



## Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata

**Herbin Saragi**

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Indonesia

Email : [herbin\\_saragi@yahoo.com](mailto:herbin_saragi@yahoo.com)

### Abstrak

Perolehan pendapatan devisa Indonesia di sektor pariwisata masuk urutan keempat, dibawah komoditas minyak kelapa sawit, batu bara dan gas bumi. sehingga pengembangan strategi ekonomi kreatif menjadi poros pariwisata bersinergi serta mengoptimalkan daya tarik yang dimiliki memaksimalkan kreasi dan inovatif. sebagai penggerak masyarakat untuk mencapai kesejahteraan. mendorong peningkatan pendapatan, membuka serapan lapangan pekerjaan dan mempromosikan di skala nasional ataupun internasional. potensi ini terus dikembangkan menjadi pilihan alternatif ditingkatkan secara produktif melibatkan para stakeholder meningkatkan layanan dan secara komunikatif, sistematis dan terpadu. Pendekatan penelitian dengan deskriptif kualitatif mengumpulkan beberapa data dari sumber sekunder, memaksimalkan data dari dokumen riset kemudian menerangkan secara teori dan metodologis menggambarkan ulang sebuah fenomenologi secara utuh atas kejadian peristiwa dari hubungan interaksi sosial dalam masyarakat untuk menjelaskan makna dalam konteks yang sebenarnya. memulainya dengan mencari akar persoalan dan nantinya menemukan tujuan yang akan di jabarkan secara jelas bersifat metodologis serta teoritis secara sistematis dan faktual.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Kreatif, Pengembangan Pariwisata, dan Pemangku Kepentingan.*

### Abstract

Indonesia's foreign exchange earnings in the tourism sector are fourth, under palm oil, coal and natural gas. so that the development of creative economic strategies becomes a synergistic tourism axis and optimizes the attraction it has to maximize creation and innovation. as a driving force for society to achieve prosperity. encourage increased income, create jobs and promote on a national or international scale. This potential continues to be developed into alternative options to be improved productively by involving stakeholders in improving services and in a communicative, systematic and integrated manner. Qualitative descriptive approach collects some data from secondary sources, maximizes data from research documents and then explains the theory and methods of re-drawing a complete phenomenology of events from social interaction in society to explain meaning in the actual context. start by looking for the root of the problem and later find goals that will be explained clearly methodologically and theoretically, systematically and factually.

**Keywords:** *Creative Economy, Tourism Development, And Stakeholders.*

## PENDAHULUAN

Latar belakang, percepatan era teknologi dan informasi mengalami perubahan besar besar hampir seluruh aspek dalam masyarakat apalagi pasca pandemi yang melanda selama dua tahun. hampir wilayah di belahan seluruh dunia sekarang bisa terhubung pada era ini melalui gawai dan gengaman tangan. sehingga harusnya memunculkan serta menciptakan produk produk inovatif dan berdaya saing. dari sini diperlukan peningkatan kreativitas yang tinggi untuk terus berinovasi. upaya ini berangkat dari memaknai pentingnya serta menyadari upaya ekonomi kreatif untuk menemukan eksistensinya dalam menunjang sebagai poros pengembangan pariwisata.

Ekonomi kreatif merupakan wajah baru era hari ini dalam berselancar dalam arus besar globalisasi dengan memanfaatkan dengan maksimal teknologi dan informasi untuk di kembangkan menjadi produk dan menampilkan capain hasil positif yang signifikan. membuka penyerapan tenaga kerja yang tidak tersentralisasi di kota dan pusat perekonomian di ibu kota, meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan perputaran uang yang terjadi di masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan, dan terakhir ajang eksistensi untuk upaya pencitraan dalam mengemas dan menampilkan ekonomi kreatif di skala nasional dan internasional karena produk nantinya yang akan dihasilkan.

Sinergi yang terbangun dari ekonomi kreatif dengan pengembangan pariwisata sebagai poros sangat strategis untuk di kalaborasi keterkaitan yang erat ini memiliki potensi besar yang nantinya memberikan dampak yang ditawarkan ataupun daya tarik memikat para wisatawan untuk datang. sehingga daya tarik wisata tidak hanya potensi alam dan kearifan lokal akan tetapi lebih dari itu produknya sehingga sampai mempertemukan hubungan simbiosis mutualisme antara ekonomi kreatif dan pengembangan pariwisata meningkatkan kesejahteraan di masyarakat. rencana itu harus diperkuat dengan sinergi pemangku kepentingan dari pemerintahan, swasta, tokoh masyarakat dan para pelaku wisata/pelaku wirausaha.

Landasan teori, menurut howkins (2010) dalam Suryana (2012:3-4), pada awal abad ke dua puluh satu atau tempatnya dimulai sejak 2010, hari ini memasuki sebuah era baru, era ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang di gerakan oleh industri industri kreatif yang mengutamakan peranan inovasi dan terobosan baru dengan kemampuan intelektual. industri kreatif ini digerakkan oleh home industri secara perseorangan ataupun kolektif para enterpreneur (wirausaha) yaitu orang orang yang terus berupaya memunculkan ide serta kemampuan menciptakan produk yang kreatif dan inovatif.

Suparwoko (2010) dalam "jurnal pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak industri pariwisata", menyatakan bahwa, "ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh, berkaitan dan saling bersinergi apabila dikelola dengan baik secara maksimal. konsep ini di dijelaskan dengan tiga upaya dan faktor, something to see (terkait dengan apa yang menjadi tujuan wisata), something to do (aktifitas di dalam daerah wisata), something to buy (fasilitas untuk wisatawan berbelanja ciri khas atau icon di daerah tersebut) (yoeti, 1985).

Masalah yang dihadapi hari ini hampir di semua titik dan daerah yang mengandalkan sektor pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian masyarakat, pasca pandemi mengalami ledakan pengunjung entah dari wisatawan lokal ataupun mancanegara. sehingga secara perekonomian mendongkrak pendapatan masyarakat sekitarnya yang memberikan efek masyarakat bangkit dari keterpurukan dengan memunculkan beragam upaya usaha secara mandiri ataupun kolektif dengan upaya memaksimalkan ekonomi kreatif sebagian akan tetapi yang harus disiapkan dan dimaknai atas segala persoalan yang nantinya akan ditimulkan dari masalah pengembangan pariwisata yang tidak sistematis dan terukur hanya memberikan masyarakat lengah dan tidak bisa bersaing dengan

pemberdayaan pariwisata yang dikelola dengan baik. sehingga sektor pengembangan pariwisata hanya dilihat sebagai kesempatan, market as opportunity, yang bisa mengubah hidup menjadi lebih baik. apabila ini tidak ada terobosan kreatif dan inovatif maka persoalan pengembangan pariwisata tidak akan berdampak secara menyeluruh di masyarakat.

Rencana pemecahan masalah, bagaimana bisa memaksimalkan dari potensi pariwisata dengan upaya pengembangan poros kreatif dalam menunjang perekonomian melalui medium kriya, kuliner, kesenian, musik fashion dan fotografi (istagramble/populer). tidak memaksakan semua instrumen ataupun medium tersebut akan tetapi membuat target dan capaian untuk sub sektor yang menunjang potensi pengembangan pariwisata. sehingga membuat daya tarik wisatawan datang dan mampu bersaing di era teknologi hari ini dalam mempromosikan secara masif.

Sehingga perkembangan nantinya dari pengembangan poros alternatif dari ekonomi kreatif ini memiliki proses yang terukur dan sistematis mulai meliputi proses kreasi, proses produksi, proses distribusi merata dan masuk terakhir ke proses komersialisasi. dari kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif mestinya dimaksimalkan dalam pengembangan pariwisata yang berorientasi pada optimalisasi yang sangat potensial untuk terus di eksplorasi dan dirumuskan serta mensinergikan menuju kesejahteraan masyarakat.

Strategi perencanaan untuk proses dalam manajerial pengembangan ekonomi kreatif sesuai sasaran dengan membaca potensi peluang peluang tercipta di pasar yang selalu berubah. karena itu tujuan strategi ini mempertajam produk dan inovasi memanfaatkan segala sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan menganalisa keunggulan untuk menentukan dimana letak kekuatan dan kelemahnya sehingga mengidentifikasi ini dimanfaatkan secara efektif mengeksplor peluang dan menimalisir kelemahan dan mencegah kegagalan nantinya yang di tawarkan. Dan tujuan peneliti, ini untuk mengidentifikasi untuk menentukan strategi yang nantinya disiapkan berdasarkan mengolah data dan analisis sumber data sekunder dan penelitian sebelumnya, capaiannya pertama meningkatkan sumber daya manusia yang ada dengan standar profesionalisme dan acuan standar kompetensi, kedua peningkatan dalam upaya daya saing melalui kualitas produk produk yang di hasilkan dalam tawaran ekonomi kreatif, ketiga mensinergikan serta melibatkan para stakeholder untuk meningkatkan layanan dan secara komunikatif, sistematis dan terpadu.

## **METODE**

### **Pengumpulan data**

Penelitian ini dimulai dalam beberapa tahapan pelaksanaan, pertama pengumpulan data dan draft dari tanggal 1 januari 2022 sampai 1 April 2022, selanjutnya pada tahapan kedua mulai menyusun dan penelitian di lapangan 15 April 2022 sampai 15 Mei 2022. penelitian ini sangat terbantu dengan memanfaatkan beberapa platform media sosial seperti *WhatsApp*, *Telegram* untuk berjejaring. dan Media online dalam mengumpulkan data melalui *Google Formulir* yang mepermudah untuk mengumpulkan bahan riset penelitian yang akan diperlukan.

Penelitian ini mencoba mengamati di beberapa titik berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional 2010-2025, yang di jelaskan dalam draft peraturan pemerintahan nomor 50 tahun 2011. Pembangunan Destinasi pariwisata nasional (DPN) pasal 7, ayat a. terdiri dari 50 destinasi pariwisata nasional, 88 kawasan strategis pariwisata nasional, dan 222 kawasan pengembangan pariwisata nasional. sehingga peneliti ingin menggambarkan fenomena atas ekonomi kreatif secara masif sebagai poros pengembangan pariwisata.

Data yang diperoleh merupakan hasil yang dikumpulkan dengan menimbang relevansinya dengan topik yang nantinya peneliti sampaikan dari jurnal ini. cara pengambilan data, pertama

mengumpulkan segala informasi mengenai potensi dari pengembangan ekonomi kreatif dari sektor pariwisata melalui web resmi dan juga melalui artikel yang sebelumnya terkait masalah yang sama. kedua, informasi mengenai upaya dan cara mengembangkan ekonomi kreatif dalam menunjang poros pengembangan pariwisata.

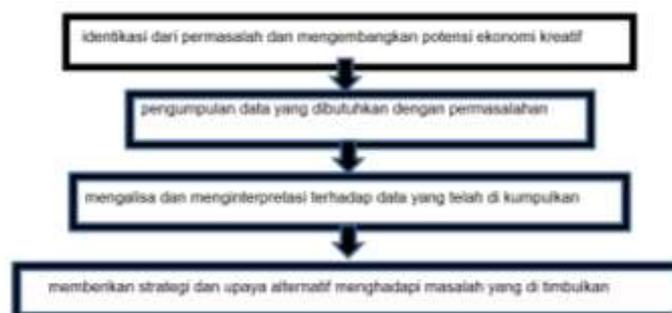
### Sumber data

Penelitian ini memuat data dari sumber sekunder dengan menggunakan data langsung yang diperoleh dari hasil pendekatan dan penelaahan literatur ataupun kepustakaan berserta bahan pustaka yang berkaitan langsung dengan topik masalah ataupun berkaitan langsung dengan yang dibutuhkan dalam materi penelitian.

Data penelitian dari sumber sekunder diperoleh dengan penelusuran dari bahan website resmi dan laman referensi yang faktual yang memberikan informasi serta memuat data keperluan yang dibutuhkan mengenai pengembangan pariwisata di beberapa daerah dengan memanfaatkan ekonomi kreatif sebagai momentum pemulihan pasca pandemi yang melanda selama 2 tahun. data yang dikumpulkan menyesuaikan dengan tema dan penelitian untuk mengkaji kemudian oleh peneliti dilakukan analisis secara ilmiah serta menginterpretasikan dari data data yang sudah dikumpulkan.

### Analisis Data

Pendekatan penelitian ini dengan deskriptif kualitatif dengan mengumpulkan beberapa data dari sumber sekunder, memaksimalkan data dari dokumen riset sebelumnya dari Badan Pusat Statistik bagian kedepuyan bidang ekonomi dalam draft (pembangunan pariwisata), data yang terpublikasi lainnya dari jurnal-jurnal penelitian yang mendukung serta sumber sumber dari media berita online dengan data kredibel, faktual dan terpercaya. dalam penelitian ini dasarnya memberikan sebuah pemahaman suatu fenomena, kemudian menerangkan secara teori dan metodologis dalam menggambarkan ulang sebuah fenomena secara utuh atas kejadian dan peristiwa dari hubungan interaksi sosial yang terjadi dalam masyarakat untuk menjelaskan makna dalam konteks yang sebenarnya. memulainya dengan mencari akar persoalan dan nantinya menemukan tujuan yang akan di jabarkan secara jelas bersifat sistematis dan dengan data faktual.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis manajemen strategi (SWOT Analysis)

Analisis SWOT dimaksudkan untuk memperjelas semua kekuatan dan kelemahan yang dapat diidentifikasi guna memberikan rekomendasi pengembangan ekonomi kreatif sebagai poros dari pengempangan pariwisata membaca peluang serta potensi yang ada. Pendekatan SWOT merupakan sebuah instrumen yang digunakan untuk menganalisis yang nantinya mengukur dan mengkaji

beberapa faktor mulai eksternal dan internal. Analisis ini dipersiapkan untuk mengukur bagaimana cara dari strategi yang dilakukan sesuai baik antara sumber daya internal (potensi kelemahan dan kekuatan) dengan situasi eksternal (potensi tantangan dan peluang).

Pearce dan Robinso (2008:299) SWOT merupakan singkatan dari *Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats* (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam buku manajemen strategi menguraikan analisis SWOT merupakan suatu cara sistematis untuk mengidentifikasi faktor-faktor kekuatan (strength), kelemahan (Weakness), intern perusahaan serta peluang (Opportunity), dan ancaman (Threat) dalam lingkungan yang nantinya akan di hadapi :

1. Kekuatan, adalah sumber daya, keterampilan atau keunggulan- keunggulan lain yang membedakan suatu perusahaan dengan pesaingnya. Kekuatan diambil dari internal perusahaan.
2. Kelemahan, adalah suatu keterbatasan atau kekurangan di dalam sumber daya, keterampilan dan kapabilitas yang dapat menghambat kinerja dari suatu perusahaan. Kelemahan diambil dari internal perusahaan.
3. Peluang, adalah suatu kondisi diluar lingkungan perusahaan yang menguntungkan dan dapat di manfaatkan oleh perusahaan untuk mendapatkan keuntungan.
4. Ancaman, adalah suatu kondisi dimana keadaan diluar lingkungan perusahaan dapat menjadi penghalang atau pengganggu yang menghambat kinerja perusahaan.

**Tabel Matriks SWOT (peneliti)**

	<b>Strengths (S)</b>	<b>Weaknesses (W)</b>
Opportunities (O)	Strategi SO Menciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Threats (T)	Strategi ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan dan menghindari ancaman

1. Strategi SO, ini dibuat dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Apabila di dalam kajian terlihat peluang-peluang yang tersedia ternyata juga memiliki posisi internal yang kuat, maka sektor tersebut dianggap memiliki keunggulankomparatif. Meskipun demikian dalam prosos pengkajiannya tidak boleh dilupakan adanya berbagai kendala dan ancaman perubahan, kondisi lingkungan yang terdapat disekitarnya untuk digunakan sebagai usaha untuk keunggulan komparatif tersebut.
2. Strategi ST, merupakan strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam mengatasi ancaman. Strategi ini mempertemukan interaksi antara ancaman atau tantangan dari luar yang diidentifikasi untuk memperlunak ancaman atau tantangan tersebut, dan sedapat mungkin merubahnya menjadi peluang bagi pengembangan selanjutnya. ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman.
3. Strategi WO, diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Kotak ini merupakan kajian yang menuntut adanya kepastian dari berbagai

peluang dan kekurangan yang ada. Peluang yang besar disini akan dihadapi oleh kurangnya kemampuan sektor untuk menangkapnya. Pertumbuhan harus dilakukan secara hati-hati untuk memilih dan menerima peluang tersebut. Khususnya dikaitkan dengan keterbatasan potensi kawasan, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.

4. Strategi WT, yang harus ditempuh adalah mengambil keputusan untuk mengendalikan kerugian yang akan dialami dengan sedikit membenahi sumber daya internal yang ada. Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat defensif dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

### **Profil Sosial dan Masyarakat, Perekonomian, dan Pariwisata**

#### 1. Sosial dan masyarakat

Secara kuantitas, masyarakat indonesai di wilayah yang mempunyai potensi pariwisata memiliki cukup Sumber Daya Manusia untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Namun demikian, secara kualitas Sumber Daya Manusia ini harus ditingkatkan dalam komunikasi serta harus memiliki kecakapan dan etos untuk mengelola dan mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata.

#### 2. Perekonomian

Keragaman mata pencaharian masyarakat indonesai di wilayah dengan potensi pariwisata rata-rata agraria dan maritim (petani dan nelayan) dapat saling disinergikan, sehingga semua sektor dapat berkembang secara proporsional. Karena penduduk mata pencaharian yang cenderung sama sehingga meningkatkan produksi untuk modal utama sesuai visi dan misi sangat mudah.

#### 3. Pariwisata

berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional 2010-2025, yang di jelaskan dalam draft peraturan pemerintahan nomor 50 tahun 2011. Pembangunan Destinasi pariwisata nasional (DPN) pasal 7, ayat a. terdiri dari 50 destinasi pariwisata nasional, 88 kawasan strategis pariwisata nasional, dan 222 kawasan pengembangan pariwisata nasional. sehingga peneliti ingin menggambarkan fenomena atas ekonomi kreatif secara masif sebagai poros pengembangan pariwisata.

### **Pemetaan Sub-Sektor Ekonomi Kreatif dan pengembangan Pariwisata**

Sektor ekonomi kreatif yang terdapat di kawasan pariwisata dengan poros ekonomi kreatif dengan terbagi menjadi berbagai sub-sektor, yaitu fashion, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan seni pertunjukan. Seni pertunjukan, kuliner, dan fashion. harus mempunyai sub-sektor yang paling mendominasi untuk memunculkan daya tarik dan pembeda antar pengembangan pariwisata satu sama lain dalam Pengelolaan memiliki kantor tetap, Sumber Daya Manusia yang profesional, dan fasilitas pariwisata penunjang secara sarana dan prasarana. Sementara itu, pengelola menyiapkan konsep ekonomi kreatif yang bersinergi dengan pengembangan pariwisata harus dipahami oleh masyarakat lokal. Pelibatan masyarakat lokal dalam penyusunan masterplan yang akan direncanakan.

### **Identifikasi Klaster Dan Analisis Rantai Ekonomi Kreatif**

#### 1. Klaster Ekonomi Kreatif

Menurut (Dijk & Sverrisson, 2003) Klaster merupakan kedekatan spasial di antara beberapa industri dengan lokasi yang sama. Kedekatan lokasi memungkinkan para pelaku industri untuk saling bertukar informasi dengan cepat dan efektif. Beberapa karakteristik klaster industri

adalah, pertama kedekatan spasial antar-industri, kedua, kepadatan kegiatan ekonomi yang tinggi dan ketiga, keterlibatan beberapa perusahaan dalam satu kegiatan serupa. Terkait dengan teori klaster, menyampaikan pembagian tipologi menjadi lima bagian, yaitu:

- a. Tipologi I, Baru awal berkembang, terbentuk akibat kedekatan lokasi. Keterkaitan yang terbentuk sebatas pertukaran informasi. Karakter yang mempengaruhi adalah kedekatan spasial, lokasi strategis, dan pertukaran informasi.
  - b. Tipologi II, Mulai berkembang. Aktivitas sejenis membuat jaringan antar-industri mulai terjalin. Telah terjadi imitasi dan kompetisi antar-industri di dalam klaster. Karakter yang mempengaruhi adalah konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, pengelompokan aktivitas sejenis, imitasi produk, dan imitasi lokal.
  - c. Tipologi III, Telah ada spesialisasi dan pembagian kerja antar-industri. Teknologi mulai modern. Karakter yang mempengaruhi konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, pengelompokan aktivitas sejenis, imitasi produk, kompetisi lokal, insentif antar- perusahaan dalam klaster, pembagian kerja, spesialisasi, dan perkembangan teknologi.
  - d. Tipologi IV, Terjadi perkembangan pesat, persaingan telah berkembang dengan klaster lain dan inovasi dilakukan untuk perkembangan klaster sendiri.
  - e. Tipologi V, Klaster telah maju, ditandai dengan adanya lembaga atau organisasi yang berperan untuk memajukan dan mengembangkan klaster. Kerja sama antar-perusahaan maupun antar-klaster dilakukan secara legal dan formal.
2. Rantai Ekonomi Kreatif

Penulis akan mengukur efektifitas industri- industri dalam meningkatkan daya kompetisinya dengan menggunakan analisis rantai ekonomi. Dalam industri kreatif ini, rantai ekonomi banyak dipengaruhi oleh daya cipta dan kreatifitas setiap individu yang diterapkan pada setiap proses. Dengan analisis rantai ekonomi, pemerintah dan stakeholder akan lebih mudah memahami kondisi setiap industri sehingga dapat merumuskan arah strategi pengembangan dengan akurat. Rantai ekonomi kreatif didukung oleh empat faktor yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi.

3. Formulasi Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran

Setelah mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan melalui berbagai metode yaitu wawancara, survei, pengamatan lapangan, dan diskusi, penulis kemudian membuat rumusan visi-misi terkait arah ekonomi kreatif poros pengembangan pariwisata. Perumusan visi-misi tersebut dilakukan dengan stakeholder terkait guna menghasilkan rumusan yang akurat.

Arah pengembangan pariwisata tersebut disesuaikan dengan kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif. Orientasi pengembangan pariwisata pada akhirnya didasarkan pada penguatan sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan data-data dan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, kedua kecamatan tersebut memiliki berbagai sub-sektor ekonomi kreatif yang sangat potensial. Begitu juga dengan sektor pariwisata sendiri yang memiliki potensi atau daya tarik wisata yang masih dapat dieksplorasi untuk menarik wisatawan. Berikut merupakan tabel visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif.

VISI	<b>Mewujudkan Kawasan Kledung dan Bansari sebagai Destinasi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif yang Unggul</b>	
	Misi 1	Misi 2
MISI	Mengembangkan Daya Saing SDM Bidang Ekonomi Kreatif Agar Lebih Berkualitas, Kompeten, Dan Profesional Di Bidangnya	Mengembangkan Ekosistem Ekonomi Kreatif Yang Mampu Mendorong Keberlanjutan Proses Dan Produk Kreatif Yang Dihasilkan.
TUJUAN	Memberikan Peningkatan Daya Saing Atas Produk Kreatif Yang Dihasilkan Sekaligus Meningkatkan Kuantitas Dan Kualitas SDM Kreatif Yang Kompeten Dan Profesional Dibidangnya	Mendorong Iklim Usaha Yang Kondusif Untuk Meningkatkan Kualitas Industri Kreatif Di Kabupaten Temanggung
SASARAN	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM (orang) kreatif;</li> <li>2) Meningkatnya infrastruktur yang mendukung proses penciptaan produk kreatif secara merata dan berkelanjutan;</li> <li>3) Terjaminnya ketersediaan bahan baku untuk mendukung proses produksi atas produk kreatif yang dihasilkan;</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) Menghasilkan regulasi yang mendukung penciptaan iklim kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif;</li> <li>2) Meningkatnya peran serta segenap pihak (<i>Pentahelix</i>) dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif yang berkualitas dan berkelanjutan;</li> <li>3) Meningkatnya akses pembiayaan bagi sektor industri kreatif yang mudah diakses, dan kompetitif;</li> <li>4) Meningkatnya ketersediaan infrastruktur dan teknologi tepat guna penunjang industri kreatif yang mudah diakses, dan kompetitif;</li> <li>5) Meningkatnya apresiasi segenap pihak terhadap proses dan produk kreatif yang mampu memberikan nilai kebanggaan.</li> </ol>

## SIMPULAN

Hasil identifikasi kluster dan analisis mata rantai pariwisata ekonomi kreatif berdasarkan karakteristik pada setiap kluster ekraf dapat disimpulkan bahwa tipologi tertinggi adalah tipologi II yakni kluster kopi di Kledung dan kluster kesenian di Bansari. Kedua kluster telah berkembang dengan baik. Hal ini ditandai dengan adanya proses imitasi dan kompetisi di dalam kluster, serta adanya organisasi formal untuk saling bertukar informasi. Kluster-kluster ekonomi kreatif telah memiliki proses yang sistematis meliputi proses kreasi, proses produksi, proses distribusi, dan proses komersialisasi. Akan tetapi, bercermin pada penggolongan tipologi, kluster kopi di Kledung dan kluster kesenian di Bansari merupakan dua kluster yang telah menerapkan proses rantai ekonomi kreatif dengan optimal.

Kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif menjadi dasar pengembangan pariwisata ekonomi kreatif. Pengembangan pariwisata berorientasi pada optimalisasi sektor ekonomi kreatif sebagai poros utama. Kedua kecamatan pada dasarnya memiliki berbagai sub-sektor ekonomi kreatif yang sangat potensial. Pun sektor pariwisata sendiri dengan daya tarik wisatanya yang masih dapat dieksplorasi. Visi dan misi yang dirumuskan akan mensinergikan sektor ekonomi kreatif dengan pariwisata untuk menuju kesejahteraan masyarakat. Saran dari penelitian terkait upaya pengembangan ekonomi kreatif sebagai poros pariwisata. pertama, memulai dari membuat legal standing kebijakan untuk menyusun dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif sebagai pengembangan pariwisata. kedua, membangun infrastruktur dalam menunjang sarana dan prasarana untuk meningkatkan daya tarik dari pengembangan pariwisata. ketiga, menyelenggarakan standar kompetensi dan kualitas sumber daya manusia dengan pelatihan pelatihan yang menunjang dalam peningkatan profesionalisme. keempat,

merangkul dan bersinergi menyeluruh para stakeholder dalam mendukung pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif secara terukur dan sistematis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Corte, V., Sciarelli, M., Cascella, C., & Del Gaudio, G. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in The City of Naples. *Journal of Investment and Management*, 4, 39–50.  
(<https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040.101.16>)
- Damayanti, M., & Latifah, L. (2015). Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik. *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 100.  
(<https://doi.org/10.14710/jpk.3.2.100-111>)
- Dijk, M. P. V., & Sverrisson, Á. (2003). Enterprise Clusters in Developing Countries: Mechanisms of Transition and Stagnation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(3), 183–206.
- El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268.  
(<https://doi.org/10.22146/studipemudaug.m.36812>)
- Fitriana, A. N., Noor, I., & Hayat, A. (n.d.). Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 281–286.  
(Google Images. (n.d.). Tagline Wisata Daerah— Google Search. Retrieved February 15, 2020, from <https://www.google.com/search?safe=strict&q=tagline+wisata+daerah&tbm=isch&source=univ&client=firefoxbd&sa=X&ved=2ahUKEwjD0tes0NLnAhXayzgGHYvYDscQsAR6BAgKEAE>)
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane.
- Kusnandar, V. B. (2019). Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2018 Tumbuh 12% | Databoks. Databoks.  
(<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-2018-tumbuh-12>)
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-Based Resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14, 41–56.  
(<https://doi.org/10.1177/1356766707084218>)
- Pitana, I. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Andi.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Revisi)*. Pustaka Larasan.
- Wulandari, L. W. (2014). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa Wisata Berbasis Budaya Sebagai Niche Market Destination (Studi Kasus Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten. *Aplikasi Bisnis*, 16(9), 2140–2167.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.