



PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA

Oleh

Ni Luh Putu Anom Pancawati^a Rieka Yulita Widaswara^b

^aFakultas Dharma Duta, Brahma Widya dan Dharma Sastra Prodi Ekonomi Hindu

^bFakultas Dharma Duta, Brahma Widya dan Dharma Sastra Prodi Ilmu Komunikasi
Hindu

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Email: anompancawati19@iahn-gdepudja.ac.id^a, riekawidaswara@gmail.com^b

ABSTRAK

Business creativity that is increasingly limitless indirectly affects the optimal utilization of resources from those that have no selling value to those with high economic value. The creative economy is a business that requires creativity, innovation and skills in its development and one of the creative economy business development systems is through MSMEs. The creative economy and the tourism sector are two things that influence each other, are related to one another which if managed optimally will synergize with each other so that they can have a positive impact on economic growth and people's welfare. This study aims to determine the development of the creative economy in increasing tourism potential in literature. The method used is descriptive analysis with the method of library research from various data based on references related to the problem under study. The results of the study show that the development of a creative economy will be able to support economic transformation through the application of creative and innovative ideas to improve the welfare of society and the tourism sector plays an important role in uniting individuals through tourist visits to use this creativity.

Keywords: Creative Economy, UMKM and Tourism

Abstrak

Kreativitas usaha yang semakin tak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak bernilai jual menjadi memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Ekonomi kreatif merupakan salah satu usaha yang membutuhkan kreativitas, inovasi dan keterampilan dalam pengembangannya dan salah satu sistem pengembangan bisnis ekonomi kreatif adalah melalui UMKM. Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan dua hal yang saling mempengaruhi, berkaitan satu dan lainnya yang jika dikelola secara optimal akan saling bersinergi sehingga mampu memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata secara literatur. Metode yang digunakan analisis deskriptif dengan metode riset kepustakaan dari berbagai data berdasarkan referensi yang terkait dengan masalah yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif akan mampu mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide kreatif serta inovatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sektor pariwisata memegang peranan penting untuk menyatukan individu melalui kunjungan wisatawan dalam menggunakan kreativitas tersebut.

Kata kunci: Ekonomi Kreatif, UMKM dan Pariwisata

I. PENDAHULUAN

Keanekaragaman sumber daya yang dimiliki Indonesia merupakan sebuah potensi unggul yang dapat digunakan untuk bersaing dengan negara lainnya. Beragam sumber

modal yang berasal dari alam antara lain sektor maritim, perkebunan, pertanian, pertambangan dan lain sebagainya merupakan faktor penting yang dapat mendukung pembangunan ekonomi. Kekayaan sumber alam yang tersedia tersebut akan mampu memberikan sumbangsih pendapatan bagi negara jika dapat dikelola dengan maksimal dengan cara yang efektif dan efisien tanpa melakukan eksploitasi yang berlebihan. Kemampuan manajemen dalam merencanakan, melaksanakan, mengorganisasikan serta mengawasi kegiatan pengelolaan berbagai sumber daya alam termasuk penempatan *soft skill* dari sumber daya manusia yang dimiliki dengan tepat dilengkapi dengan kemampuan penguasaan teknologi yang mumpuni dapat mendukung pemanfaatan penggunaan sumber daya alam dengan optimal. Efektif jika sumber daya alam yang dimiliki dikelola dan menghasilkan output sesuai dengan tujuan organisasi serta dapat efisien jika sumber daya tersebut dimanfaatkan semaksimal mungkin tanpa terbuang dan tersisa sia-sia. Ekoeffisiensi merupakan prinsip pemanfaatan bahan-bahan alam dalam melakukan proses produksi yang dilakukan secara tepat atau hemat yang dapat memberikan keuntungan secara ekonomi tanpa merugikan lingkungan (Surtani, 2016).

Pemanfaatan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui merupakan salah satu faktor pertimbangan bagi perusahaan untuk mengelola input tersebut dengan cermat dan ekonomis. Keseimbangan antara kondisi ekologi dan ekonomi dalam pengelolaan sumber daya alam dan lingkungan dapat dicapai dengan menggunakan aspek ekonomi sebagai alat pengaturan yang rasional dalam menentukan alokasi sumber daya alam (Fitri, 2018). Perubahan sistem kehidupan ekonomi masyarakat secara global yang berkelanjutan baik dibidang produksi, distribusi dan konsumsi memunculkan pola pemakaian akan pemenuhan kebutuhan barang-barang dengan cara yang kreatif dan inovatif. Kreativitas dapat digali melalui kewirausahaan dengan memanfaatkan peluang keberlimpahan sumber daya alam, manusia maupun budaya (Ridzal & Hasan, 2019).

Kewirausahaan adalah keterampilan kreatif dan inovatif yang dimiliki berfungsi sebagai pondasi, kiat dan sumber daya untuk menemukan peluang yang dapat memberikan kesuksesan (El Hasanah, 2015). Selain itu, faktor inovasi menjadi pendorong utama ketika kreativitas tersebut tumbuh dan berkembang sejalan dengan peningkatan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks. Kreativitas adalah kemampuan berpikir dan menyajikan hal-hal dengan cara yang luar biasa dan memiliki unsur kebaruan serta unik dalam memecahkan masalah yang ditemui (Hendrawan et al., 2019). Kreativitas dan inovasi dapat dimiliki jika individu menguasai dan memiliki pengetahuan serta jeli menganalisis dan melihat peluang, oleh karena itu kemampuan tersebut harus terus dipelajari dan dikembangkan secara kontinu.

Pelaku usaha kecil dikenal membuat produk yang cukup banyak kreatif. Hal ini dapat ditemui di berbagai daerah di Indonesia dengan berbagai produk yang sangat beragam bahkan dapat ditemukan di pasar ataupun pameran-pameran industri kreatif. Para wirausaha tersebut dapat berkembang dengan memaksimalkan kegiatan usaha dengan memproduksi produk-produk dengan memanfaatkan potensi sumber daya dan kearifan lokal yang mereka miliki di masing-masing daerah, produk tersebut antara lain makanan olahan, tekstil atau fashion, barang kayu dan hasil hutan, barang cetakan dan lain sebagainya. Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam perjalanan usahanya, setiap pengusaha kecil akan menemui kendala terutama di era global saat ini berhadapan dengan kompetitor yang memiliki jiwa wirausaha kreatif, inovatif serta menguasai teknologi dan teknologi informasi. Pemasaran dan promosi yang telah bergeser dari cara

konvensional ke arah modern dengan memanfaatkan berbagai media sosial mampu meningkatkan pengenalan produk-produk terhadap konsumen lebih luas yang secara otomatis akan mampu meningkatkan permintaan dan daya beli di pasar lokal maupun global. Dalam komunikasi pemasaran, pemilihan media sebagai penghubung penyampaian pesan iklan yang akan disampaikan kepada konsumen dimana pemilihan media berdasarkan jenis produk yang akan dipasarkan, target konsumen, estimasi pengiriman pesan serta biaya iklan dan media digital berbasis online menjadi sasaran penyelenggara ekonomi khususnya UMKM sebagai media untuk menjangkau konsumen yang lebih luas bahkan dapat dilakukan secara personal (Pasaribu, 2020). Kehadiran usaha kecil dan menengah (UMKM) ditengah masyarakat memiliki pengaruh yang sangat besar, terutama dalam hal memberdayakan orang-orang yang tidak memiliki pekerjaan, sehingga dengan tumbuhnya UMKM dapat memberikan pendapatan bagi masyarakat serta meningkatkan perekonomian secara nasional.

Aktivitas ekonomi yang berbasis pada kreativitas semakin mengalami peningkatan tajam sejalan dengan berubahnya kondisi serta gaya hidup konsumerisme yang semakin kompleks. Kreativitas usaha yang semakin tak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak bernilai jual menjadi memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di sisi lain pertumbuhan ekonomi kreatif mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru, membentuk segmen pasar baru yang dapat mempengaruhi ekspektasi pasar akibat dari adanya perubahan cara mengkonsumsi (Sari et al., 2020). Industri kreatif dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian, baik untuk penciptaan nilai tambah, lapangan kerja, peluang bisnis dan keterkaitan antar sektor (Aysa, 2020). Salah satu sektor yang terkait yaitu pariwisata. Aktivitas pariwisata yang mendatangkan tamu lintas daerah serta antar negara memunculkan beragam penawaran ataupun permintaan akan fasilitas, pelayanan yang tersedia serta produk-produk yang dihasilkan di masing-masing daerah ataupun negara. Konsumsi untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentunya memiliki ciri khasnya masing-masing yang memberikan kesan dan keunikan tersendiri kepada setiap wisatawan. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata secara literatur yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi secara global

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pertumbuhan sektor ekonomi kreatif yang semakin pesat akan terus bersaing seiring dengan kemajuan inovasi serta teknologi yang digunakan saat ini. Perkembangan tersebut tidak terlepas dari kualitas sumber daya manusia sebagai aktor atau pelaku dalam industri ekonomi kreatif untuk menerapkan, mengaplikasikan dan mengkombinasikan substansi bahan baku serta teknologi yang tersedia, terlebih lagi jika media yang digunakan memiliki keunikan sendiri dan tidak mudah ditemui di banyak tempat. Kekhasan setiap produk yang dihasilkan melalui ekonomi kreatif akan mendorong nilai jual yang tinggi karena memiliki karakteristik yang berbeda dari produk-produk lainnya. Ekonomi kreatif merupakan bentuk gelombang ekonomi baru yang lahir di awal abad 21 dimana bentuk intelektual menjadi prioritas utama daripada kekayaan yang dapat menghasilkan uang, kesempatan kerja, pendapatan dan kesejahteraan, adapun inti dari ekonomi kreatif terletak pada kreativitas dan inovasi (Priadi et al., 2020). Inovasi adalah