

MODEL PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENGAKSELERASI PEMBANGUNAN PARIWISATA KAWASAN LASAKOSA KABUPATEN BIMA

Creative Economy Development Model in Accelerating Tourism Development in Lakoso Area, Bima Regency

¹Tauhid, ²Adi Hidayat Argubi, ³Dwi Arini Nursansiw, dan ⁴Jasman,

^{1,2,3&4}Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Mbojo

e-mail: ¹tauhid.mbojo1969@gmail.com, ²argubi_hidayat@yahoo.co.id, ³arinidwi298@gmail.com, &

⁴nahujasman@gmail.com

INFORMASI ARTIKEL

Article history :

Dikirim :

12-01-2022

Revisi Pertama :

04-06-2022

Diterima :

27-06-2022

Kata Kunci :

Ekonomi kreatif,
Mengkakselerasi
Percepatan
Pembangunan
Pariwisata

Keywords :

*Development, Creative
Economy, Accelerating the
Acceleration of Tourism
Development*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model pengembangan ekonomi kreatif dalam mengakselerasi percepatan pembangunan pariwisata berbagai startup ekonomi kreatif dalam upaya membuka lapangan kerja baru, menanggulangi pengangguran serta meningkatkan pendapatan masyarakat dalam kawasan LASAKOSA Kabupaten Bima. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *phenomenograph*. Pemilihan metode ini dengan pertimbangan semakin kompleksnya dimensi yang mempengaruhi para pelaku ekonomi kreatif dalam pembangunan pariwisata. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai penentuan informan dalam pengumpulan data melalui wawancara, FGD dan studi dokumenter. Hasil Penelitian mengungkapkan bahwa model pengembangan ekonomi kreatif untuk mengakselerasi percepatan pembangunan pariwisata adalah "Model UMA" ekonomi kreatif. Dalam model ini penekanan pada penguatan hubungan interaksi pentahelix yang terdiri dari Intelektual, Bisnis, Pemerintah, Media Sosial dan komunitas masyarakat sebagai aktor utama penggerak dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif. Kawasan Lasakosa belum menunjukkan hubungan yang kuat di antara kelima helix tersebut sebagai kekuatan utama dalam menggerakkan percepatan pembangunan pariwisata. Namun perlu regulasi pemerintah daerah dalam membangun komitmen untuk penataan infrastruktur sarana dan prasarana pariwisata, penataan kelembagaan ekonomi lokal, inovasi teknologi ekonomi kreatif, penguatan potensi SDM yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi, membangun kolaborasi dengan mitra usaha wisata, sehingga memberikan dampak bagi peningkatan pembangunan ekonomi daerah dan pendapatan masyarakat dalam kawasan LASAKOSA.

This study aims to determine the creative economy development model in accelerating the acceleration of tourism development of various creative economy startups in an effort to open new jobs, overcome unemployment and increase people's income in the LASAKOSA area, Bima Regency. This study uses a qualitative approach with the phenomenograph method. The selection of this method takes into account the increasingly complex dimensions that affect creative economy actors in tourism development. Purposive sampling technique was used to determine informants in data

collection through interviews, FGDs and documentary studies. The results of the study reveal that the creative economy development model to accelerate the acceleration of tourism development is the "UMA Model" of the creative economy. In this model, the emphasis is on strengthening the pentahelix interaction which consists of intellectuals, business, government, social media and the community as the main driving actors in the framework of building the creative economy. The Lasakosa area has not shown a strong relationship between the five helixes as the main force in driving the acceleration of tourism development. However, local government regulations are needed to build a commitment to structuring tourism facilities and infrastructure, structuring local economic institutions, innovative creative economy technology, strengthening the potential of quality human resources with high innovative and creative power, building collaboration with tourism business partners, so as to have an impact on the community. increasing regional economic development and community income in the LASAKOSA area.

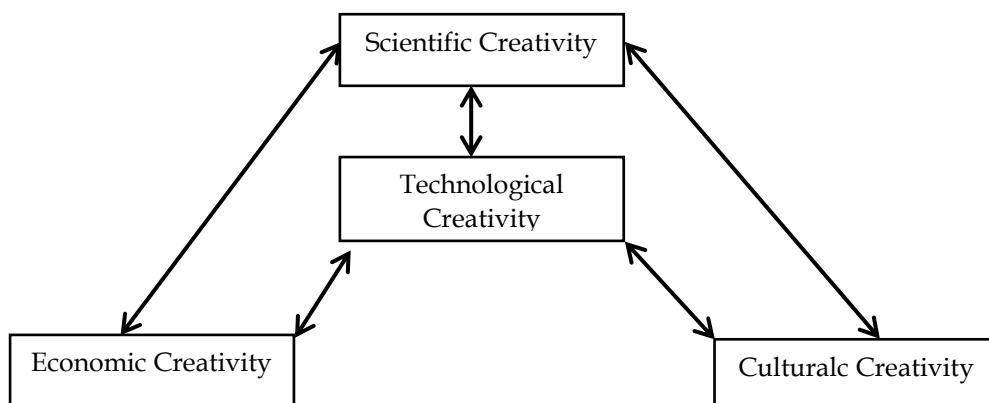
A. PENDAHULUAN

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, bahwa dalam rangka mendorong percepatan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai wilayah, khususnya kabupaten/kota sebagai penghasil utama produk unggulan, maka perlu dilakukan percepatan ke arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal dan penggunaan produk yang telah memperoleh sentuhan nilai tambahan secara optimal dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi (Howkins, 2001). Jika dikaitkan dengan pariwisata, maka ekonomi kreatif sebagai penggerak pengembangan pariwisata merupakan ide dan gagasan yang diberikan sentuhan kreatifitas dan inovasi guna meningkatkan nilai ekonomi dari aspek-aspek pariwisata (atraksi, objek, fasilitas, transportasi, produk, dan layanan) sehingga akan meningkatkan kunjungan wisatawan dan mewujudkan kepuasan wisatawan. Pada saat itulah perputaran ekonomi terjadi yang akan membawa pada kesejahteraan.

Sinergi antara ekonomi dan pariwisata akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan pariwisata yang positif. Secara umum, pengembangan pemberdayaan masyarakat (komunitas setempat) melalui ekonomi kreatif sangat membawa dampak positif dan merupakan salah satu model pengembangan pembangunan pariwisata ke depan. Dalam kaitan dengan pemberdayaan tidak hanya dalam pengembangan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berdaya, namun juga pada upaya peningkatan harkat, martabat, percaya diri, dan harga diri, serta terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat (Wulandari, 2014). Ekonomi kreatif memang sangat strategis untuk dikolaborasikan dengan pariwisata. Strategi-strategi tersebut masih berfokus pada aspek fisik saja. Lebih lanjut lagi, strategi yang diterapkan seharusnya tidak hanya membangun aspek fisik namun aspek non-fisik, seperti penyelenggaraan pameran, pelatihan, atau agenda pariwisata lainnya. Kreatifitas dan inovasi dapat dituangkan pada konsep acara agar dapat menarik lebih banyak wisatawan.

Pengembangan ekonomi kreatif yang dilakukan oleh Herie Saksono (2012 : 98) diarahkan pada talenta/(ide kreatif dan inovatif) dengan nilai ekonomi yang mampu merubah kualitas hidup manusia menjadi lebih sejahtera. Bahwa terdapat tantangan yang harus diatasi dalam mengembangkan ide, kreatif dan inovatif sebagai instrumen penting ekonomi kreatif. Meskipun ekonomi kreatif dianggap sebagai alternatif solusi permasalahan perekonomian akan tetapi dalam penyelenggaraannya masih menemui berbagai hambatan terutama dalam melihat sejauhmana kreatifitas mampu memicu daya saing daerah dan daya saing nasional. (Ahmad Sururi, 2017). Oleh karena itu pola dasar pada pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif dengan memacu kuantitas dan kualitas berbagai produksi ekonomi kreatif. Produk ekonomi kreatif yang bagus kemudian akan menjadi daya pikat wisatawan, sehingga daya tarik wisata yang ditawarkan tidak hanya potensi wisata alam, namun juga berbagai produk kreatif dan inovatif. Muara dari simbiosis

mutualisme antara pariwisata dan ekonomi kreatif adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat. Hal ini terlihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Rumusan EkonomiKreatif Secara Integratif

Sumber :dikutip dalam *Administrasi%20Negara/Downloads/EkonomiKreatif dan pengembangan Wisata.pdf*).

Namun demikian, dalam pengembangan tersebut memerlukan sinergi yang kuat antar stakeholder yaitu pemerintah, cendekiawan, tokoh masyarakat, dan para pelaku wisata. Walaupun pada akhirnya, semua strategi pengembangan tersebut akan bertumpu pada peran aktif masyarakat. Oleh karena itu menjadi salah satu alasan kenapa pengembangan industri kreatif sangat penting, karena memberikan adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial (kualitas hidup, pemerataan, Kesejahteraan dan peningkatan toleransi social), inovasi dan kreativitas (ide dan gagasan dan penciptaan nilai), iklim bisnis dan peningkatan ekonomi (PDB, menciptakan lapangan pekerjaan, pemasaran dan dampak sektor lain). Terbentuk sumber daya terbarukan (Berkas Pengetahuan, Kreativitas dan Green Community) serta berdampak pula pada citra dan identitas suatu bangsa dan kawasan (turisme, ikon nasional/daerah, membangun warisan budaya dan nilai lokal).

Terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dalam kawasan Pariwisata, maka dalam Kawasan Pengembangan Lambu, Sape, Komodo dan Sangiang, (LASAKOSA) yang merupakan daerah potensi pengembangan pariwisata dan perikanan laut, apalagi Kecamatan Sape sebagai pintu gerbang perekonomian. Selain itu keberadaan pelabuhan Kecamatan Sape di selat Sape sebagai jalur transportasi laut dari dan menuju Bima-Labuan Bajo Provinsi Nusa Tenggara Timur, dijadikan sebagai jantung kegiatan Pusat Kegiatan Provinsi ataupun Nasional. Selain itu, potensi Agroindustri dan Agrobisnis dalam hal perikanan dan kelautan menjadi sektor unggulan di Kecamatan ini. Dengan melihat besarnya potensi yang dimiliki oleh Bima bagian timur yang dalam hal ini bukan hanya Kecamatan Sape saja melainkan Kecamatan Lambu dengan memiliki daya tarik obyek wisata Pantai Lairit, Pantai Pink dan Pantai Kelapa, sangat tepat dijadikan wilayah pengembangan untuk kawasan timur Kabupaten Bima. Sementara pengembangan kawasan Pulau Sangiang menjadi destinasi pertama pada rute Kawasan Sangiang Api. Sangiang Api merupakan gunung berapi yang masih aktif hingga saat ini. Wisatawan dapat melakukan aktifitas-aktifitas seru di pulau ini, misalnya wisata adventure (petualang) pendakian di lereng Gunung Sangiang, Snorkeling (menyelam), melihat proses penanaman dan pengolahan tanaman kapas.

Melalui Pengembangan potensi Kawasan LASAKOSA yang merupakan kawasan yang kaya potensi di Wilayah Bima sekaligus terkoneksi dengan Komodo di NTT dan Makasar di Sulawesi Selatan, maka akan mendukung percepatan, terpelihara dan berkembangnya nilai budaya lokal Bima, memperkuat karakter dan potensi beberapa kawasan wisata andalan, serta pengembangan SDM Pariwisata dan investasi. Adapaun peluang kepariwisataan di Kabupaten Bima yaitu : pertama; Potensi destinasi wisata yang melimpah pada tiap kawasan; kedua; Potensi wisata budaya dan kuliner yang beraneka ragam; ketiga; Masyarakat yang sudah mulai terbuka akan potensi wisata dan pengunjungnya; keempat; Layanan infrastruktur yang kian ditingkatkan oleh Pemerintah

Daerah; dan kelima; Program kegiatan pemerintah yang mendukung kepariwisataan. Sementara itu salah satu strategi didalam pengembangan pariwisata dengan mengembangkan ekonomi kreatif masyarakat setempat. Ekonomi kreatif diharapkan mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi daerah. Sejalan dengan pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, "Kepariwisata bertujuan untuk (a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat, (c) Menghapus kemiskinan, (d) Mengatasi pengangguran, (e) Melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya alam, (f) Memajukan kebudayaan (g) Mengangkat citra bangsa, (h) Memupuk rasa cinta tanah air, (i) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa dan (j) Mempererat persahabatan antar bangsa. Sejalan dikemukakan oleh Rakib (2017) bahwa keragaman budaya dan adat istiadat merupakan potensi dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Pengembangan kearifan lokal berbasis budaya menjadi keunggulan yang harus ditonjolkan.

Berdasarkan hasil observasi (Tauhid, dkk, 2021) bahwa dalam proses pengembangan kawasan dan mendorong percepatan kepariwisataan melalui pengembangan ekonomi kreatif di kawasan Lasakosa di Kabupaten Bima tidak luput dari kendala dan permasalahannya yaitu : pertama, Faktor keamanan yang masih relatif kurang; kedua; Potensi pariwisata di kabupaten Bima belum dikelola secara optimal; ketiga, Sarana prasarana pendukung kepariwisataan belum memadai; keempat; Promosi pariwisata belum maksimal; kelima, Sumber Daya Manusia terkait kepariwisataan yang masih kurang; dan keenam, Kelompok-kelompok Sadar wisata yang ada belum diberdayakan secara optimal. Oleh karena itu dalam mengatasi permasalahan tersebut sebagaimana hasil penelitian yang dilakukan oleh Jeni Susyanti (2014;657-658) bahwa perlu dilakukan penerapan model pengembangan ekonomi kreatif yang dikembangkan untuk Indonesia berupa bangunan yang terdiri dari komponen pondasi, 5 pilar, dan atap yang saling menguatkan sesuai dengan (Sumber Daya), Institution, Financial Intermediary, diatasnya terdapat Atap: Bangunan ekonomi kreatif ini dipayungi oleh interaksi triple helix yang terdiri dari *Intellectuals* (Intelektual), *Business* (Bisnis), dan *Government* (Pemerintah) sebagai para aktor utama penggerak industri kreatif. *Intellectual*, kaum intelektual yang berada pada institusi pendidikan formal, informal dan non formal yang berperan sebagai pendorong lahirnya ilmu dan ide yang merupakan sumber kreativitas dan lahirnya potensi kreativitas insan Indonesia. *Business*, pelaku usaha yang mampu mentransformasi kreativitas menjadi bernilai ekonomis. *Government*, pemerintah selaku fasilitator dan regulator agar industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang. Hal senada sebagaimana hasil riset Tri Budiprayitno, dkk (2019) bahwa ekonomi kreatif ini harus dikembangkan secara berkelanjutan dengan penguatan disegala aspek seperti sumberdaya, industri, pembiayaan, pemasaran, teknologi dan infrastruktur. Selain itu, dari sisi kelembagaan juga harus kuat dan bersinergi, antara Pemerintah, masyarakat bisnis, intelektual dan komunitas sebagai bagian dari kelembagaan ekonomi kreatif haruslah bersinergi dalam menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang ada. Keterlibatan lintas pelaku/aktor dalam berbagi tugas dan peran, sehingga menghasilkan program/kegiatan yang kolaboratif dan sinergis dalam pembangunan perkotaan. Stakeholder atau aktor dalam kota kreatif dikenal dengan sebutan penta helix yang terdiri dari lima unsur ABCGM (Academic, Business, Community, Government and Media), yaitu akademisi, kalangan bisnis, komunitas, pemerintah dan media (Slamet dkk, 2017).

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata yang mempunyai dampak terhadap berkembangnya industri pariwisata yang terdiri dari: (1) Meningkatkan citra (*image*) dan identitas (*identity*) yang jelas tentang pariwisata yang bernuansa wisata yang atraktif dan alami; (2) Menciptakan dan mengembangkan produk wisata yang bernuansa kultural, natural, dan religius, yang mengarah ke wisata rohani dan budaya serta pengembangan wisata alam dan agro yang berwawasan lingkungan dengan keunikan tongkonan, erong, liang, dan tau-tau sebagai fenomena objek wisata yang unik; (3) Membuat suatu ketertarikan yang terpadu antara sosial budaya (unbiotic), lingkungan (biotic), dan ekonomi (economic), terhadap kemungkinan terciptanya suatu daya tarik wisata (DTW) yang berdaya guna dan berdaya saing tinggi; (4) Penciptaan dan pengembangan usaha- usaha pariwisata harus selektif dan akomodatif agar dapat mendukung usaha pengembangan sektor pariwisata; (5) Memberikan rangsangan dan motivasi kepada pihak swasta atau perorangan untuk berusaha dalam bidang pariwisata; (6) Mengembangkan wisata remaja dalam rangka penanggulangan kenakalan remaja. (Hugo Itamar, A. Samsu Alam dan Rahmatullah dalam *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, Volume 7, Nomor 2, Juli 2014).

Lebih lanjut strategi pengembangan pariwisata yang berkaitan dengan pengembangan produk pariwisata bertujuan untuk meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata dengan menciptakan berbagai produk wisata yang dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan meliputi: (1) Peningkatan kualitas produk jasa pariwisata oleh swasta secara menyeluruh khususnya dalam pelayanan seperti transportasi, akomodasi, pengaturan perjalanan, rumah makan, dan penginapan; (2) Meningkatkan dan mencari objek wisata yang mempunyai ciri khas dengan mengolah diversifikasi objek wisata agar kawasan satu dan lainnya terkait dan saling mendukung. (3) Diversifikasi produk minat khusus (driving river, tour, archeological evidience tour) dikembangkan sesuai dengan minat pasar dan mendapat dukungan pemerintah, masyarakat dan swasta sebagai pelaku wisata; (3) Menentukan kawasan simpul atraktif kota untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata yang saling terkait dengan daerah disekitarnya. (4) Menggali dan merancang atraksi dan hiburan sepanjang tahun sebagai kalender pariwisata dengan menampilkan peristiwa utama, peristiwa penting, dan peristiwa pendukung seperti atraksi kesenian dan kebudayaan; (5) Mengembangkan event- event yang bersumber dari masyarakat baik event tradisional maupun event modern atau event tradisional yang dikemas secara modern; (6) Daya tarik wisata harus dibuat dalam bentuk paket pariwisata, baik dalam bentuk unitisasi objek maupun paket perjalanan wisata; dan (7) Perencanaan tata ruang dan lingkungan harus berpihak pada pengembangan sektor pariwisata.

Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata

Potensi wisata tersebut dapat dikembangkan melalui ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif di sini tidak hanya melibatkan masyarakat atau komunitas sebagai sumber daya yang berkualitas, tetapi juga melibatkan unsur birokrasi dengan pola entrepreneurship (kewirausahaan). Konsep pelibatan birokrasi dalam ekonomi kreatif adalah bahwa birokrasi tidak hanya membelanjakan tetapi juga menghasilkan (income generating) dalam arti positif (Obsore dan Gaebler, 2003).

Strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dirumuskan sebagai berikut (Barringer) :

- a. Meningkatkan peran seni dan budaya pariwisata
- b. Memperkuat keberadaan kluster-kluster industri kreatif
- c. Mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif
- d. Melakukan pemetaan aset yang dapat mendukung munculnya ekonomi kreatif.
- e. Mengembangkan pendekatan regional, yaitu membangun jaringan antar kluster-kluster industri kreatif.
- f. Mengidentifikasi kepemimpinan (leadership) untuk menjaga keberlangsungan dari ekonomi kreatif, termasuk dengan melibatkan unsur birokrasi sebagai bagian dari leadership dan facilitator.
- g. Membangun dan memperluas jaringan di seluruh sektor
- h. Mengembangkan dan mengimplementasikan strategi, termasuk mensosialisasikan kebijakan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan pengembangan wisata kepada pengrajin. Pengrajin harus mengetahui apakah ada insentif bagi pengembangan ekonomi kreatif, ataupun pajak ekspor jika diperlukan.

Terkait dengan strategi pengembangan industri kreatif, maka hubungan antara Cendekiawan (*Intellectuals*), Bisnis (*Business*) dan pemerintah (*Government*) yang disebut sebagai sistem 'triple helix' yang merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif di Indonesia. Hubungan yang erat, saling menunjang dan bersimbiosis mutualisme antara ketiga aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model industri kreatif akan menghasilkan industri kreatif yang berdiri kokoh dan berkesinambungan. Sinergitas ketiga aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif sangat penting, dimana dukungan Intelektual (cendekiawan) yang berada pada institusi pendidikan formal, informal dan non formal. Pelaku bisnis ekonomi kreatif sebagai pihak yang mentransformasikan ide, kreativitas, inovasi menjadi produk yang bernilai jual, Dukungan pemerintah sebagai actor penggerak utama dan fasilitator industry kreatif melalui pengaturan regulasi, penciptaan konektivitas ekonomi kreatif dengan penetapan destinasi pariwisata, sebagai venue untuk memulai proses produksi, distribusi sekaligus pemasarannya dari bisnis ekonomi kreatif dan industry kreatif.

Oleh karena itu, diperlukan adanya integrasi dari semua pemangku kepentingan, dalam mengatasi berbagai tantangan yang berpotensi menjadi penghambat pengembangan ekonomi kreatif. Pengelolaan bisnis ekonomi kreatif sektor pariwisata secara integratif dari seluruh pihak terkait. Penerapan model pendampingan dalam pengembangan ekonomi kreatif diharapkan menunjang pembangunan dan pengembangan ipteks-sosbud, sekaligus memberikan konstribusi bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat dan peningkatan pendapatan daerah. Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan seiring dengan pengembangan wisata. Atraksi wisata dapat menjadi sumber ide-ide kreatif yang tidak akan pernah habis untuk dikembangkan. Dalam penelitian ini konsep teori yang digunakan adalah Penta helix merupakan konsep yang berkembang dari triple helix dan quadruple helix. Model triple helix melihat inovasi sebagai hasil dari jaringan kerja sama antara A-B-G (academician-business-government), di mana dunia akademik berperan sebagai pemasok knowledge, pihak industri sebagai lokus dari produksi menjadi pemanfaat knowledge, sementara pemerintah bertugas selaku fasilitator yang memungkinkan interaksi stabil antara pemasok dan pemanfaat knowledge. Sebagaimana telah terjadi secara mapan di negara-negara maju, melalui jalinan “tali berpilin tiga” ini, knowledge dari tangan akademisi bertransformasi menjadi produk komersial berkat pemanfaatan oleh industri yang distimulasi oleh kebijakan pemerintah yang suportif dan fasilitas insentif, yang melahirkan produk-produk bernilai tambah tinggi secara berkesinambungan yang dapat digunakan oleh masyarakat (Zuhal, 2013:44).

Namun model Penta Helix lebih dikenal dengan konsep ABCGM yaitu Academician, Business, Community, Government, dan Media. Kunci utama kesuksesan inovasi ini adalah adanya sinergi dan komitmen yang kuat antar pemangku kepentingan dalam menjalankan. Model Penta Helix sangat berguna untuk mengelola kompleksitas berbasis aktor (Slamet dkk, 2017:137). Lebih lanjut Model Penta Helix didasarkan pada lima jenis pemangku kepentingan yaitu bisnis, administrasi publik, penduduk lokal, sektor pengetahuan dan permodalan (Muhyi dkk, 2017). Model ini sangat cocok untuk masalah multi pemangku kepentingan dimana pemangku kepentingan mewakili berbagai kepentingan di suatu tempat atau masalah. Sedangkan menurut Halibas dkk (2017) Penta Helix adalah model pengembangan sosial-ekonomi melalui kolaborasi dan kemitraan antara akademisi, pemerintah, industri, LSM sektor masyarakat sipil, dan pengusaha sosial. Berikut merupakan gambar dari model Penta Helix :



Gambar 2. Pendekatan Pengembangan Pariwisata Terhadap Pecepatan Pengembangan Ekonomi Kreatif

Sumber : Slamet dkk, 2017

Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada (Puspar UGM) (2003, 24-26) memberikan beberapa pendekatan pengembangan pariwisata, yaitu:

- Pendekatan Holistik dan Keterpaduan Perencanaan Intersektoral Dan Integral. Pendekatan holistik merupakan pendekatan menyeluruh dalam melakukan pembangunan, artinya meskipun

- perencanaan ini fokusnya adalah pariwisata namun pada hakekatnya tidak dapat di pisahkan dengan pembangunan lainnya. Perencanaan terpadu di butuhkan untuk menjamin adanya keterkaitan antar sektor dan aktor dalam suatu sistem pengembangan terpadu Rencana ini bertitik tolak pada kebutuhan dan tuntutan adanya akan perlunya keterpaduan arahan dan kebijakan yang telah di tetapkan oleh pemerintah pusat di satu sisi, (baik itu yang memiliki dimensi waktu pendek, menengah, maupun jangka panjang), dengan aspirasi daerah di sisi lainnya.
- b. Pendekatan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development Approach). Pengembangan pariwisata berkelanjutan di dasarkan pada pendekatan bahwa pengembangan pariwisata nasional nantinya harus bertumpu pada kekuatan sendiri, dan bermuara pada terciptanya kemandirian bangsa Indonesia dalam mewujudkan ketahanan nasional, untuk menghadapi tantangan dari dalam maupun dari luar, mengkonsolidasikan semua hasil pembangunan yang telah di capai selama ini, serta mengembangkan pertumbuhan perkembangan secara berlanjut di masa mendatang.
 - c. Pendekatan Pengembangan Wilayah (Area Development Approach). Kegiatan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah akan merupakan daya tarik dan daya dorong bagi berkembangnya masyarakat, daerah dan wilayah yang melingkupinya. Apapun, seberapa pun dan jenis yang bagaimana dari program-program pengembangan kepariwisataan yang dilakukan pada suatu daerah tertentu akan berpengaruh kepada sumberdaya manusia dan sumberdaya alam/lingkungan, maupun wilayah sekitarnya. Kemajuan kegiatan kepariwisataan akan mempengaruhi kemajuan kehidupan penduduk.
 - d. Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat (Tourism Community Based Resources Development Approach). Pengembangan pariwisata hendaknya berperan dalam upaya pemberdayaan masyarakat. Pemerataan dan keseimbangan pemanfaatan ruang maupun program sektoral juga merupakan kriteria penting dalam pengembangan Pariwisata. Keseimbangan pemanfaatan ruang dapat terjadi dengan pembagian wilayah pengembangan disertai dengan penentuan karakteristik pengembangan yang sesuai untuk masing-masing wilayah di Pariwisata. Sehingga diharapkan sektor pertanian dan perkebunan, jasa, perdagangan, serta kelautan dapat berinteraksi secara sinergis dengan berbagai sektor lain untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode *phenomenography*, dimana jenis penelitian kualitatif ini untuk melihat dan berusaha memahami masalah-masalah sosial dan ekonomi berdasarkan fakta yang didapatkan di lapangan, serta pertimbangan semakin kompleksnya dimensi yang mempengaruhi para pelaku ekonomi kreatif dalam pembangunan pariwisata. Teknik *purposive sampling* digunakan sebagai penentuan informan dan ditemukan beberapa informan, antara lain : 1.) Kepala Bappeda Kabupaten Bima, 2.) Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Bima, 3.) Camat Lambu dan Sape dan 4.) Kepala Desa di Kawasan Lasakosa, 5.) Pokdarwis dan pengelola desa wisata, 6.) wisatawan, 7.) pelaku pariwisata, 8.) pelaku industri kreatif, 9.) tokoh masyarakat, dan 10.) pegiat pariwisata serta 11.) ekonomi kreatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan studi dokumenter. Setelah data yang dibutuhkan diperoleh melalui proses pengumpulan data, kemudian dilakukan pengolahan data agar data yang diperoleh di lapangan siap untuk diklasifikasikan dan dianalisis secara mendalam untuk menjawab fokus permasalahan penelitian. Guna mengolah data yang ada, Peneliti menggunakan prosedur pengolahan data dan analisis data berdasarkan model Miles dan Huberman yang terdiri atas proses pengumpulan data (data collection), proses justifikasi data (data reduction) atau reduksi data, penyajian data (data display) dan terakhir penyusunan kesimpulan penarikan/verifikasi (conclusion drawing/verifying).

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut disajikan data hasil penelitian dilapangan yang dibagi menurut beberapa bagian. Data tersebut akan dianalisis untuk mengetahui Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Mengakselerasi Percepatan Pembangunan Pariwisata Dalam Kawasan Lambu, Sape, Komodo dan Sangiang (LASAKOSA). Analisis interpretasi data dilakukan dengan cara menghubungkan data yang diinterpretasikan dengan teori yang digunakan dalam teori ini :

Potensi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Dalam Mengakselerasi Percepatan Pembangunan Pariwisata Dalam Kawasan Sape, Komodo dan Sangiang (SAKOSA) di Kabupaten Bima

Berdasarkan data yang diperoleh bahwa Kawasan Lasakosa memiliki destinasi wisata sebagai aktivitas masyarakat dalam menumbuhkembangkan kreativitas dalam mendukung pembangunan pariwisata sebagai sumber daya penggerak utama. Dari data yang diperoleh bahwa pemetaan destinasi wisata kawasan Lasakosa dapat dijelaskan menurut tabel sebagai berikut :

Tabel 1 : Pemetaan Potensi Destinasi Wisata di Kawasan Lasakosa

No.	Kawasan	Jenis Destinasi Wisata	Kriteria
1.	Kawasan Lambu	Pantai Pink, Pantai Lariti, Pantai Papa, Pulau Kelapa, Pantai Lawoli, Temba Romba, Toro Maria, Manggelongko dan Nisa Ndoko	Kawasan Wisata Unggulan
2.	Kawasan Sape	Pantai Mata Mboko, Pantai Lamere, Kawasan Bajo Pulau, Pantai Santigi, Bukit dan Telaga, Pantai Naga Nuri, Air Terjun Jo Rato, Pulau Gilibanta	Kawasan Wisata Unggulan
3.	Kawasan Komodo	Taman Nasional Komodo	Kawasan Wisata Unggulan
4.	Kawasan Ambalawi	Pantai Oi Fanda	Kawasan Wisata Unggulan
5.	Kawasan Wera	Gunung Sangiang dan Pulau Ular	Kawasan Wisata Unggulan

Sumber data : Hasil Olahan data primer, Tahun 2021

Menurut tabel 1 diatas menunjukkan bahwa potensi pemetaan kawasan Lasakosa sebagai destinasi wisata memiliki keunggulan tersendiri dan hampir sebagian besar merupakan wisata pantai yang hampir setiap menjadikan arus kunjungan para wisatawan lokal, nasional maupun mancanegara. Walaupun kawasan Lasakosa ini memiliki potensi yang memiliki daya tarik tersendiri namun belum dikelola secara optimal dan belum ada kebijakan pemerintah Kabupaten Bima yang lebih memprioritaskan dalam pengembangan kawasan sebagai sektor unggulan.

Dari informasi yang diperoleh lapangan bahwa kondisi tempat-tempat pariwisata yang tersebar dikawasa Lasakosa ini masih asiris terbentuk karena faktor alam, belum tersentuh dengan kebijakan pemerintah pusat maupun daerah menjadikan sektor unggulan di Kabupaten Bima. Dan hal ini menyebabkan pariwisata tumbuh dan berkembang atas inisiatif dan prakarsa komunitas masyarakat lokal yang mencoba mengembangkan tempat-tempat wisata untuk mengakomodir kebutuhan masyarakat setempat yang ada di wilayah Kabupaten Bima. Mengapa sektor ini belum bisa berkembang secara optimal di Kabupaten Bima.

Berdasarkan keterangan informan, adapun alasan mengapa potensi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel.2.Hasil wawancara potensi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima

No.	Alasan	Jumlah	Keterangan
1.	Dukungan kebijakan Pemkab Bima	6	Belum optimal
2.	Anggaran Terbatas	4	Penghambat
3.	Belum ada Investor	4	Penghambat
4.	Belum terjalin sinergitas hubungan stakeholder pariwisata dalam membangun kawasan Lasakosa	5	Belum optimal
5.	Masalah keamanan dan kenyamanan	5	Penghambat

Sumber : Hasil Wawancara dengan Informan, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 2 tersebut diatas menunjukkan bahwa ada dukungan kebijakan pemerintah Kabupaten Bima dalam mengembangkan potensi kawasan tersebut untuk pengembangan ekonomi kreatif belum optimal sebanyak 6 orang, 2 tahun terakhir pemangkasan anggaran untuk penanganan covid 19 dan juga dilakukan refofusing anggaran yang menyebabkan sehingga berdampak pada pembiayaan untuk pengembangan pariwisata baik infrastruktur sarana dan prasarana maupun

peningkatan kualitas SDM pariwisata dalam hal ini ada 4 orang yang menunjukkan alasan seperti itu. Kemudian belum ada investor yang mau menanamkan investasinya dalam berbagai kawasan strategis hal ini sesuai dengan pendapat informan sebanyak 4 orang ini merupakan sebagai faktor penghambat, di tambah lagi belum terjalin sinergitas hubungan stakeholder pariwisata dalam membangun kawasan Lasakosa secara intens hal ini sesuai dengan pendapat informan sebanyak 5 orang, serta masalah keamanan dan kenyamanan bagi para pengunjung wisata belum terjaga secara utuh, 5 orang informan berpendapat seperti itu. Artinya bahwa progres pengembangan Kawasan Lasakosa sebagai destinasi wisata menjadi sektor unggulan di Kabupaten Bima, NTB dan Nasional. Dan hal ini terjadi bila semua komponen saling terkait dan bersinergis dalam merancang obyek daya tarik wisata dengan tujuan untuk meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata dengan menciptakan berbagai produk wisata yang dapat meningkatkan arus kunjungan wisatawan meliputi: (1) Peningkatan kualitas produk jasa pariwisata oleh swasta secara menyeluruh khususnya dalam pelayanan seperti transportasi, akomodasi, pengaturan perjalanan, rumah makan, dan penginapan; (2) Meningkatkan dan mencari objek wisata yang mempunyai ciri khas dengan mengolah diversifikasi objek wisata agar kawasan satu dan lainnya terkait dan saling mendukung. (3) Diversifikasi produk minat khusus (driving river, tour, archeological evidience tour) dikembangkan sesuai dengan minat pasar dan mendapat dukungan pemerintah, masyarakat dan swasta sebagai pelaku wisata. Namun disatu sisi perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan ini mengalami pertumbuhan yang pesat. Hal ini konomi kreatif telah memberikan hasil positif yang signifikan, antara lain berupa penyerapan tenaga kerja, penambahan pendapatan daerah, hingga pencitraan wilayah di tingkat nasional maupun internasional. Pencitraan wilayah muncul ketika suatu wilayah menjadi terkenal karena produk kreatif yang dihasilkannya sehingga akan berdampak pada berbagai sector usaha.

Hasil wawancara dengan informan bahwa tumbuh kembang industry kreatif di kawasan Lasakosa pada hakekatnya berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu dalam masyarakat desa dalam kawasan untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut dalam memanfaatkan potensi yang ada di sekitar serta sebagai respon. Untuk lebih jelasnya respon informan terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima, menurut tabel 3 sebagai berikut :

Tabel 3. Hasil wawancara dengan informan perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima

No.	Alasan	Jumlah	Keterangan
1.	Kepedulian aktor ekonomi secara parsial dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kawasan wisata	5	Cukup optimal
2.	Partisipasi masyarakat dalam mendukung tumbuhnya ekonomi kreatif	4	Kepedulian tinggi
3.	Daya dukung lembaga-lembaga sosial masyarakat terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa	5	Cukup baik
4.	Berkembangnya startup ekonomi kreatif dengan diversifikasi produk di Kawasan Lasakosa	6	Sudah optimal
5.	Dukungan lembaga keuangan	4	Cukup baik

Sumber : Hasil Wawancara dengan Informan, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa dalam mendukung pertumbuhan sektor wisata sangat memberikan kontribusi bagi peningkatan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran, tumbuhnya UMKM baru di Kawasan itu, peningkatan pendapatan masyarakat, serta terbangunnya stuktur dan penataan kelembagaan kelompok dasar wisata secara baik. Hal ini dari hasil wawancara dengan informan bahwa perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa sangat didukung dari kepedulian aktor ekonomi secara parsial dalam mengembangkan ekonomi kreatif sejalan dengan pendapat informan 5 orang, kemudian partisipasi masyarakat dalam mendukung tumbuhnya ekonomi kreatif sesuai dengan pendapat informan 4 orang, lebih lanjut daya dukung lembaga-lembaga sosial masyarakat terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa dengan jumlah pendapat informan 5 orang, serta berkembangnya startup ekonomi kreatif dengan diversifikasi produk di Kawasan

Lasakosa ada 6 orang yang memberikan alasan sudah optimal, dan dukungan lembaga keuangan yang menopang dari sisi permodalan UMKM ekonomi kreatif ada 4 orang informan yang memberikan alasan sudah cukup baik.

Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Mengakselerasi Percepatan Pembangunan Pariwisata Dalam Kawasan Lambu, Sape, Komodo dan Sangiang (LASAKOSA) Kabupaten Bima

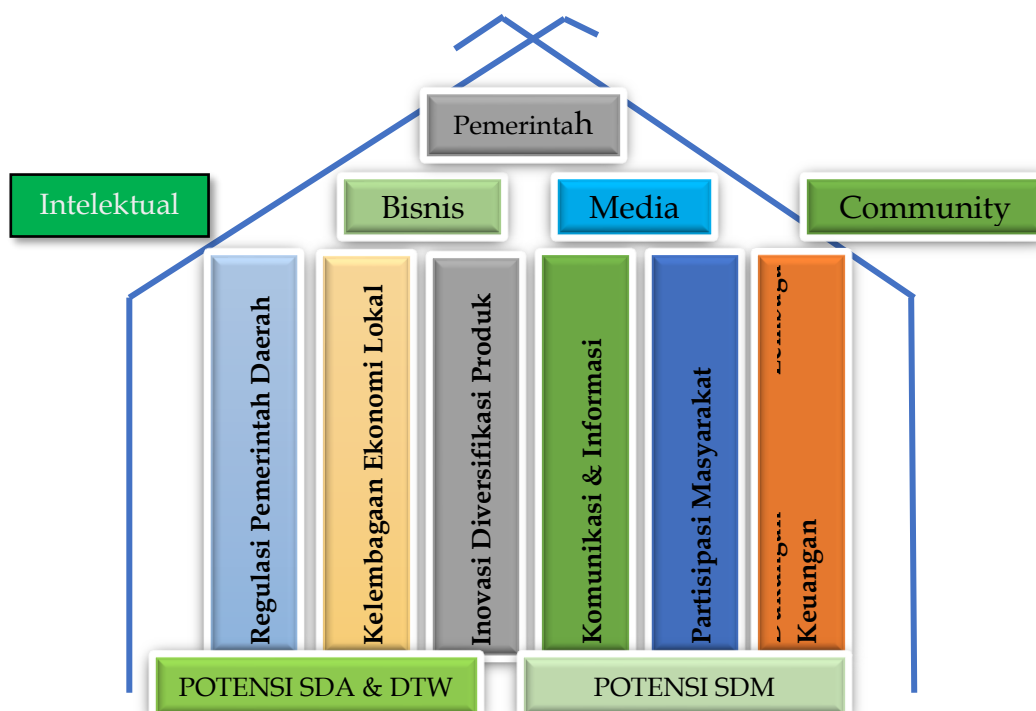
Pengembangan ekonomi kreatif memang tidak semata menjadi tugas dan peran pemerintah semata tetapi perlu ditopang oleh berbagai pilar-pilar lain yang ikut memberikan kontribusi penting bagi berkembangnya sektor ini. Ekonomi kreatif berfokus pada penciptaan barang dan jasa dengan mengandalkan keahlian, bakat dan kreativitas sebagai kekayaan intelektual, tetapi peran penting semua stakeholders menjadi penting dalam mengakselerasi percepatan berkembangnya ekonomi kreatif yang ada di masyarakat apalagi dengan berbagai potensi yang dimiliki kawasan seperti halnya dalam kawasan Lasakosa dengan berbagai destinasi wisata yang mengagumkan. Keberadaan produk-produk kreatif yang ada dan tumbuh di masyarakat dalam kawasan Lasakosa kabupaten Bima berdasarkan hasil penelitian belum optimal dalam mendukung pembangunan pariwisata yang berkembang di kawasan Lasakosa dengan berbagai permasalahan yang memerlukan penanganan agar ekonomi kreatif yang tumbuh dapat berkembang dengan pesat seiring dengan potensi pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah dengan serius menggarap kawasan Lasakosa ini menjadi sebuah kawasan wisata yang maju dengan pariwisatanya dengan Pulau Komodo sebagai ikonnya. Model yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada pendapat (Lindmark, Stureson and Roos, 2009) dalam (Herwan Abdul Muhyi, 2017), yaitu model Pentahelix. Model ini merupakan sinergi kekuatan antara perguruan tinggi, pemerintah dan perusahaan (industri) dan masyarakat. Perguruan tinggi bertugas melakukan riset untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang kemudian dihirilisasi melalui pengabdian masyarakat. Perusahaan atau bisnis bertugas melakukan kapitalisasi atau komersialisasi atas hasil riptek perguruan tinggi agar memberikan keuntungan ekonomi dan kemanfaatan bagi masyarakat. Masyarakat menjadi pelaku dalam upaya perubahan ke arah yang lebih baik. Model ini merupakan pengembangan dari model triple helix yang terdiri dari 3 pilar yaitu : government, bisnis dan Intelektual/Akademisi. Etzkowitz dan Leydesdorff (1995), menekankan bahwa interaksi ketiga komponen ABG merupakan kunci utama bagi peningkatan kondisi yang kondusif bagi lahirnya inovasi, ketrampilan, kreativitas, ide dalam pengembangan ekonomi kreatif bagi UKM. Namun dalam perkembangan mengalami masalah dalam kerjasama antar pihak dalam model triple helix pada kluster-kluster ekonomi kreatif bagi UKM, dapat diidentifikasi oleh penelitian Prabawani et al. (2017), meskipun pola triple helix telah lama terbentuk, masih kurang berdampaknya knowledge hubs bagi inovasi usaha kalangan UKM sebagaimana yang diharapkan. Hal ini diduga, selain karena lebih diutamakannya faktor input modal, terutama akibat tidak adanya mekanisme inovasi, transfer teknologi, inkubasi serta riset yang tepat untuk diterapkan. Kemudian dalam penelitian oleh Hamsani and Khairiaryansyah (2018) dikaji sinergi kerjasama para aktor ABG (*Academic, Business, and Government*) dalam sektor ekonomi kreatif di Kota Pangkalpinang, Riau, disimpulkan bahwa kerjasama belum mencapai maksimal karena unsur A (akademik) kurang terlibat dalam memberikan bantuan meskipun unsur G (pemerintah) telah memberikan banyak bantuan kepada industri kreatif.

Dalam kaitan dengan riset ini menggunakan pengembangan model penta helix, dimana Penta Helix adalah model pembangunan sosial-ekonomi yang mendorong perkembangan ekonomi melalui inovasi dan kewirausahaan dengan pola kolaborasi dan kemitraan yang bermanfaat antara akademisi, pemerintah, industri, LSM dan sektor sipil masyarakat, dan wirausahawan sosial (REPEC, 2012). Von Stamm (2004) menyatakan bahwa inovasi paling baik dicapai ketika ada kolaborasi dan kemitraan yang kuat di antara para pemain kunci, yaitu akademisi, pemerintah, industri, LSM dan sektor sipil masyarakat, dan wirausahawan sosial.

Dalam penelitian ini Pemerintah memiliki tugas untuk menciptakan stimulus dan lingkungan yang kondusif untuk terwujudnya kolaborasi antara industri, perguruan tinggi dan masyarakat dalam hilirisasi hasil riptek tersebut. Melalui sinergi penta helix, perguruan tinggi mendapatkan partner untuk melakukan hilirisasi riset-risetnya. Perusahaan mendapatkan manfaat ekonomi dari mengomersialkan hasil-hasil riset perguruan tinggi dan menyediakannya bagi masyarakat. Masyarakat mendapat motivasi dan dukungan penuh untuk mampu mengubah kehidupannya

menjadi lebih produktif dan lebih berkualitas. Pemerintah mendapat partner baik dari perguruan tinggi maupun industri dalam mensejahterakan masyarakat (Herwan Abdul Muhyi, 2017).

Model yang dikembangkan di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima adalah “Model Uma” ekonomi kreatif yang merupakan kolaborasi dari berbagai unsur atau elemen yang menjadi daya dorong dalam mendukung perkembangan dan percepatan pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat skema pada gambar 3 berikut ini:



Gambar 3 : Model Pengembangan “Model UMA” Ekonomi Kreatif Dalam Mengakselerasi Pembangunan Pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima

Berdasarkan gambar diatas bahwa alur “Model Uma” ekonomi kreatif terbagi 2 bagian yaitu :

- 1). Pada bagian atas (atap rumah) merupakan para pihak terkait sebagai aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif yang terdiri dari : (a) Pemerintah (*goverment*), (2) Intelektual/Akademisi (*Inttelctually*), (c) Bisnis (*Bussiness*), (d) Media Sosial (*Social Media*), (e) Komunitas masyarakat (*Community Society*).
- 2) Bagian tengah (badan rumah) merupakan bagian dari implementasi kegiatan yang dilakukan oleh para aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif yang meliputi : (a) Regulasi Pemerintah Daerah, (b) Kelembagaan Ekonomi Lokal, (c) Inovasi Diversifikasi Produk, (d) Komunikasi dan Informasi, (e) Partisipasi Masyarakat, dan (f) Dukungan Lembaga Keuangan.

Mekanisme kerja dalam “Model UMA” ekonomi kreatif, yaitu :

1. Pemerintah Kabupaten Bima bersama Dinas Pariwisata Kabupaten Bima memiliki rentang kendali bidang *political power* dalam menetapkan regulasi yang diterbitkan, dan menetapkan program-program Strategis pariwisata dan ekonomi kreatif Kabupaten Bima, serta prioritas kebijakan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di Kabupaten Bima, dan akan menjadi Standar Operasional Prosedur (SOP) dan pedoman bagi para pelaku Intelektual/Akademisi (*Inttelctually*), Bisnis (*Bussiness*) dibidang pariwisata, Media Sosial (*Social Media*), Komunitas masyarakat (*Community Society*). Sebagai contoh Peraturan Daerah Nomor 9 Tahun 2011 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Bima Tahun 2011-2031 dan Peraturan Daerah

Kabupaten Bima Nomor 11 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Tahun 2019-2034.

2. Intelektual/ Akademisi sebagai pihak yang memiliki *power-knowledge* dan akademisi bisa berperan aktif memberikan masukan-masukan kepada pemerintah dan stakeholder lainnya demi kemajuan pariwisata. Dengan segudang disiplin ilmu yang dimiliki dan hasil-hasil kajian akademisnya, seyogyanya bisa memberikan masukan-masukan kepada pemerintah Kabupaten Bima untuk menyeimbangkan antara kebijakan dan kepentingan masyarakat. Para intelektual/akademisi ini bisa melakukan kegiatan riset atau Pengabdian Kepada Masyarakat sebagai wujud komitmen dalam mengemban misi tridharma Perguruan Tinggi di Kawasan Lasakosa tentang destinasi wisata, partisipasi masyarakat dan ekonomi kreatif. Kelompok intelektual/akademisi atau cendekia dalam konteks model pengembangan Model "Model UMA" ekonomi kreatif dalam mengakselerasi pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima adalah para intelektual/akademisi atau cendekia yang mempunyai basis intelektual yang dapat memberikan kontribusi pemikiran serta ide-ide pengembangan. Para intelektual/akademisi atau cendekia ini terdiri dosen-dosen di perguruan tinggi yang ada di Bima, guru-guru yang memiliki kompetensi yang terkait misalnya terdapat guru-guru SMK bisnis dan manajemen serta pariwisata, budayawan, seniman, tenaga ahli yang ada di sanggar-sanggar budaya dan seni, peneliti atau kelompok studi penulis, blogger atau pemerhati media, pakar di bidang seni dan budaya yang terkait dengan pengembangan kawasan Lasakosa dan industry kreatif yang tumbuh di masyarakat dalam kawasan. Kabupaten Bima memiliki potensi kelompok cendekia yang banyak dengan keberadaan banyak perguruan tinggi, seperti STISIP Mbojo Bima, STIE Bima, STKIP taman Siswa, STKIP Bima, STIPAR Soromandi, STIH, IAIM, STT Bima dan berbagai perguruan tinggi lainnya serta sekolah-sekolah seperti SMK Bisnis dan Pariwisata seperti halnya SMKN 1 Kota Bima, SMKN 3 Kota Bima, SMKN 1 Monta dan berbagai SMK lainnya. Demikian juga dengan pakar seni dan budaya serta keberadaan ahli-ahli seni pada berbagai sanggar budaya. Selain itu, Bima memiliki tokoh-tokoh budaya seperti N. Marewo yang sudah go internasional serta berbagai tokoh budaya lain yang mempunyai potensi untuk mengembangkan kawasan wisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bima. Kelompok-kelompok ahli dalam dunia media juga sangat banyak demikian juga dengan berbagai komunitas-komunitas media seperti GenPI, dan komunitas informal lainnya. Para pakar cendekia ini memiliki kapasitas dalam memperkuat basis-basis formal dan informal dari inovasi, dan memiliki ability untuk mematangkan konsep-konsep kreativitas dan inovasi dan juga memiliki kemampuan mendesiminasi berbagai informasi dengan jejaring di dunia internasional sehingga pengembangan kawasan Lasakosa dan pengembangan ekonomi kreatifnya dalam berjalan dengan cepat dan tepat sasaran.
3. Para Bisnis/pelaku ekonomi kreatif sebagai ujung tombak dalam menumbuhkembangkan aktivitas ekonomi kreatif dalam menata kelembagaan ekonomi lokal dan inovasi diversifikasi produk serta dukungan Lembaga Keuangan sebagai kekuatan baru UMKM di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima. Para pelaku industri wisata seperti perusahaan transportasi, hotel, restoran/ rumah makan, souvenir shop, money changer, travel agent serta penyedia jasa layanan pariwisata lainnya ketika bekerjasama dan tidak jalan sendiri-sendiri maka akan memberikan dampak besar pada pengembangan industry pariwisata di dalam kawasan pengembangan pariwisata Lasakosa di Kabupaten Bima. Perbedaan Kalimaya Dive Resort di Poja Sape misalnya, menunjukkan bahwa industry ini saling terikat satu dengan yang lain. Ketika wisatawan yang bertamu di Kalimaya Dive Resort selesai dengan aktivitas divingnya maka kemudian aktivitas terakhir adalah berburu cinderamata khas daerah seperti produk kreatif tenun yang ada di Simpasai, Bugis dan sekitarnya. Seharusnya industry lain seperti industri transportasi, hotel lainnya, restoran/ rumah makan, souvenir shop, money changer, travel agent serta penyedia jasa layanan pariwisata lainnya memberikan ruang yang sama bagi pengembangan ekonomi kreatif selaras dengan pengembangan pariwisata di kawasan Lasakosa,
4. Media Sosial (Social Media) yang mempunyai fungsi untuk mempromosikan dan mempublikasikan pariwisata serta mengkomunikasikan dan Informasi, sehingga dengan perannya awak media yang dinamis, pariwisata Kabupaten Bima akan bisa dikenal di seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian dampak dari terkenalnya sebuah destinasi pariwisata akan mampu mendatangkan/menarik minat wisatawan nusantara dan mancanegara, untuk berkunjung ke destinasi wisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima, dan

5. Komunitas (*Community*) para ekonomi kreatif atau startup UMKM di Kawasan Lasakosa tumbuh sangat pesat, sebagai kelompok masyarakat yang sering di sebut dengan komunitas ini adalah pemilik sosial power, dan merupakan pelaku langsung di lapangan serta sebagai ujung tombak dalam menggerakkan pembangunan destinasi pariwisata. Partisipasi masyarakat yang tergabung dalam komunitas bergerak atas kemauan sendiri dengan melihat prospek pertumbuhan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima. Kelembagaan lokal dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam kawasan Lasakosa untuk mendukung percepatan pembangunan pariwisata sudah ada dalam bentuk pokdarwis dan pengelola desa wisata yang masing-masing terbentuk dalam kawasan pengembangan Lasakosa, seperti Pokdarwis Lariti, Torombala, Sangiang Api, Balumba, Wadu Sura, Pulau Ular, Taja Ngao, dan Sangiang. Demikian juga di desa wisata sudah ada kelembagaan pengelola desa wisata misalnya di desa Sari Sape terdapat pengelola desa wisata Wadu Sura dan berbagai pengelola desa wisata yang tidak dikelola oleh Pokdarwisnya. Hal ini menunjukkan bahwa kelembagaan sudah terbentuk tetapi belum menjalankan peran penting dalam pengembangan kawasan dan juga pengembangan ekonomi kreatif yang ada di tiap-tiap wilayah dalam kawasan. Banyak usaha produk-produk kreatif yang kemudian mati dan tidak berkembang karena terkendala pemasaran dan penjualan. Seharusnya keberadaan kelembagaan seperti Pokdarwis dan pengelola desa wisata mampu menjembatani permasalahan yang dihadapi oleh usaha-usaha produk kreatif yang ada di desa tetapi malah belum berjalan dengan baik. Upaya-upaya penguatan kelembagaan menjadi perlu dilakukan untuk mengoptimalkan fungsi dan peran kelompok atau lembaga dalam pengembangan kawasan wisata dan ekonomi kreatif yang tumbuh di masyarakat desa dalam kawasan Lasakosa. Pilar kelembagaan ini harus terus dibina dan dikuatkan karena keberadaannya penting dalam pengembangan kawasan dan pengembangan ekonomi kreatif

Arah pengembangan “Model UMA” ekonomi kreatif dalam mengakselerasi pembangunan pariwisata di kawasan Lasakosa di Kabupaten Bima lebih ditujukan terhadap 2 (dua) pondasi utama yang menjadi dasar pengembangan, yaitu pertama, potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Daya Tarik Wisata (DTW) yang ada dalam tiap wilayah dalam kawasan Lasakosa dan kedua potensi Sumber Daya Manusia (SDM). Kedua potensi ini menjadi pondasi utama pengembangan ekonomi kreatif dalam Mengakselerasi Pembangunan Pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima. Hal ini terpihat dari hasil pengamatan bahwa keberadaan ekonomi kreatif yang ada dan tumbuh di masyarakat pada empat kawasan pengembangan Lasakosa masing-masing dipengaruhi oleh kedua aspek ini. Berikut gambaran peran masing-masing pondasi model.

1. Pondasi Sumber Daya Alam (SDA) dan Daya Tarik Wisata (DTW)
Sumber daya alam dan daya tarik wisata menjadi sumber lahirnya inovasi masyarakat melahirkan produk kreatif. Keberadaan potensi menjadi input bagi suatu proses lahirnya kreativitas dan inovasi. Hal ini terlihat pada masing-masing wilayah seperti di Ambalawi, Wera, Sape, dan Lambu. Berbagai potensi sumber daya alam dimanfaatkan oleh masyarakat dengan menghasilkan produk-produk kreatif. Demikian juga dengan keberadaan potensi daya tarik wisata memberikan ruang bagi masyarakat untuk menangkap peluang yang ada dengan melahirkan berbagai produk kreatif untuk ditawarkan kepada wisatawan yang berkunjung seperti keberadaan destinasi Pantai Lariti melahirkan inovasi produk kerajinan miniatur perahu hias dan berbagai kerajinan lainnya. Demikian juga dengan daya tarik wisata budaya melahirkan berbagai macam produk kreatif berbasis daya tarik wisata budaya seperti tumbuhnya produk seni musik dan tari di Wilayah Wera dan Sape Kabupaten Bima.
2. Pondasi Sumber Daya Manusia (SDM)
SDM menjadi pondasi kedua dalam model pengembangan “Model UMA” ekonomi kreatif dalam mengakselerasi pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima. Sinergi antara sumber daya manusia dan sumber daya alam dan daya tarik wisata yang optimal akan menciptakan daya kreasi berupa produk yang bernilai. Hal ini yang muncul dalam kehidupan masyarakat dalam kawasan pengembangan Lasakosa, di mana masyarakat dengan potensi SDA dan DTW yang dimiliki seperti Gunung Sangiang, Pantai Pink, Pantai Lariti dan berbagai potensi alam dan daya tarik wisata lainnya seperti budaya yang dimiliki dipadukan dengan potensi SDM yang mampu memanfaatkan potensi alam dan DTW melahirkan kreativitas dan inovasi masyarakat sehingga melahirkan berbagai produk kreatif seperti berbagai kerajinan, tenunan, souvenir khas, kreasi seni seperti musik dan tarian serta berbagai inovasi kuliner yang diciptakan

oleh masyarakat yang mendiami kawasan Lasakosa. Kreativitas SDM merupakan modal yang harus dipelihara dan ditingkatkan kemampuan dan keterampilannya sehingga mampu menghasilkan berbagai produk kreatif yang lebih berkualitas. Kondisi ini disampaikan oleh berbagai informan penelitian yang melihat bahwa SDM yang ada di desa-desa wisata perlu pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan keterampilannya sehingga produk yang dihasilkan dapat bersaing dan diminati pasar wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang datang mengunjungi destinasi wisata di dalam kawasan Lasakosa. Perkembangan teknologi sangat berpengaruh peranannya dalam segala aspek seperti dalam sector industri kreatif ini yang berbasis pada kreativitas SDM dan terdapat pengetahuan di dalamnya. Aspek teknologi tidak hanya mesin atau alat bantu, tapi juga sumber daya sebagai input bagi suatu proses penciptaan nilai tambah, yaitu SDM, sumber daya alam, dan sumber daya lain. Jadi perpaduan antara sumber daya manusia dan sumber daya alam termasuk daya tarik wisata di dalamnya akan melahirkan daya cipta, kreasi dalam berbagai produk kreatif yang sangat bernilai tinggi.

Dalam kerangka kerja “Model UMA” ekonomi kreatif dalam mengakselerasi percepatan pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima sebagaimana uraian diatas untuk menjawab persoalan yang dihadapi di Kawasan Lasakosa ini terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif yang antara lain : (1) Peran pemerintah dan seluruh stakeholder masih belum terintegrasi, semua masih berjalan sendiri-sendiri sehingga tidak mampu mendorong pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. (2) Para pelaku ekonomi kreatif baik yang tergabung dalam komunitas maupun usaha sendiri dengan semangat usaha dan modal sendiri tersebar di Kawasan Lasakosa cukup banyak, namun belum diatur dan ditata secara profesional melalui intervensi kebijakan pemerintah, (3) Kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian alam terutama di daerah-daerah destinasi wisata semakin membuat tempat wisata tidak terawat dengan baik, (4) Beberapa hasil kreatifitas pemuda dan juga produk-produk khas tidak di sentuh dengan konsep manajemen yang baik terutama manajemen pemasaran sehingga kreatifitas tersebut seperti tidak memiliki nilai, (5) Kurangnya fasilitas pendukung di daerah wisata sehingga membuat minat wisatawan berkurang di beberapa tempat wisata, (6) Akses untuk sampai di tempat-tempat wisata masih banyak yang belum bisa di akses dengan kendaraan roda empat (mobil) dan (7) Jaminan keamanan dari mulai di perjalanan sampai ketempat wisata masih banyak hal-hal yang tidak diinginkan seperti adanya pungli di jalan dan di tempat wisata. Maka melalui “Model UMA” ini untuk menjawab persoalan yang dihadapi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan Lasakosa. Sinergitas hubungan yang saling mendukung dan menopang diantara para aktor dalam pengembangan ekonomi kreatif di dalam kawasan destinasi wisata, akan dapat memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi, pendapatan masyarakat dan pendapatan asli daerah dari sektor ini.

Dalam “Model UMA” Ekonomi kreatif ini lebih menekankan pada pembangunan ekonomi dan sosial dengan mempromosikan budaya inovasi dan sinergi kreatif. Ini bergerak untuk inovasi sosial di mana para aktor dari berbagai sektor masyarakat untuk bersinergis dalam mewujudkan tujuan bersama menggunakan keterampilan dan sumber daya untuk mengatasi berbagai tantangan sosial. Jadi Pemerintah memainkan peran penting dalam promosi dan dukungan sistem inovasi melalui investasi publik dalam pengembangan dan infrastruktur, kebijakan inovasi publik, dan dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Sementara Perguruan Tinggi sebagaimana dikemukakan oleh Dhesi (2010) mengatakan bahwa Perguruan Tinggi dapat mengembangkan wirausaha sosial di antara fakultas, staf, dan mahasiswanya jika diberi kesempatan yang tepat, terutama lulusan mereka dengan status sosial ekonomi yang baik, dapat menggunakan pemikiran inovatif mereka, nilai dan minat bersama, dan kontribusi moneter untuk memajukan sosial mereka. Pelaku bisnis/ekonomi kreatif mendukung pendanaan dan pengembangan produk serta komersialisasi. LSM dan masyarakat sipil terlibat dalam pembangunan sosial dan ekonomi melalui partisipasi aktif dalam program pembangunan daerah.

Dengan demikian “Model UMA” ekonomi kreatif dalam percepatan pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa memainkan peran yang penting dan saling bersinergis untuk berkolaborasi dengan pola kemitraan dengan para aktor yang terlibat langsung dalam memajukan industri pariwisata di Kawasan Lasakosa itu. Kerangka kerja “Model UMA” ekonomi kreatif ini kedepan kawasan ini akan menjadikan pilar dalam pertumbuhan pariwisata dan ekonomi kreatif baik dalam skala regional, nasional maupun global serta dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan pendapatan daerah, kemajuan daerah, kesejahteraan masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan

baru, serta memberi peluang tumbuh industri kreatif dan UMKM baru, sebagai revitalisasi dan reformasi kebijakan pembangunan pariwisata di Kawasan Lasakosa Kabupaten Bima.

D. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Adapun benang merah yang menjadi catatan kesimpulan dari penelitian model pengembangan ekonomi kreatif dalam mengakselerasi pembangunan pariwisata di Kawasan Sakosa Kabupaten Bima, yaitu: Model yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah model pengembangan “Model UMA” ekonomi kreatif dalam mengakselerasi pembangunan pariwisata di kawasan Lasakosa di Kabupaten Bima. Dalam model ini terdapat 2 (dua) pondasi utama yang menjadi dasar pengembangan, yaitu pertama, potensi Sumber Daya Alam (SDA) dan Daya Tarik Wisata (DTW) yang ada dalam tiap wilayah dalam kawasan Lasakosa dan kedua potensi Sumber Daya Manusia (SDM). Pada model ini pemerintah, baik pemerintah pusat dan daerah adalah komponen penting yang mempunyai tugas dan kewenangan untuk mengelola kawasan pengembangan termasuk pengembangan ekonomi kreatif di dalamnya. Selain kedua pondasi utama model pengembangan, yaitu SDA dan DTW serta SDM dan didukung oleh peran pemerintah dalam pengembangan kawasan, terdapat pilar pendukung model pengembangan “Model UMA” ekonomi kreatif, yaitu antara lain: industri pariwisata, kelembagaan lokal, teknologi, kelompok cendekia, dan lembaga keuangan. Model pengembangan “Model UMA” ekonomi kreatif di Kawasan Lambu, Sape, Komodo dan Sangiang adalah dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya industri kreatif berbasis wisata Alam dan budaya seperti potensi kawasan Pantai dan budaya dalam mengakselerasi percepatan ekonomi kreatif seperti kerajinan, kuliner, sanggar seni, busana dan aksesoris dan tenunan yang muncul dari kelompok industri kecil rumah tangga dan Menengah, dengan mempunyai keunikan dan nilai jual untuk dikembangkan. Namun dalam pengembangan potensi Kawasan LASAKOSA (Lambu, Sape, Komodo dan Sangiang) yang merupakan kawasan yang kaya potensi di Wilayah Bima sekaligus terkoneksi dengan Komodo di NTT dan Makasar di Sulawesi Selatan, memiliki karakteristik tersendiri seperti dalam mendukung percepatan, terpelihara dan berkembangnya nilai budaya lokal Bima, memperkuat karakter dan potensi beberapa kawasan wisata andalan, serta pengembangan SDM Pariwisata dan investasi, walaupun dalam kawasan LASAKOSA ini memiliki potensi, yaitu : pertama; Potensi destinasi wisata yang melimpah pada tiap kawasan; kedua; Potensi wisata budaya dan kuliner yang beraneka ragam; ketiga; Masyarakat yang sudah mulai terbuka akan potensi wisata dan pengunjungnya; keempat; Layanan infrastruktur yang kian ditingkatkan oleh Pemerintah Daerah; dan kelima; Program kegiatan pemerintah yang mendukung kepariwisataan.

Rekomendasi

1. Penerapan model “Model UMA” dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam mengakselerasi percepatan pembangunan pariwisata di Kabupaten Bima, maka Pemerintah Kabupaten Bima agar menjadi skala prioritas dalam penyusunan rencana pengembangan ekonomi kreatif dalam mendukung percepatan pengembangan sektor pariwisata lebih diutamakan mengingat sektor ini dari sisi potensi sektor pariwisata khususnya wisata diving dan snorkeling serta potensi geowisata agar dapat memberikan kontribusi yang besar bagi peningkatan PAD Kabupaten Bima. Dan 2. Konsep model “Model UMA” memberikan arah yang jelas dalam percepatan Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dalam menumbuhkembangkan arus wisatawan baik Mancanegara maupun Domestik dan lokal, sehingga Kabupaten Bima menjadi tujuan wisata bukan hanya daerah transit dari tujuan wisata Pulau Komodo dan Wisata Sancar di Kabupaten Dompu.

REFERENSI / REFERENCE

Ahmad Sururi. (2017). *Inovasi Model Pengembangan Kebijakan Ekonomi Kreatif Provinsi Banten*. Jurnal Ilmiah Scientium Dewan Riset Daerah untuk Pengembangan IPTEK Kemanusiaan dan Kebudayaan Universal Vol.6 No. 1 Juni 2017, ISSN: 2355-5246, 112-121.

- Ahmad, Syarif. (2017). *Pengembangan Pariwisata Kota Bima Sebagai Daerah Transit Wisata Alternatif*. *Jurnal Sadar Wisata* Volume 1, No 1, 1-20.
- Alyas Dan Muhammad Rakib. (2017). *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Dalam Penguatan Ekonomi Kerakyatan (Studi Kasus Pada Usaha Roti Maros Di Kabupaten Maros)*. *Jurnal Sosiohumaniora Universitas Negeri Makassar*, Volume 19 No. 2 Juli 2017,
- Alliya Safitri, dkk, 2021; *Tata Kelola Pengembangan Pariwisata: Sebuah Kajian Pustaka Terstruktur*, *Jurnal Ilmu Administrasi*, vol 18, No.2 Tahun 2021
- Anggraeni, Nenny. (2008). *Industri Kreatif*, *Jurnal ekonomi*, desember 2008, volume XIII No.3
- Bappeda Kabupaten Bima, (2021). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Tahun 2021*. BPS Kabupaten Bima Tahun 2020.
- Bima Dalam Angka 2021
- Damayanti dan Latifah, (2015). *Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik*. *Jurnal Pengembangan Kota*, vol 3, No.2
- Dinas Pariwisata Kabupaten Bima; (2020). *Profil Pariwisata Kabupaten Bima*.
- Etzkowitz, Henry, and Loet Leydesdorff. (1995). "The Triple Helix-University-industry-government relations: A laboratory for knowledge based economic development." *EASST review* 14, no. 1 (1995): 14-19.
- Halibas, A. S., Sibayan, R. O., & Maata, R. L. R. (2017). *The penta helix model of innovation in Oman: An HEI perspective*. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 12, 159-172
- Hamsani, & Khairiyansyah. (2018). *The Opportunity of SMEs Development by Triple Helix ABG Method in Supporting Creative Economy in Pangkalpinang City*. *Integrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 76-83. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.1173704>
- Herie Saksono. (2021). *Ekonomi Kreatif: Talenta Baru Pemacu Daya Saing Daerah Creative Economy: New Talents For Regional Competitiveness Triggers*. <https://www.academia.edu/ RegisterTo Download/ BulkDownload>.
- Herwan Abdul Muhyi (2017). *Keterampilan pengelolaan Bisnis Para Pengusaha Kecil di Kecamatan Cibeureum Kota Sukabumi*, *Jurnal AdBispreneur*, Volume 2 No. 2 p. 43-52
- Hugo Itamar, A. Samsu Alam dan Rahmatullah. (2014). *Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Tana Toraja*, Volume 7, Nomor 2, Juli 2014. *Government: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 91-108
- Howkins, John. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin: UK
- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
- Jeni Susyanti, (2014). *Model Pendampingan Bisnis Ekonomi Kreatif Sektor Pariwisata Secara Integratif Studi kasus pada pelaku bisnis ekonomi kreatif di Malang*. *Seminar Nasional Riset Inovatif II, tahun 2014*, ISSN : 2339-1553
- Juhanda. (2003). *Sumberdaya Manusia Lembaga Dan Pemberdayaan Masyarakat Pariwisata di Kabupaten Bondowoso*. Kantor Pariwisata, Seni dan Budaya Kabupaten Bondowoso
- Miles and Huberman. (2014). *Qualitative Data Analysis A Sourcebook of New Methods*. England : Sage Publication Ltd. 28 Banner Street London EC1Y 8QE.
- Muhyi, Herwan Abdul dkk, 2017. *The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*. *Review of Integrative Bussines Economics Research* , 412 -417.
- Osborne, David dan Ted Gaebler, 2003. *Reinventing Government, Laboratories of Democracy*, dalam Yermias T. Keban, *Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik*, Konsep, Teori dan Issue, Gaya media, Yogyakarta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan
- Prabawani, B., Saryadi, Widiartanto, and Hidayat, W. (2017). *Knowledge Hubs for Empowering Indonesian SMEs and the Sustainability*. *Advanced Science Letters*, 23(1), 448-452. <http://doi.org/10.1166/asl.2017.7219>
- Pusat Studi Pariwisata Universitas Gadjah Mada. 2003. *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kabupaten Sumba Barat*. Jogjakarta
- Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) TAHUN 2017*, Dinas Pariwisata Kabupaten Bima.

- Rifan, M., & Fikriya, H. I. . (2021). *Disharmonisasi Periode Pemberlakuan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah di Indonesia (Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata)*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 141-158. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.141-158>
- Satria, D., & Maharani Wibowo, J.(2021). *Peran Klaster Pariwisata Terhadap Ekonomi Kreatif Kabupaten Banyuwangi Di Era Industri 4.0*. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(2), 134-147. Retrieved from <http://ejournal.kemenparekraf.go.id/index.php/jki/article/view/217>
- Slamet, dkk. (2017). *Strategi Pengembangan UKM Digital dalam Menghadapi Era Pasar Bebas*. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Suparwoko, Ir. MURP PhD, (2010), yang dikutip dalam https://www.researchgate.net/publication/273122669_Pengembangan_Ekonomi_Kreatif_Sebagai_Penggerak_Industri_Pariwisata_Kabupaten_Purworejo_Jawa_Tengah.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Bumi Aksara : Jakarta.
- Wahyudi, Hendro. 2003. *Prospek Pengembangan Kawah Ijen Sebagai Objek Wisata Alam di Kabupaten Situbondo*. Jember: Penelitian Dikti Akademi Pariwisata Muhammadiyah Jember. (n.d.).
- Wulandari, D. Y. dkk. 2014. *Distribusi Spasial Fitoplankton di Perairan Pesisir Tangerang*. [online]. *Jurnal Ilmu Pertanian Indonesia (JIPi)*, Desember 2014. Diakses tanggal 2 Februari 2017.)
- Zuhal. 2013. *Gelombang ekonomi inovasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sumber Internet :

Administrasi%20Negara/Downloads/EkonomiKreatif dan pengembangan Wisata.pdf