

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA

Nadila Sari^{1*}, Adinda Salsabila², Satiya Amanda³, Azkia Hardianti⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, Kota Lhokseumawe, Indonesia

Email Korespondensi: nadilasarii585@gmail.com

ABSTRAK

Pariwisata merupakan pilar penting dalam penggerak perekonomian suatu bangsa, dan ekonomi kreatif menjadi salah satu elemen kunci dalam sektor ini. Ekonomi kreatif adalah pendekatan pembangunan berkelanjutan yang mengintegrasikan inovasi dengan pemanfaatan sumber daya terbarukan, mencakup sinergi antara pengetahuan, teknologi kreatif, dan budaya. Di Indonesia, industri kreatif yang meliputi seni, fashion, dan desain berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja. Kolaborasi antara industri kreatif dan pariwisata, terutama dalam pengembangan produk dan layanan inovatif, memberikan nilai tambah bagi destinasi wisata dan perekonomian lokal. Namun, untuk menjamin kelangsungannya, dukungan dari pemerintah, sektor swasta, dan partisipasi aktif masyarakat setempat sangat diperlukan. Keterkaitan erat antara ekonomi kreatif dan pariwisata dapat dimanfaatkan secara optimal untuk menciptakan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata melalui kajian literatur. Metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide inovatif, sekaligus mempertemukan individu melalui interaksi wisatawan yang memanfaatkan kreativitas lokal.

Kata Kunci : Pariwisata, Ekonomi Kreatif, Pemeberdayaan UMKM, Industri Pariwisata, Lapangan Kerja

ABSTRACT

Tourism is an important pillar in driving the economy of a nation, and the creative economy is a key element within this sector. The creative economy is a sustainable development approach that integrates innovation with the utilization of renewable resources, encompassing a synergy between knowledge, creative technology, and culture. In Indonesia, the creative industries, including arts, fashion, and design, play a significant role in fostering economic growth and creating job opportunities. The collaboration between the creative industry and tourism, particularly in the development of innovative products and services, adds value to tourist destinations and the local economy. However, to ensure its sustainability, support from the government, the private sector, and active participation from local communities is essential. The close interconnection between the creative economy and tourism can be optimally utilized to create positive impacts on economic growth and community well-being. This research aims to analyze the development of the creative economy in enhancing tourism potential through a literature review. The method used is descriptive analysis with a literature study approach. The results of the study indicate that the development of the creative economy can support economic transformation through the application of innovative ideas while facilitating interactions among individuals through tourists who engage with local creativity.

Keywords: Tourism, Creative Economy, Empowerment Of Smes, Tourism Industry, Job Creatio

PENDAHULUAN

Keanekaragaman sumber daya yang dimiliki Indonesia merupakan sebuah potensi unggul yang dapat digunakan untuk bersaing dengan negara lainnya. Beragam sumber modal yang berasal dari alam antara lain sektor maritim, perkebunan, pertanian, pertambangan dan lain sebagainya merupakan faktor penting yang dapat mendukung pembangunan ekonomi. Kekayaan sumber alam yang tersedia tersebut akan mampu memberikan sumbangsih pendapatan bagi negara jika dapat dikelola dengan maksimal dengan cara yang efektif dan efisien tanpa melakukan eksploitasi yang berlebihan. Kemampuan manajemen dalam merencanakan, melaksanakan, mengorganisasikan serta mengawasi kegiatan pengelolaan berbagai sumber daya alam termasuk penempatan soft skill dari sumber daya manusia yang dimiliki dengan tepat dilengkapi dengan kemampuan penguasaan teknologi yang mumpuni dapat mendukung pemanfaatan penggunaan sumber daya alam dengan optimal. Efektif jika sumber daya alam yang dimiliki dikelola dan menghasilkan output sesuai dengan tujuan organisasi serta dapat efisien jika sumber daya tersebut dimanfaatkan semaksimal mungkin tanpa terbuang dan tersisa sia-sia.

Ekoefisiensi merupakan prinsip pemanfaatan bahan-bahan alam dalam melakukan proses produksi yang dilakukan secara tepat atau hemat yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi tanpa merugikan lingkungan. Pemanfaatan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui merupakan salah satu faktor pertimbangan bagi perusahaan untuk mengelola input tersebut dengan cermat dan ekonomis. Keseimbangan antara kondisi ekologi dan ekonomi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan dapat dicapai dengan menggunakan aspek ekonomi sebagai alat pengaturan yang rasional dalam menentukan alokasi sumber daya alam.

Perubahan sistem kehidupan ekonomi masyarakat secara global yang berkelanjutan baik dibidang produksi, distribusi dan konsumsi memunculkan pola pemakaian akan pemenuhan kebutuhan barang-barang dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kreativitas dapat digali melalui kewirausahaan dengan memanfaatkan peluang keberlimpahan sumber daya alam, manusia maupun budaya. Pelaku usaha kecil dikenal membuat produk yang cukup banyak kreatif. Hal ini dapat ditemui di berbagai daerah di Indonesia dengan berbagai produk yang sangat beragam bahkan dapat ditemukan di pasar ataupun pameran-pameran industri kreatif.

Para wirausaha tersebut dapat berkembang dengan memaksimalkan kegiatan usaha dengan memproduksi produk-produk dengan memanfaatkan potensi sumber daya dan kearifan lokal yang mereka miliki di masing-masing daerah, produk tersebut antara lain makanan olahan, tekstil atau fashion, barang kayu dan hasil hutan, barang cetakan dan lain sebagainya. Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perjalanan usahanya, setiap pengusaha kecil akan menemui kendala terutama di era global saat ini berhadapan dengan kompetitor yang memiliki jiwa wirausaha kreatif, inovatif serta menguasai teknologi dan teknologi informasi.

Aktivitas ekonomi yang berbasis pada kreativitas semakin mengalami peningkatan tajam sejalan dengan berubahnya kondisi serta gaya hidup konsumerisme yang semakin kompleks. Kreativitas usaha yang semakin tak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak bernilai jual menjadi memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di sisi lain pertumbuhan ekonomi kreatif mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru, membentuk segmen pasar

baru yang dapat mempengaruhi ekspetasi pasar akibat dari adanya perubahan cara mengkonsumsi.

Ekonomi kreatif hadir sebagai solusi yang menawarkan nilai tambah melalui pengolahan ide, kreativitas, dan budaya lokal menjadi produk atau layanan bernilai tinggi. Pengembangan ekonomi kreatif dalam sektor pariwisata tidak hanya memperkaya pengalaman wisatawan, tetapi juga membuka peluang usaha baru, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat identitas budaya daerah. Sayangnya, pemanfaatan potensi ekonomi kreatif dalam pariwisata di banyak daerah masih belum optimal. Kurangnya pemberdayaan komunitas kreatif, keterbatasan infrastruktur pendukung, serta lemahnya kolaborasi antara pelaku industri kreatif dan sektor pariwisata menjadi hambatan utama. Oleh karena itu, penting untuk mendorong sinergi antara ekonomi kreatif dan pariwisata melalui kebijakan yang tepat, pelatihan sumber daya manusia, promosi yang inovatif, serta pengembangan produk wisata berbasis kreativitas lokal. Dengan langkah ini, diharapkan potensi pariwisata dapat meningkat secara berkelanjutan, sekaligus mengangkat kesejahteraan masyarakat setempat.

Permasalahan dan Tantangan Salah satu permasalahan terkait kebijakan ekonomi kreatif di Indonesia adalah bahwa sektor ini diletakkan pada lingkup kegiatan ekonomi, bukan pada lingkup kegiatan industri. Akibatnya menjadi bermakna lain. Sebagaimana diketahui, industri berbeda dengan ekonomi. Ekonomi bermakna luas, sedangkan industri lebih spesifik. Industri memiliki karakter antara lain, kegiatan produksi yang memiliki nilai tambah, hasil produksi dapat dilakukan secara massal dengan cepat dan akurat, proses produksi melibatkan mesin dan ilmu pengetahuan, memiliki sasaran pelanggan yang terukur, dan dapat dilakukan inovasi produksi secara terus menerus. Pada intinya, industri terkait dengan efisiensi, fungsi organisasi produksi maupun pemasaran, ketepatan waktu produksi maupun delivery, kecepatan, kapasitas produksi, dan efektivitas. Hal ini berbeda dengan kegiatan ekonomi yang bersifat non industri bersifat tradisional yang berdasarkan keterampilan tangan. Faktor individu sangat menentukan.

Kembali kepada persoalan, mana lebih tepat ekonomi kreatif atau industri kreatif, hal itu tergantung pada orientasinya. Jika orientasi kebijakannya hanya untuk membina potensi atau merawat potensi kreatif penduduk Indonesia sehingga bernilai ekonomi, maka ekonomi kreatif sebagai nomenklatur dalam suatu struktur pemerintahan, menjadi relevan. Akan tetapi, bila orientasinya tidak sekedar menumbuhkan potensi ekonomi dari kegiatan kreatif penduduk, namun lebih jauh untuk menggenjot kegiatan kreatif penduduk menjadi suatu industri tersendiri yang kuat dan besar yang mampu menyumbangkan PDB yang signifikan, maka tentu saja yang tepat adalah dengan menggunakan nomenklatur industri kreatif. Berbicara tentang industri, maka unsur-unsur dan karakteristik industri dalam kegiatan produksi, haruslah dijaga dan dikembangkan sehingga lebih adaptif, inovatif serta efisien dan efektif.

Apa yang dilakukan oleh Korea Selatan terhadap industri kreatif mereka yang melahirkan produk kreatif seperti Boyband-boyband mereka yang mendunia ataupun Gangnam Style, merupakan inspirasi yang bagus untuk dipelajari dan diselaraskan dengan konteks industri kreatif dalam negeri. Yang lebih menarik lagi, Korea dengan pintar memanfaatkan kolaborasi antar unsur industri mereka yang telah mendunia, seperti LG, untuk memasarkan ke luar negeri produk-produk industri kreatif negara itu. Belum Beberapa tahun berselang, LG pernah menjadi sponsor dalam kedatangan dan penampilan boyband asal Korea Selatan di Jakarta. Kehadiran mereka bukan hanya mengangkat popularitas boyband tersebut, tetapi juga memperkuat citra LG sebagai produsen produk-produk elektronik di mata masyarakat Indonesia.

Saat ini, Indonesia masih menggunakan nomenklatur "ekonomi kreatif" dalam pengembangannya. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dalam Rencana Strategisnya (Renstra), telah memetakan sejumlah kendala utama yang menghambat pertumbuhan sektor ini. Salah satu tantangan besar adalah pengembangan industri kreatif yang belum optimal. Hal ini disebabkan oleh kurangnya daya tarik industri tersebut, dominasi pelaku usaha tertentu, model bisnis yang belum matang, serta tingginya risiko yang harus dihadapi para pelaku usaha kreatif. Selain itu, pengembangan konten, kreasi, dan teknologi kreatif juga belum maksimal. Masalah-masalah seperti infrastruktur internet yang belum memadai, fasilitas gedung pertunjukan yang belum memenuhi standar, mahalnya mesin produksi dan perangkat lunak, minimnya riset konten, serta kurangnya aktivitas pengarsipan, menjadi hambatan serius bagi kemajuan sektor ini. Keterbatasan dalam perluasan dan penetrasi pasar produk serta jasa kreatif, baik di dalam maupun luar negeri, juga menjadi persoalan lain. Hal ini dipengaruhi oleh rendahnya apresiasi terhadap kreativitas lokal, terbatasnya konektivitas jalur distribusi nasional, pasar luar negeri yang masih terkonsentrasi pada wilayah tertentu, tingginya biaya promosi, belum optimalnya sistem pembayaran online, serta lemahnya pengawasan terhadap royalti, lisensi, dan hak cipta.

Akses pembiayaan pun menjadi masalah krusial. Karakteristik industri kreatif yang cenderung "high risk high return", cash flow yang fluktuatif, aset yang bersifat intangible, serta umumnya belum bankable, menyebabkan skema pembiayaan yang tersedia belum mampu mengakomodasi kebutuhan pelaku sektor ini. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata, serta mengidentifikasi strategi efektif yang dapat diterapkan untuk mengoptimalkan keterlibatan sektor ekonomi kreatif di destinasi wisata. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pentingnya inovasi produk dan layanan berbasis budaya lokal dalam menarik minat wisatawan, serta mendorong pemberdayaan komunitas lokal agar lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan kreatif yang mendukung sektor pariwisata. Selain itu, diharapkan hasil kajian ini dapat memberikan rekomendasi yang aplikatif untuk pengembangan promosi, pemasaran, serta infrastruktur yang menunjang sinergi antara ekonomi kreatif dan pariwisata secara berkelanjutan.

Teori ini membahas bagaimana pariwisata daerah dapat dikembangkan dengan memanfaatkan potensi lokal termasuk dalam hal budaya dan kreativitas. Pengembangan pariwisata yang berbasis pada ekonomi kreatif dapat menciptakan produk dan jasa yang unik, meningkatkan daya saing destinasi wisata dan memberikan nilai tambah bagi ekonomi lokal. Dalam dunia pariwisata, konsep siklus hidup destinasi menjadi salah satu dasar penting dalam memahami perkembangan suatu kawasan wisata. Richard W. Butler pada tahun 1980 memperkenalkan Tourism Area Life Cycle (TALC), sebuah model yang menjelaskan bahwa setiap destinasi wisata akan melalui serangkaian tahapan, dimulai dari eksplorasi, kemudian keterlibatan, dilanjutkan dengan perkembangan, konsolidasi, stagnasi, dan pada akhirnya destinasi tersebut akan mengalami penurunan atau, jika dikelola dengan tepat, revitalisasi.

Sejalan dengan perkembangan destinasi, pemahaman mengenai daya tarik wisata juga menjadi krusial. John Urry dalam bukunya "The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies" (1990) menggambarkan bagaimana wisatawan memandang dan membentuk pengalaman mereka terhadap destinasi yang dikunjungi. Menurut Urry, pandangan wisatawan ini sangat dipengaruhi oleh media, iklan, serta pengalaman-pengalaman sebelumnya, sehingga daya tarik suatu tempat tidak hanya bergantung pada

keindahan fisiknya, melainkan juga pada persepsi yang dibentuk melalui berbagai saluran informasi.

Di sisi lain, dalam upaya mengembangkan destinasi yang kompetitif, konsep kluster pariwisata yang diadaptasi dari teori kluster Michael Porter menjadi sangat relevan. Porter mengemukakan bahwa destinasi dapat memperkuat keunggulan kompetitifnya dengan membentuk kluster industri yang saling terkait dan mendukung. Dalam konteks pariwisata, ini mencakup kolaborasi erat antara berbagai pelaku seperti hotel, restoran, atraksi wisata, dan penyedia layanan lainnya, sehingga menciptakan sebuah ekosistem yang mampu meningkatkan daya saing destinasi secara keseluruhan. Memahami perilaku wisatawan juga menjadi faktor penting dalam pengelolaan destinasi. Stanley Plog dalam "Leisure Travel: A Marketing Handbook" (1974) mengemukakan Plog's Psychographic Model yang membagi wisatawan berdasarkan tipe kepribadian mereka. Wisatawan allocentric cenderung mencari petualangan dan destinasi baru yang belum banyak dikenal, sementara wisatawan psychocentric lebih memilih kenyamanan dan destinasi yang sudah familiar. Dengan memahami tipologi ini, destinasi dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, menyesuaikan pendekatan mereka dengan tipe wisatawan yang ingin mereka tarik.

Seiring dengan perubahan nilai dalam pariwisata global, konsep Regenerative Tourism mulai dikenal luas sekitar tahun 2020 hingga 2024. Tokoh seperti Anna Pollock menjadi pelopor dalam menyoroti pentingnya regenerasi, yaitu pariwisata yang tidak hanya berusaha mempertahankan, tetapi juga memperbaiki dan memperkaya lingkungan, budaya, dan komunitas lokal yang menjadi tuan rumah wisatawan. Di sisi perilaku konsumen, berkembang pula gagasan Experience Economy dalam dunia pariwisata. Teori ini berakar pada pemikiran Joseph Pine dan James Gilmore tentang The Experience Economy (1999), namun diperbarui dalam konteks digital dan pascapandemi antara tahun 2019 hingga 2023. Pengembangan terbaru lebih menekankan pada penciptaan pengalaman wisata yang personal, emosional, dan otentik, sesuai dengan ekspektasi wisatawan generasi baru.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan berdasarkan berbagai referensi yang relevan dengan topik penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata melalui kajian literatur. Materi yang di pilih berasal dari berbagai sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif dapat mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide inovatif dan kreatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Selain itu, sektor pariwisata berperan penting dalam mempertemukan individu melalui kunjungan wisatawan yang memanfaatkan kreativitas tersebut.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Salah dari aspek fundamental Bangsa dari budaya Bangsa adalah ekonomi , yang terkait dengan kebutuhan masyarakat umum , proses produksi , perilaku konsumen , dan penggunaan barang dan jasa . Satu aspek budaya Bangsa adalah ekonomi , yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat umum , produksi , penggunaan barang dan jasa , dan lain sebagainya . ekonomi yang digunakan oleh suatu negara akan memberikan ciri khas dan

dampak terhadap kehidupan ekonomi negara tersebut . sistem yang diterapkan oleh ekonomi di Suatu bangsa akan memberikan ciri khas dan dampak terhadap kehidupan perekonomian bangsa tersebut .bangsa .

Ekonomi kreatif adalah usaha untuk menggunakan inovasi demi mencapai Pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Ini berarti memanfaatkan sumber daya Yang dapat diperbarui untuk menciptakan ekonomi yang kompetitif (Kurnia Industri kreatif, seperti yang disebutkan dalam laporan Departemen Perdagangan mencakup berbagai sektor yang berfokus pada penggunaan kreativitas, pengetahuan, dan keterampilan untuk menghasilkan produk dan layanan yang bernilai tinggi. Sektor-sektor tersebut mencakup berbagai bidang, mulai dari periklanan, seni, desain, hingga teknologi seperti layanan komputer dan perangkat lunak. (wati & Wuland)

Industri Industri kreatif, sebagaimana didefinisikan oleh Departemen Perdagangan , mencakup berbagai macammencakup berbagai sektor yang difokuskan pada penggunaan kreativitas , pengetahuan , dan ketekunan untuk menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi .sektor yang berfokus pada penggunaan kreativitas , pengetahuan, dan ketekunan untuk menghasilkan barang dan jasa berkualitas tinggi . sektor termasuk ini segala sesuatu dari periklanan, seni, dan desain hingga teknologi seperti layanan komputerlayanan Dandan perangkat lunak .perangkat lunak .

Menurut teori teori ekonomi , industri kreatif dipandang sebagai salah satu dianggap memiliki banyak potensi untuk mendorong pertumbuhan kerja dan mendorong perluasan ekonomi karena memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan ekonomi digital dan globalisasi .yang mempunyaibanyak potensi untuk mendorong pertumbuhan lapangan kerja dan mendorong perluasan ekonomi karena mempunyai dampak yang signifikan terhadap perkembangan ekonomi digital dan globalisasi .

Industri kreatif memiliki peran yang sangat vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Perdagangan (2008), sektor ini memberikan kontribusi sebesar 6,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) selama periode 2002 hingga 2006, dengan nilai konstan sebesar Rp 104,6 triliun dan nilai nominal mencapai Rp 152,5 triliun. Selain itu, pada periode yang sama, industri kreatif berkontribusi rata-rata 10,6% terhadap total ekspor. Informasi ini menunjukkan bahwa industri kreatif memiliki peran yang signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi negara, penciptaan peluang kerja, serta peningkatan citra dan identitas bangsa. Selain memberikan dampak positif terhadap ekonomi, industri kreatif juga menciptakan iklim bisnis yang mendukung. Ekonomi berbasis kreativitas ini, yang mengandalkan sumber daya yang dapat diperbarui, mendorong inovasi serta pemikiran kreatif, yang pada gilirannya meningkatkan daya saing negara. Seperti wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata kuliner, dan wisata petualangan. Setiap jenis wisata ini menawarkan pengalaman yang berbeda bagi para wisatawan, dan semuanya memiliki potensi untuk mendorong perkembangan ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif sendiri merujuk pada sektor yang melibatkan penciptaan dan pengolahan ide, pengetahuan, dan informasi untuk menghasilkan produk dan jasa yang bernilai tambah. Dalam konteks pariwisata, ekonomi kreatif mencakup berbagai sektor seperti seni, desain, kuliner, mode, serta teknologi yang mendukung kegiatan wisata. Sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif sangat penting karena dapat menciptakan berbagai peluang baru dalam industri yang saling mendukung. Pariwisata mendorong permintaan untuk produk-produk kreatif, sementara sektor ekonomi kreatif menyediakan konten, produk, dan layanan yang menarik bagi wisatawan. Misalnya, di

destinasi wisata, pengembangan produk seni lokal, kerajinan tangan, atau bahkan acara budaya dapat menarik lebih banyak wisatawan dan menciptakan lapangan kerja baru. Selain itu, dengan adanya perkembangan teknologi, sektor ekonomi kreatif di bidang pariwisata semakin beragam.

Penggunaan teknologi dalam promosi destinasi wisata melalui media sosial, aplikasi pariwisata, atau bahkan pengalaman virtual reality dalam mengunjungi tempat wisata, merupakan contoh nyata bagaimana sinergi ini dapat memperkaya pengalaman wisatawan. Melalui sinergi ini, tidak hanya sektor pariwisata yang diuntungkan, tetapi juga sektor-sektor lain yang mendukung ekonomi kreatif, seperti industri perhotelan, kuliner, transportasi, dan layanan berbasis teknologi. Oleh karena itu, kolaborasi yang erat antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan para pelaku ekonomi kreatif sangat penting untuk mewujudkan keberlanjutan dan kemajuan dalam kedua sektor ini. Ekonomi kreatif telah dipromosikan sebagai konsep ekonomi yang memiliki daya inovasi, kekuatan, dan kemandirian. Untuk mencapai ketahanan dalam bidang ekonomi, khususnya ekonomi kreatif di Indonesia, terdapat beberapa faktor yang perlu mendukung, antara lain:

- a. sumber daya alam Pemanfaatan sumber daya alam yang dimiliki Indonesia menjadikan negara ini sebagai negara dengan struktur ekonomi agraris dan maritim. Kekuatan yang terdapat pada sumber daya alam sangat membantu dalam mewujudkan ketahanan ekonomi, di mana negara tidak lagi bergantung pada impor bahan baku. Dengan demikian, perkembangan industri dapat berjalan dengan lebih maju dan berkembang.
- b. Modal, pemerintah Indonesia menggerakkan sektor pajak untuk dapat memperoleh modal. Begitu juga dengan tabungan, reinvestasi perusahaan-perusahaan, pemasukan melalui pendapatan ekspor dan modal asing. Dengan tersediannya modal yang cukup maka ketahanan ekonomi dapat dikembangkan dan ekonomi kreatif dapat dijalankan
- c. Tenaga kerja, mencakup berbagai profesi yang menggabungkan kreativitas dan teknologi untuk menghasilkan produk atau jasa bernilai ekonomi. Mereka bekerja di bidang desain, media, seni, hiburan, teknologi, dan inovasi. Profesi ini mencakup desainer grafis, penulis, fotografer, videografer, animator, musisi, pengembang game, hingga pekerja di industri fashion dan kerajinan tangan. Sektor ini sangat dinamis, memanfaatkan ide-ide kreatif untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, dan sering melibatkan kolaborasi antar disiplin ilmu.

Ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian negara. Melalui sektor ini, negara dapat mencapai berbagai tujuan penting, seperti peningkatan kemandirian ekonomi, kemajuan dalam berbagai bidang, serta perkembangan ekonomi yang berkelanjutan. Hal ini terjadi karena ekonomi kreatif dapat menciptakan peluang untuk menghasilkan pendapatan tambahan bagi negara, baik melalui ekspor produk kreatif maupun melalui inovasi yang mendorong terciptanya lapangan kerja baru.

Potensi besar dari kreativitas manusia yang diwadahi dalam ekonomi kreatif membuka banyak ruang bagi terciptanya produk dan layanan yang tidak hanya bernilai tinggi secara ekonomi, tetapi juga memiliki daya tarik global. Seiring dengan itu, sektor ekonomi kreatif dapat memainkan peran penting dalam memperlancar perputaran ekonomi, baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Terlebih lagi, dengan perkembangan teknologi dan akses informasi yang semakin terbuka di era globalisasi,

ekonomi kreatif dapat menghadapi berbagai tantangan dan kompetisi yang ada dengan lebih tangguh. Inovasi yang terus berkembang dalam sektor ini mampu memberikan solusi bagi berbagai permasalahan ekonomi, sosial, dan budaya, sekaligus meningkatkan daya saing negara di kancah internasional. Dengan demikian, ekonomi kreatif bukan hanya sekadar sektor ekonomi baru, tetapi juga menjadi pilar penting dalam menciptakan pertumbuhan yang inklusif dan berkelanjutan bagi bangsa. Pada akhirnya, sektor ekonomi kreatif akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi kehidupan masyarakat Indonesia. Melalui pengembangan sektor ini, ketahanan ekonomi nasional dapat diperkuat dengan tujuan yang ingin dicapai.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia, baik dalam konteks pembangunan ekonomi yang berkelanjutan maupun dalam meningkatkan daya saing negara. Ekonomi kreatif memanfaatkan kreativitas, pengetahuan, dan keterampilan untuk menghasilkan produk dan layanan yang bernilai tinggi, yang mencakup berbagai sektor, seperti seni, desain, teknologi, dan kuliner. Industri kreatif berkontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, serta memiliki potensi besar untuk menciptakan lapangan kerja dan mendorong ekspansi ekonomi melalui globalisasi dan perkembangan ekonomi digital. Sinergi antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan mendukung berbagai sektor lainnya, seperti industri perhotelan dan kuliner, dengan memanfaatkan teknologi untuk promosi destinasi wisata.

Beberapa faktor penting yang mendukung ketahanan ekonomi kreatif di Indonesia termasuk pemanfaatan sumber daya alam, modal yang cukup, serta tenaga kerja yang kreatif dan berbasis teknologi. Dengan adanya dukungan yang kuat dari pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat, sektor ekonomi kreatif dapat mendorong inovasi, mempercepat perkembangan ekonomi yang berkelanjutan, dan meningkatkan daya saing Indonesia di tingkat global. Secara keseluruhan, sektor ekonomi kreatif tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan negara, tetapi juga dalam menciptakan produk dan layanan dengan daya tarik global yang dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian, sosial, dan budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Zafrullah Tayibnapi dan Lucia E. Wuryaningsih. *Perkembangan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia*. 2017.
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A. R., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Purba, B., & Lifchatullaillah, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis
- Syahrul Efendi D, 2014 *Ekonomi Kreatif: Permasalahan, Tantangan dan Prospeknya*
- Ni Luh Putu Anom Pancawati, (2023). *PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA*
- Maharani Kartika Dynantra, (2024). *Revitalisasi Ekonomi Kreatif di Indonesia melalui Penguatan Sektor Pariwisata*
- Surtani, S. (2016). *Peran Serta Masyarakat dalam Pemanfaatan Sumber Daya Alam Secara Efektif dan Efisien*.

RIKO ARIANSYAH, STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM
MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN REJANG
LEBONG PROVINSI BENGKULU

Ridzal, N. A., & Hasan, W. A. (2019). Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi
Lokal Dengan Meningkatkan Jiwa Wirausaha Dalam Pemanfaatan Sumber Daya
Alam Di Kelurahan Masiri Kecamatan Batauga Kabupaten Buton Selatan. Jurnal
Pengabdian Pada Masyarakat membangun neger