

EKONOMI KREATIF SEBAGAI SOLUSI DALAM MENINGKATKAN PERTUMBUHAN EKONOMI DI KOTA SURABAYA

Muchamad Daryl Nurfaizi¹, Syamsul Huda²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Jl. Rungkut Madya, Gn. Anyar, Kec. Gn. Anyar, Surabaya, Jawa Timur, 60294
Email correspondent: 23011010124@student.upnjatim.ac.id

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received: December 18, 2025

Revised: December 22, 2025

Accepted: January 05, 2026

Kata Kunci:

Ekonomi_Kreatif;

Pertumbuhan_Ekonomi;

Pembangunan_Ekonomi_Daerah

Keywords:

Creative_Economy;

Economic_Growth;

Regional_Economic_Development

ABSTRAK

Pertumbuhan ekonomi perkotaan di Indonesia semakin bergantung pada sektor berbasis kreativitas dan inovasi, terutama di era digital. Kota Surabaya sebagai pusat kegiatan ekonomi Jawa Timur memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui berbagai subsektor seperti kriya (craft), fashion, kuliner, desain, musik, film dan video, penerbitan, permainan digital, serta jasa kreatif lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif sebagai solusi strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Kota Surabaya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi literatur terhadap data sekunder yang bersumber dari artikel jurnal ilmiah, publikasi Badan Pusat Statistik, laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, serta dokumen kebijakan terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi Surabaya melalui penciptaan nilai tambah, penyerapan tenaga kerja, penguatan UMKM, dan efek multiplikatif terhadap sektor lain seperti perdagangan, jasa, dan pariwisata. Perkembangan subsektor ekonomi kreatif, baik secara kuantitatif maupun berbasis komunitas, memperlihatkan perannya dalam memperkuat struktur ekonomi perkotaan. Meskipun demikian, pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi tantangan berupa keterbatasan akses permodalan, literasi digital, dan penguatan ekosistem kebijakan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif berpotensi menjadi motor pertumbuhan ekonomi Surabaya yang berkelanjutan apabila didukung kebijakan yang terintegrasi dan kolaboratif.

ABSTRACT

Urban economic growth in Indonesia is increasingly dependent on creativity and innovation-based sectors, especially in the digital era. As the economic center of East Java, the city of Surabaya has great potential for creative economic development through various sub-sectors such as crafts, fashion, culinary arts, design, music, film and video, publishing, digital games, and other creative services. This study aims to analyze the role of the creative economy as a strategic solution for enhancing economic growth in the City of Surabaya. The research employs a descriptive qualitative approach using a literature review of secondary data sourced from academic journal articles, publications of the Central Bureau of Statistics, reports from the Ministry of

Tourism and Creative Economy, and relevant policy documents. The findings indicate that the creative economy contributes to Surabaya's economic growth through value creation, employment generation, strengthening of creative MSMEs, and multiplier effects on related sectors such as trade, services, and tourism. The development of creative economy subsectors, both quantitatively and through community-based initiatives, demonstrates their role in reinforcing the urban economic structure. Nevertheless, the growth of the creative economy still faces challenges, including limited access to capital, uneven digital literacy, and the need for stronger policy ecosystems. Therefore, the creative economy has strong potential to become a sustainable driver of Surabaya's economic growth if supported by integrated and collaborative policies.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi kota-kota besar di Indonesia semakin bergantung pada sektor berbasis kreativitas dan inovasi, terutama di era digital yang ditandai oleh transformasi teknologi dan pergeseran paradigma ekonomi global (Florida, 2002; Howkins, 2001). Ekonomi kreatif, sebagai sektor yang menonjol, berfokus pada pemanfaatan ide, kreativitas, dan pengetahuan sebagai sumber utama nilai tambah ekonomi, yang tidak hanya memperkuat struktur ekonomi urban tetapi juga mendorong inklusivitas sosial dan keberlanjutan lingkungan (UNCTAD, 2010). Di Surabaya, sebagai ibu kota Provinsi Jawa Timur dan pusat kegiatan ekonomi regional, sektor ini mengalami perkembangan pesat melalui berbagai pelaku usaha kreatif yang memproduksi barang dan jasa bernilai tinggi, mencakup subsektor seperti kuliner, fashion, kriya, seni pertunjukan, dan konten digital (Irvan Wahyudrajat, 2025). Data terbaru menunjukkan bahwa pada tahun 2025, ekonomi Surabaya tumbuh sebesar 5,76 persen, melampaui rata-rata pertumbuhan Jawa Timur dan nasional, dengan UMKM digital dan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama (Pemkot Surabaya, 2025).

Meskipun banyak penelitian telah menelaah kontribusi ekonomi kreatif terhadap pembangunan ekonomi nasional (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023; BPS, 2025), masih terdapat kekosongan kajian yang menghubungkan fenomena ini secara konkret dengan dinamika ekonomi perkotaan di Surabaya. Studi-studi yang ada cenderung menganalisis kontribusi secara agregat di tingkat nasional atau provinsi (BPS, 2024; BEKRAF, 2019), sementara evaluasi empiris di tingkat kota besar seperti Surabaya tetap terbatas. Sebagai contoh, literatur sebelumnya menyoroti dampak ekonomi kreatif terhadap penyerapan tenaga kerja dan PDB nasional, di mana sektor ini menyumbang Rp1.460 triliun atau sekitar 7,3% dari total PDB Indonesia pada 2025

(Amalia Adininggar Widyasanti, 2025), tetapi jarang menggali data spesifik Surabaya sebagai wilayah urban dengan karakter ekonomi unik, seperti dominasi subsektor musik (21,42%) dan kuliner (19,09%) berdasarkan data Badan Ekonomi Kreatif dan BPS (Khofifah Indar Parawansa, 2023).

Berdasarkan gap literatur tersebut, penelitian ini dilatarbelakangi oleh kebutuhan untuk memahami peran ekonomi kreatif sebagai solusi strategis dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya (Pemkot Surabaya, 2025). Permasalahan utama yang diangkat adalah: sejauh mana sektor ekonomi kreatif dapat menjadi motor peningkatan pertumbuhan ekonomi daerah? Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis kontribusi ekonomi kreatif terhadap penciptaan lapangan kerja, produktivitas ekonomi lokal, dan daya saing pelaku kreatif di Surabaya, serta mengidentifikasi faktor-faktor pendukung maupun penghambat perkembangannya (Kemenko Perekonomian, 2021). Secara empiris, sektor ini telah menyerap 27,4 juta tenaga kerja nasional pada 2025, atau 18,70% dari total tenaga kerja, dengan Jawa Barat dan Jawa Timur sebagai kontributor utama (Badan Pusat Statistik, 2025). Di tingkat regional, Jawa Timur, dengan Surabaya sebagai pusatnya, menjadi kontributor kedua terbesar ekonomi kreatif nasional, didorong oleh inovasi digital dan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha (Teuku Riefky Harsya, 2025).

Penelitian ini berargumen bahwa ekonomi kreatif merupakan sektor strategis yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi Surabaya secara berkelanjutan, asalkan didukung oleh kebijakan tepat, investasi, dan kolaborasi lintas pemangku kepentingan, seperti model hepta-helix yang melibatkan pemerintah, akademisi, bisnis, masyarakat, media, diaspora, dan komunitas kreatif (Sandiaga Uno, 2023). Sumber dari radarsurabaya.id menyatakan bahwa Gubernur Khofifah menyebutkan Surabaya memiliki sekitar 142.438 unit usaha ekonomi kreatif yang mendominasi kontribusi sektor kreatif di Jawa Timur, menunjukkan peran signifikan kota ini dalam perekonomian kreatif regional maupun nasional (Khofifah Indar Parawansa, 2023). Selain itu, data BPS menunjukkan potensi besar ekonomi kreatif nasional yang tidak hanya menyerap jutaan tenaga kerja tetapi juga mendorong ekspor hingga US\$26,68 miliar pada 2025, dengan pertumbuhan yang melampaui target nasional (Badan Pusat Statistik, 2025). Penelitian ini akan membuktikan bahwa integrasi antara kreativitas, inovasi digital, dan kebijakan lokal pro-aktif

seperti pengembangan kampung tematik dan kolaborasi dengan universitas seperti UPN Jatim yang menerjunkan ribuan mahasiswa untuk program ekonomi kreatif akan meningkatkan produktivitas dan nilai tambah ekonomi di Surabaya, sekaligus menjadikan sektor ini sebagai pilar baru pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan kompetitif (Pemkot Surabaya, 2025).

Secara lebih mendalam, perkembangan ekonomi kreatif di Surabaya dapat dianalisis melalui lensa teori kelas kreatif Florida (2002), di mana kota-kota yang mampu menarik talenta kreatif melalui infrastruktur inovatif cenderung mengalami pertumbuhan ekonomi yang lebih tinggi. Di Surabaya, ini tercermin dalam inisiatif seperti program Fashionology 2025 di Universitas Ciputra, yang menggabungkan kreativitas dengan keberlanjutan, serta strategi Pemkot untuk menjadikan Surabaya sebagai kota gastronomi dunia (UNCTAD, 2010). Tantangan utama meliputi adaptasi era digital, di mana pelaku usaha harus menghadapi persaingan global sambil memanfaatkan platform digital untuk ekspansi pasar (Howkins, 2001). Faktor pendukung mencakup dukungan pemerintah melalui literasi digital dan kolaborasi, sementara penghambat seperti kurangnya akses modal bagi UMKM kreatif perlu diatasi melalui kebijakan inklusif (Kemenko Perekonomian, 2021). Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengisi kekosongan literatur tetapi juga memberikan rekomendasi berbasis data untuk penguatan ekosistem ekonomi kreatif di Surabaya, berkontribusi pada tujuan pembangunan berkelanjutan nasional.

KAJIAN PUSTAKA

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif dipahami sebagai aktivitas ekonomi yang berpusat pada pemanfaatan kreativitas, pengetahuan, dan ide-ide inovatif sebagai faktor produksi utama sehingga menghasilkan nilai tambah dan daya saing bagi produk dan layanan. Konsep ini menekankan peran modal intelektual, desain, budaya lokal, dan jejaring pasar dalam mencipta nilai ekonomi yang bersifat khas dan berbeda dari produksi massal tradisional.

Di konteks perkotaan seperti Surabaya, ekonomi kreatif tumbuh melalui penguatan UMKM kreatif, pengembangan kampung kreatif (mis. kampung batik), serta inisiatif pemberdayaan lokal yang memfasilitasi akses pasar dan digitalisasi usaha. Studi kasus lokal menunjukkan peran penting program pemberdayaan dan fasilitas kolaborasi bagi pengembangan ekosistem kreatif di Surabaya (Azhar et al., 2023).

Ruang lingkup ekonomi kreatif secara praktis meliputi beberapa subsektor, antara lain kriya (craft), fashion, kuliner, desain, musik, film dan video, penerbitan, permainan digital, serta jasa kreatif lainnya. Identifikasi subsektor ini berguna untuk pemetaan kapasitas daerah dan penentuan intervensi kebijakan yang tepat sasaran.

Dalam konteks kebijakan, pembangunan ekonomi kreatif memerlukan kombinasi intervensi: penguatan kapasitas Sumber Daya Manusia (pelatihan dan pendidikan kewirausahaan), fasilitasi akses pembiayaan, pengembangan infrastruktur pasar (termasuk platform digital), perlindungan kekayaan intelektual, serta jejak dukungan untuk kluster atau kampung kreatif sebagai basis produksi dan pariwisata budaya

Kajian empiris di tingkat kota/kawasan menggarisbawahi bahwa pemberdayaan UMKM kreatif berbasis komunitas (mis. kampung batik, kampung kuliner, sentra kriya) efektif meningkatkan kapasitas produksi, menguatkan identitas lokal sebagai nilai jual, dan memperluas akses pasar melalui kegiatan pariwisata dan digital marketing namun hasilnya sangat bergantung pada keberlanjutan program pelatihan, akses modal mikro, serta tata kelola kelembagaan masyarakat setempat (Azhar et al., 2023).

Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi regional atau kota biasanya diukur melalui perubahan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) riil dari waktu ke waktu, yang merefleksikan kenaikan output barang dan jasa di wilayah tersebut. Pertumbuhan ini dipengaruhi oleh struktur ekonomi (komposisi sektor unggulan), investasi, konsumsi, serta faktor penawaran seperti tenaga kerja dan produktivitas (BPS Kota Surabaya, 2025).

Secara empiris, data resmi menunjukkan bahwa Kota Surabaya mengalami percepatan pertumbuhan ekonomi pada tahun 2024 sebesar 5,76% (y-o-y) setelah sebelumnya tumbuh 5,70% pada 2023; capaian ini menempatkan Surabaya sebagai salah satu wilayah dengan pertumbuhan relatif tinggi di Provinsi Jawa Timur pada periode tersebut (BPS Kota Surabaya, 2025).

Analisis struktural PDRB Surabaya mengindikasikan bahwa pertumbuhan didorong oleh kinerja positif pada berbagai lapangan usaha termasuk sektor jasa, perdagangan, dan subsektor yang berkaitan dengan mobilitas, layanan publik, serta aktivitas industri pengolahan tertentu sementara subsektor pertanian cenderung tidak menjadi penggerak utama di kawasan perkotaan

seperti Surabaya.

Dari perspektif ketenagakerjaan, perkembangan sektor jasa dan UMKM memengaruhi penyerapan tenaga kerja urban; oleh karena itu, kebijakan yang meningkatkan produktivitas dan kapasitas usaha skala kecil-menengah menjadi penting untuk menerjemahkan pertumbuhan PDRB menjadi penurunan pengangguran dan kemiskinan lokal (BPS Kota Surabaya, 2023).

Hubungan Antara Ekonomi Kreatif Dan Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Surabaya

Ekonomi kreatif mempengaruhi pertumbuhan ekonomi melalui beberapa mekanisme utama: (1) penciptaan nilai tambah berbasis kreativitas dan pengetahuan, (2) penciptaan lapangan kerja terserap oleh sektor padat karya kreatif, (3) peningkatan kapasitas ekspor/produk lokal melalui diferensiasi produk, dan (4) efek multiplikatif terhadap sektor terkait seperti pariwisata, perdagangan, dan jasa. Pernyataan ini konsisten dengan kerangka yang diadopsi Kemenparekraf untuk menganalisis dampak ekonomi kreatif.

Studi dan laporan lokal di Surabaya menunjukkan bukti-bukti hubungan positif antara penguatan sektor kreatif dengan indikator ekonomi kota. Contoh kasus seperti pengembangan kampung batik dan program digitalisasi UMKM kreatif di beberapa kelurahan Surabaya melaporkan peningkatan pemasukan usaha, perluasan pasar, serta kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja local faktor-faktor yang sejalan dengan peningkatan PDRB sektor terkait (Septemberi et al., 2025).

Selain itu, data makro BPS Kota Surabaya yang menunjukkan percepatan pertumbuhan ekonomi 2024 (5,76%) memberikan dasar empiris untuk menilai kontribusi subsektor ekonomi kreatif sebagai salah satu pendorong pemulihan dan pertumbuhan meskipun pengukuran kontribusi spesifik memerlukan analisis lebih lanjut (mis. input-output regional, analisis kontribusi subsektor terhadap PDRB, dan data tenaga kerja menurut subsektor kreatif) (BPS Kota Surabaya, 2025).

Walaupun indikasi hubungan positif ada, literature lokal menunjukkan beberapa tantangan: keterbatasan fasilitas kolaborasi, digital literacy yang belum merata, akses permodalan, dan kebutuhan untuk standardisasi mutu produk kreatif. Oleh karena itu, rekomendasi penelitian lanjutan mencakup: (1) analisis kuantitatif kontribusi langsung/indirect ekonomi kreatif terhadap PDRB Surabaya (mis. analisis input-output atau kontribusi nilai tambah), (2) studi evaluasi program pemberdayaan kampung kreatif, dan (3) kajian kebijakan untuk memperkuat ekosistem

(akses pasar digital, pembiayaan mikro, pelatihan), yang seluruhnya sejalan dengan temuan studi-studi lokal (Glenn & Kuntjoro, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi literatur (literature review). Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman komprehensif mengenai peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, khususnya di Kota Surabaya, melalui sintesis temuan-temuan ilmiah yang telah ada. Alat analisis yang digunakan adalah analisis isi (content analysis) dan analisis tematik, yang bertujuan mengidentifikasi pola, konsep, variabel kunci, serta hubungan kausal antara pengembangan ekonomi kreatif dan pertumbuhan ekonomi sebagaimana dilaporkan dalam penelitian terdahulu.

Objek kajian dalam penelitian ini adalah Kota Surabaya sebagai pusat kegiatan ekonomi kreatif di Provinsi Jawa Timur. Surabaya dipilih karena memiliki jumlah pelaku ekonomi kreatif yang besar, struktur ekonomi yang relatif maju, serta dukungan kebijakan pemerintah daerah terhadap pengembangan sektor ekonomi kreatif. Isu utama yang dikaji adalah bagaimana ekonomi kreatif berperan sebagai alternatif solusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan PDRB, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan daya saing ekonomi lokal.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang bersumber dari artikel ilmiah, jurnal nasional dan internasional, tesis dan skripsi, laporan resmi pemerintah, serta publikasi statistik. Sumber informasi meliputi publikasi Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Surabaya, laporan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), dokumen kebijakan pemerintah daerah, serta penelitian terdahulu yang membahas ekonomi kreatif dan pertumbuhan ekonomi di Surabaya. Dalam konteks studi literatur, istilah “responden” merujuk pada penulis dan institusi yang menghasilkan data dan temuan ilmiah yang dianalisis dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator peningkatan kemampuan suatu wilayah dalam menghasilkan barang dan jasa dari waktu ke waktu. Secara umum, pertumbuhan ekonomi mencerminkan peningkatan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) riil yang disesuaikan dengan harga konstan dalam periode tertentu; indikator ini memperlihatkan seberapa besar

kapasitas produksi dan aktivitas ekonomi daerah meningkat. Secara konseptual, pertumbuhan ekonomi juga mencerminkan dinamika perubahan struktur ekonomi yang menghasilkan nilai tambah lebih besar dari tahun ke tahun, sehingga mencerminkan kemajuan ekonomi masyarakat di wilayah tersebut.

Dalam perspektif pembangunan ekonomi, pertumbuhan ekonomi tidak hanya dilihat dari besaran angka PDRB, tetapi juga dari sejauh mana pertumbuhan tersebut berdampak terhadap pengentasan pengangguran, peningkatan pendapatan per kapita, dan peningkatan kualitas hidup masyarakat. Kontribusi sektor-sektor ekonomi tertentu terhadap pertumbuhan menjadi penting untuk menganalisis keterkaitan antarsektor dalam menggerakkan perekonomian lokal. Beberapa studi menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif, misalnya, memiliki peran krusial dalam pembentukan nilai tambah serta membuka peluang kerja baru, sehingga dapat menjadi katalis pertumbuhan ekonomi daerah apabila dikembangkan secara strategis (Anggraeni & Nisa, 2024).

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi yang berfokus pada pemanfaatan kreativitas, keterampilan, pengetahuan dan ide manusia sebagai modal utama dalam menciptakan produk dan jasa yang memiliki nilai tambah tinggi. Sektor ini berdasarkan pada kegiatan yang memanfaatkan kreativitas dan intelektual manusia untuk menghasilkan produk yang berbeda dan bernilai ekonomi, sosial, maupun budaya. Dalam konteks pembangunan ekonomi, ekonomi kreatif mampu menjadi pendorong inovasi dan membuka peluang pasar baru, terutama melalui kegiatan yang berakar pada budaya dan kreativitas lokal (Daisy & Syafitri, 2024).

Menurut Muhammad Syahbudi (2021) dalam karyanya *Ekonomi Kreatif Indonesia*, ekonomi kreatif memiliki keterkaitan yang erat dengan industri kreatif, namun cakupannya jauh lebih luas. Ekonomi kreatif dipahami sebagai suatu ekosistem komprehensif yang tersusun atas rantai nilai kreatif yang saling terintegrasi dan berkelanjutan. Ekosistem tersebut meliputi lingkungan pembangunan yang ramah lingkungan, mekanisme pasar sebagai ruang distribusi dan pertukaran nilai, serta pengelolaan dan pemanfaatan kekayaan intelektual sebagai aset utama. Dengan demikian, ekonomi kreatif tidak hanya berorientasi pada penciptaan nilai tambah ekonomi semata, tetapi juga berperan dalam menghasilkan nilai tambah sosial, budaya, dan lingkungan. Konsep ini pada akhirnya tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan daya saing nasional, melainkan juga mendorong peningkatan kualitas hidup dan kesejahteraan masyarakat Indonesia

secara berkelanjutan.

Ekonomi kreatif mencakup berbagai kegiatan ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan kekayaan intelektual sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah ekonomi dan sosial. Di Indonesia, ruang lingkup ekonomi kreatif secara resmi dikelompokkan ke dalam 17 subsektor, sebagaimana ditetapkan oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) dan dilanjutkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

1. Aplikasi dan pengembang gim: Subsektor ini mencakup kegiatan perancangan, pengembangan, dan distribusi aplikasi digital serta permainan (gim) berbasis perangkat lunak. Aktivitas utamanya meliputi pemrograman, desain antarmuka, pengembangan konten digital, dan inovasi teknologi informasi.
2. Arsitektur: Subsektor arsitektur meliputi jasa perancangan bangunan dan lingkungan binaan yang menggabungkan aspek fungsi, estetika, budaya, dan keberlanjutan. Kegiatan ini menghasilkan karya arsitektural bernilai ekonomi dan artistik.
3. Desain interior: Desain interior mencakup perencanaan dan penataan ruang dalam bangunan agar memiliki nilai fungsional, estetis, dan kenyamanan. Subsektor ini berperan dalam meningkatkan nilai guna dan nilai ekonomi suatu ruang.
4. Desain komunikasi visual: Subsektor ini berkaitan dengan penciptaan pesan visual melalui media grafis, seperti logo, ilustrasi, tipografi, dan media promosi. Tujuannya adalah menyampaikan informasi dan membangun identitas merek secara efektif.
5. Desain produk: Desain produk meliputi proses perancangan barang atau produk yang mengintegrasikan fungsi, estetika, dan ergonomi. Subsektor ini berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk industri dan UMKM.
6. Fashion: Subsektor fashion mencakup perancangan, produksi, dan distribusi pakaian, alas kaki, dan aksesoris. Fashion tidak hanya berorientasi pada tren, tetapi juga mengangkat identitas budaya dan kearifan lokal.
7. Film, animasi, dan video: Subsektor ini meliputi produksi karya audio-visual, seperti film, animasi, dan konten video. Kegiatan utamanya mencakup penulisan naskah, produksi, penyuntingan, serta distribusi melalui berbagai platform media.
8. Fotografi: Fotografi mencakup kegiatan penciptaan karya visual melalui teknik pengambilan

- gambar untuk tujuan artistik, komersial, jurnalistik, maupun dokumentasi. Subsektor ini berperan dalam industri media, periklanan, dan komunikasi visual.
9. Kriya: Subsektor kriya mencakup kegiatan produksi kerajinan berbasis keterampilan tangan, bahan lokal, dan nilai budaya. Produk kriya meliputi keramik, tekstil tradisional, anyaman, ukiran, dan produk kerajinan lainnya.
 10. Kuliner: Kuliner meliputi pengolahan, penyajian, dan inovasi makanan serta minuman yang memiliki nilai budaya dan kreativitas. Subsektor ini merupakan salah satu penyumbang terbesar dalam ekonomi kreatif nasional.
 11. Musik: Subsektor musik mencakup penciptaan, produksi, pertunjukan, dan distribusi karya musik. Kegiatan ini melibatkan komposer, musisi, produser, serta pengelola pertunjukan dan platform digital.
 12. Penerbitan: Penerbitan meliputi produksi dan distribusi karya tulis, baik dalam bentuk buku, majalah, maupun media digital. Subsektor ini berperan dalam pengembangan literasi dan penyebaran pengetahuan.
 13. Periklanan: Subsektor periklanan mencakup kegiatan perancangan dan penyampaian pesan promosi melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun digital. Kreativitas menjadi faktor utama dalam menarik perhatian konsumen.
 14. Seni pertunjukan: Seni pertunjukan meliputi kegiatan seni yang disajikan secara langsung, seperti teater, tari, musik tradisional, dan pertunjukan budaya lainnya. Subsektor ini berperan dalam pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata.
 15. Seni rupa: Seni rupa mencakup penciptaan karya seni visual, seperti lukisan, patung, instalasi, dan seni grafis. Karya seni rupa memiliki nilai estetika, budaya, dan ekonomi.
 16. Televisi dan radio: Subsektor televisi dan radio meliputi produksi dan penyiaran konten audio-visual dan audio untuk kepentingan informasi, hiburan, dan edukasi. Kreativitas konten menjadi faktor kunci dalam menarik audiens.
 17. Riset dan pengembangan: Subsektor riset dan pengembangan mencakup kegiatan penelitian, inovasi, dan pengembangan produk atau jasa baru yang berbasis pengetahuan. Subsektor ini menjadi fondasi bagi keberlanjutan dan kemajuan ekonomi kreatif.

Perkembangan ekonomi kreatif di Kota Surabaya menunjukkan tren yang semakin penting

seiring meningkatnya jumlah unit usaha kreatif dan kegiatan sektor kreatif sebagai bagian dari struktur perekonomian lokal. Studi ekonomi lokal menunjukkan bahwa jumlah usaha kreatif di Surabaya mencerminkan kontribusi yang semakin signifikan terhadap PDRB wilayah, dengan pertumbuhan jumlah tenaga kerja yang terlibat dalam subsektor kreatif sejak tahun 2011 hingga 2019. Penelitian kuantitatif pada perekonomian kreatif Surabaya menemukan bahwa investasi dan tenaga kerja memiliki hubungan signifikan terhadap PDRB subsektor ekonomi kreatif, meskipun dinamika ini menunjukkan tantangan dalam merata dan memaksimalkan kontribusinya bagi pertumbuhan ekonomi wilayah secara keseluruhan (Anisah Citra Rakhadita, 2021).

Selain data kuantitatif, perkembangan ekonomi kreatif di Surabaya juga terlihat pada berbagai upaya pemberdayaan masyarakat melalui program ekonomi kreatif berbasis komunitas di tingkat kecamatan. Contohnya, inisiatif kampung-kampung kreatif di wilayah Gayungan, yang bertujuan memanfaatkan potensi lokal dan kreativitas warga untuk menghasilkan produk serta kegiatan ekonomi yang bernilai tambah, menunjukkan adanya peningkatan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan karya kreatif dan mengembangkan usaha lokal. Hal ini mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif di Surabaya berkembang tidak hanya secara agregat ekonomi, tetapi juga secara sosial-ekonomi melalui peran komunitas dalam membangun ekosistem kreatif.

Ekonomi kreatif dapat menjadi solusi strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya karena sektor ini memiliki karakter yang unggul dalam penciptaan nilai tambah tinggi, diversifikasi produk, serta kemampuan membuka peluang kerja baru. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa ekonomi kreatif berperan dalam meningkatkan pendapatan pelaku usaha lokal dan menyumbang terhadap struktur PDRB secara signifikan. Kontribusi kreatif dalam aktivitas ekonomi juga mendorong peningkatan permintaan terhadap jasa pariwisata, perdagangan, serta layanan digital, sehingga memperbesar efek multiplikatif pada perekonomian lokal (Anggraeni & Nisa, 2024).

Selain itu, sifat subsektor kreatif yang beragam dan adaptif terhadap perubahan teknologi dan pasar global menjadikan ekonomi kreatif sebagai sektor yang mampu bertahan dan berkembang di berbagai kondisi ekonomi, termasuk masa pemulihan pascapandemi. Perkembangan teknologi digital semakin membuka akses pasar bagi pelaku ekonomi kreatif, baik

di tingkat lokal maupun internasional, sehingga potensi kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi semakin luas. Dengan dukungan kebijakan yang tepat, termasuk pelatihan sumber daya manusia, fasilitasi akses permodalan, dan perlindungan hak kekayaan intelektual, ekonomi kreatif berpotensi menjadi motor penggerak pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan di Surabaya.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian literatur dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang signifikan dan strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Kota Surabaya. Sektor ini mampu menciptakan nilai tambah berbasis kreativitas dan pengetahuan, memperluas kesempatan kerja, serta memperkuat peran UMKM kreatif sebagai penopang struktur ekonomi perkotaan. Perkembangan berbagai subsektor ekonomi kreatif di Surabaya, baik yang bersifat komersial maupun berbasis komunitas, menunjukkan kontribusinya dalam meningkatkan daya saing ekonomi lokal serta memberikan efek multiplikatif terhadap sektor lain seperti perdagangan, jasa, dan pariwisata. Dengan karakter yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika pasar, ekonomi kreatif berpotensi menjadi salah satu pilar utama pertumbuhan ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Namun demikian, optimalisasi peran ekonomi kreatif di Kota Surabaya masih menghadapi sejumlah tantangan struktural. Keterbatasan akses permodalan bagi pelaku usaha kreatif, ketimpangan literasi dan pemanfaatan teknologi digital, serta belum optimalnya integrasi kebijakan lintas sektor menjadi hambatan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif secara menyeluruh. Selain itu, ekosistem pendukung seperti perlindungan hak kekayaan intelektual, fasilitasi pemasaran, dan keberlanjutan program pemberdayaan berbasis komunitas masih memerlukan penguatan agar kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi dapat lebih merata dan berdaya saing tinggi.

Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis dan terintegrasi dari pemerintah daerah bersama pemangku kepentingan terkait untuk memperkuat pengembangan ekonomi kreatif di Kota Surabaya. Pemerintah diharapkan dapat meningkatkan dukungan kebijakan melalui fasilitasi akses pembiayaan, pengembangan kapasitas sumber daya manusia, digitalisasi UMKM kreatif, serta penguatan klaster dan kampung kreatif berbasis potensi lokal. Kolaborasi antara pemerintah,

pelaku usaha, institusi pendidikan, dan komunitas kreatif menjadi kunci dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan analisis kuantitatif yang lebih mendalam guna mengukur kontribusi langsung dan tidak langsung subsektor ekonomi kreatif terhadap PDRB Kota Surabaya sebagai dasar perumusan kebijakan pembangunan ekonomi daerah yang lebih *evidence-based*.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia Adininggar Widyasanti. (2025). *BPS: Ekonomi Kreatif Serap Tenaga Kerja 27,4 Juta Tahun 2025*. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/news/2025/11/17/805/bps--ekonomi-kreatif-serap-tenaga-kerja-27-4-juta-tahun-2025.html>
- Anggraeni, E. S., & Nisa, F. L. (2024). *Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia*. 2(4), 215–224.
- Anisah Citra Rakhadita, P. S. P. (2021). *Pengaruh tenaga kerja dan investasi terhadap pdrb subsektor ekonomi kreatif kota surabaya*. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i1.17697>
- Azhar, R. M., Rosyanti, D. M., Evanthi, A., Hardi, I., & Az, S. A. (2023). *Wisata Budaya Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Sustainable Tourism Di Kampung Batik Okra Surabaya Creative Economy Based Culture Tour Through Sustainable Tourism in Okra Batik Village, SURABAYA*. 2(4), 182–188.
- Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF). (2019). *Profil Badan Ekonomi Kreatif*. <https://www.bekraf.go.id/profil>
- BPS Kota Surabaya. (2023). *Keadaan Ketenagakerjaan Kota Surabaya Agustus 2023*. 16.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). *Statistik Ekonomi Kreatif Indonesia 2024*. BPS Indonesia.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2025). *Laporan Statistik Ekonomi Kreatif Tahun 2025*. BPS Indonesia. <https://www.bps.go.id>
- Daisy, A., & Syafitri, A. (2024). *Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa*. 2(3).
- Ekonomi, J., Indonesia, K., Khuamir, M., & Yazid, M. (2025). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif Terhadap Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia*. 3(3), 156–169.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. Basic Books.
- Glenn, J., & Kuntjoro, S. (2019). *Fasilitas Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Jawa Timur di Surabaya*. VII (1), 881–888.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Irvan Wahyudrajat. (2025). *Surabaya Serius Bangun Ekonomi Kreatif*. Pemkot Surabaya. <https://www.surabaya.go.id>

- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian. (2021). *Industri Kreatif dan Digital: Kembangkan Potensi, Gerakkan Ekonomi*. <https://www.ekon.go.id>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Kinerja Ekonomi Kreatif*. Kemenparekraf.
- Khofifah Indar Parawansa. (2023). *Pengusaha Surabaya Mendominasi Pelaku Ekonomi Kreatif di Jawa Timur*. Suara Surabaya. <https://www.suarasurabaya.net/ekonomibisnis/2023/pengusaha-surabaya-mendominasi-pelaku-ekonomi-kreatif-di-jawa-timur/>
- Pemkot Surabaya. (2025). *Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Surabaya*. <https://www.surabaya.go.id>
- Sandiaga Uno. (2023). *Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia Meningkat*. Kemenparekraf.
- Septemberi, N., Village, M., Panjaitan, A. R., Akbar, A. T., Ayu, I., Savitri, P., & Maharani, D. (2025). *SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat, Creative Economy Development and Digitalization of MSMEs in SOCIETY: Jurnal Pengabdian Masyarakat*. 4(5), 749–761.
- Teuku Riefky Harsya. (2025). *Ekraf Annual Report 2025*. Kementerian Ekonomi Kreatif.
- UNCTAD. (2010). *Creative Economy Report 2010*. United Nations Conference on Trade and Development.