

POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF UNTUK Mendukung Pariwisata di Kabupaten Kotabaru

Oleh :

Asrid Juniar¹⁾, Muhamad Rusmin Nuryadin²⁾, Rini Rahmawati³⁾

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Lambung Mangkurat

¹email: asridjuniar@ulm.ac.id

²email: mnrnyadin@ulm.ac.id

³email: rinirahmawati@ulm.ac.id

Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Submit, 4 April 2024

Revisi, 15 April 2024

Diterima, 4 Mei 2024

Publish, 15 Mei 2024

Kata Kunci :

Pariwisata,
Ekonomi Kreatif,
Strategi Pengembangan,
Analisis SWOT.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis karakteristik dan perkembangan ekonomi kreatif pendukung pariwisata serta mengembangkan desain dan model strategi pengembangan ekonomi kreatif pendukung pariwisata di Kabupaten Kotabaru. Jenis penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah metode campuran, yaitu suatu upaya terencana, sistematis, terstruktur dan terukur dengan memanfaatkan dua metode penelitian secara bersamaan yaitu kuantitatif dan kualitatif. Objek penelitian adalah sektor ekonomi kreatif di kawasan wisata Kabupaten Kotabaru sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 8 Tahun 2018. Fokus kajian pada sektor ekonomi kreatif gabungan dari Kawasan Pengembangan Pariwisata Kabupaten (KPPK) dan Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten (KSPK) di Kabupaten Kotabaru. Dari tujuh belas subsektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, terdapat delapan subsektor yang mampu menunjang pariwisata di Kabupaten Kotabaru, yaitu kuliner, musik, fesyen, arsitektur, kerajinan, seni pertunjukan, media periklanan dan aplikasi. Subsektor ekonomi kreatif unggulan antara lain kuliner, musik, fesyen, dan arsitektur, sedangkan subsektor ekonomi kreatif kerajinan, seni pertunjukan, media periklanan, dan aplikasi merupakan subsektor potensial. Meskipun subsektor ekonomi kreatif dapat memberikan tambahan pendapatan bagi yang terlibat, namun masih belum bisa maksimal mendukung pariwisata di Kabupaten Kotabaru karena permasalahan yang paling sering muncul adalah permasalahan sumber daya manusia, permasalahan pembiayaan dan permasalahan kelembagaan.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license



Corresponding Author:

Nama: Asrid Juniar

Afiliasi: Universitas Lambung Mangkurat

Email: asridjuniar@ulm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pengembangan ekonomi kreatif saat ini menjadi alternatif yang tepat untuk menjaga ketahanan perekonomian dalam kondisi krisis global. Industri pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan pilar penting dalam sistem pengembangan pariwisata Indonesia. Saat ini pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sedang menunjukkan pertumbuhan yang positif sehingga pengembangan sektor tersebut menjadi fokus pemerintah (Afifah et

al., 2023). Ekonomi kreatif perlu dikembangkan karena ekonomi kreatif mempunyai potensi besar untuk memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan; menciptakan iklim usaha yang positif; membangun citra dan jati diri bangsa; berdasarkan sumber daya terbarukan; menciptakan inovasi dan kreativitas yang menjadi salah satu keunggulan kompetitif suatu bangsa dan memberikan dampak sosial yang positif (Ardhala et al., 2016).

Pengembangan ekonomi kreatif dimaksudkan sebagai upaya memberikan keterampilan kepada masyarakat agar mampu menciptakan lapangan kerja bagi dirinya dan orang lain secara ekonomi dengan menciptakan ide-ide kreatif dengan segala potensi pariwisata yang ada. Pembangunan ini dimaksudkan sebagai upaya agar masyarakat mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari dengan memiliki sumber pendapatan lain yang bersumber dari tempat wisata yang ada (Batilmurik & Lao, 2016).

Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreativitas yang bertumpu pada gagasan, gagasan, dan pengetahuan yang bersumber dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Ekonomi kreatif diartikan sebagai wujud upaya mengupayakan pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas, dimana pembangunan berkelanjutan merupakan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan (Dewi & Rino, 2018).

Industri kreatif mempunyai hubungan yang sangat erat dengan pariwisata. Berbagai sektor industri kreatif menjadi daya tarik wisata yang semakin digemari, seperti kuliner, seni pertunjukan, karnaval, dan fashion. Dalam rangka meningkatkan daya saing bangsa dan kontribusi usaha ekonomi kreatif terhadap perekonomian nasional, diperlukan kerangka strategis pengembangan ekonomi kreatif nasional dalam jangka panjang (Kamiluddin & Hasan, 2023).

Potensi industri kreatif masih sangat besar untuk dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis. Ekonomi kreatif merupakan salah satu keunggulan kompetitif daerah yang dapat dikembangkan (Lita et al., 2020; Rahmawati et al., 2022). Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep untuk mewujudkan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang berbasis pada kreativitas (Afifah et al., 2023). Ekonomi kreatif diartikan sebagai wujud upaya mengupayakan pembangunan berkelanjutan melalui kreativitas, dimana pembangunan berkelanjutan merupakan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya terbarukan (Melanie & Ginting, 2022).

Potensi UMKM dan industri kreatif yang relatif tidak terdampak pandemi diharapkan mampu mendukung peningkatan pendapatan asli daerah (Nugraha et al., 2022). Kabupaten Kotabaru merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Kalimantan Selatan yang memiliki potensi besar dalam dunia ekonomi kreatif, dengan letaknya yang strategis, banyaknya kawasan wisata dan banyaknya UMKM yang ada di kota ini. Menyadari pentingnya ekonomi kreatif, pemerintah daerah Kabupaten Kotabaru memanfaatkan peluang tersebut. Menurut Nusraningrum & Pratama (2019) pariwisata merupakan suatu usaha yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui ekonomi kreatif yang akan mendorong

pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja.

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian ini adalah metode campuran, yaitu suatu upaya terencana, sistematis, terstruktur dan terukur yang secara bersama-sama memanfaatkan dua metode penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif, sehingga dapat menekankan kelebihan dan meminimalisir kekurangan masing-masing metode. Objek penelitian adalah sektor ekonomi kreatif di kawasan wisata Kabupaten Kotabaru sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 8 Tahun 2018. Fokus kajian pada sektor ekonomi kreatif gabungan dari Kawasan Pengembangan Pariwisata Kabupaten (KPPK) dan Kawasan Strategis Pariwisata Kabupaten (KSPK) di Kabupaten Kotabaru. Berdasarkan pertimbangan yang telah ditetapkan dan merupakan ciri khas Kabupaten Kotabaru, maka perwakilan yang ditetapkan adalah: 1) kawasan pesisir yang bertemakan ekowisata pantai dan pemancingan, yaitu pantai Gedambaan dan pantai Siring Laut di Kecamatan Pulau Laut Utara; 2) kawasan alam dengan tema minat khusus wisata petualangan yaitu Taman Hutan Raya Meranti dan Bukit Mamake di Pulau Laut Utara, 3) kawasan gua dengan tema minat khusus wisata budaya dan petualangan hutan yaitu Gua Lowo di Kecamatan Kelumpang Hilir, 4) kawasan kepulauan yang bertema wisata bahari, diving dan snorkeling yaitu Teluk Tamiang di Kecamatan Pulau Laut Tanjung.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui survei lapangan dengan menggunakan metode pengumpulan data, salah satunya menggunakan responden kunci. Data sekunder diperoleh dari Pemerintah Daerah Kabupaten Kotabaru dari SKPD terkait dan Badan Pusat Statistik. Data ini telah dipublikasikan baik dalam laporan tertulis maupun online. Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini meliputi survei langsung terhadap responden kunci. Sedangkan kebutuhan data sekunder terkait capaian ekonomi kreatif di Kabupaten Kotabaru.

Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendukung Pariwisata di Kabupaten Kotabaru disusun berdasarkan tahap pertama yaitu analisis deskriptif yaitu mendeskripsikan data secara matematis sehingga dapat dianalisis perubahan-perubahan yang terjadi pada setiap data dari setiap variabel penelitian dan dapat diukur dalam skala numerik. Metode ini digunakan untuk pengembangan dan pencirian ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini berupa perhitungan angka yang disajikan dalam bentuk grafik, gambar dan tabel. Tahap kedua dalam melakukan analisis SWOT adalah mengidentifikasi secara sistematis berbagai faktor (Kekuatan atau kelemahan, Peluang atau peluang dan Ancaman)

untuk merumuskan strategi. Kombinasi faktor internal dan faktor eksternal menjadi faktor yang dipertimbangkan dalam analisis SWOT (Bilan et al., 2019).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Langkah pemerintah untuk meningkatkan perekonomian Indonesia khususnya di daerah adalah dengan menerapkan otonomi daerah. Kebebasan yang diberikan kepada daerah adalah dengan menetapkan berbagai kebijakan, seperti UU No. 22 Tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah dan UU No. 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan (Polnaya & Darwanto, 2015). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 142 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pembangunan Ekonomi Kreatif Nasional Tahun 2018 – 2025 sebagai salah satu landasan yuridis yang menjadi landasan pelaksanaan pengembangan sektor ekonomi kreatif baik secara nasional, provinsi, dan kabupaten/kota. wilayah kota.

Prinsip-prinsip Pengembangan Ekonomi Kreatif berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Kotabaru Nomor 3 Tahun 2022 antara lain: 1) memberdayakan sumber daya manusia kreatif di Daerah untuk mewujudkan kreativitasnya menjadi produk dan/atau jasa yang dilindungi hak kekayaan intelektual; 2) peningkatan literasi mengenai pola desain bertujuan untuk mentransformasikan kreativitas menjadi inovasi; 3) menciptakan karya kreatif dengan memanfaatkan warisan budaya sebagai sumber inspirasi untuk menciptakan keunikan dan memperkuat identitas daerah; dan 4) pengembangan dan pemanfaatan media sebagai saluran distribusi dan pencapaian karya dan konten kreatif lokal yang berkualitas. Ruang lingkup sasaran, arah kebijakan dan strategi pengembangan ekonomi kreatif meliputi: 1) Pengembangan produk ekonomi kreatif; 2) Perlindungan kekayaan intelektual ekonomi kreatif; 3) Pengembangan pelaku ekonomi kreatif; 4) Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif; 5) Pengembangan BLUD ekonomi kreatif; 6) Kolaborasi pengembangan ekonomi kreatif; 7) Ruang kreatif, pusat kreasi dan pusat pemasaran produk kreatif.

Subsektor ekonomi kreatif yang terdapat di Pantai Gedambaan adalah kuliner, kriya, musik, fashion, arsitektur dan yang diunggulkan adalah kuliner dan musik, sedangkan yang potensial adalah kerajinan dan fashion. Potensi ekonomi kreatif yang dimiliki pantai Siring Laut adalah arsitektur, kuliner, musik, fesyen, seni pertunjukan, kerajinan dan aplikasi, yang diunggulkan adalah arsitektur, kuliner, musik dan seni pertunjukan, sedangkan yang berpotensi adalah kerajinan dan fesyen. Subsektor ekonomi kreatif di Taman Hutan Raya Meranti yaitu arsitektur, kuliner dan musik semuanya unggul dan potensial untuk dikembangkan. Potensi ekonomi kreatif yang dimiliki objek wisata Mamake Hill adalah kuliner, musik dan fashion, yang diunggulkan

adalah kuliner dan musik sedangkan yang potensial adalah fashion. Subsektor ekonomi kreatif di Goa Lowo adalah seni pertunjukan, kerajinan, musik, arsitektur, kuliner, media/periklanan dan fesyen, yang diunggulkan adalah arsitektur, seni pertunjukan dan musik, yang potensial adalah kuliner dan fesyen. Objek wisata Teluk Tamiang mempunyai keunggulan ekonomi kreatif kuliner dan kerajinan yang berpotensi untuk dikembangkan.

Hasil persepsi responden terhadap faktor sumber daya manusia baik, faktor sosial ekonomi berdasarkan hasil persepsi responden baik. Faktor produksi, faktor pembiayaan, faktor kebijakan, peraturan dan program juga dinilai baik oleh responden. Faktor kelembagaan dan faktor dukungan eksternal juga dinilai baik oleh responden. Hasil tabulasi unsur tingkat kepentingan pembangunan pada urutan pertama adalah pengembangan produk ekonomi kreatif, urutan kedua adalah pengembangan pelaku ekonomi kreatif, urutan ketiga adalah kolaborasi pengembangan sektor ekonomi kreatif. ekonomi kreatif, sedangkan yang keempat adalah ruang kreatif, pusat kreasi, dan pusat pemasaran produk kreatif. Hal ini menjadi pilihan utama karena merupakan faktor yang dibutuhkan saat ini mengingat kondisi yang ada. Tiga faktor yang berada pada urutan terbawah adalah pengembangan BLUD ekonomi kreatif, pengembangan ekosistem ekonomi kreatif, dan perlindungan kekayaan intelektual ekonomi kreatif. Hal ini membuktikan bahwa para pelaku ekonomi kreatif masih belum menyadari pentingnya mengakui kekayaan intelektual.

Walaupun secara umum penilaian mengenai sumber daya manusia menunjukkan nilai yang baik, namun permasalahan yang muncul bagi pelaku ekonomi kreatif adalah permasalahan sumber daya manusia. Mereka memang mempunyai kompetensi namun mereka merasa masih memerlukan pelatihan dan benchmarking sebagai acuan dalam mengembangkan usahanya. Sumber daya manusia subsektor ekonomi kreatif sudah memiliki pola pikir dan semangat untuk maju, namun perlu diyakinkan dengan fasilitasi pelatihan dan pendampingan. Faktor kedua yang menjadi permasalahan adalah faktor kelembagaan. Pengelolaan tempat wisata menjadi faktor penting selain faktor kelembagaan pelaku ekonomi kreatif itu sendiri. Jika dikelola dengan baik dan melibatkan banyak pihak, sinergitas pihak-pihak tersebut akan membantu mengatasi solusi yang mungkin muncul dan dihadapi oleh para pelaku ekonomi kreatif. Faktor ketiga yang juga merupakan faktor klasik adalah pembiayaan. Meski secara umum penilaian menunjukkan persepsi yang baik, namun ke depan perlu memperhatikan faktor pembiayaan guna mengantisipasi peningkatan jumlah pengunjung tempat wisata dan permintaan produk ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis SWOT diperoleh subsektor ekonomi kreatif yang merupakan sektor unggulan yang diharapkan

mampu menunjang pariwisata di Kabupaten Kotabaru. Sektor unggulan adalah sektor yang mempunyai potensi lebih besar untuk tumbuh lebih cepat dibandingkan sektor lain di suatu daerah, terutama faktor pendukung sektor unggulan tersebut yaitu akumulasi modal, pertumbuhan tenaga kerja yang terserap, dan kemajuan teknologi. Sektor unggulan adalah sekelompok subsektor yang mampu mendorong pertumbuhan atau perkembangan sektor-sektor lain, baik sektor penyedia input maupun sektor yang menggunakan outputnya sebagai input dalam proses produksi. Subsektor ekonomi kreatif yang termasuk dalam sektor unggulan adalah 1) subsektor kuliner yang merupakan subsektor yang paling banyak terdapat di setiap tempat wisata yang menjadi objek kajian. Sarana dan prasarana subsektor kuliner secara umum tersedia. Semua faktor yang diperlukan untuk mengembangkan pelaku ekonomi kreatif kuliner tersedia; 2) subsektor musik merupakan subsektor yang paling mudah menarik pengunjung tempat wisata yang menjadi objek penelitian. Sarana dan prasarana fisik serta masyarakat di wilayah Kabupaten Kotabaru melalui PEPPARI sudah ada; 3) subsektor fesyen merupakan subsektor yang sebenarnya merupakan salah satu media promosi tempat wisata yang menjadi objek kajian. Kreasi fashion selalu menjadi oleh-oleh, oleh-oleh atau oleh-oleh dengan harga yang relatif terjangkau dan mudah untuk dibawa bepergian. Penjualan online juga memudahkan pemasaran produk fashion; 4) subsektor arsitektur menjadi ciri khas yang menjadikan subsektor ini unggul. Hampir setiap tempat wisata yang menjadi objek kajian dan mempunyai arsitektur khas akan dijadikan sebagai spot foto yang akan menjadi media promosi dan pemasaran, sehingga dampaknya akan memperluas ekosistem ekonomi kreatif yang ada.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan analisis SWOT diperoleh subsektor ekonomi kreatif yang merupakan sektor potensial yang diharapkan mampu menunjang pariwisata di Kabupaten Kotabaru. Sektor potensial adalah kemampuan perekonomian yang ada pada suatu daerah yang memungkinkan dan layak untuk dikembangkan, sehingga akan terus berkembang menjadi sumber kehidupan masyarakat setempat, bahkan dapat membantu perekonomian daerah secara keseluruhan agar dapat berkembang secara otomatis dan berkelanjutan. Subsektor ekonomi kreatif yang merupakan sektor potensial adalah subsektor kerajinan yang merupakan sektor potensial karena mempunyai ciri khas tersendiri bagi suatu daerah terutama kaitannya dengan objek kajian. Kreasi subsektor kerajinan selain berpotensi meningkatkan pendapatan pelaku ekonomi kreatif, juga mampu memikat wisatawan untuk kembali mengunjungi tempat wisata yang menjadi objek kajian; 2) subsektor seni pertunjukan dimana event, festival dan kegiatan yang mengundang pengunjung merupakan salah satu kegiatan yang diharapkan mempunyai

potensi untuk menunjang sektor pariwisata di wilayah Kabupaten Kotabaru. Adanya kegiatan seni pertunjukan rutin yang dipadukan dengan sektor musik unggulan akan selalu menarik minat penonton untuk datang. Namun faktor pembiayaan perlu diperhatikan karena beberapa seni pertunjukan memerlukan dana yang cukup besar karena melibatkan banyak pihak terutama untuk acara atau festival nasional; 3) subsektor media periklanan merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang potensial berkembang. Media periklanan khususnya yang berbasis online semakin memudahkan para pelaku ekonomi kreatif dalam membantu mendukung sektor pariwisata. Jika dipadukan dengan subsektor unggulan lainnya seperti musik dan arsitektur yang menjadi ikon suatu daerah atau tempat wisata, maka akan memudahkan semua pihak untuk mengetahui dan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut; 4) subsektor aplikasi, munculnya aplikasi merupakan salah satu peluang dan potensi yang dapat digarap oleh para pelaku ekonomi kreatif sebagai salah satu hal yang menunjang ekonomi kreatif. Walaupun penerapan yang muncul masih sederhana, masih hanya berkaitan dengan media periklanan, namun jika dipadukan dengan subsektor unggulan akan memberikan dampak positif bagi sektor pariwisata di Kabupaten Kotabaru.

Perkembangan industri kreatif mempunyai peluang yang sangat besar dan beragam, baik yang bersumber dari kearifan lokal masyarakat maupun sumber budaya yang merupakan kekayaan peradaban bangsa yang bersumber dari interaksi sosial masyarakat yang merupakan bagian dari kepribadian dan jati diri suatu masyarakat. , yang dapat digunakan sebagai bahan baku dalam prosesnya. penciptaan dan produksi karya kreatif (Richards, 2018). Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru perekonomian nasional dan daerah di masa depan, seiring dengan kondisi sumber daya alam yang semakin terdegradasi setiap tahunnya year (Putra & Sujawoto, 2023). Subsektor unggulan ini terkait dengan perannya yang sangat signifikan dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif dan jumlahnya relatif besar serta mempunyai fungsi yang menonjol. Sektor potensial merupakan sektor penggerak yang jika digabungkan dengan sektor unggulan akan menjadi faktor penentu keberlanjutan pariwisata (Riswan et al., 2018).

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data pada Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Menunjang Pariwisata di Kabupaten Kotabaru diperoleh hasil sebagai berikut: bahwa dari tujuh belas subsektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif terdapat delapan subsektor subsektor yang mampu menunjang pariwisata di Kabupaten Kotabaru. subsektor yaitu kuliner, musik, fesyen, arsitektur, kerajinan tangan, seni pertunjukan, media periklanan dan aplikasi. Subsektor ekonomi kreatif unggulan

antara lain kuliner, musik, fesyen, dan arsitektur, sedangkan subsektor ekonomi kreatif kerajinan, seni pertunjukan, media periklanan, dan aplikasi merupakan subsektor potensial. Meskipun subsektor ekonomi kreatif dapat memberikan tambahan pendapatan bagi yang terlibat, namun masih belum bisa maksimal mendukung pariwisata di Kabupaten Kotabaru karena permasalahan yang paling sering muncul adalah permasalahan sumber daya manusia, permasalahan pembiayaan dan permasalahan kelembagaan.

Berdasarkan hasil Kajian Potensi dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Kabupaten Kotabaru yang telah selesai, diusulkan rekomendasi kebijakan yaitu 1) Optimalisasi pelaksanaan pelatihan, fasilitasi dan pendampingan pengembangan sumber daya manusia kreatif. Ketersediaan dan kompetensi sumber daya manusia pelaku ekonomi kreatif di setiap objek wisata dinilai relatif baik, hanya memerlukan dukungan benchmarking dan pelatihan khususnya mengenai Hak Kekayaan Intelektual (HAKI); 2) Menyediakan sarana dan/atau ruang kreatif yang memadai, lengkap dan mudah diakses pada setiap daya tarik wisata untuk pengembangan produk kuliner, kerajinan dan fesyen serta seni pertunjukan dan musik, karena tingkat keuntungan usaha sudah sangat baik; 3) Melaksanakan festival dan kompetisi ekonomi kreatif yang rutin setiap tahunnya di tempat wisata sebagai daya tarik pengunjung; 4) Membentuk kampung/desa kreatif dengan mensinergikan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dengan Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) di wilayah sekitar objek wisata; 5) Menerbitkan Peraturan Bupati tentang pengembangan subsektor ekonomi kreatif di Kabupaten Kotabaru sebagai turunan dari peraturan daerah yang sudah ada dan menyusun peta jalan ekonomi kreatif kabupaten; 6) Kerjasama SKPD terkait yaitu Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olah Raga, Dinas Koperasi, Perindustrian, Perdagangan dan Pasar, Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa, Dinas Lingkungan Hidup dan Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah.

Pengembangan ekonomi kreatif memerlukan kerjasama dan kemitraan antara pemerintah, akademisi, komunitas pariwisata, media dan masyarakat yang semuanya berbasis pada inovasi dan pemanfaatan teknologi digital (Saksono et al., 2022; Utomo & Dewi, 2021; Wahyudi et al., 2023). Daya saing subsektor ekonomi kreatif dinilai penting dan terdiri dari tiga hal, yaitu dimensi potensi, dimensi proses, dan dimensi kinerja (Utami & Lantu, 2014).

5. REFERENSI

Afifah, U. N., Suwandana, E., & Lestariningsih, E. (2023). The Formulation of tourism industry and creative economy competitiveness index of provinces in Indonesia. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and*

- Events*, 7(1), 16–26. <https://doi.org/10.31940/ijaste.v7i1.16-26>
- Ardhala, A. D., Santoso, E. B., & Sulistyarto, H. (2016). Influence Factors on the Development of Creative Industry as Tourism Destination (Case Study: Footwear Village in Mojokerto City). *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 671–679. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.131>
- Batilmurik, R. W., & Lao, H. A. (2016). Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Manajemen*, 1(3), 14. <https://doi.org/10.30736/jpim.v1i3.37>
- Bilan, Y., Vasilyeva, T., Kryklii, O., & Shilimbetova, G. (2019). The creative industry as a factor in the development of the economy: Dissemination of european experience in the countries with economies in transition. *Creativity Studies*, 12(1), 75–101. <https://doi.org/10.3846/cs.2019.7453>
- Dewi, R. S., & Rino, A. (2018). Animation as a creative industry: A strategy to build creativity and independence of youth in Padang, west Sumatra. *Emerald Reach Proceedings Series*, 1, 135–141. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-793-1-00040>
- Kamiluddin, & Hasan, Z. (2023). Creative Economy Development Challenges for Halal Tourism: A Study in Madura, Indonesia. *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi &Perbankan ...*, 10(1). <https://doi.org/10.1905/iqtishadia.v6i1.7255>
- Lita, R. P., Faisal, R. F., & Meuthia, M. (2020). Enhancing small and medium enterprises performance through innovation in Indonesia: A framework for creative industries supporting tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(1), 155–176. <https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2017-0124>
- Melanie, & Ginting, N. (2022). Study of Architecture Aspect of Creative Economy in Sustainable Tourism at Simanindo. *International Journal of Architecture and Urbanism*, 6(2), 167–177. <https://doi.org/10.32734/ijau.v6i2.9688>
- Nugraha, Y. E., Flora, V. A. S. M., Plaituka, C. W., & Mantolas, C. M. (2022). Tourism Business and Creative Economy: The Post Pandemic Recovery Efforts Through Online Platform Case Study in Kupang City. *Proceedings of the International Conference on Applied Science and Technology on Social Science 2022 (ICAST-SS 2022)*, 200–205. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-83-1_36
- Nusraningrum, D., & Pratama, A. (2019). The tourism development through creative economy. *International Journal of Engineering and Advanced Technology*, 8(6 Special Issue 3), 300–308.

- <https://doi.org/10.35940/ijeat.F1049.0986S319>
- Polnaya, G. A., & Darwanto. (2015). Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati, Jawa Tengah. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, 22(1), 1–10.
- Putra, R. R., & Sujawoto, F. A. (2023). Tourism and Creative Economy Entrepreneurs' Resilience in The Covid-19 Pandemic in West Java. *TRJ Tourism Research Journal*, 7(1), 133. <https://doi.org/10.30647/trj.v7i1.190>
- Rahmawati, R., Juniar, A., & Adi, S. (2022). Competence-based sustainable competitive advantage Dalam Perspektif Studi Empirik. *Seminar Nasional Dan Call for Paper FMI 2022 Bali*.
- Richards, G. (2018). Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy. *Revista Turismo Em Análise - RTA*, 29(3). <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p387-395>
- Riswan, Hartiningsih, Fitriyanti, S., Maulana, A. Z., Putryanda, Y., Puspitasari, T. F., & Pradana, H. A. (2018). Problematika Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Menunjang Problematics Of Creative Economic Development In Supporting. *Jurnal Kebijakan Pembangunan*, 13(2), 129–139. <https://jkpjournals.kalselprov.go.id/index.php/menu/article/view/75>
- Saksono, H., Hidayat, B. A., Yuliana, E., Wicaksono, B., Afriyanni, Wulandari, S. N., Momon, M., Matara, K., & Amri, N. H. (2022). The Impact of Tourism and The Creative Industry on The Economy of The Community. *Proceedings of the International Conference on Sustainable Innovation Track Accounting and Management Sciences (ICOSIAMS 2021)*, 201(Icosiams 2021), 22–25. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211225.004>
- Utami, R. M., & Lantu, D. C. (2014). Development Competitiveness Model for Small-Medium Enterprises among the Creative Industry in Bandung. *The 5th Indonesia International Conference on Innovation, Entrepreneurship, and Small Business (IICIES 2013)*, 115(Iicies 2013), 305–323. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.02.438>
- Utomo, R. B., & Dewi, M. H. U. (2021). The Role of Government and Private Sector in Developing Ecotourism. *Jurnal Riset Akutansi Mercu Buana*, 7(1), 58–71. <https://ezproxy.myucwest.ca/login?url=https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsdoj&AN=edsdoj.f170d5c1c24d3ab1b397ba15313634&site=eds-live&scope=site>
- Wahyudi, E., Juniar, A., & Rahmawati, R. (2023). Small Business Innovation Management For Export Products And Innovation Facilitation

Support For The Government Of Banyuwangi Regency. *International Journal of Education, Business and Economics Research (IJEBER)* ISSN:, 3(1), 18–27.