

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA PARIWISATA

Muhammad Arief Munandar^{1*}, Muhammad Ichsan², Rahmatul Husnaini³

^{1,2,3}*Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, Indonesia*

Email Korespondensi: ariefmunandar742@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengevaluasi kegiatan ekonomi kreatif sebagai nilai tambah yang mendukung industri pariwisata. Di Indonesia, industri kreatif yang mencakup bidang seperti desain, seni, dan fashion, berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja. Untuk berkembang, ekonomi kreatif membutuhkan kreativitas, inovasi, dan keterampilan, dan UMKM adalah salah satu cara untuk mengembangkan bisnis ekonomi kreatif. Kedua sektor ini saling mempengaruhi dan saling mempengaruhi satu sama lain, dan jika keduanya dikelola dengan baik, mereka dapat bekerja sama untuk memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis deskriptif adalah menggunakan metode penelitian kepustakaan untuk menganalisis berbagai data berdasarkan referensi yang terkait dengan masalah yang diteliti. Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan daya saing usaha pariwisata dan kontribusi ekonomi kreatif dalam pengembangan dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Daya Saing, Usaha Pariwisata

ABSTRACT

The purpose of this study is to evaluate creative economy activities as an added value that supports the tourism industry. In Indonesia, the creative industry, which includes fields such as design, art, and fashion, contributes to economic growth and job creation. To develop, the creative economy requires creativity, innovation, and skills, and MSMEs are one way to develop creative economy businesses. These two sectors influence and influence each other, and if they are well managed, they can work together to have a positive impact on economic growth and people's well-being. The method used to conduct descriptive analysis is to use the literature research method to analyze various data based on references related to the problem being studied. The role of the creative economy in increasing the competitiveness of tourism businesses and the contribution of the creative economy in business development and sustainability.

Keywords: Creative Economy, Competitiveness, Tourism Business

PENDAHULUAN

Banyak objek wisata yang menakjubkan di Indonesia, dan pemerintah telah memberikan perhatian utama pada industri pariwisata sejak awal. Menurut laporan Dewan Perjalanan dan Pariwisata Dunia, industri pariwisata Indonesia berkembang dengan laju tercepat di antara anggota G20 (Widadio, 2014). Pariwisata menjadi sektor terbesar dan paling tangguh dalam ekonomi dunia. Sektor pariwisata adalah salah satu yang dapat mendukung ekonomi Donna. Karena, terutama dalam hal produksi nasional dan pengangguran, ada banyak manfaat dari menciptakan lapangan kerja, membangun budaya nasional, dan mendorong tingkat kontak yang tinggi dengan negara mereka. Salah satu inisiatif yang memungkinkan sumber daya negara untuk dikembangkan dan digunakan, serta potensi industri pariwisatanya, dapat membantu membangun ekonomi. Pengembangan industri pariwisata dapat berkontribusi pada pertumbuhan negara. Meningkatkan pendapatan masyarakat adalah tujuan dari pariwisata. Selain itu, hal ini dapat meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi, yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi. Pariwisata pembangunan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi.

Karena banyak perusahaan dapat menciptakan distrik bisnis untuk komunitas lokal mereka dan merekrut karyawan baru, rantai nilai dari aktivitas dan pariwisata sangat erat kaitannya. Memiliki integritas yang kuat dalam rantai bisnis pariwisata adalah nilai tambah lainnya, bagian penting dari pengelolaan sektor pariwisata, dan cara untuk memenuhi harapan wisatawan. Oleh karena itu, untuk menciptakan bentuk integritas yang baik dalam memproduksi barang dan jasa berkualitas tinggi bagi pengunjung, sangat penting untuk terus memperkuat kolaborasi antar-rantai dalam pembangunan industri pariwisata (Munaf, 2015).

Menurut Menteri Pariwisata, tujuan kedua sektor tersebut dapat difasilitasi oleh pengelolaan industri kreatif dan Kementerian Pariwisata. Dengan mendukung daerah kreatif, merger dan asosiasi ingin memperkuat sektor pariwisata dan sebaliknya (Kustiani, R. 2019). Ekonomi kreatif (EKRAF), yang berkelanjutan dan mampu menekankan nilai yang dibawa oleh kreativitas dan ide-ide manusia ke dalam objek, adalah salah satu bidang baru pemberdayaan ekonomi. Industri kreatif saat ini merupakan salah satu kekuatan utama di balik pertumbuhan ekonomi Indonesia (Munaf, T. 2019).

Tujuan pariwisata didorong oleh kreativitas, yang juga mendorong pengembangan produk-produk baru yang menawarkan nilai tambah dan meningkatkan daya saing dibandingkan dengan tujuan perjalanan lainnya. Pertumbuhan pariwisata dapat digunakan untuk menerapkan pengembangan industri kreatif.

Berdasarkan logika yang telah disebutkan, kami menyimpulkan bahwa sektor pariwisata Indonesia memberikan kontribusi yang substansial terhadap pertumbuhan ekonomi negara dengan meningkatkan devisa, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan budaya lokal ke luar negeri. Sebagai salah satu negara G20 dengan sektor pariwisata yang tumbuh paling cepat, pemerintah Indonesia berusaha mempromosikan industri ini melalui berbagai strategi, termasuk menggabungkan sektor pariwisata dan industri kreatif. Memperkuat rantai pariwisata diperlukan untuk menjaga keberlanjutan dan meningkatkan daya saing industri, terutama dalam menciptakan produk dan layanan berkualitas tinggi yang memenuhi kebutuhan wisatawan.

Perluasan industri kreatif, yang didasarkan pada inovasi dan kreativitas, memungkinkan sektor pariwisata untuk diperkuat lebih lanjut karena produk kreatif dapat memberikan pengalaman yang lebih menarik bagi pengunjung dan menambah nilai.

Karena industri pariwisata dan kreatif bekerja sama untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam menghadapi masalah global, pengelolaan dan pengembangan kedua sektor ini sangat penting untuk menciptakan ekonomi Indonesia yang lebih kuat dan stabil.

METODE PENELITIAN

Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif dengan fokus pada perpustakaan (*library research*). Meneliti interpretasi yang lebih komprehensif tentang bagaimana ekonomi kreatif memberikan manfaat bagi sektor pariwisata adalah tujuan dari studi kualitatif. Para akademisi dapat menganalisis berbagai karya sastra yang relevan dan perspektif dari berbagai sudut pandang dalam bidang ekonomi kreatif dan pariwisata dengan pendekatan studi ini.

Langkah pertama adalah mengumpulkan data sekunder yang bersumber dari berbagai literatur terkait dengan topik yang diteliti. Sumber-sumber yang digunakan meliputi data sekunder dari berbagai sumber sastra tentang topik yang sedang diteliti adalah langkah pertama. Referensi yang dikutip adalah buku dan artikel jurnal ilmiah yang mengeksplorasi hubungan antara ekonomi kreatif, pariwisata, dan daya saing perusahaan terkait pariwisata. Dokumen pemerintah, studi penelitian, dan dokumentasi tentang ekspansi industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Studi kasus, berita pers, dan laporan tahunan dari organisasi terkait, seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Nila, 2020).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Produk Wisata Berbasis Kreativitas Ekonomi kreatif dapat menghasilkan berbagai produk wisata yang menarik dan unik. Produk-produk ini, seperti destinasi wisata yang dikemas secara artistik, pertunjukan budaya, dan festival seni, akan memberikan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan. Hal ini akan meningkatkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi kembali atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Seiring dengan berkembangnya minat wisatawan terhadap wisata yang lebih personal dan berbasis pengalaman, kreativitas dalam mengemas produk wisata menjadi faktor kunci (Pratama, 2018).

Peningkatan Kualitas Pelayanan Ekonomi kreatif dapat berkontribusi dalam meningkatkan kualitas pelayanan di industri pariwisata. Pelatihan untuk para pelaku usaha pariwisata, mulai dari pemandu wisata hingga pengelola hotel dan restoran, dapat memperkenalkan ide-ide kreatif yang inovatif dalam memberikan layanan yang lebih menarik dan berkualitas. Layanan yang kreatif dan unik akan menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Misalnya, hotel dengan desain yang berkonsep tematik, atau restoran yang menyajikan kuliner khas dengan presentasi yang estetik dan menarik (World Economic Forum, 2023).

Penciptaan Nilai Tambah pada Sumber Daya Alam Destinasi wisata yang memiliki sumber daya alam yang melimpah, seperti pantai, gunung, dan hutan, dapat diperkaya dengan elemen-elemen kreatif seperti desain arsitektur yang mendukung, produk kerajinan lokal, atau event-event budaya. Dengan sentuhan kreativitas, sumber daya alam ini dapat menjadi lebih bernilai dan memberikan pengalaman yang lebih kaya bagi pengunjung. Ekonomi kreatif juga memungkinkan pengelolaan potensi alam yang

lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan, sehingga tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga melestarikan alam.

Pemasaran yang lebih efektif di era digital ini, pemasaran berbasis kreatif menjadi salah satu cara efektif untuk menarik perhatian wisatawan. Penggunaan media sosial, video promosi, dan desain grafis yang menarik dapat memperkenalkan produk wisata secara lebih luas. Kreativitas dalam strategi pemasaran ini akan membuat suatu destinasi lebih menonjol di pasar pariwisata global. Kampanye pemasaran yang menyentuh sisi emosional wisatawan dapat memicu keputusan mereka untuk berkunjung. Sebagai contoh, video promosi yang menampilkan cerita lokal atau tradisi unik dapat membuat wisatawan merasa terhubung dengan budaya suatu tempat (World Economic Forum, 2023).

Dukungan terhadap Ekonomi Lokal dan Pemberdayaan Masyarakat Ekonomi kreatif dalam sektor pariwisata juga mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Dengan mengangkat produk-produk lokal, seperti kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan seni lokal, ekonomi kreatif memberikan peluang bagi masyarakat setempat untuk berkembang. Hal ini menciptakan lapangan pekerjaan dan mengurangi kesenjangan ekonomi. Selain itu, kreativitas yang melibatkan masyarakat lokal dalam pembuatan produk atau penyelenggaraan acara budaya dapat meningkatkan rasa memiliki dan keterlibatan masyarakat terhadap sektor pariwisata (Santoso, 2021)

Menurut penelitian ini, memasukkan sektor kreatif ke dalam industri pariwisata meningkatkan ekonomi lokal, menjaga warisan budaya, dan meningkatkan daya saing destinasi. Ini dapat dicapai dengan bekerja sama dengan bisnis, lokal communities, dan pemerintah untuk membuat undang-undang yang mendukung inisiatif inovatif dan ramah lingkungan.

KESIMPULAN

Ekonomi kreatif dapat memberikan kontribusi besar terhadap pengembangan sektor pariwisata. Pertama, ini dapat membantu menciptakan pengalaman unik bagi wisatawan, seperti destinasi bertema, pertunjukan budaya, dan festival seni. Kedua, hal ini dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dengan meningkatkan pelatihan sumber daya manusia pariwisata, seperti destinasi bertema, pertunjukan budaya, dan festival seni. Ketiga, fitur kreatif seperti arsitektur ramah lingkungan dan pengembangan kerajinan lokal dapat meningkatkan sumber daya alam dari tujuan wisata terkenal sambil mendorong keberlanjutan lingkungan. Untuk memperluas pangsa pasarnya secara global, ekonomi kreatif menggunakan strategi pemasaran digital yang inovatif termasuk postingan media sosial dan film promosi yang terinspirasi secara lokal. Komunitas lokal diperkuat oleh ekonomi kreatif melalui produksi barang-barang kerajinan tangan, masakan tradisional, dan partisipasi dalam kegiatan budaya, yang mengarah pada pengembangan lapangan kerja dan penurunan ketimpangan ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dumilah, D. R., Komarudin, M., Ubaidillah, R., Siagian, S., & Santoso, S. (2021). Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan industri pariwisata di seaworld ancol. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 7(2), 558-583.
- Kustiani, R. 2019, November 6. *Wishnutama: Pariwisata Klop Digabung dengan Ekonomi Kreatif*. Tempo.Co.

- <https://travel.tempo.co/read/1268843/wishnutamapariwisata-klop-digabung-dengan-ekonomi-kreatif/full&view=ok> Munaf, T. 2019. *Infografis Sebaran Pelaku Ekonomi Kreatif*. Bekraf. OECD. 2014. *Tourism and the Creative Economy*. OECD: Paris.
- Maharani, M., & Nisa, F. L. (2024). Revitalisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Penguatan Sektor Pariwisata. *JEMeS-Jurnal Ekonomi Manajemen dan Sosial*, 7(2), 53-66.
- Menparekraf. *Perkembangan Pariwisata Indonesia Paling Bagus*.
- Munaf T. 2015. *Rencana Strategis Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata Tahun 2015 – 2019*. Jakarta: Bekraf.
- Nila, R. (2020). *Ekonomi kreatif dalam industri pariwisata di indonesia*. Jakarta: penerbit media.
- Pancawati, A. P. A., & Widaswara, R. Y. (2023). Pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 166-178.
- Pratama, A. (2018). "Pemberdayaan Ekonomi Kreatif dalam Sektor Pariwisata di Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 6(2), 45-56.
- Santoso, Y. (2021). "Pengembangan Sumber Daya Manusia dalam Ekonomi Kreatif untuk Sektor Pariwisata". *Jurnal Pembangunan Ekonomi*, 4(1), 123-136
- Widadio, N. A. 2014, 02 April. Menparekraf: *Perkembangan Pariwisata Indonesia Paling Bagus*. Kompas.com. <http://travel.kompas.com/read/2014/04/02/0949478/>
- World Economic Forum. (2023). "The Role of Creativity in Tourism Development". Diakses dari <https://www.weforum.org>.