

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

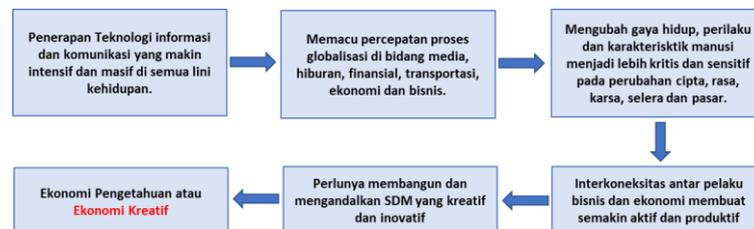
2.1. Tinjauan Pustaka

2.1.1. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif yaitu salah satu proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksplorasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat dijual (Institute For Development Economy and Finance). Konsep yang sering dijumpai dalam ekonomi kreatif yaitu kreativitas, produk kreatif, industry budaya, industry kreatif, kota kreatif, kelompok kreatif, dan daerah kreatif. Menurut (Purnomo, 2016), ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas yaitu seperti ide, gagasan, bakat, atau talenta kreatif.

Ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industry yang berasalkan dari sebuah pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat yang dimiliki individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta yang dimiliki individu tersebut. Dikemukakan oleh (Howkins, 2001) bahwa kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan sesuatu yang baru. Apabila hanya sebuah ide-ide, gagasan, imajinasi dan mimpi-mimpi, maka hal tersebut dikatakan sebagai poses “berpikir kreatif” belum menjadi sebuah produk “ekonomi kreatif”. Agar menjadi produk ekonomi kreatif, maka hal yang perlu dilakukan yaitu hasil berpikir tersebut harus diwujudkan dalam sebuah tindakan dan membuat sesuatu yang baru.

Proses munculnya ekonomi kreatif memiliki alur yang cukup Panjang, sebagaimana digambarkan pada diagram berikut.



Gambar 2. 1 Perkembangan Ekonomi Kreatif

Sumber : <http://news.indonesiakreatif.net/era-ekonomi-kreatif/>

Mengutip dari buku Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal karya Sopanah, dkk (2021), ekonomi kreatif memiliki enam ciri utama, yaitu:

1. Adanya kreasi intelektual Ekonomi kreatif menekankan pada pentingnya kreativitas. Maka dari itu, kreativitas dan juga keahlian dalam suatu sektor sangat dibutuhkan dan menjadi salah satu ciri utama dari ekonomi kreatif.
2. Mudah diganti Kreasi dan inovasi harus terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan aktivitas ekonomi. Tujuannya agar bisa diterima oleh pasar dan bermanfaat bagi konsumen.
3. Distribusi secara langsung dan tidak langsung Adanya distribusi secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan konsumen.
4. Membutuhkan kerja sama Dalam industri kreatif, kerja sama sangatlah penting. Misalnya antara pihak pengusaha dengan pemerintah yang mengatur kebijakannya.
5. Berbasis pada ide Artinya ide menjadi hal utama yang harus dipersiapkan dalam ekonomi kreatif. Ide sangat penting dalam mengembangkan industri kreatif dan akan selalu berkaitan dengan inovasi dan kreativitas.
6. Tidak memiliki batasan Tidak ada batasan dalam penciptaan produk. Artinya inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk akan selalu terjadi dan hal ini tidak memiliki batasan yang pasti.

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif, diantaranya:

1. Tenaga Kerja, Sumber daya utama ekonomi kreatif adalah tenaga kerja, dengan jumlah tenaga kerja yang banyak dan berkualitas maka perkembangan ekonomi kreatif akan berkembang lebih pesat.
2. Tingkat Pendidikan, Tinggi Pengetahuan dan keterampilan dan kemampuan tenaga kerja dapat kita dapatkan melalui jenjang pendidikan. Dengan adanya pendidikan maupun pelatihan maka akan menambah kualitas tenaga kerja sehingga produk atau jasa yang dihasilkan mampu bersaing di pasar global.
3. Kemajuan Teknologi, Perkembangan teknologi sangat pesat sehingga ini bisa dimanfaatkan untuk perkembangan ekonomi kreatif, dengan

kemudahan dan fasilitas yang ada maka dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi produk atau jasa yang ada.

Kreativitas tidak hanya sebatas pada karya yang berbasis ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu pengetahuan dan telekomunikasi. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan.

a. Kreativitas

Dapat dijabarkan sebagai suatu kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang uni dan dapat diterima oleh umum. Bisa juga menghasilkan sebuah ide baru sebagai sebuah solusi dari suatu permasalahan, atau melakukan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada. Berpikir kreatif adalah aktivitas berpikir untuk menghasilkan sesuatu yang kreatif dan orisinal. Baer (1993) mengemukakan indikator berpikir kreatif terdiri dari:

1. lancar, adalah kemampuan menghasilkan banyak ide,
2. luwes, adalah kemampuan menghasilkan ide-ide yang bervariasi,
3. orisinal, adalah kemampuan menghasilkan ide baru atau ide yang sebelumnya tidak ada, dan
4. memerinci, adalah kemampuan mengembangkan atau menambahkan ide-ide sehingga di hasilkan ide yang rinci atau detail.

b. Inovasi

Suatu transformasi dari ide atau gagasan dengan dasar kreativitas dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan suatu produk ataupun yang lebih baik, bernilai tambah dan bermanfaat. Agar dapat menjadi suatu inovasi yang baik, suatu inovasi produk harus memiliki kriteria-kriteria yang dipenuhi. Kriteria-kriteria atau indikator inovasi produk tersebut, menurut Kotler & Armstrong (2016, hlm. 233) adalah sebagai berikut.

1. Keunggulan Relatif

Keunggulan relatif adalah tingkat di mana inovasi tampak lebih bagus dari produk lama. Tingkat kelebihan suatu inovasi, apakah lebih baik dari inovasi yang ada sebelumnya atau dari hal-hal yang biasa dilakukan.

2. Kompatibilitas

Kompatibilitas adalah tingkat kesesuaian inovasi dengan nilai dan pengalaman perorangan. Tingkat keserasian dari suatu inovasi, apakah dianggap konsisten atau sesuai dengan nilai-nilai, pengalaman dan kebutuhan yang ada.

3. Divisibilitas

Divisibilitas adalah tingkat inovasi dapat dicoba sedikit demi sedikit.

4. Komunikabilitas

Komunikabilitas adalah tingkat kemampuan hasil penggunaan inovasi dapat diobservasikan atau dijelaskan kepada orang lain.

c. Penemuan

Sebuah istilah yang menekankan pada menciptakan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan dapat diakui sebagai karya yang mempunyai fungsi yang unik atau belum pernah diketahui sebelumnya.

2.1.2. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Pengembangan Ekonomi Kreatif merupakan suatu pengembangan yang dilakukan karena memiliki sebuah dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan (Dr, Mari Elka Pangestu, 2008). Pengembangan Ekonomi Kreatif dilakukan melalui pengembangan riset, pengembangan pendidikan, fasilitasi pendanaan dan pembiayaan, penyediaan infrastruktur, pengembangan sistem pemasaran, pemberian insentif, fasilitasi kekayaan intelektual, dan perlindungan hasil kreativitas (UU No. 24 Thn 2019 tentang Ekonomi Kreatif). Terdapat empat prinsip utama pengembangan ekonomi kreatif yang disebutkan pada buku ekonomi kreatif “Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2015” adalah sebagai berikut:

1. Penguasaan ilmu pengetahuan dan teknologi
2. Design Thinking
3. Seni dan budaya sebagai inspirasi
4. Media sebagai saluran distribusi dan presentasi karya dan konten kreatif.

2.1.2.1. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif

Strategi pengembangan ekonomi kreatif dalam metode triple helix. Triple Helix adalah bersinerginya 3 (tiga) factor penggerak dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Sebagai konsep, gagasan utama Triple Helix adalah sinergi antara akademisi, bisnis dan pemerintah.



Gambar 2. 2 Triple Helix : aktor penggerak pengembangan ekonomi kreatif antara akademisi, bisnis, dan pemerintah

Kalangan akademisi dengan sumber daya, ilmu pengetahuan dan teknologi memfokuskan diri untuk menghasilkan berbagai temuan dan inovasi yang aplikatif. Kalangan bisnis melakukan kapitalisasi yang menghasilkan keuntungan ekonomi dan kemanfaatan bagi masyarakat. Sedangkan pemerintah menjamin dan menjaga stabilitas hubungan keduanya dengan regulasi kondusif (Etzkowitz & Leydesdorff 2000). Pola interaksi antara pelaku bisnis, pemerintah dan akademisi, haruslah berkolaborasi dan bersimbiosis mutualisme dalam mendesain maupun mengembangkan para pelaku bisnis (UMKM) kreatif berbasis Triple Helix.

2.1.2.2. Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif

Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif yakni terdiri dari industri, teknologi, sumber daya, institusi, dan financial intermediary yang akan menstimulasi munculnya talenta-talenta baru (Mauled Moelyono, 2010). Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif pada dasarnya dibangun melalui pengembangan tiga fokus industri berbasis, yaitu: (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (creative cultural industry), (2) lapangan usaha kreatif (creative industry), dan (3) hak kekayaan intelektual (copyright industry).

2.1.3. Pariwisata

Pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dll) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen (Pitana, 2005). Pariwisata menjadi sebuah trend di kehidupan manusia modern karena memiliki aktivitas dimensi yang sangat luas, tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan bersenang-senang, namun aktivitas ini banyak menimbulkan aktivitas ekonomi, seni dan budaya. Wisata merupakan suatu perjalanan yang memiliki ciri-ciri tertentu yang meliputi:

1. Berupa perjalanan keliling yang Kembali lagi ke tempat asal
2. Pelaku perjalanan hanya tinggal untuk sementara waktu
3. Perjalanan tersebut telah direncanakan terlebih dahulu
4. Ada organisasi/orang yang mengatur perjalanan
5. Terdapat unsur-unsur produk wisata
6. Ada tujuan yang ingin dicapai dari perjalanan wisata tersebut
7. Biaya perjalanan diperoleh dari negara asal
8. Dilakukan dengan santai

Pariwisata merupakan suatu gejala social yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai macam aspek yang penting, aspek tersebut diantaranya yaitu aspek sosiologis, aspek psikologis, aspek ekonomis, aspek ekologis, dan aspek-aspek yang lainnya. Dari sekian banyak aspek tersebut, aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hamper merupakan satu-satunya aspek yang dianggap sangat penting adalah aspek ekonomis.

Dalam pengembangan pariwisata secara berkelanjutan ada beberapa indikator yang harus diperhatikan yaitu:

1. Kesejahteraan tuan rumah

Pariwisata harus bisa mengentaskan kemiskinan bagi masyarakat yang menjadi tuan rumahnya. Dengan kata lain pariwisata dapat mendorong pertumbuhan ekonomi sehingga dapat menyejahterakan masyarakat sekitarnya.

2. Ekonomi

Penghasilan dari pariwisata merupakan salah satu indikator dalam pengembangan pariwisata. Bagaimana keuntungan yang didapatkan pada hari

biasa, keuntungan pada hari libur (seasonal), bagaimana gaji karyawan harus ikut diperhitungkan. Perlu diperhatikan bahwa biaya operasi dan pemeliharaan pariwisata harus lebih kecil dari keuntungan yang didapatkan.

3. Perlindungan Aset Budaya

Aset budaya adalah hal yang penting bagi manusia, sehingga keberadaannya harus dilindungi. Perlindungan aset budaya menjadi salah satu indikator pengembangan pariwisata yang harus diperhatikan. Jangan sampai aset budaya dirusak atau bahkan dicuri dari suatu kawasan wisata.

4. Kelestarian alam

Kelestarian alam adalah salah satu indikator pengembangan pariwisata. UNWTO dalam buku berjudul *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook* (2004) indikator kelestarian alam melingkupi penggunaan energi, penggunaan air, pengelolaan sampah dan limbah, emisi karbon, juga pengelolaan kebersihan lingkungan.

5. Kesehatan dan Keselamatan

Jaminan kesehatan dan keselamatan menjadi indikator penting dalam pariwisata. Suatu destinasi wisata harus dapat menghindari penyebaran virus penyakit, dan berbagai macam kejahatan yang dapat menyerang turis, pekerja wisata, maupun masyarakat sekitar.

Menurut (Yeoti,1985) konsep wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. Jika ketiga faktor ini dapat dikembangkan dengan maksimal pada sektor pariwisata, akan meningkatkan daya tarik wisatawan.

- *Something to see*, terkait dengan atraksi atau pemandangan di daerah tujuan wisata. Contoh: pertunjukan tari tradisional, pesona keindahan alam, dan museum.
- *Something to do*, terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata. Contoh: arung jeram, snorkeling, dan menaman pohon.
- *Something to buy*, terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata. Contoh: cinderamata gantungan kunci, kain batik, dan makanan khas tradisional.

(Héroux & Church, 2014) menjelaskan oleh-oleh merupakan bagian integral dari pengalaman perjalanan dan sebagian besar wisatawan pulang dengan membawa oleh-oleh untuk dilestarikan dan memperingati pengalaman tersebut. (Singh, 2017) Oleh-oleh merupakan bagian nyata dari pengalaman suatu pariwisata. Oleh-oleh memberikan peluang bagus untuk kegiatan ekonomi yang berpotensi menguntungkan bagi wilayah tempat wisata. (Singh, 2017) menjelaskan bahwa masyarakat tempatan di destinasi pariwisata percaya bahwa oleh-oleh telah memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada penduduk dengan menawarkan lapangan pekerjaan dan kebebasan finansial.

2.1.4. Keterkaitan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata

Keterkaitan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata, kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya (Yozcu dan İçöz, 2010). Keterkaitan antara sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, Terdapat 3 model keterkaitan industri pariwisata dengan ekonomi kreatif yang dikemukakan oleh Rahim (2013) yakni :

1. Penguatan kualitas kepariwisataan, sering kali diukur dari lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan.
2. Penciptaan daya tarik wisata, dimana produk dan jasa ekonomi kreatif dapat menjadi daya tarik utama di suatu daerah destinasi wisata.
3. Promosi, di mana produk dan jasa ekonomi kreatif merupakan media promosi yang efektif bagi suatu destinasi wisata dan sebaliknya.

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. 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. Kreatifitas dan inovasi dapat dituangkan pada konsep acara agar dapat menarik lebih banyak wisatawan (Damayanti & Latifah, 2015). Dalam hal ini diketahui bahwa pola dasar pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif yaitu 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 sumber daya alam akan tetapi juga berbagai produk kreatif dan inovatif. Muara dari symbiosis mutualisme antara pariwisata dan ekonomi kreatif adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata kreatif pada umumnya memiliki komponen dasar meliputi partisipasi aktif, pengalaman otentik dan unik, adanya eksplorasi kreativitas dan proses belajar, interaktifitas, berhubungan dengan budaya dan lingkungan masyarakat, serta memanfaatkan sumber daya baik alam maupun budaya lokal. Potensi kreatif wisatawan tersebut dimunculkan melalui partisipasi aktif dalam program dan pengalaman pembelajaran yang sesuai dengan karakteristik destinasi yang dikunjunginya (Richards and Wilson, 2007). Dalam pariwisata kreatif bukan hanya terkait dengan something to see, something to buy, dan something to do tetapi berhubungan juga dengan something to learn dan something to feel (Alfian, 2017).

2.1.5. Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Pariwisata

Model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor pariwisata dapat diadaptasi dengan sumber daya manusia untuk membentuk sebuah ruang-ruang kreatif. Pembentukan ruang kreatif diperlukan untuk dapat merangsang munculnya ide-ide kreatif, karena manusia yang ditempatkan dalam lingkungan yang kondusif akan mampu menghasilkan produk-produk kreatif bernilai ekonomi. Sebuah ruang kreatif harus dihubungkan dengan daerah wisata sehingga tercipta linkage atau konektivitas. konektivitas tersebut diperlukan untuk mempermudah rantai produksi (Evans, 2009). M.J. Projogo (1973:22) menyebutkan bahwa industri pariwisata itu adalah merupakan suatu proses kegiatan ekonomi di bidang kepariwisataan yang produknya berupa jasa-jasa (services) untuk memenuhi kebutuhan wisatawan secara comfortable (menyenangkan), privacy (betah karena

tidak terganggu) dan security (terjamin keamanan pribadi) sehingga wisatawan kerasan.

2.1.6. Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Pariwisata

Ekonomi kreatif memang sangat strategis untuk dikolaborasikan dengan pariwisata. Dimana sebuah sector yang mengandalkan Sumber daya manusi ini yang akan tetapi masih mendapati kendala yang secara umum terkait dengan ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) produktif dan bahan baku. SDM yang kreatif dan melimpah justru lebih tertarik untuk merantau ke kota-kota besar atau berorientasi pada status pegawai. Potensi pengembangan pariwisata ini justru bertolak belakang dengan minat muda-mudi saat ini. Oleh sebab itu, pengembangan ekonomi kreatif khususnya berbasis budaya perlu dilakukan dengan strategis-strategis pengembangan.

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

1. Meningkatkan peran seni dan budaya pariwisata
2. Memperkuat keberadaan kluster-kluster industri kreatif
3. Mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif
4. Melakukan pemetaan aset yang dapat mendukung munculnya ekonomi kreatif.
5. Mengembangkan pendekatan regional, yaitu membangun jaringan antar kluster-kluster industri kreatif.
6. Mengidentifikasi kepemimpinan (leadership) untuk menjaga keberlangsungan dari ekonomi kreatif, termasuk dengan melibatkan unsur birokrasi sebagai bagian dari leadership dan facilitator.
7. Membangun dan memperluas jaringan di seluruh sektor
8. 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.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu meruakan penelitian yang telah dilakukan peneliti sebelumnya yang memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan di lakukan oleh peneliti. Penelitian terdahulu menjadi salah satu bahan pertimbangan sehingga dapat memberikan referensi bagi peneliti dalam menulis maupun mengkaji penelitian yang akan dilakukan. Atau dengan kata lain untuk memperluas dan memperdalam berbagai teori yang akan digunakan di dalam kajian peneliti. sehingga penelitian terdahulu dapat dijadikan sebagai landasan teor karena memiliki kaitan yang erat dengan penelitian lain yang relevan dan dapat digunakan dalam penelitian. Berikut adalah penelitian yang menjadi acuan dan referensi peneliti dalam melakukan penelitian, terdapat beberapa peneliti yang telah melakukan riset tentang peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan industri pariwisata.

1. Dias Satria dan Joshi Maharani Wibowo (2021)

Dias Satria dan Joshi Maharani Wibowo dalam penelitian mereka tentang “Peran klaster pariwisata terhadap ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi di era industry 4.0”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui peran klaster pariwisata sebagai strategi peningkatan aktivitas ekonomi kreatif masyarakat Kabupaten Banyuwangi pada era industry 4.0. Pembentukan klaster pariwisata memberi pengaruh positif terhadap peningkatan pembentukan dan pemasaran destinasi pariwisata. Sector pariwisata yang dikembangkan berdasarkan konsep klaster pariwisata akan memicu masyarakat lokal untuk berfikir kreatif dalma mengembangkan pariwisata. Selain itu, Integrasi teknologi informasi dan komunikasi dengan aktivitas pariwisata dan industri kreatif di klaster pariwisata akan memberikan manfaat yang positif pada aktivitas pariwisata dan industri kreatif terkait, seperti kemudahan untuk promosi, pemasaran, dan penjualan destinasi pariwisata (UNCTAD, 2005). Berdasarkan hasil penelitian tersebut diketahui bahwa klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki peran penting terhadap perkembangan industry ekonomi kreatif, khususnya jika klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki ekosistem digital berbasis teknologi Industri 4.0 Perkembangan Klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki dampak positif serta

beberapa kendala dalam aplikasinya. Secara positif, klaster pariwisata dapat memotivasi para pemangku kepentingan untuk melakukan penciptaan destinasi pariwisata dan produk UMKM baru dengan memanfaatkan kearifan lokal dan keanekaragaman hayati yang ada di sekitar mereka, serta berusaha memperkenalkan hal tersebut kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan instrumen teknologi.

2. Nina Mistriani, dkk (2019)

Nina Mistriani, dkk dalam penelitian mereka tentang “Strategi pengembangan Ekonomi Kreatif berbasis pariwisata di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menggali potensi desa wisata sebagai daya Tarik pariwisata dan ekonomi kreatif yang dapat dijadikan contoh konsep pengembangan desa wisata. Daya Tarik wisata Lerep Ungaran Barat memiliki konsep bisnis ekonomi pariwisata dengan pengemasan produk wisata budaya dan ekonomi kreatif. Hal ini diawali dari dasar pemikiran desa wisata Lerep karena keyakinan akan potensi yang luar biasa yang dimiliki Desa Lerep yang dapat dikembangkan, program yang dijalankan menuju desa wisata yang dapat meningkatkan ekonomi masyarakat lokal dan potensi budaya local yang tetap lestari mendapat dukungan dari masyarakat dan pemerintah dengan mengemas potensi yang ada, sehingga hak dan kewajiban masyarakat jelas, serta dipastikan memiliki segmen pasar wisatawan yang khusus yaitu memiliki motif wisatawan mencintai budaya local yang dapat dinikmati wisatawan secara langsung maupun tidak langsung. Konsep strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata untuk desa wisata sangat penting dilakukan, bagaimana pengelolaan desa wisata menawarkan produk wisata semenarik mungkin. Atraksi wisata yang ditawarkan pada desa wisata lerep Sebagian besar dengan menyajikan kehidupan utama penduduknya yang bergerak di bidang industry kerajinan. Dari hasil analisis penelitian tersebut diketahui bahwa keberhasilan strategi pengembangan desa wisata tidak terlepas dari peran masyarakat dan pemerintah, memiliki peran yang signifikan di dalam keberhasilan penawaran dan pengemasan produk wisata dalam pelaksanaan di desa wisata lerep.

3. Esti Cemporaningsih, dkk (2020)

Esti Cemporaningsih, dkk dalam penelitian mereka tentang “Ekonomi Kreatif sebagai poros pengembangan pariwisata di Kecamatan Klendung dan Bansari, Kabupaten Temanggung”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk mendapatkan berbagai pemetaan dan formulasi terkait pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Kledug dan Bansari. Pola dasar pada pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif ini adalah 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.

4. Muhammad Tommy Fimi Putra (2021)

Muhammad Tommy Fimi Putra dalam penelitiannya tentang “Analisis pengembangan sector pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Samarinda”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk menganalisis pengembangan sector pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Samarinde untuk meningkatnya kontribusi sector pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi baik dalam tingkat daerah maupun nasional. Dari hasil penelitian tersebut diketahui bahwa pada dasarnya permasalahan utama pada destinasi wisata yang belum berkembang yaitu seperti aksesibilitas menuju destinasi wisata khususnya destinasi wisata baru yang rata-rata masih rusak atau belum memadai. perlunya menyediakan angkutan sungai dan darat reguler terjadwal ke lokasi destinasi wisata, perlunya promosi daya tarik wisata memanfaatkan media promosi berbasis teknologi informasi, masih banyak kesiapan untuk pembangunan dan perbaikan fasilitas pendukung di lokasi destinasi wisata, harus meningkatkan kualitas SDM pengelola destinasi wisata dan pelaku usaha pariwisata agar dapat meningkatkan sektor pariwisatanya tersebut, perlunya penguatan kelembagaan Pariwisata agar saling sinergi antara pengelola pariwisata, harus adanya peningkatan peran dan kesadaran masyarakat pentingnya Pariwisata, selalu mendorong terjalinnya kemitraan antara pengelola destinasi wisata dengan pemerintah atau perusahaan swasta, setiap sektor Pariwisata harus membentuk legalisasi destinasi dan desa wisata, selalu melakukan pelestarian dan pembinaan seni-budaya untuk

mendukung dan meningkatkan daya tarik wisata, dan selalu meningkatkan kajian pada destinasi wisata khususnya tentang sejarah Kota Samarinda.

5. Putri Diana, dkk (2019)

Putri Diana, dkk dalam penelitiannya tentang “Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud”. Dalam penelitian tersebut bertujuan untuk Mengetahui bagaimana peran kerajinan tangan (Handicraft) dalam mendukung pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud Bali. Dari hasil penelitian diketahui bahwa kerajinan patung dan seni lukis yang ada di desa Mas dan desa Peliatan tidak hanya terbatas dalam penyerapan tenaga kerja saja, akan tetapi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung sektorsektor lainnya seperti dalam sector pariwisata, perdagangan dan industri. Banyaknya hasil kerajinan tangan dan seni lukis yang ada di kecamatan Ubud, memberikan nilai tersendiri dalam mendukung pariwisata, kenuikan dan kekhasnya patung yang masih kental dengan nilai tradisional menambah daya tarik tersendiri Gallery Karya Mas, ketertarikan wisatawan akan proses pengerjaan patung tradisional Bali yang ada di Gallery Karya Mas, membuat I Made Karya tergerak untuk membuat sanggar tersendiri untuk para pengerajin, agar mempermudah wisatawan unuk melihat proses pengerjaannya.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Aspek	Keterangan
1	Judul Penelitian	Peran klaster pariwisata terhadap ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi di era industry 4.0
	Peneliti	Dias Satria dan Joshi Maharani Wibowo
	Tujuan	Untuk mengetahui peran klaster pariwisata sebagai strategi peningkatan aktivitas ekonomi kreatif masyarakat Kabupaten Banyuwangi pada era industry 4.0
	Variabel	- Peran Klaster - Hambatan Pengembangan
	Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan metode analisis penelitian kualitaitaif secara keseluruhan yaitu reduksi data, paparan/penyajian data, dan penarikan kesimpulan, dan verifikasi.
	Hasil	Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki peran penting terhadap perkembangan industri ekonomi kreatif, khususnya jika klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki ekosistem digital

No	Aspek	Keterangan
		<p>berbasis teknologi industri 4.0. Perkembangan klaster pariwisata Kawah Ijen memiliki dampak positif serta beberapa kendala dalam aplikasinya. Secara positif, klaster pariwisata dapat memotivasi para pemangku kepentingan untuk melakukan penciptaan destinasi pariwisata dan produk UMKM baru dengan memanfaatkan kearifan lokal dan keanekaragaman hayati yang ada di sekitar mereka, serta berusaha memperkenalkan hal tersebut kepada masyarakat luas dengan memanfaatkan instrumen teknologi. Kendala pada aplikasi pengembangan industri kreatif pada klaster Kawah Ijen disebabkan oleh beberapa hal, seperti pendekatan sosial yang kurang sesuai untuk meningkatkan daya saing industri ekonomi kreatif Kabupaten Banyuwangi, rendahnya kualitas SDM masyarakat pedesaan, rendahnya modal yang digunakan untuk memulai usaha UMKM, serta akses permodalan diikuti dengan minimnya informasi terkait investasi, tren pasar, dan pelatihan yang dibutuhkan menunjang kapasitas UMKM dan pengembangan destinasi pariwisata lokal, serta minimnya infrastruktur yang ada di daerah pedesaan untuk menunjang aktivitas industri ekonomi kreatif. Kendala tersebut dapat diatasi melalui penguatan kelembagaan masyarakat lokal dan para pemangku kepentingan lainnya dalam wadah komunitas yang terintegrasi secara digital sehingga kebijakan klaster pariwisata akan lebih efektif dan dampak positif 2 (dua) arah terhadap industri ekonomi kreatif dan penciptaan ekosistem digital 4.0 di Kabupaten Banyuwangi.</p>
2	Judul Penelitian	Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Pariwisata di Desa Wisata Lerep Kabupaten Semarang.
	Peneliti	Nina Mistriani, Sekhudin
	Tujuan	Untuk menggali potensi desa wisata sebagai daya Tarik pariwisata dan ekonomi kreatif yang dapat dijadikan contoh konsep pengembangan desa wisata.
	Variabel	- Strategi pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata
	Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan metode analisis penelitian kualitatif
	Hasil	- Pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata di desa wisata Lerep memiliki potensi yang besar, didukung oleh kekayaan budaya yang melimpah dan daya dukung masyarakat dalam fokus pada kekayaan ekonomi kreatif masyarakat lokal

No	Aspek	Keterangan
		<ul style="list-style-type: none"> - Diperlukan program penumbuhan, pengembangan, dan pembinaan wirausaha muda ekonomi kreatif berbasis budaya dilaksanakan melalui kegiatan penguatan kelembagaan, peningkatan nilai tambah dan daya saing produk, dan peningkatan aksesibilitas sumber permodalan dan pasar. - Keberhasilan strategi pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata melalui pengemasan produk wisata budaya dan ekonomi kreatif
3	Judul Penelitian	Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung.
	Peneliti	Esti Cemporaningsih, Destha Titi Raharjana, Janianton Damanik.
	Tujuan	Untuk mensinergikan pengelolaan berbagai potensi wisata dan ekonomi kreatif tersebut supaya lebih dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar.
	Variabel	<ul style="list-style-type: none"> - Pemetaan - Identifikasi - Formulasi visi, misi, tujuan, dan sasaran - Strategi pengembangan
	Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan metode analisis penelitian kualitatif
	Hasil	<ul style="list-style-type: none"> - Pemetaan; pemetaan sub-sektor ekonomi kreatif dan potensi pariwisata di kedua kecamatan relatif sama yakni fashion, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan kesenian. Di Kledung, tiga sub-sektor terpopuler adalah kuliner, kesenian, dan fashion. Sementara tiga sub-sektor terpopuler di Bansari adalah kesenian, kriya, dan kuliner. Daya tarik pariwisata yang terdapat di kedua kecamatan relatif sama yaitu pegunungan dan perkebunan dengan sunrise/sunset view, air terjun, embung, situs candi, dan camping ground. - Identifikasi; Hasil identifikasi klaster dan analisis mata rantai pariwisata ekonomi kreatif berdasarkan karakteristik pada setiap klaster ekraf dapat disimpulkan bahwa tipologi tertinggi adalah tipologi II yakni klaster kopi di Kledung dan klaster kesenian di Bansari. Kedua klaster telah berkembang dengan baik. Hal ini ditandai dengan adanya proses imitasi dan kompetisi di dalam klaster, serta adanya organisasi formal untuk saling bertukar informasi. Klaster-klaster ekonomi kreatif telah memiliki proses yang sistematis meliputi proses kreasi, proses produksi, proses distribusi, dan proses komersialisasi. Akan tetapi, bercermin pada penggolongan tipologi,

No	Aspek	Keterangan
		<p>klaster kopi di Kledung dan klaster kesenian di Bansari merupakan dua klaster yang telah menerapkan proses rantai ekonomi kreatif dengan optimal</p> <ul style="list-style-type: none"> - Formulasi visi, misi, tujuan, dan sasaran; 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. - Strategi pengembangan; Hasil identifikasi strategi yang didapatkan berdasarkan data dan analisis meliputi: 1. Peningkatan kompetensi dan profesionalisme SDM 2. Peningkatan kualitas dan daya saing produk-produk ekonomi kreatif 3. Pelibatan seluruh stakeholder terkait secara terpadu dan konsisten.
4	Judul Penelitian	Analisis Pengembangan Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Kota Samarinda
	Peneliti	Muhammad Tommy Fimi Putra
	Tujuan	Untuk Menganalisis Pengembangan sector kepariwisataan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi baik dalam tingkat daerah maupun tingkat nasional.
	Variabel	-
	Alat Analisis	Teknik analisis data yang digunakan dalam kajian ini adalah analisis deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan menggunakan model analisis interaktif dari Miles dan Huberman tahun 1979 (Denzin et al :2009:592), yang mencakup pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.
	Hasil	Dalam penelitian ini lokasi sampel penelitian pada 10 kecamatan di Kota Samarinda yaitu: Kecamatan Sungai Kunjang, Samarinda Ulu, Samarinda Utara, Samarinda Ilir, Samarinda Seberang, Palaran, Samarinda, Loa Janan Ilir, Sambutan dan Sungai Pinang. Dari masing- masing Kecamatan memiliki karakteristik yang berbeda dalam konsentrasi destinasi wisatanya tetapi dari rata-rata destinasi tersebut hanya pada destinasi yang eksisting yang memiliki modal besar yang telah berkembang

No	Aspek	Keterangan
		sedangkan destinasi belum berkembang potensinya kedepan sangat besar untuk dikembangkan dengan cara meningkatkan 4 A (attraction, accessibility, amenity dan ancilliary) yang dimana hampir seluruh destinasi wisata baru yang belum berkembang yang ada di Kota Samarinda memiliki permasalahan yang sama.
5	Judul Penelitian	Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud
	Peneliti	Putri Diana, I Ketut Suwena, Ni Made Sofia Wijaya
	Tujuan	Mengetahui bagaimana peran kerajinan tangan (Handicraft) dalam mendukung pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud Bali
	Variabel	-
	Alat Analisis	Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif yaitu gambaran dari data yang disusun secara sistematis, actual, dan akurat mengenai fakta – fakta yang ada. Dalam analisis ini juga menggunakan pendekatan SWOT untuk mengkaji potensi yang dimiliki kawasan Batubulan sebagai daya tarik wisata
Hasil	Dari hasil penelitian diketahui bahwa kerajinan patung dan seni lukis yang ada di desa Mas dan desa Peliatan tidak hanya terbatas dalam penyerapan tenaga kerja saja, akan tetapi memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung sektorsektor lainnya seperti dalam sector pariwisata, perdagangan dan industri. Banyaknya hasil kerajinan tangan dan seni lukis yang ada di kecamatan Ubud, memberikan nilai tersendiri dalam mendukung pariwisata, kenuikan dan kekhasnya patung yang masih kental dengan nilai tradisional menambah daya tarik tersendiri Gallery Karya Mas, ketertarikan wisatawan akan proses pengerjaan patung tradisional Bali yang ada di Gallery Karya Mas, membuat I Made Karya tergerak untuk membuat sanggar tersendiri untuk para pengerajin, agar mempermudah wisatawan unuk melihat proses pengerjaannya.	

Sumber : Diolah dari beberapa literatur 2023

2.3. Sintesa Kajian Teori

Sintesa Kajian Teori merupakan kesimpulan dari kajian peneliti terhadap literatur dan teori yang telah ada yang nantinya diharapkan memberikan pemahaman dan dapat dijadikan dasar dalam penelitian nantinya. Adapun sintesa kajian teori yang memberikan penjelasan landasan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Ekonomi Kreatif adalah sebuah aktivitas perekonomian di era

ekonomi baru dimana dengan mengandalkan sebuah ide dan gagasan atau eksplorasi dari kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu untuk menghasilkan suatu produk kreatif yang dapat dijual. Menurut Howkins, 2001 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. Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau system produksi seperti pada era industry, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju, industry tidak dapat lagi bersaing di pasar global dengan hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, tetapi harus bersaing berbasiskan inovasi, kreativitas dan imajinasi.

Didalam UU No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif menyebutkan Pengembangan Ekonomi Kreatif dilakukan melalui pengembangan riset, pengembangan pendidikan, fasilitas pendanaan dan pembiayaan, penyediaan infrastruktur, pengembangan system pemasaran, pemberian insentif, fasilitasi kekayaan intelektual, dan perlindungan hasil kreativitas. Pitana, 2005 mendefinisikan pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industry, dll) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen.

Keterkaitan Ekonomi kreatif dan pariwisata menurut Yozcu dan İçöz (2010), dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata, kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya.

Peran ekonomi kreatif sangat dibutuhkan dalam menggerakkan sebuah tempat wisata karena ide gagasan dari ekonomi kreatif dapat memberikan sebuah produk kreatif atau inovasi dalam pengembangan dari aspek-aspek pariwisata.

Tabel 2. 2 Landasan Penelitian

No	Sumber	Kajian Pustaka
1	Yeoti,1985	- Something to see - Something to do - Something to buy
2	Yozcu dan İçöz (2010)	Produk-produk inovatif
3	Howkins (2001)	Ide dan Gagagsan
4	Institute For Development Economy and Finance	- Kekayaan Intelektual - Kreativitas - Keahlian - Bakat Individu
5	UU No. 24 Tahun 2019 ttg Ekonomi Kreatif	- Pengembanagn riset - Pengembangan Pendidikan - Fasilitas pendanaan dan pembiayaan - Penyediaan infrastruktur - Pengembangan system pemasaran - Pemberian insentif - Fasilitasi kekayaan intelektual - Perlindungan hasil kreativitas

Sumber : Hasil Studi Pustaka 2023

Tabel 2. 3 Hasil Sintesa Konsep Pengembangan Produk Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Menunjang Pariwisata

No	Sumber	Batasan Penelitian	Komponen dari konsep pengembangan produk berbasis ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata
1	Yeoti,1985	Daya Tarik	Pelaku usaha mampu menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya.
2	Yozcu dan İçöz (2010)		
3	Howkins (2001)	Sumber Daya Manusia	Sumber Daya Manusia menjadi peran utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Keterampilan dan bakat dividu yang dimiliki pelaku usaha merupakan modal utama dalam menciptakan produk kreatif
4	Institute For Development Economy and Finance		
5	UU No. 24 Tahun 2019 ttg Ekonomi Kreatif	Kelembagaan	1. Adayanya pengembangan pendidikan sumber daya manusia 2. Adanya fasilitasi pendanyaan dan pembuayaan 3. Penyediaan sarana pendukung ekonomi kreatif 4. Pengembangan sistem pemasaran 5. Fasilitasi kekasayaan inetelktual 6. Perlindungan hasil kreativitas
		Infrastruktur Sarana ruang kreatif	

Sumber : Hasil Studi Pustaka 2023

Tabel 2. 4 Sintesa Kajian Pustaka Pengembangan Produk Unggulan Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Menujang Pariwisata

Batasan Penelitian	Variabel	Sub-variabel
Daya Tarik	Daya Tarik Produk	Hubungan dengan atraksi wisata Inovasi Produk
Sumber Daya Manusia	Sumber Daya Manusia	Keterampilan
Kelembagaan	Kelembagaan	Penguatan organisasi/komunitas Kerjasama Promosi
Infrastruktur Sarana ruang kreatif	Sarana Pendukung	Tempat Pemasaran Teknologi

Sumber : Hasil Studi Pustaka 2023

Tabel 2. 5 Parameter Ekonomi Kreatif

No	Parameter Ekonomi Kreatif	Definisi Operasional
1	Adanya Kreasi Intelektual	Ekonomi Kreatif yang menekankan pada pentingnya kreativitas, sehingga kreativitas dan juga keahlian dalam suatu sektor sangat dibutuhkan dan menjadi salah satu ciri utama dari ekonomi kreatif
2	Mudah diganti	Kreasi dan inovasi harus terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan aktivitas ekonomi. Tujuannya agar bisa diterima oleh pasar dan bermanfaat bagi konsumen.
3	Distribusi secara langsung dan tidak langsung	Adanya distribusi secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan konsumen.
4	Membutuhkan Kerjasama	Dalam industri kreatif, kerjasama sangatlah penting. Seperti halnya antara pihak pengusaha dengan pemerintah yang mengatur kebijakannya.
5	Berbasis pada ide	Ide menjadi hal utama yang harus dipersiapkan dalam ekonomi kreatif. Ide sangat penting dalam mengembangkan industri kreatif dan akan selalu berkaitan dengan inovasi dan kreativitas.
6	Tidak memiliki batasan	Tidak ada batasan dalam penciptaan produk. Artinya inovasi dan kreativitas dalam penciptaan produk akan selalu terjadi dan hal ini tidak memiliki batasan yang pasti.