 sehingga menghasilkan selisih faktor internal (S–W) sebesar +0.728213166. Sementara itu, nilai Opportunity sebesar 3,521649 dan Threat sebesar 3,010489 menghasilkan selisih faktor eksternal (O–T) sebesar + 0.511159736. Nilai selisih tersebut menempatkan subsektor kuliner pada Kuadran Strength–Opportunity (SO), yang menunjukkan kondisi internal yang kuat dan peluang eksternal yang mendukung pengembangan usaha.



Gambar 3. Posisi strategis subsektor kuliner berdasarkan analisis SWOT

Posisi subsektor kuliner pada Kuadran SO mengindikasikan bahwa strategi pengembangan perlu diarahkan pada optimalisasi kekuatan internal untuk menangkap peluang pasar. Strategi yang direkomendasikan meliputi inovasi produk berbasis kearifan lokal, penguatan branding dan pemasaran digital, peningkatan legalitas dan kapasitas manajerial usaha, serta integrasi prinsip ekonomi sirkular. Diseminasi hasil pemetaan dan visualisasi strategi melalui dashboard digital memperkuat fungsi pengabdian kepada masyarakat sebagai model pendampingan berbasis data yang aplikatif dan berpotensi direplikasi di wilayah lain, sejalan dengan arah pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan yang dikemukakan oleh UNCTAD (2008) dan UNESCO (2013).

Temuan kegiatan ini menunjukkan bahwa subsektor kuliner memiliki tingkat kesiapan tertinggi dibandingkan subsektor ekonomi kreatif lainnya di Kota Surabaya, didukung oleh budaya konsumsi yang kuat, kreativitas pelaku usaha, dan potensi pasar yang luas. Berbeda dengan sejumlah kegiatan pengabdian sebelumnya yang cenderung bersifat parsial dan deskriptif, kegiatan ini menawarkan kontribusi baru melalui pemetaan komprehensif terhadap 17 subsektor secara simultan, penentuan subsektor prioritas berbasis skor kuantitatif, serta analisis SWOT berbasis data untuk merumuskan strategi penguatan subsektor unggulan. Pendekatan ini menghasilkan rekomendasi yang lebih terukur dan aplikatif, khususnya terkait peningkatan legalitas usaha, literasi digital, penerapan prinsip ekonomi sirkular, dan kolaborasi multipihak, sehingga berpotensi direplikasi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif di wilayah lain

V. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berhasil memetakan 17 subsektor ekonomi kreatif di Kota Surabaya dan menetapkan subsektor kuliner sebagai subsektor prioritas melalui prosedur pemeringkatan berbasis data. Hasil analisis kuantitatif menggunakan skor rata-rata tertimbang menunjukkan bahwa subsektor kuliner memperoleh posisi tertinggi dibandingkan subsektor lainnya dan layak menjadi fokus pendalaman strategi penguatan.

Hasil analisis SWOT menempatkan subsektor kuliner pada Kuadran Strength–Opportunity (SO), dengan selisih faktor internal sebesar +0,7282 dan selisih faktor eksternal sebesar +0,5112. Posisi ini mengindikasikan bahwa subsektor kuliner berada dalam kondisi kompetitif dengan peluang pertumbuhan yang kuat, sehingga strategi pengembangan perlu diarahkan pada optimalisasi kekuatan internal untuk memanfaatkan peluang pasar yang tersedia.

Pelaksanaan pendampingan melalui Focus Group Discussion, survei, dan analisis berbasis data memberikan manfaat langsung bagi mitra, terutama dalam peningkatan pemahaman legalitas usaha, literasi digital, manajemen bisnis, dan praktik ekonomi sirkular. Selain itu, luaran berupa visualisasi pemetaan dan pemeringkatan subsektor ekonomi kreatif berfungsi sebagai alat bantu pemantauan kondisi UMKM dan pengambilan keputusan berbasis bukti bagi pemangku kepentingan. Kontribusi utama pengabdian ini terletak pada model pendampingan terukur yang mengintegrasikan pemetaan komprehensif, pemeringkatan kuantitatif, dan analisis SWOT, yang berpotensi dikembangkan lebih lanjut untuk mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM kuliner.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada para pelaku industri kreatif Kota Surabaya yang telah

berpartisipasi dalam survei dan *Focus Group Discussion*. Apresiasi juga disampaikan kepada Dinas Kebudayaan, Kepemudaan dan Olahraga serta Pariwisata (Disbudporapar) Kota Surabaya atas fasilitasi dan dukungan pelaksanaan kegiatan, serta kepada komunitas kreatif, pemerintah daerah, dan institusi pendidikan yang turut mendukung. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada tim akademik dan mahasiswa pendamping atas kontribusinya dalam pengumpulan data, analisis, dan penyusunan luaran pengabdian.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, T. A., Ambya, I., & Taher, A. R. Y. (2024). Exploring of Competitiveness Edge of Indonesian Creative Products in the Chinese and Japanese Markets. *ICEBE 2024: Proceedings of the 7th International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 474.
- Antunès, I. (2023). *Rethinking the growth of creative economy in Indonesia: The music and gaming sub-sectors*. <https://www.eria.org/uploads/Rethinking-the-Growth-of-Creative-Economy-in-Indonesia.pdf>
- Bustamante Duarte, A. M., Pfeffer, K., Indriansyah, N. R., Bhuana, A. A. D. C., Aritenang, A. F., Nurman, A., & Madureira, M. (2024). Creative industries in Indonesia: A socio-spatial exploration of three kampongs in Bandung. *Creative Industries Journal*, 17(1), 113–141. <https://doi.org/10.1080/17510694.2022.2077557>
- Che Arshad, N., & Irijanto, T. T. (2023). The creative industries effects on economic performance in the time of pandemic. *International Journal of Ethics and Systems*, 39(3), 557–575. <https://doi.org/10.1108/IJOES-10-2021-0199>
- Fadilla, M. I., Hariyanti, D., & Putri, F. N. (2024). Contribution of creative economy and tourism to inclusive economic development in Indonesia. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 4(3), 181–198. <https://doi.org/10.23969/jrie.v4i3.148>
- Florida, R. (2011). The Creative Class. In *The City Reader* (pp. 175–181). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203997673>
- Habibie, S. A. M., & Sari, R. P. (2023). Sinergi lima bintang guna kebangkitan ekonomi bangsa melalui sustainability industri kecil menengah di era society: Studi kasus IKM Kampung Tempe Sanan Kota Malang. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 7(2), 1342–1352. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1302>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Statistik Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020*. <https://kemenparekraf.go.id/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif/statistik-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-2020>
- Lokantara, I. G. W., Mayasari, D., & Amo, F. M. (2022). Creative economic subsector mapping in Central Bangka District and its resistance in the Covid-19 pandemic. *Ekulilibrium: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 17(1), 77–90.
- Medlimo, R. A. (2022). Inovasi pemberdayaan industri kreatif nasional sebagai upaya pemulihan perekonomian nasional ditinjau berdasarkan konsep pentahelix. *Maliyah: Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 12(2), 176–192. <https://doi.org/10.15642/maliyah.2022.12.2.176-192>
- Pemerintah Kota Surabaya. (2023, November 20). Gandeng Pemkot Surabaya, GEKRAFS dorong ekosistem ekonomi kreatif di Kota Surabaya. *Mercury FM*. <https://mercuryfm.id/2023/11/20/gandeng-pemkot-surabaya-gekras-dorong-ekosistem-ekonomi-kreatif-di-kota-surabaya/>
- Prajanti, S. D. W., Daud, D., Amin, S., & Adzim, F. (2023). *A sustainable creative economy development model using a penta-helix approach based on local wisdom in Magelang City, Indonesia*. <https://doi.org/10.13135/2384-8677/7917>
- Sukarno, G., Rasyidah, R., & Saadah, K. (2020). *Improve creative industry competitiveness Penta helix and human capital in digital era*. 157–170. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200325.014>
- Sukarno, G., Sawitri, D. K., & Pradana, K. W. (2023). Level up the business performance: Contribution of human capital, penta helix and survival strategies in creative economy (culinary sub-sector in Surabaya). *International Conference on Economics, Business, and Government Challenges (IC-EBGC)*, 6(1). <https://doi.org/10.33005/icebgc.v6i1.87>
- Supradono, B., Suwitri, S., & Herawati, A. R. (2024). *Policy capacity for creative economy development in Central Java Province*. 1149–1169. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1203>
- Susanti, R., & Silvia, E. D. (2024). Integrating creative economy in the national sustainable development plan. *YUME: Journal of Management*, 7(3), 1655–1664.
- UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy towards Informed Policy-Making*. <https://unctad.org/publication/creative-economy-report-2008-challenge-assessing-creative-economy-towards-informed>
- UNESCO. (2013). *Creative Economy Report 2013: Widening Local Development Pathways*. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000224698_chi
- Zafriana, L. (2025). *Pemetaan Dashboard Pemetaan Kesiapan Usaha Ekonomi Kreatif*. <https://dashboard-pemetaan-ranked-data.streamlit.app/>