

KEWIRAUSAHAAN DI SEKTOR KULINER DAN FASHION LOKAL

Dwi Natasya, Eggi Khoirani Lutfiah, Nadeatul Asyiera, Yulia Novita

Dwinatasya47@gmail.com, eggikhoirani61@gmail.com, nadeatul15052020@gmail.com
yulia.novita@uin-suska.ac.id

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal serta mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing pelaku usaha di era ekonomi digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, mengkaji beberapa jurnal terkait kontribusi subsektor kreatif, pelatihan kewirausahaan digital, serta studi kasus brand lokal. Data dianalisis secara deskriptif untuk menggambarkan tantangan, peluang, dan strategi kewirausahaan pada kedua sektor tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor fesyen dan kuliner memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif nasional. Tantangan utama yang dihadapi pelaku usaha meliputi keterbatasan modal, perizinan, dan pemanfaatan teknologi. Pelatihan digital terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha, sementara strategi inovatif seperti desain kreatif, pemasaran digital, dan kolaborasi menjadi kunci keberhasilan brand lokal. Sinergi antar pemangku kepentingan diperlukan untuk membangun ekosistem kewirausahaan yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Kata Kunci : Kewirausahaan, Ekonomi Kreatif, Kuliner Lokal, Fashion Lokal,

Abstract

This study aims to analyze the dynamics of entrepreneurship in the local culinary and fashion sectors and identify effective strategies to enhance the competitiveness of business actors in the digital economy era. A qualitative approach was employed using literature review methods, examining several relevant journals related to the contribution of creative subsectors, digital entrepreneurship training, and case studies of local brands. Data were analyzed descriptively to illustrate the challenges, opportunities, and entrepreneurial strategies within both sectors. The results show that the fashion and culinary subsectors contribute significantly to the growth of the national creative economy. Key challenges faced by entrepreneurs include limited capital, complex licensing processes, and underutilization of technology. Digital training proves effective in enhancing entrepreneurial capacity, while innovative strategies such as creative design, digital marketing, and collaboration are essential for the success of local brands. Synergy among stakeholders is required to build a sustainable and competitive entrepreneurial ecosystem.

Keywords : Entrepreneurship, Creative Economy, Local Culinary, Local Fashion, Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan potensi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama melalui subsektor kuliner dan fashion. Kedua sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan terhadap nilai tambah ekonomi kreatif, tetapi juga menciptakan peluang kewirausahaan bagi masyarakat lokal. Menurut Arifin (dalam jurnal "Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional"), subsektor fesyen memberikan kontribusi terbesar dengan koefisien jalur sebesar 0,880, diikuti oleh kuliner sebesar 0,627. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan di sektor ini memegang peran strategis dalam mendukung perekonomian nasional.

Namun demikian, pengembangan kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal tidak lepas dari berbagai tantangan, seperti keterbatasan akses teknologi, permodalan, dan daya saing pasar. Penelitian oleh Junaedi dan Rojali ("Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat") menyoroti pentingnya pelatihan kewirausahaan digital dalam meningkatkan kemampuan pelaku usaha lokal, khususnya dalam manajemen bisnis, pemasaran digital, dan inovasi produk. Hal ini menunjukkan bahwa digitalisasi dan peningkatan kapasitas pelaku usaha menjadi faktor penting dalam penguatan sektor ini.

Selain itu, sektor kuliner memiliki keunggulan sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat yang dinamis. Dalam penelitian oleh Sudirman et al. ("Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs"), dijelaskan bahwa meningkatnya minat kewirausahaan dan tren konsumsi kuliner membuka peluang besar untuk pengembangan usaha lokal yang berkelanjutan. Namun, tantangan seperti keterbatasan ruang usaha, modal, dan perizinan tetap menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, dukungan dari pemerintah dan kolaborasi dengan komunitas menjadi penting dalam mengatasi masalah tersebut. Di sisi lain, sektor fashion lokal juga menghadapi persaingan ketat dari brand besar. Studi kasus oleh Feodora et al. ("Rantai Nilai dan Model Bisnis Fashion pada Brand Lokal") pada *Musse Official* menunjukkan bahwa brand lokal dapat bertahan dan berkembang dengan memanfaatkan strategi pemasaran digital, inovasi desain, serta keterlibatan pelanggan secara langsung. Strategi ini terbukti mampu menciptakan nilai tambah dan meningkatkan loyalitas konsumen, menjadikannya contoh praktik kewirausahaan yang adaptif dan kompetitif. Dengan melihat potensi dan tantangan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

dinamika kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal, serta mengidentifikasi strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha lokal di tengah perubahan pasar dan perkembangan teknologi.

METODE PENELITIAN

Pencarian literatur dilakukan dengan menggunakan database akademik seperti Publish or Perish, ResearchGate, dan Google Scholar. Artikel yang direview terdiri dari tiga artikel yang dipublikasikan dalam enam tahun terakhir (2018-2024) dengan kata kunci pencarian meliputi “Kewirausahaan Di Sektor Kuliner Dan Fashion Lokal”.

HASIL PENELITIAN

jurnal berjudul "*Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional*". Penelitian ini dilakukan oleh Arifin dan bertujuan untuk menganalisis kontribusi tiga subsektor utama dalam ekonomi kreatif Indonesia fesyen, kuliner, dan kriya terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Abstrak dari jurnal ini menyoroti bahwa ketiga subsektor tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif, dengan subsektor fesyen menunjukkan pengaruh terbesar, diikuti oleh kuliner dan kriya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis jalur (path analysis) untuk mengukur pengaruh masing-masing subsektor terhadap nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Data yang digunakan berasal dari sumber-sumber resmi yang relevan, meskipun informasi spesifik mengenai sampel dan variabel yang digunakan tidak dijelaskan secara rinci dalam ringkasan yang tersedia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor fesyen memiliki koefisien jalur sebesar 0,880, menandakan kontribusi paling signifikan terhadap nilai tambah ekonomi kreatif nasional. Subsektor kuliner dan kriya masing-masing memiliki koefisien jalur sebesar 0,627 dan 0,438. Temuan ini mengindikasikan bahwa fesyen memainkan peran sentral dalam pertumbuhan ekonomi kreatif, sementara kuliner dan kriya juga memberikan kontribusi yang substansial, meskipun pada tingkat yang lebih rendah. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan pentingnya pengembangan ketiga subsektor tersebut untuk memaksimalkan potensi ekonomi kreatif Indonesia. Rekomendasi kebijakan yang diajukan meliputi peningkatan investasi dalam inovasi fesyen, perluasan wisata kuliner, dan pemberdayaan sektor kriya melalui platform digital serta akses pasar yang lebih luas.

Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing global ekonomi kreatif Indonesia.

jurnal berjudul "*Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat*". Penelitian ini dilakukan oleh Junaedi dan Rojali, dengan tujuan untuk menganalisis dampak pelatihan kewirausahaan digital terhadap pemberdayaan ekonomi kreatif lokal, khususnya dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan daya saing pelaku usaha. Abstrak dari jurnal ini menyoroti bahwa pelaku ekonomi kreatif lokal sering menghadapi kesulitan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas usaha mereka, sehingga pelatihan kewirausahaan digital menjadi solusi potensial untuk meningkatkan daya saing dan pengembangan usaha kreatif lokal. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen dari komunitas masyarakat yang mengikuti program pelatihan. Sampel penelitian terdiri dari anggota komunitas masyarakat yang telah mengikuti pelatihan kewirausahaan digital. Variabel yang dianalisis meliputi peningkatan kapasitas usaha kreatif dalam aspek pemasaran digital, manajemen bisnis, dan inovasi produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital secara signifikan meningkatkan kapasitas usaha kreatif, khususnya dalam aspek pemasaran digital, manajemen bisnis, dan inovasi produk. Selain itu, faktor-faktor pendukung seperti akses terhadap teknologi dan kemampuan beradaptasi dengan perubahan digital juga memainkan peran penting dalam kesuksesan pelatihan ini. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa pelatihan kewirausahaan digital memiliki potensi besar dalam memperkuat ekonomi kreatif lokal. Namun, untuk mencapai keberlanjutan ekonomi yang lebih luas, diperlukan dukungan berkelanjutan dari berbagai pemangku kepentingan. Rekomendasi diberikan kepada pemerintah dan lembaga pelatihan untuk memperluas program serupa guna memberdayakan pelaku ekonomi kreatif di era digital.

jurnal berjudul "*Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs*". Penelitian ini dilakukan oleh Faturachman Alputra Sudirman, Fera Tri Susilawaty, dan Aenal Fuad Adam, yang berasal dari Universitas Halu Oleo dan Universitas Musamus. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis peluang dan tantangan dalam pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari serta kontribusinya terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs), khususnya tujuan ke-8 yang berkaitan dengan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Abstrak jurnal

ini menyoroti bahwa industri kreatif kuliner memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui penciptaan lapangan kerja dan pemberdayaan pelaku usaha lokal. Namun, terdapat berbagai tantangan yang perlu diatasi untuk memaksimalkan kontribusi sektor ini terhadap pencapaian SDGs. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini meliputi pejabat dari Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM, pelaku usaha kuliner, serta Ketua Komunitas Kuliner Kendari (Triple K). Sampel penelitian terdiri dari pelaku usaha kuliner di Kota Kendari yang terbagi dalam dua kategori utama: jasa kuliner (seperti restoran, warung makan, dan kafe) dan barang kuliner (seperti makanan olahan kemasan). Variabel yang dianalisis meliputi minat kewirausahaan, kreativitas pelaku usaha, tren kuliner sebagai gaya hidup, dukungan program pemerintah, serta tantangan seperti modal usaha, perizinan, dan ketersediaan ruang usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa industri kreatif kuliner di Kota Kendari memiliki peluang besar untuk berkembang, didorong oleh meningkatnya minat kewirausahaan dan kreativitas pelaku usaha, serta tren kuliner sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat. Dukungan program pemerintah juga menjadi faktor pendukung dalam pengembangan sektor ini. Namun, tantangan seperti keterbatasan modal usaha, proses perizinan yang kompleks, dan keterbatasan ruang usaha masih menjadi hambatan yang perlu diatasi. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa industri kreatif kuliner memiliki peran penting dalam mendukung pencapaian SDGs, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan pelaku usaha lokal. Untuk mengoptimalkan kontribusi sektor ini, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas dalam mengatasi tantangan yang ada, seperti penyediaan akses modal, penyederhanaan proses perizinan, dan pengembangan infrastruktur pendukung.

jurnal berjudul *"Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok"*. Penelitian ini dilakukan oleh Anisatul Auliya dan Nailul Mona dari Program Pendidikan Vokasi Universitas Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi dan strategi pengembangan kreativitas kuliner di Kota Depok sebagai elemen daya tarik wisata. Abstrak jurnal ini menyoroti bahwa meskipun Depok memiliki beragam kuliner lokal, potensi tersebut belum sepenuhnya dikenal dan dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mengusulkan strategi pengembangan kreativitas kuliner di Kota Depok agar dapat menarik wisatawan untuk

mengunjungi dan mencicipi kuliner lokal. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan observasi yang dilakukan pada Agustus 2019 hingga Januari 2020. Sampel penelitian terdiri dari pelaku usaha kuliner di Kota Depok, termasuk restoran, warung makan, dan kafe. Variabel yang dianalisis meliputi kreativitas dalam penyajian makanan, kompetensi juru masak, promosi kuliner, serta pengarsipan dan dokumentasi kuliner lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kota Depok memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata kuliner, didukung oleh lokasi yang strategis dan aksesibilitas yang baik. Namun, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti peningkatan kompetensi juru masak, promosi yang lebih efektif melalui media sosial dan kerja sama dengan food blogger, serta penyelenggaraan event kuliner berskala besar secara rutin. Selain itu, pentingnya pengarsipan dan dokumentasi kuliner lokal juga ditekankan untuk pelestarian dan promosi jangka panjang. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa pengembangan kreativitas kuliner di Kota Depok dapat menjadi elemen penting dalam menarik wisatawan dan meningkatkan citra kota sebagai destinasi wisata. Diperlukan kerja sama antara pemerintah daerah, pelaku usaha kuliner, akademisi, dan media untuk mengoptimalkan potensi ini melalui peningkatan kompetensi, promosi yang efektif, dan pelestarian kuliner lokal.

jurnal berjudul "*Rantai Nilai dan Model Bisnis Fashion pada Brand Lokal*". Penelitian ini dilakukan oleh Fontanna Ofira Feodora, Anastasia Irene Handoyo, Graciela Cendana, John Pier's Moses, dan Eko Suhartanto dari Universitas Prasetiya Mulya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis rantai nilai dan model bisnis pada brand fashion lokal, dengan studi kasus pada Musse Official, guna memahami strategi yang diterapkan dalam menghadapi persaingan industri fashion yang ketat. Abstrak jurnal ini menyoroti bahwa Musse Official, sebagai brand lokal, menghadapi tantangan persaingan dengan brand besar yang memiliki sumber daya lebih besar. Untuk mengatasi hal tersebut, Musse Official menempatkan *customer engagement* sebagai keunggulan bersaingnya, dengan fokus pada interaksi langsung dengan pelanggan dan respons cepat terhadap tren pasar. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan studi kasus pada Musse Official. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pemilik dan tim manajemen Musse Official, serta observasi terhadap proses bisnis dan strategi yang diterapkan. Sampel penelitian terdiri dari Musse Official sebagai objek studi kasus. Variabel yang dianalisis meliputi aktivitas utama dalam rantai nilai seperti desain produk, produksi,

pemasaran, distribusi, serta aktivitas pendukung seperti manajemen sumber daya manusia dan teknologi informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Musse Official berhasil menciptakan nilai tambah melalui desain yang inovatif, penggunaan jasa outsourcing untuk produksi guna efisiensi biaya, serta strategi pemasaran yang memanfaatkan media sosial dan kolaborasi dengan influencer. Selain itu, Musse Official juga fokus pada pengelolaan kualitas produk dan pelayanan pelanggan yang responsif untuk mempertahankan loyalitas konsumen. Kesimpulan dari penelitian ini menekankan bahwa brand fashion lokal seperti Musse Official dapat bersaing di industri fashion dengan memanfaatkan keunggulan dalam desain, efisiensi operasional, dan strategi pemasaran yang tepat. Penerapan analisis rantai nilai membantu dalam mengidentifikasi aktivitas yang memberikan nilai tambah dan strategi yang efektif dalam menghadapi persaingan pasar.

PEMBAHASAAN

Kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia. Berdasarkan penelitian Arifin dalam jurnal "Kontribusi Subsektor Fesyen, Kuliner, dan Kriya terhadap Peningkatan Nilai Tambah Ekonomi Kreatif Nasional", subsektor fesyen tercatat memberikan kontribusi paling besar terhadap peningkatan nilai tambah ekonomi kreatif nasional, dengan koefisien jalur sebesar 0,880. Sementara itu, subsektor kuliner menyusul dengan koefisien 0,627, dan kriya sebesar 0,438. Data ini menunjukkan bahwa baik fesyen maupun kuliner merupakan pilar penting dalam pengembangan ekonomi kreatif nasional dan menjadi potensi besar bagi penguatan kewirausahaan lokal.

Namun demikian, pengembangan sektor ini tidak lepas dari tantangan, terutama dalam hal adaptasi teknologi digital. Junaedi dan Rojali melalui penelitian berjudul "Penguatan Ekonomi Kreatif Lokal Melalui Pelatihan Kewirausahaan Digital di Komunitas Masyarakat" menunjukkan bahwa pelatihan kewirausahaan digital secara signifikan meningkatkan kapasitas pelaku usaha kreatif. Peningkatan ini mencakup kemampuan dalam pemasaran digital, manajemen usaha, hingga inovasi produk. Hasil ini menegaskan pentingnya transformasi digital bagi pelaku usaha kuliner dan fashion lokal agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan terhubung secara global.

Di sektor kuliner, kontribusinya terhadap pembangunan daerah juga sangat nyata. Penelitian oleh Faturachman Alputra Sudirman dkk. dalam jurnal "Peluang dan Tantangan

Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs" menunjukkan bahwa sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja dan memberdayakan pelaku usaha lokal, terutama di Kota Kendari. Meski demikian, berbagai hambatan seperti keterbatasan modal, perizinan yang rumit, dan minimnya ruang usaha masih menjadi tantangan utama yang harus diselesaikan secara kolaboratif oleh pemerintah dan pelaku usaha.

Kota Depok juga menjadi contoh bagaimana sektor kuliner dapat dikembangkan sebagai kekuatan lokal. Dalam jurnal "Pengembangan Kreativitas Kuliner Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Kota Depok" karya Anisatul Auliya dan Nailul Mona, disebutkan bahwa kuliner lokal di Depok memiliki potensi besar sebagai daya tarik wisata. Namun, potensi ini belum dimanfaatkan secara maksimal. Penguatan promosi melalui media sosial, peningkatan kompetensi pelaku usaha, serta dokumentasi kuliner tradisional menjadi strategi penting untuk mengangkat citra kuliner lokal sebagai aset budaya sekaligus ekonomi.

Sementara itu, pada sektor fashion, studi kasus terhadap brand lokal Musse Official memberikan gambaran menarik. Penelitian Fontanna Ofira Feodora dkk. dalam jurnal "Rantai Nilai dan Model Bisnis Fashion pada Brand Lokal" mengungkap bahwa Musse Official mampu bersaing dengan brand besar melalui pendekatan customer engagement, efisiensi operasional melalui outsourcing, serta strategi pemasaran berbasis media sosial dan kolaborasi dengan influencer. Keberhasilan ini membuktikan bahwa kreativitas, kepekaan terhadap tren, dan manajemen yang efektif dapat menjadi keunggulan kompetitif bagi brand fashion lokal.

Kombinasi antara keterampilan teknis, pemanfaatan teknologi digital, dan inovasi produk menjadi fondasi utama dalam memperkuat kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion. Kedua sektor ini tidak hanya berperan dalam mendongkrak perekonomian, tetapi juga dalam membentuk identitas lokal dan memperkuat nilai-nilai budaya yang khas. Upaya pengembangan sektor ini harus melibatkan pelatihan berkelanjutan, promosi yang tepat sasaran, serta dukungan regulasi yang memudahkan pelaku usaha berkembang.

Sebagai kesimpulan, penguatan kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal harus menjadi bagian integral dari strategi pembangunan ekonomi kreatif Indonesia. Diperlukan sinergi antara pemerintah, pelaku usaha, akademisi, dan komunitas dalam menciptakan ekosistem yang mendukung. Melalui peningkatan kompetensi, digitalisasi, serta pembukaan akses pasar dan pembiayaan, sektor ini akan mampu tumbuh secara berkelanjutan dan memberikan dampak nyata bagi perekonomian nasional.

KESIMPULAN

Kewirausahaan di sektor kuliner dan fashion lokal memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Kedua sektor ini menunjukkan kontribusi signifikan terhadap nilai tambah ekonomi nasional, dengan subsektor fesyen menjadi yang paling dominan. Namun, pengembangan kewirausahaan lokal masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan modal, perizinan, ruang usaha, dan daya saing pasar. Untuk menjawab tantangan tersebut, pelatihan kewirausahaan digital terbukti efektif dalam meningkatkan kapasitas pelaku usaha, khususnya dalam manajemen bisnis dan pemasaran. Studi kasus pada brand fashion lokal juga menunjukkan bahwa strategi inovatif dan pemanfaatan media sosial dapat menjadi keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara pelaku usaha, pemerintah, dan komunitas dalam membangun ekosistem kewirausahaan yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan. Pendekatan kolaboratif ini menjadi kunci dalam memperkuat daya saing sektor kuliner dan fashion lokal di tengah dinamika ekonomi dan teknologi yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner dalam Mendukung Pariwisata di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1): 74-101.
- Bockholdt, K., Kemper, J., & Brettel, M. (2020). Private label shoppers between fast fashion trends and status symbolism – A customer characteristics investigation. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 52, 101883. doi:10.1016/j.jretconser.2019.07.008
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014a. EKONOMI KREATIF: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025. Retrieved from <https://dokumen.tips/government-nonprofit/ekonomi-kreatif-kekuatan-baru-indonesia-menuju-2025.html>
- Kompas.com 2018. Bekraf: Kontribusi Ekonomi Kreatif ke PDB 2018 Lebih dari Rp 1.000 Triliun. Retrieved from Kompas.com website: <https://semarang.kompas.com/read/2018/08/01/170900726/bekraf--kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-2018-lebih-dari-rp-1.000-triliun>