

# **LAPORAN PENELITIAN KERJASAMA**

## **KONSTRUKSI PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENUNJANG PARIWISATA KABUPATEN BOALEMO**



### **TIM PENELITIAN**

**DR. RAFLIN HINELO, S. Pd, M. Si**  
**DR. HAIS DAMA, SE, M. Si**  
**DR. IDRIS YANTO NIODE, S. Pd, M. Si**

**TAHUN 2022**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Banyaknya destinasi wisata di Kabupaten Boalemo membuat peneliti berfikir untuk membuat peluang-peluang usaha kecil yang bernilai ekonomi, namun memanfaatkan Kreativitas masyarakat dengan cost rendah (modal produksi kecil). Di Kabupaten Boalemo potensi apapun cukup banyak peluang sangat terbuka tinggal bagai mana memanfaatkan peluang itu, maka kreatifitaslah merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global.

Bentuk-bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan “pasar” nya sendiri, dan berhasil menyerap tenaga kerja yang cukup banyak serta pemasukan ekonomis yang bernilai besar bagi bangsa. Kreativitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global. Bentuk-bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan “pasar” nya sendiri, dan berhasil menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis.

Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diperlukan sejumlah SDM yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi. Namun, di samping kebutuhan akan SDM yang berkualitas, pengembangan ekonomi kreatif juga membutuhkan ruang atau wadah sebagai tempat penggalian ide, berkarya, sekaligus aktualisasi diri dan ide-ide kreatif. Di negara-negara maju, pebentukan

ruang-ruang kreatif tersebut telah mengarah pada kota kreatif (creative city) yang berbasis pada penciptaan suasana yang kondusif bagi komunitas sehingga dapat mengakomodasi kreativitas. Kota-kota di Indonesia, dengan sejumlah keunikannya, memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kota-kota kreatif.

Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan seiring dengan pengembangan wisata. Kota-kota wisata di Indonesia, seperti Yogyakarta, Bandung, dan Lombok, sebenarnya telah memiliki ruang kreatif, yaitu zona-zona wisata itu sendiri. Atraksi wisata dapat menjadi sumber ide-ide kreatif yang tidak akan pernah habis untuk dikembangkan. Proses kreativitas seperti pembuatan souvenir dapat menjadi atraksi wisata tersendiri yang memberikan nilai tambah. Sementara di sisi lain, pasar yang menyerap produk ekonomi kreatif telah tersedia, yaitu melalui turis atau wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata. Pembahasan lebih lanjut mengenai model ekonomi kreatif dan pengembangan wisata akan dibahas dalam penelitian ini.

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam mendorong pembangunan ekonomi. Tidak hanya menjadi pemicu produksi dan konsumsi, pariwisata juga mampu meningkatkan iklim investasi suatu daerah. Hal tersebut didukung oleh aktivitas pengembangan daya tarik wisata. Daya tarik wisata yang berkembang di suatu daerah memiliki karakteristik dasar dari keberagaman dan dukungan infrastruktur yang memadai (Page & Connell, 2020). Begitu pula dengan Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo dalam upayanya mengembangkan sektor pariwisata. Potensi daya tarik wisata yang besar baik

dari sejarah, budaya maupun daya tarik lainnya didukung oleh infrastruktur yang memadai.

Sebagai wilayah di Kabupaten Boalemo memiliki keuntungan antara lain adanya ketersediaan infrastruktur berskala regional dan nasional. Kondisi tersebut juga didukung letak geografis Boalemo yang berada di toleuk Tomini strategis untuk dikunjungi. Hal tersebut berpengaruh positif bagi pengembangan pariwisata di Kabpaten Boalemo.

Oleh sebab itu perlu melihat keterkaitan sektor pariwisata dengan sektor-sektor lain melalui ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif mampu berkontribusi dalam peningkatan daya tarik wisata, dimana di dalam ekonomi kreatif terdapat keterhubungan berbagai sektor dalam bidang ekonomi. Belajar dari narasi diatas maka diperlukan untuk mengkonstruksi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo.

## **1.2 Maksud dan Tujuan**

Kegiatan penyusunan survei konstruksi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo dimaksudkan untuk melakukan konstruksi ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo. Melalui kegiatan ini dapat memberikan informasi tentang apa, dimana dan bagaimana kondisi, pelaku dan stakeholder yang terlibat dalam pengambilan keputusan antar sector dan lintas sector dengan mendudukan masyarakat sebagai pelaku

utama pengembangan ekonomi kreatif melalui pola keterpaduan dan pemberdayaan dengan pola Pendekatan system klasterisasi

Selanjutnya yang menjadi tujuan dari kegiatan konstruksi ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi konstruk ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo;
2. Mengidentifikasi ekosistem ekonomi kreatif di Kabupten Boalemo;
3. Menganalisis pariwisata kabupaten Boalemo melalui ekonomi kreatif
4. Melakukan konstruksi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo;
5. Mengetahui potensi dan kontribusi ekonomi kreatif untuk menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo

### **1.3 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang serta maksud dan tujuan penelitian di atas, maka manfaat dari konstruksi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo ini adalah sebagai berikut:

1. Tersedianya informasi konstruksi ekonomi kreatif di kabupaten Gorontalo
2. Tersedianya informasi ekosistem pembentuk ekonomi kreatif
3. Menyajikan kajian pengembangan pariwisata melalui ekonomi kreatif
4. Tersedianya konstruksi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo

5. Tersedianya data potensi dan kontribusi ekonomi kreatif untuk menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo

#### **1.4 Luaran Penelitian**

Luaran dalam penelitian ini adalah:

- 1) Teridentifikasi Konstruksi jenis dan peta lokasi ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo;
- 2) Tersusunnya dokumen Profil Pengembangan Ekonomi Kreatif yang dapat menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo yang berorientasi pada potensi keunikan industri keunggulan, potensi local, keterpaduan, pelestarian lingkungan, peluang investasi, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi daerah.

#### **1.5 Outcome**

Adapun yang menjadi outcome dalam kajian penelitian ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan konstruksi pengembangan ekonomi kreatif yang signifikan dalam menunjang sector pariwisata di Kabupaten Boalemo
- 2) Menciptakan iklim usaha yang positif untuk mengkonstruksi pengembangan ekonomi kreatif
- 3) Membangun citra dan identitas daerah melalui ekonmi kreatif dan pariwisata
- 4) Berbasis pada sumber daya terbarukan

- 5) Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif
- 6) Memberikan dampak social ang positif

## **BAB II**

### **KERANGKA TEORI KONSTRUKSI EKONOMI KREATIF**

#### **2.1 Konstruksi Ekonomi Kreatif**

Ekonomi kreatif pertama kali dikatakan oleh Alvin Toffler di tahun 1980 yang merupakan pakar ekonomi dan futurology. Menurut Toffler (dalam Afiff, 2012), terdapat empat gelombang ekonomi dalam perkembangan ekonomi dunia. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi yang dipengaruhi oleh aktivitas pertanian. Gelombang kedua adalah gelombang ekonomi yang dipengaruhi oleh aktivitas industri, sedangkan pada gelombang ketiga adalah gelombang ekonomi yang dipengaruhi oleh teknologi informasi. Dan pada gelombang keempat diprediksi merupakan gelombang ekonomi yang didominasi oleh ide kreatif yang disebut sebagai ekonomi kreatif. Gelombang keempat inilah yang saat ini menjadi perhatian di seluruh dunia.

Ekonomi kreatif juga dijelaskan oleh John Howkins dalam bukunya “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas” di tahun 2007. Menurut Howkins (dalam Afiff, 2012), konstruksi ekonomi kreatif adalah suatu kegiatan ekonomi yang didasarkan oleh ide kreatif. Sehingga seseorang dapat memiliki tingkat ekonomi yang tinggi hanya dengan bermodalkan ide kreatif yang telah dipatenkan. Namun, ekonomi kreatif saat ini telah disebut sebagai industri kreatif semenjak Departemen of Culture, Media, and Support (DCMS) United Kingdom membentuk Creative Industries Unit and Task Force. Industri kreatif merupakan



aktivitas yang menghasilkan sesuatu yang kreatif yang dapat dipasarkan (DCMS dalam Nations, 2004).

Dari definisi ini, pemerintah Republik Indonesia menggunakannya dalam pendefinisian tentang industri kreatif di Indonesia. Industri kreatif berdasarkan pada konsturksi Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2015 dalam Afiff (2012) merupakan “Industri yang berasal dari kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”. Dari pendefinisian ini maka dapat dikelompokkan industri kreatif ke dalam 16 subsektor.

## **2.2 Subsektor Industri Kreatif**

Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif 2015, Departemen Perdagangan RI mengelompokkan industri kreatif menjadi 16 subsektor. Subsektor-subsektor tersebut antara lain:

1. Aplikasi dan Pengembangan Permainan Suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan membuat hingga mendistribusikan permainan komputer baik untuk hiburan maupun sebagai edukasi. Selain itu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan teknologi informasi, seperti pelayanan jasa komputer, pengembangan database, desain arsitektur software, dll.
2. Arsitektur Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan mendesain bangunan dalam skala mikro hingga makro disebut arsitektur.

3. Desain Interior Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan mendesain sesuatu yang kreatif seperti mendesain interior suatu ruangan atau bangunan. Kegiatan ini juga dapat berupa konsultasi identitas suatu perusahaan.
4. Desain Komunikasi Visual Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan mendesain sesuatu yang kreatif seperti mendesain grafis, website, maupun mendesain pemasaran produk.
5. Desain Produk Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan mendesain sesuatu yang kreatif seperti mendesain produk. Kegiatan ini juga dapat berupa jasa riset pemasaran, pengepakan, maupun produksi kemasan.
6. Fashion Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan mendesain pakaian hingga aksesoris mode serta jasa konsultasi fashion maupun distribusi produknya.
7. Film, Animasi, dan Video Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan memproduksi hingga mendistribusikan film, animasi, serta video. Penulisan naskah, dubbing film hingga festival film termasuk dalam kegiatan ini.
8. Fotografi Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan jasa fotografi.
9. Kriya Suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan tenaga pengrajin dalam menghasilkan suatu kerajinan seni baik dari bahan alam seperti bambu, rotan maupun dari kaca, tanah liat, dll. Juga merupakan suatu proses jual beli barang-barang seni yang asli, unik, dan langka serta bersejarah.

10. Kuliner Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan memproduksi hingga mendistribusikan makanan hingga minuman.
11. Musik Suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan komposisi, pertunjukkan, hingga pendistribusian rekaman suara.
12. Penerbitan Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan penulisan naskah dan penerbitan baik buku maupun jurnal serta penerbitan digital. Selain itu kegiatan ini juga mencakup penerbitan materai, uang kertas, blanko, cek giro, surat andil, obligasi, saham, dan barang cetak lainnya.
13. Periklanan (advertising) Periklanan merupakan suatu kegiatan kreatif yang berfokus pada jasa periklanan melalui suatu media. Proses periklanan meliputi tiga hal, yaitu proses pencarian kreatifitas, proses operasional, serta proses pemasaran atau pendistribusian. Salah satu proses periklanan adalah pemasangan iklan melalui brosur, pamflet, maupun brosur.
14. Seni Pertunjukan Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan pengembangan serta produksi pertunjukkan. Mulai dari penataan panggung hingga acara pertunjukkan seperti wayang, musik etnik, dll.
15. Seni Rupa Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan pengembangan serta produksi seni rupa, seperti fasilitas pameran seni rupa, forum diskusi, dll.
16. Televisi dan Radio Suatu kegiatan kreatif yang berhubungan dengan usaha memproduksi dan penayangan acara televisi, baik konten maupun kegiatan pemancar siaran radio dan televisi.

### 2.3 Kerangka Konstruksi Ekonomi Kreatif

Konstruksi Ekonomi Kreatif adalah suatu konstruksi perekonomian di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengedepankan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang paling utama. Menurut *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, ekonomi kreatif adalah konsep ekonomi yang berkembang berdasarkan pada aset kreatif yang berpotensi menghasilkan pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Dengan kata lain, konsep *creative economy* lebih mengedepankan kreativitas, ide, dan pengetahuan manusia sebagai aset utama dalam menggerakkan ekonomi.

Mengacu pada definisi yang telah diuraikan di atas, ada beberapa karakteristik yang terdapat pada *creative economy*. Adapun ciri-ciri ekonomi kreatif adalah sebagai berikut:

1. Terdapat beberapa unsur utama seperti kreativitas, keahlian, dan talenta yang memiliki nilai jual melalui penawaran kreasi intelektual.
2. Produk yang dihasilkan (barang dan jasa) memiliki siklus hidup singkat, margin tinggi, beranekaragam, persaingan tinggi, dan dapat ditiru.
3. Terdiri atas penyediaan produk kreatif langsung pada pelanggan dan pendukung penciptaan nilai kreatif pada sektor lain yang secara tidak langsung berhubungan dengan pelanggan.

4. Dibutuhkan kerjasama yang baik antara berbagai pihak yang berperan dalam industri kreatif, seperti kaum intelektual, dunia usaha, dan pemerintah.
5. Creative economy berbasis pada ide atau gagasan.
6. Pengembangan industri kreatif tidak terbatas dan dapat diterapkan pada berbagai bidang usaha.
7. Konsep creative economy yang dibangun bersifat relatif.

Setiap penggiat ekonomi dapat menciptakan industri kreatif lebih dari satu sektor, sesuai dengan bidang dan keahliannya masing-masing. Misalnya, seseorang atau organisasi yang bergerak dibidang jasa desain bisa juga melakukan bidang jasa periklanan online bila memang memiliki kemampuan di bidang tersebut.

Proses globalisasi dan konektivitas telah mengubah cara manusia dalam bertukar informasi, berniaga, konsumsi, dan berbagai hal lainnya. Perubahan dunia yang sangat dinamis dengan segala kompleksitasnya menuntut manusia untuk lebih kreatif dan inovatif dalam melakukan kegiatan ekonomi.

Sebenarnya industri kreatif sudah ada sejak lama di Indonesia. Namun, dulunya masih disebut dengan istilah ekonomi industri, dan ekonomi informasi. Penggunaan istilah ekonomi kreatif mulai dikenal pada tahun 2001, yaitu ketika John Howkins menerbitkan bukunya yang mengulas tentang industri kreatif.

Pada tahun 2005 Donna Ghelfi dari *World Intellectual Property Organization* (WIPO) melakukan wawancara dengan John Howkins, dimana secara sederhana ia menjelaskan definisi creative economy, yaitu;

“Kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat ini, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan.”

*“THE CREATION OF VALUE AS A RESULT OF IDEA” JOHN HOWKINS*

Artinya, industri kreatif adalah suatu industri yang bersumber dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat seseorang dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menciptakan dan mengeksploitasi daya cipta dan daya kreasi orang tersebut.

*Creative Economy* muncul sejak masa pemerintahan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Dan pada pemerintahan Presiden Joko Widodo, industri ini semakin berkembang dengan terbentuknya BEkonomi Kreatif (Badan Ekonomi Kreatif) yang berfungsi untuk menaungi industri kreatif di Indonesia.

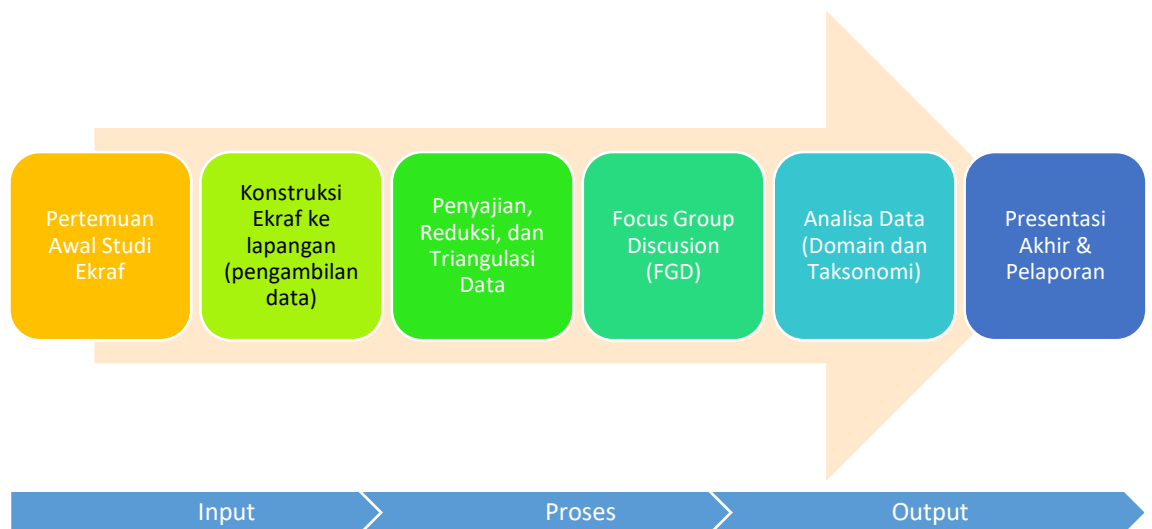
Selain itu, kemunculan *creative economy* di Indonesia juga tak lepas dari adanya Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) yang telah berkembang beberapa tahun sebelumnya. Dengan adanya MEA dan industri kreatif diharapkan akan membantu perekonomian Indonesia dengan berbagai cara, seperti:

- Membuka lapangan kerja baru
- Menekan angka pengangguran

- Menciptakan masyarakat yang kreatif
- Kompetisi dunia bisnis yang lebih sehat
- Meningkatkan inovasi di berbagai sector

Secara ringkas kerangka pemikiran dalam penelitian ini disajikan pada Gambar berikut ini:

**Gambar 1: Kerangka Konstruksi Ekonomi Kreatif**



Selanjutnya tahapan rencana besar dalam mengembangkan gagasan ekonomi kreatif ini di Kabupaten Boalemo adalah sebagai berikut:

**Gambar 2: Konstruksi Ekonomi Kreatif Kabupaten Boalemo**



Hal ini dilakukan dalam rangka cetak biru ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo yang dapat di jelaskan dalam gambar berikut ini:

**Gambar 3:  
Cetak Biru EKONOMI KREATIF Dalam Kerangka Peningkatan Ekonomi Daerah**





## BAB III

### METODOLOGI

#### 3.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan

Penetapan lokasi dan responden yaitu dengan cara ditetapkan secara sengaja di Kabupaten Boalemo dan mengikuti aliran industri kreatif hingga pada pusat-pusat konsumsi utama.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian ini selama 2 Bulan, terhitung sejak di tanda tangannya persetujuan pembiayaan.

NO	URAIAN	Minggu Ke							
		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Persiapan	X							
2	Konstruk dan Pegumpulan Data		X	X	X	X			
3	Laporan Pendahuluan				X	X	X		
4	Laporan Antara						X	X	
5	Laporan Akhir							X	X

#### 3.2 Metode Pengumpulan Data

Kegiatan ini dilakukan melalui: Observasi Lapangan, Wawancara dan FGD dengan pelaku industri kreatif serta pihak terkait lainnya yang berhubungan dengan pengambilan kebijakan ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo Provinsi Gorontalo.

#### 3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data berupa data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan melalui metode survei dan studi dokumen.

Adapun survey dilakukan pada:

- a. lokasi dan areal ekonomi kreatif;
- b. produksi dan produktivitas industry-industri kreatif.
- c. jenis usaha kreatif,
- d. pelaku ekonomi kreatif, pola kelembagaan, serta margin tata niaga dan nilai tambah.
- e. Metode informan untuk pelaku ekonomi kreatif dan industri kreatif dilakukan secara purposive.

Selanjutnya untuk studi dokumen dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau orang lain tentang subjek. Studi dokumen merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan dalam penelitian ini untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis atau dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan.

Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumen resmi dalam kategori dokumen eksternal. Dokumen eksternal dapat berupa bahan-bahan informasi yang dihasilkan oleh suatu lembaga terkait.

### **3.4 Teknik Analisis**

Menurut Miles dan Huberman, kegiatan analisis terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/ verifikasi. Terjadi secara bersamaan berarti reduksi data, penyajian

data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi sebagai sesuatu yang saling jalin menjalin merupakan proses siklus dan interaksi pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk sejajar yang membangun wawasan umum yang disebut “analisis” (Ulber Silalahi, 2009: 339). Teknik analisis data yang digunakan dalam kajian penelitian ekonomi kreatif ini mencakup transkrip hasil wawancara, reduksi data, analisis, interpretasi data dan triangulasi. Dari hasil analisis data yang kemudian dapat ditarik kesimpulan.

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data atau proses transformasi ini berlanjut terus sesudah penelitian lapangan, sampai laporan akhir lengkap tersusun.

Selain menggunakan reduksi data peneliti juga menggunakan teknik Triangulasi sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Dimana dalam pengertiannya triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Moloeng, 2004:330).

Kegiatan analisis ketiga adalah menarik kesimpulan dan verifikasi. Ketika kegiatan pengumpulan data dilakukan, seorang penganalisis kualitatif mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat, dan proposisi.

Kesimpulan yang mula-mulanya belum jelas akan meningkat menjadi lebih terperinci. Kesimpulan-kesimpulan “final” akan muncul bergantung pada besarnya kumpulan-kumpulan catatan lapangan, pengkodeannya, penyimpanan, dan metode pencarian ulang yang digunakan, kecakapan peneliti, dan tuntutan pemberi dana, tetapi sering kali kesimpulan itu telah sering dirumuskan sebelumnya sejak awal.

### **3.5 Tahapan Pekerjaan:**

1. Pengumpulan Data:
  - a. Data jenis usaha /Ekonomi Kreatif
  - b. Lokasi Usaha
  - c. Pemilik Usaha
  - d. Bentuk Usaha
  - e. Izin Usaha (ada / tidak)
  - f. Lama berdiri Usaha
  - g. Modal Usaha
  - h. Akses Permodalan
  - i. Akses Bahan Baku
  - j. Akses Pasar dan Pemasaran
  - k. Gambar/foto objek Ekonomi Kreatif

I. Catatan ringkas: Keluhan Pemilik Ekonomi Kreatif, Hambatan Yg ditemui, apa yg dikembangkan, Mengapa memilih produk/usaha itu bagaimana pengembangannya kedepan

2. Proses Data/Analisa Data:

- a. Keabsahan Data
- b. Pemilahan Data
- c. Pemilihan Data
- d. Olah Data
- f. Mengorganisir, urutan pola data, Kategorisasi, satuan uraian, dan temuan tema
- g. Reduksi Data (membuat abstraksi)
- h. Triangulasi data
- i. Komparasi data
- j. Generalisasi empiris
- k. Penetapan Konsep

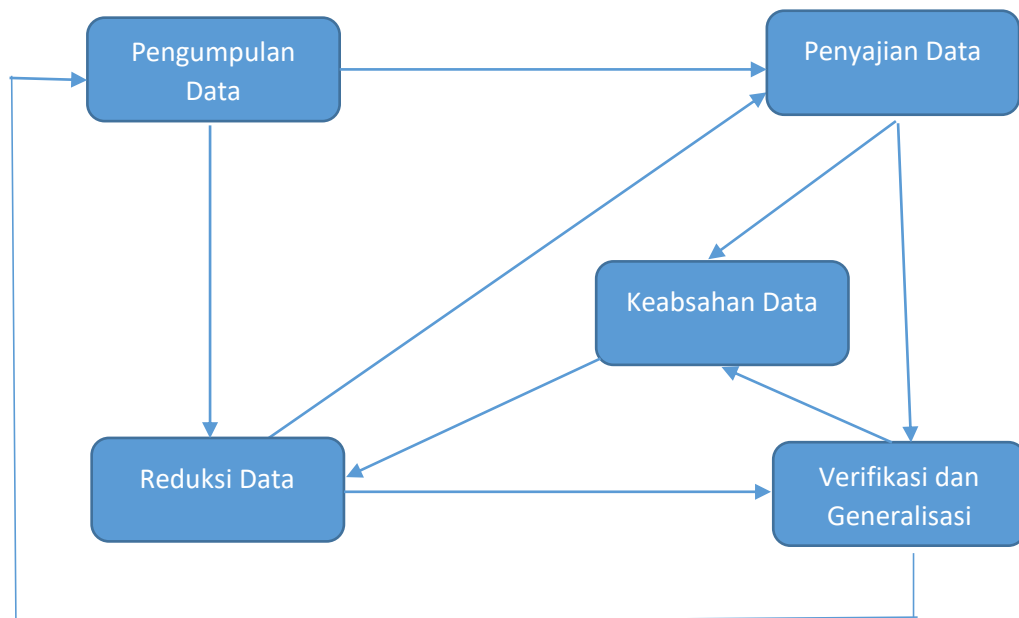
3. Pelaporan:

- a. Penyajian Usulan
- b. Presentasi/FGD
- c. Penyajian / Presentasi Akhir
- d. Penyajian Laporan akhir

### 3.6 Bagan Kegiatan Penelitian

Berikut ini ditampilkan bagan kegiatan survei ekonomi kreatif Kabupaten Boalemo tahun 2020, sebagai berikut:

**Bagan 1: Alur Kegiatan Survei Ekonomi Kreatif**



## **BAB IV**

### **HASIL KAJIAN KONTRUKSI PEMETAAN EKONOMI KREATIF**

#### **A. Pemetaan Ekonomi Kreatif**

Berdasarkan hasil survey tim peneliti pemetaan ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo, maka diperoleh kondisi terkini ekonomi kreatif kabupaten Boalemo sebagai berikut:

- Banyaknya destinasi wisata yang eksis di Kab. Boalemo
- Mulai munculnya berbagai peluang-peluang usaha kecil yang bernilai ekonomis
- Terdapat beberapa pelaku usaha mulai memanfaatkan kreatifitas individu masyarakat dengan cost rendah
- Bentuk ekonomi kreatif selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, tetapi belum terekspos
- Adanya ekonomi kreatif maka mampu menciptakan “pasar” nya tersendiri
- Persepsi masyarakat umum bahwa industri kreatif dapat menyerap tenaga kerja yang cukup banyak
- Perubahan global sangat dinamis, mulai menyadarkan para pemuda untuk terus bereksplorasi tentang usaha-usaha yang bisa memberikan dampak yang besar dengan bahan yang tersedia

- Banyak individu masyarakat terutama para anak muda memiliki kreatifitas yang unik ini menjadi modal utama dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif dan mampu mendorong majunya pariwisata
- Ekonomi kreatif, diperlukan sejumlah sumber daya manusia yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi hal ini menjadi peluang bagi para pemangku kepentingan untuk mendayagunakannya dalam penguatan dan akselerasi pengembangan ekonomi kreatif dan atraksi-atraksi di lokasi pariwisata di Kabupaten Boalemo.
- Dengan dilakukannya pemetaan Ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo maka sangat besar menjadi penghela pariwisata ataupun sebaliknya
- Untuk lebih mengekskiskan ekonomi kreatif ini, maka selanjutnya dilakukan revitalisasi ekosistem ekonomi kreatif termasuk didalamnya destinasi dan atraksi di lokasi wisata

Berdasarkan hasil penelusuran dan kajian tim lapangan dan berdasarkan ketersediaan data sekunder yang diperoleh dari beberapa unsur Organisasi Perangkat Daerah yang terkait ketersediaan basis data tentang sektor ekonomi kreatif yang dikembangkan dan berkembang di Kabupaten Boalemo, maka dapat dipetakan 4 Subsektor Ekonomi kreatif sebagai berikut:

### **1. Sektor Kriya/ Kerajinan**

Seni kriya/ Kerajinan merupakan salah satu subsektor yang menjadi ciri khas Bangsa Indonesia dan sangat dekat dengan industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Bidang kerajinan dalam ekonomi kreatif ialah kegiatan dengan



berbagai penciptaan, produksi, serta distribusi produk-produk dari para pengrajin. Produk-produk yang dipasarkan tersebut sebagian besar memiliki nilai estetika yang tinggi. Beberapa produk kerajinan dari para pengrajin biasanya berasal dari material yang terbuat dari kulit, rotan, serat alami, batu permata, kaca, porselen, kayu, bambu, tanah liat, marmer, dan lain-lain.

Berikut adalah data sebaran jumlah pengrajin yang menghasilkan produk-produk kerajinan yang tersebar di kabupaten Boalemo.

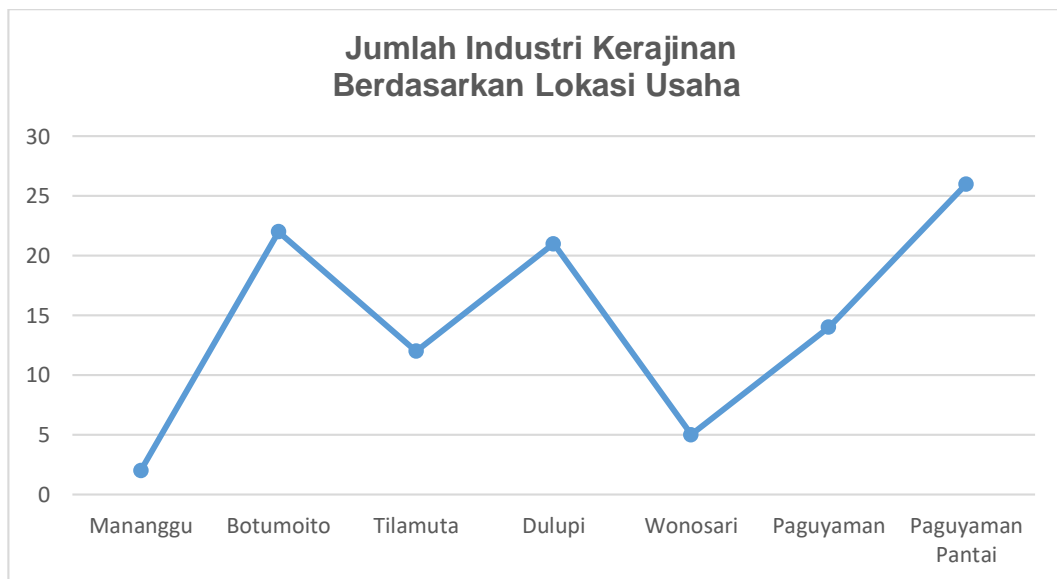
**Tabel 1.**  
**Jumlah Industri Kerajinan Berdasarkan Lokasi Usaha**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Kerajinan	Persen (%)
1	Mananggu	2	1,96
2	Botumoito	22	21,56
3	Tilamuta	12	11,76
4	Dulupi	21	20,59
5	Wonosari	5	4,90
6	Paguyaman	14	13,73
7	Paguyaman Pantai	26	25,49
<b>TOTAL</b>		<b>102</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 1 terlihat bahwa jumlah pengrajin terbanyak terdapat di Kecamatan Botumoyito, Dulupi dan Paguyaman Pantai masing-masing sebesar 21,56%, 20,59% dan 25,49%. Selanjutnya untuk wilayah kecamatan Mananggu dan Wonosari memiliki jumlah pengrajin cukup sedikit yakni masing-masing sebesar 1,96% dan 4,90%. Dalam table ini masih perlu digali lagi lebih mendalam tentang keberadaan industry keratif di Kecamatan Wonosari, karena yang terdata

masih sedikit sementara pelaku usaha kreatif di Kecamatan Wonosari diketahui lebih banyak dari jumlah yang terdata. Disisi lain dengan terdatanya ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo, menunjukkan bahwa terdapat keseriusan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Boalemo untuk menggerakkan ekonomi kreatif, walaupun harus perlu ditelusuri lebih dalam dan detail

**Grafik 1:**



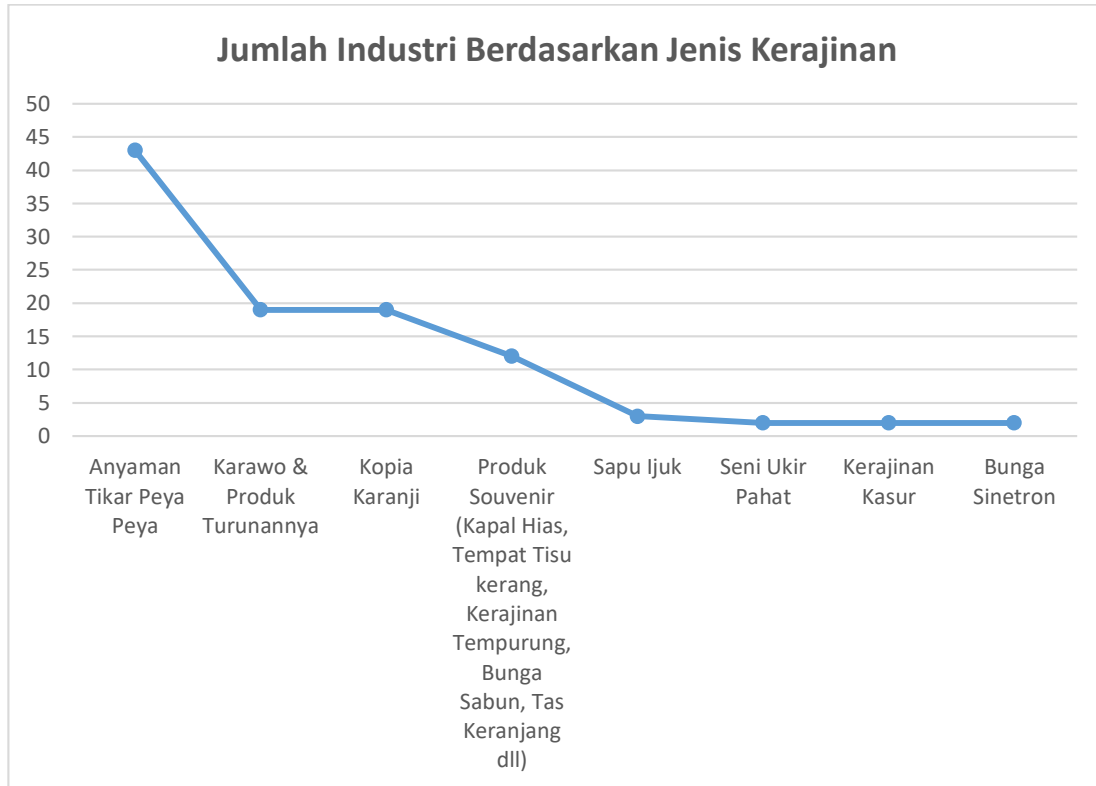
Berdasarkan data sebaran jumlah pengajin di atas, selanjutnya diklasifikasi berdasarkan jenis kerajinan yang dihasilkan. Berikut data jenis kerajinan yang dihasilkan seperti ditampilkan berikut ini:

**Tabel 2.**  
**Jumlah Industri Kerajinan Berdasarkan Jenis Kerajinan**

<b>No</b>	<b>Jenis Kerajinan</b>	<b>Jumlah Pengrajin</b>	<b>Persen (%)</b>
1	Anyaman Tikar Peya Peya	43	42,15
2	Karawo & Produk Turunannya	19	18,62
3	Kopia Karanji	19	18,62
4	Produk Souvenir (Kapal Hias, Tempat Tisu kerang, Kerajinan Tempurung, Bunga Sabun, Tas Keranjang dll)	12	11,76
5	Sapu Ijuk	3	2,94
6	Seni Ukir Pahat	2	1,96
7	Kerajinan Kasur	2	1,96
8	Bunga Sinetron	2	1,96
<b>TOTAL</b>		<b>102</b>	<b>100</b>

Data pada tabel 2 terlihat bahwa sebagian besar produk kerajinan yang dihasilkan adalah jenis kerajinan anyaman tikar peya-peya yakni berjumlah 43 pengrajin atau sebesar 42,15%. Kemudian diikuti oleh kerajinan produk karawo dan produk turunannya serta produk kerajinan kopia karanji masing-masing berjumlah 19 pengrajin atau sebesar 18,62. Khusus untuk produk-produk souvenir yang juga memiliki nilai estetika yang cukup tinggi serta peranannya sangat penting dalam mendukung perkembangan sector pariwisata di Kabupaten Boalemo justru kurang diminati oleh para pengrajin untuk mengembangkannya, dimana jumlah pengrajinnya hanya 12 orang atau sebesar 11,76%.

**Grafik 2:**



## 2. Sektor Kuliner

Subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30 persen dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pemerintah seyogyanya dapat mendukung sub sektor ini supaya lebih maju.

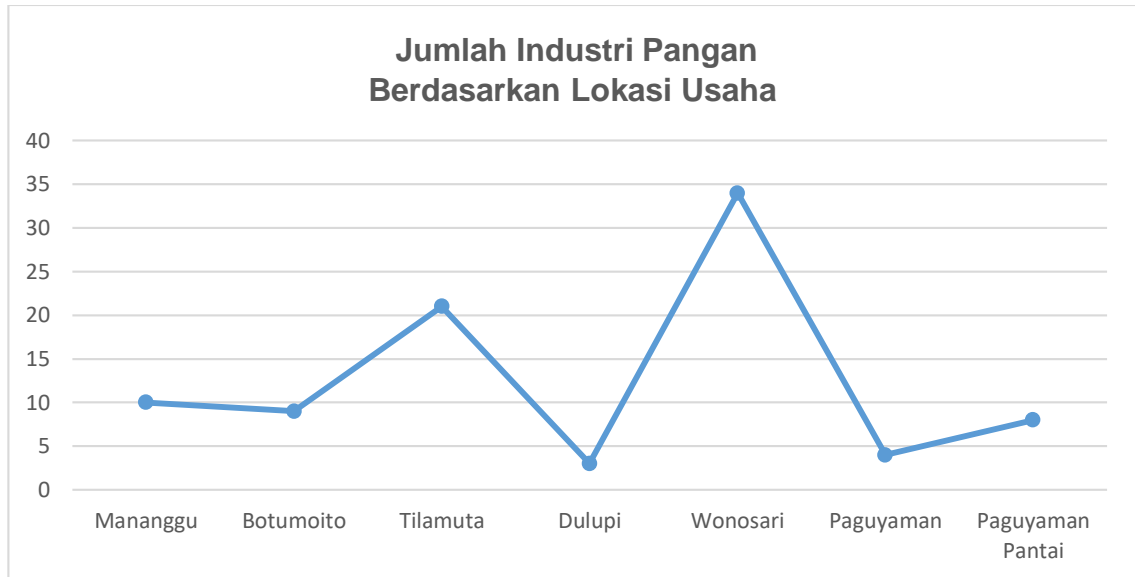
Berikut data sebaran jumlah industri panganan yang merupakan kategori sektor kuliner yang ada di Kabupaten Boalemo.

**Tabel 3.**  
**Jumlah Industri Pangan Berdasarkan Lokasi Usaha**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Jenis Produk Panganan	Persen (%)
1	Mananggu	10	11,23
2	Botumoito	9	10,11
3	Tilamuta	21	23,59
4	Dulupi	3	3,37
5	Wonosari	34	38,20
6	Paguyaman	4	4,49
7	Paguyaman Pantai	8	8,98
<b>TOTAL</b>		<b>89</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data pada tabel 3, terlihat bahwa jumlah jenis produk panganan yang diproduksi lebih banyak diproduksi dan dipasarkan oleh para pelaku usaha yang ada di kecamatan Wonosari dan Tilamuta. Yang masing-masing sebesar 38,20% dan 23,59%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada dua wilayah tersebut produk yg dihasilkan / diproduksi memiliki pasar yang cenderung menjanjikan.

**Grafik 3**



Berikut data sebaran jumlah industri panganan yang merupakan kategori sektor kuliner yang ada di Kabupaten Boalemo berdasarkan kepemilikika izin P-IRT, sebagai berikut:

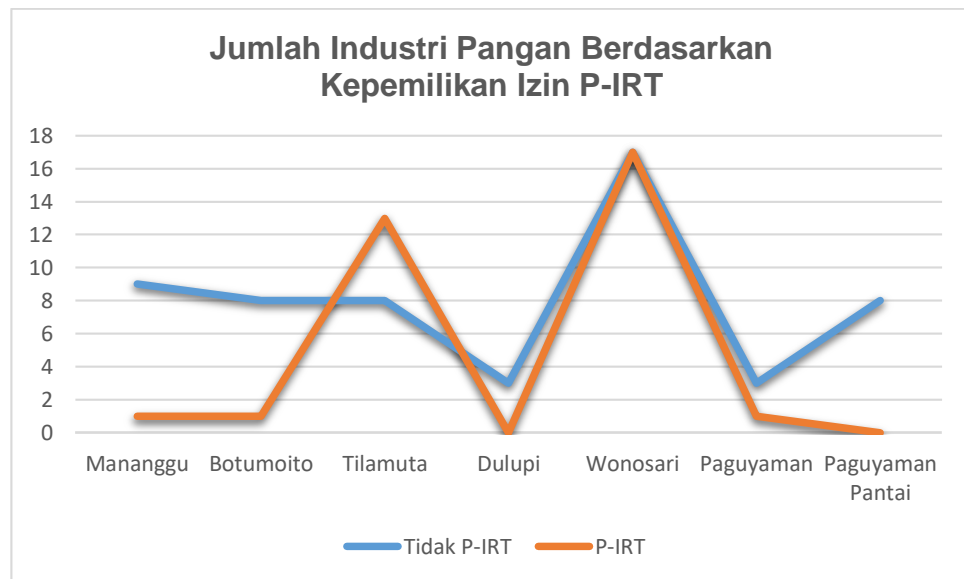
**Tabel 4**  
**Jumlah Industri Pangan Berdasarkan Kepemilikan Izin P-IRT**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Produk Tidak Memiliki PIRT	Jumlah Produk Memiliki PIRT
1	Manunggu	9	1
2	Botumoito	8	1
3	Tilamuta	8	13
4	Dulupi	3	0
5	Wonosari	17	17
6	Paguyaman	3	1
7	Paguyaman Pantai	8	0
<b>TOTAL</b>		<b>56</b>	<b>33</b>

Jika dilihat dari data jumlah jenis produk panganan yang diproduksi cukup banyak tidak diikuti dengan legalitas izin yang dipersyaratkan pada setiap produk panganan yang akan dikonsumsi oleh khalayak banyak seperti izin P-IRT. PIRT adalah kode yang sering ditemukan dalam kemasan makanan. Biasanya, PIRT adalah tanda bahwa sebuah makanan telah memiliki izin untuk beredar.

Data pada tabel 4 terlihat bahwa dari total jenis industri pangan yang diproduksi di Kabupaten Boalemo 89 jenis produksi panganan hanya 10 yang memiliki izin P-IRT yang dikeluarkan oleh Dinas Kesehatan setempat

**Grafik 4**



### 3. Fotografi

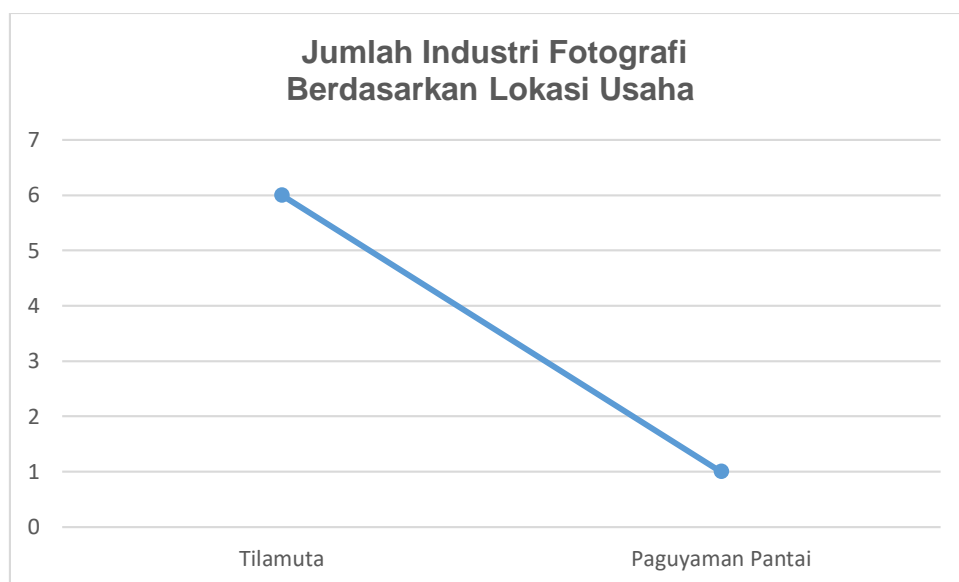
Perkembangan subsektor ini didukung oleh meningkatnya minat anak muda terhadap fotografi, seiring perkembangan media sosial dan peralatan yang makin terjangkau.

**Tabel 5**  
**Jumlah Industri Fotografi Berdasarkan Lokasi Usaha**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Fotografer	Persen (%)
1	Tilamuta	6	85,71
2	Paguyaman Pantai	1	14,28
<b>TOTAL</b>		<b>7</b>	<b>100</b>

Berdasarkan data pada tabel 5 dijelaskan bahwa khusus subsector Fotografi lebih banyak tersebar di dua kecamatan yakni Tilamuta dan Paguyaman Pantai masing-masing dengan jumlah fotografer 6 orang dan 1 orang.

**Grafik 5**





#### 4. Fashion

Tren fashion senantiasa berubah dengan cepat. Dalam hitungan bulan, selalu muncul mode fesyen baru. Ini tak lepas dari produktivitas para desainer fashion lokal yang inovatif merancang baju-baju model baru, dan munculnya generasi muda kreatif yang antusias dengan industri fashion ini.

**Tabel 6**  
**Jumlah Industri Fashion Berdasarkan Lokasi Usaha**

No	Nama Kecamatan	Jumlah Pelaku Usaha	Persen (%)
1	Mananggu	30	14,56
2	Botumoito	13	6,31
3	Tilamuta	56	27,18
4	Dulupi	23	11,17
5	Wonosari	32	15,53
6	Paguyaman	43	20,87
7	Paguyaman Pantai	9	4,36
<b>TOTAL</b>		<b>206</b>	<b>100</b>

Berdasarkan tabel 6 terlihat bahwa khusus pelaku usaha yang mendukung subsector fashion cenderung tersebar merata di semua kecamatan yang ada di Kabupaten Boalemo. Untuk Kecamatan Tilamuta lebih banyak pelaku usahanya yakni berjumlah 56 pelaku usaha atau sebesar 27,18%. Ini mengindikasikan bahwa keberadaan dari Kecamatan Tilamuta merupakan pusat kota sehingga perkembangan informasi tren fashion lebih cepat diperoleh oleh pelaku usaha yang ada di Pusat Kota Boalemo.

Selanjutnya jumlah pelaku usaha fashion yang memiliki jumlah terbanyak berikut adalah kecamatan Paguyaman dan mananggu dengan jumlah pelaku

usaha masing-masing berjumlah 43 pelaku usaha atau 20,87% dan 30 atau 14,56%. Selanjutnya Kecamatan Wonosari berjumlah 32 Pelaku usaha atau 15,53%, dan yang paling sedikit adalah Kecamatan Boyumoito dan Paguyaman Pantai masing-masing 6,31% dan 4,36%.

**Grafik 6**



## **B. Konektivitas, Kolaborasi, dan Commerce Pentahelix Dalam Konstruksi Ekonomi Kreatif Menunjang Pariwisata di Kabupaten Boalemo**

Pariwisata di Kabupaten Boalemo sangat potensial untuk menghela ekonomi kreatif sebagai sumber pendapatan daerah. Pembangunan dan pengembangan kepariwisataan oleh Pemerintah Kabupaten Boalemo yang bertujuan untuk memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rakyat, pendapatan asli daerah maupun pendapatan nasional.

Pemerintah Kabupaten Boalemo dalam mendukung pembangunan kepariwisataan haruslah melakukan kegiatan menyelenggarakan sosialisasi, pelatihan, dan pendampingan kelompok masyarakat tentang pentingnya membina ekosistem Ekonomi Kreatif, menambah dan diperbaiki fasilitas yang ada, memperbaiki mutu pelayanan terhadap tamu lokal maupun dari luar daerah, diadakan pemugaran dan dikembangkan obyek-obyek wisata dan dipromosikan melalui media yang telah disiapkan seperti situs internet, atau dapat pula membuat link pariwisata yang inklusif.

Kemajuan dan perkembangan teknologi telah membuka dan menambah wawasan seluruh element yang ada di suatu daerah. Ilmu pengetahuan berkembang pesat dan menimbulkan berbagai macam inovasi-inovasi yang dapat membangun dan memajukan suatu daerah. Saat ini Kabupaten Boalemo sebagai daerah yang berkembang ingin maju dan melangkah menuju daerah yang maju. Oleh sebab itu perlu meningkatkan dari aspek ekonomi, pembangunan, sosial dan sebagainya. Salah satunya yakni perencanaan

pariwisata dan ekonomi kreatif yang matang untuk perkembangan dan pemerataan pembangunan ekonomi. Pengembangan ekonomi kreatif adalah upaya intervensi terhadap kekuatan-kekuatan pasar yang dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif wilayah yang memiliki tiga tujuan pokok yakni meminimalkan konflik kepentingan antar sektor, meningkatkan kemajuan sektoral dan membawa kemajuan bagi masyarakat secara keseluruhan. Pengembangan wilayah (Regional Development) adalah upaya Untuk memacu perkembangan sosial ekonomi, mengurangi kesenjangan wilayah dan menjaga kelestarian lingkungan hidup. Perencanaan pariwisata dan ekonomi kreatif adalah perencanaan penggunaan ruang wilayah (tertuang dalam perencanaan tata ruang wilayah) dan perencanaan aktivitas pada ruang wilayah (tertuang dalam rencana pembangunan wilayah).

Pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata sebaiknya dimulai dengan melakukan kerja sama dari semua sector, sekaligus menentukan sasaran pengembangan ekonomi kreatif mendorong pariwisata di Kabupaten Boalemo. Pengembangan ekonomi kreatif dalam mendorong pariwisata sebaiknya menggunakan dua pendekatan yaitu pendekatan sektoral dan pendekatan regional.

Sejalan dengan pengembangan ini maka lahirlah suatu inovasi baru atau sebuah konsep yang melibatkan seluruh aspek dalam lapisan daerah yakni, suatu konsep yang bernama ***pentahelix***, dimana berguna dan sangat bermanfaat dalam pembagian bidang, tugas dan fungsi dari masing- masing

lapisan dalam pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Konsep *pentahelix* menekankan bagaimana semua unsur yang berada di suatu wilayah juga ikut berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata daerahnya. Terlebih setiap wilayah harus mengguakan konsep otonomi daerah yang berarti daerah di berikan kebebasan dlam membangun wiayah nya sendiri sehingga pemerintah dapat melihat lebih jelas apa yang sebenarnya di butuhkan masyarakatnya yang di wujudkan dalam proses pembangunan.

Model *pentahelix* merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal mungkin dalam rangka mencapai tujuan. Unsur *Pentahelix* ini semula berupa *Triplehelix* dengan unsur-unsur *Academics, Business Sector, Government*, yang kemudian ditambahkan dengan dua unsur, yaitu *Civil Society (atau Communities)* dan *Media*, menjadi *Quadruplehelix*, untuk mengakomodasi perspektif masyarakat, dalam hal ini merupakan “masyarakat berbasis media dan budaya” yang juga telah menjadi bagian menyeluruh dari inovasi kekinian. Lebih jauh lagi, unsur *Communities* membuka peluang konfigurasi dan jejaring lintas disiplin, serta membebaskan konsep “inovasi” dari sekedar pertimbangan dan tujuan ekonomi, melainkan juga melibatkan kreativitas sebagai bagian dari proses produksi pengetahuan dan inovasi (Muhyi, Chan, Sukoco, & Herawaty, 2017-417). Sebab penelitian dan inovasi berbasis seni memungkinkan terjadinya pemikiran atau permodelan ulang terhadap model-model pengembangan ekonomi kreatif dan pasar yang sedang tercipta. *Quadruplehelix* (interaksi antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha,

masyarakat) ini kemudian ditambahkan satu unsur lagi, yaitu Media, karena dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif, Media (baik media konvensional maupun media sosial) memegang peran signifikan, meskipun tetap merupakan elemen yang independen atau tidak langsung terpengaruh oleh unsur-unsur yang lainnya dalam melaksanakan bagian atau fungsinya (Satari & Asad, 2016-9).

Lebih lanjut dapat dijelaskan, beberapa sektor dalam model tersebut memiliki peran dan tugas masing-masing yang bersinergi satu dengan yang lain

1. Akademisi Pada model *Pentahelix* berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan identifikasi potensi serta sertifikasi produk dan ketrampilan sumber daya manusia yang mendukung peningkatan potensi suatu wilayah tersebut. Para akademisi dapat bertindak memberikan pengetahuan dan pelatihan berbagai produk kreatif kepada masyarakat yang produknya dapat menjadi salah satu produk unggulan daerah. Para akademisi juga telah melakukan penelitian dan mengikutsertakan produk-produk dari industry kreatif dalam seminar. Dengan begitu maka sektor akademisi sudah berperan aktif dalam menyumbang inovasi, gagasan, dan teori.
2. Sektor Swasta pada model *Pentahelix* berperan sebagai *enabler*. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sektor Swasta dapat berperan sebagai *enabler* menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu

pengembangan potensi suatu wilayah menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif. Salah satu strategi pemasaran yang dinilai paling tepat di Kabupaten Boalemo sendiri adalah melalui media online dan juga melalui acara-acara perkumpulan para pelaku industri kreatif sehingga dapat mendongkrak pula destinasi pariwisata di Kabupaten Boalemo. Berkolaborasi dengan paguyuban ekonomi kreatif juga merupakan salah satu upaya yang penting untuk dilakukan guna berkembangnya kabupaten kreatif dari sektor bisnis.

3. Komunitas pada model *Pentahelix* berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan pengembangan potensi yang akan dikembangkan. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses ekonomi. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki oleh suatu wilayah. Berbanding terbalik dengan akademisi, komunitas justru sama besar pengaruhnya dengan sektor bisnis. Selain inovasi, komunitas juga berperan aktif terhadap strategi pemasaran dan pengembangan di bidang lainnya termasuk memasarkan produk-produk industry kreatif bersamaan pula dengan destinasi pariwisata di Kabupaten Boalemo.
4. Pemerintah, harus berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam

mengembangkan ekonomi kreatif dan pariwisata. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan potensi suatu wilayah. Dengan demikian dukungan dari pemerintah sangat penting bagi para pelaku industry kreatif beserta destinasi pariwisatanya.

5. Media, harus bisa bertindak sebagai *expenders*. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image*, utamanya untuk produk-produk kreatif dan destinasi pariwisatanya.

Dengan konsep penta helix ini suatu pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata dapat tersusun dengan baik dalam pelaksanaannya jika aktor-aktor dalam bidang konsep *pentahelix* ini saling bekerja sama dan menjadi suatu sistem untuk memanfaatkan suatu wilayah menjadi lebih efisien lagi demi tumbuh dan berkembangnya pembangunan ekonomi di wilayah tersebut dengan potensi dan sumber daya yang terdapat diwilayah tersebut. Konsep pentahelix ini juga dapat mempermudah keterlibatan masyarakat langsung untuk perencanaan wilayahnya agar tepat sasaran dan sesuai dengan keadaan wilayah tersebut



### **C. Konektivitas, Kolaborasi, dan Commerce Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Boalemo**

Model penyusunan sasaran pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Boalemo tidaklah berdasarkan pendekatan proyeksi *time series* dari trend masa lampau tetapi lebih kepada metode *backward planning* yaitu dimulai dengan menetapkan sasarnya, lalu ditarik ke belakang untuk menetapkan *requirements* untuk mencapai sasaran tersebut.

Penentuan sasaran pengembangan industri kreatif didasari oleh dua (2) pertimbangan utama yaitu sinkronisasi dengan RPJMD dan pertimbangan karakteristik Industri Kreatif Kabupaten Boalemo, yang akan dibagi menjadi 2 tahap utama, yaitu:

1. Tahap penguatan (2020-2024), dimana tahapan ini merupakan tahapan membangun konektivitas (*origin destination*) industri kreatif dengan misi utamanya yaitu membenahan semua ekosistem pembentuk ekonomi kreatif termasuk di dalamnya adalah destinasi wisata di Kabupaten Boalemo.
2. Tahap akselerasi (2025-2029). Pada tahapan ini merupakan tahapan kolaborasi dan *commerce* sebagai akselerasi pondasi dan Pilar ekonomi kreatif yang dapat digaungkan bersamaan dengan destinasi pariwisata di Kabupaten Boalemo. Selanjutnya untuk tahap ini sasarnya adalah:
  - a). Peningkatan kontribusi industri kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi dan pendapatan masyarakat daerah Kabupaten Boalemo

- b). ekspansi pemasaran produk-produk kreatif yang tidak sekedar di wilayah Kabupaten Boalemo tapi juga bias merambah daerah-daerah lain baik dalam Gorontalo maupun luar Gorontalo yang tentunya dengan menggusung dengan semangat kontemporer
- c). Peningkatan perluasan lapangan kerja dan penyerapan kontribusi tenaga kerja sebagai dampak adanya industri-industri kreatif dan destinasi wisata di Kabupaten Boalemo.
- d). Peningkatan jumlah usaha Industri Kreatif. Tidak sekedar jumlah usaha Industri Kreatif, tapi lebih penting adalah meningkatkan daya saing produk kreatif dan pariwisata Kabupaten Boalemo.
- e). Pengutamakan untuk mendukung pengurangan laju deforestasi dan emisi karbon berdasarkan daya yang berkelanjutan bagi bumi dan generasi yang akan datang
- f). Penciptaan nilai ekonomis dari: Paten domestik terdaftar inovasi kreatif, berlandaskan kearifan lokal dan juga pertumbuhan Hak Cipta domestik yang terdaftar sebagai warisan budaya kabupaten Boalemo, termasuk juga pertumbuhan Merek domestik terdaftar pada sub sektor kerajinan, kuliner, fashion, dan fotografi yang menjadi sektor potensi dalam ekonomi kreatif kabupaten Boalemo.
- g). Menumbuhkan dan mengembangkan kawasan kreatif baru yang potensial.

- h). Penguatan citra kreatif untuk menciptakan *brand* lokal baru yang terpercaya dan telah secara legal terdaftar dalam bentuk HAKI ataupun Paten.

Berdasarkan uraian diatas sebelum melakukan kolaborasi dengan pihak-pihak lain, maka seharusnya pengembangan Industri Kreatif jika ingin mendapatkan hasil yang optimal perlu saling berkoordinasi dan berkolaborasi antar organisasi perangkat daerah pada pemerintah Kabupaten Boalemo. Dan juga mengupayakan sinergi untuk mengembangkan iklim kondusif industri kreatif. antar lembaga mulai dari perencanaan, pembiayaan sampai evaluasi sehingga akan dapat dicapai titik kulminasi sasaran yang ingin dicapai. Sasaran pada tahap penguatan akan dapat dicapai melalui penguatan pondasi dan pilar Industri kreatif (People-Industry-technology- Percepatan Institution-Resources-Financial tumbuhnya Intermediary) Penghargaan/ teknologi informasi dan apresiasi. Dan yang lebih penting lagi sangat perlu dibentuk suatu komunikasi lembaga/badan/organisasi pemerintah daerah Kabupaten Boalemo untuk mengelola industri kreatif dan pariwisata yang berfungsi sebagai: *Think Tank, Public Outreach, Hub Agency*.

People (masyarakat) merupakan individu-individu ataupun sumber yang diwujudkan oleh sinergi landasan, pilar sumber daya manusia yang kreatif. serta aktor sebagai elemen model. Oleh sebab itu perlu lima Pilar utama yang harus diperkuat dalam bangunan ekonomi kreatif mengembangkan industri kreatif di Boalemo, yaitu: a) Industry kreatif yaitu kumpulan dari usaha (home industri yang

bergerak di dalam bidang industri kreatif, b) Technology yang bertindak sebagai enabler untuk mewujudkan kreatifitas individu dalam bentuk karya nyata. c) Resources yaitu input selain kreatifitas bersama akademisi dan *Business Government* memberi pengetahuan individu yang dibutuhkan dalam proses kreatif, c) kelompok komunitas dan media yaitu tatanan sosial (norma, nilai, dan hukum) termasuk didalamnya asosiasi industri, asosiasi profesi, dan komunitas kreatif Intermediary Technology Resources, lembaga keuangan lainnya.

Kreativitas, Inovasi dan Komersialisasi merupakan aktor utama yang terlibat untuk mengembangkan ekonomi kreatif: – Intellectuals yaitu orang-orang yang dalam perhatian utamanya mencari kepuasan dalam mengolah seni, ilmu pengetahuan, keinginan menerapkan ilmu, dan menularkannya, termasuk didalamnya masyarakat budayawan, seniman, pendidik di lembaga-lembaga pendidikan, para pelopor di Masyarakat paguyuban, sanggar budaya dan seni, individu atau kelompok studi dan (society) peneliti, penulis, dan tokoh-tokoh lainnya yang bersesuaian dengan tata tindak kreatif. Disisi lain pelaku usaha harus mampu mentransformasi kreatifitas menjadi bernilai ekonomis, dan pemerintah sebagai pemangku kepentingan dapat bertindak sebagai; (1) Katalisator dan Advokasi; (2) Regulator; (3) Konsumen, Investor, bahkan entrepreneur; serta (4) Urban Planner dapat membuat industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang pada semua tahapan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan pemaparan hasil kajian konstruksi pemetaan dan pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Kabupaten Boalemo di atas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Kabupaten Boalemo sangat berpotensi untuk mengembangkan Ekonomi kreatif dengan segala sumber daya yang dimiliki
- Terdapat 3 sub sector Ekonomi kreatif yang perlu di dukung perkembangannya di Kabupaten Boalemo, yaitu: Kerajinan, Kuliner, Fashion, dan Fotografi.
- Sebagian besar pelaku Ekonomi Kreatif belum berbadan hukum atau masih berskala mikro atau kecil
- Pariwisata dapat menjadi penghela sector produk ekraf sekaligus menjadi produk atraktif pariwisata.
- Perlu adanya kesamaan visi dan persepsi antar organisasi perangkat daerah dalam mengembangkan ekonomi kreatif dan pariwisata di abupaten Boalemo agar terbangun Konektivitas, kolaborasi, dan Commerce yang menjadi landasan penguatannya
- Inovasi merupakan kekuatan utama ekonomi kreatif, karena di dalamnya menjadi sebuah modal awal sebuah produk masuk kriteria Produk Kreatif,

sangat berinovasi, memiliki inovasi, namun ada juga yg tidak memiliki inovasi yang kuat.

- Para pelaku usaha lebih mengandalkan intuisinya dalam mengelola usahanya.
- Pelatihan yang pernah dilakukan oleh instansi terkait, Hasil pelatihannya belum sepenuhnya muncul, untuk itu perlu dilakukan pendampingan dan evaluasi model dan metode
- Sebagian pelaku Ekonomi Kreatif sudah menerima pelatihan namun lebih banyak yang belum terimplementasi.
- Sektor Ekonomi kreatif sangat menjanjikan potensi menaikkan pertumbuhan ekonomi daerah
- Sejalan dengan itu pula sektor Ekonomi kreatif sangat berpotensi menaikkan kesejahteraan Insan Kreatif

## **B. REKOMENDASI**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka tim pengkaji dapat memberikan rekomendasi yang dapat dibagi dalam dua bentuk rekomendasi, sebagai berikut:

### 1. Rekomendasi Operasional:

- Melakukan Sentuhan pembinaan dalam bentuk pelatihan pada sektor ekonomi kreatif yaitu Kerajinan, Kuliner, Fashion, dan Fotografi.
- Khusus untuk sector unggulan ekonomi kreatif kuliner dan Kerajinan mengembangkan keunggulan sumber daya local karena potensi

bahan bakunya tersedia dan sumber daya manusia yang terlibat juga banyak

- Sektor Fashion juga demikian perlu dilakukan pendampingan terutama untuk menonjolkan yang sifatnya kearifan local,
- Untuk pilahan sector favorit (Fotografi) perlu untuk kajian mendalam lagi untuk menentukannya dan melibatkan banyak pihak
- Hal lain adalah nilai distribusi dan akses produk belum tersedia (nilai jual, nilai produksi, akses pasar terutama di lokasi wisata perlu dikreasikan sehingga satu sama lain terkoneksi
- Setelah dilakukan konstruk pemetaan sector Ekonomi kreatif maka perlu ditindak lanjuti dengan penetapan master plan / Naskah Akademik Ekonomi Kreatif Kabupaten Boalemo

## 2. Rekomendasi Kebijakan

- Pemerintah Kab. Boalemo dapat menjadi promotor bagi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu dengan membangun komitmen diantara OPD (Organisasi Perangkat Daerah) sebagai pengelola urusan untuk meningkatkan koordinasi dalam melakukan fasilitasi pengembangan ekonomi kreatif secara terpadu.
- Pemerintah Kabupaten Boalemo dapat memasukkan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dalam dokumen perencanaan pembangunan daerah, baik Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) dan RPJMD Kabupaten Boalemo, hal ini sebagai

*“code cutting issues”* di luar isu urusan wajib dan urusan pilihan dalam pembangunan daerah.

- Pemerintah Kabupten Boalemo dapat mengambil peran sebagai “Fasilitator Sosial” dalam mengembangkan ekonomi kreatif, terkait dengan fasilitasi *home page*, internet cepat, penyediaan data industri kreatif, pengelompokan secara cluster dan membentuk forum pendidikan dan pelatihan kewirausahaan kreatif.
- Pemerintah Kabupaten Boalemo dapat menyediakan ruang publik agar kelompok masyarakat dapat berkreasi bagi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif, misalnya: fasilitasi tempat, ruang pameran, fasilitasi website bentuk promosi
- Pemerintah Kab. Boalemo dapat berperan sebagai katalisator dalam mempercepat perkembangan ekonomi kreatif berkolaborasi melalui Penta Helix ABCGM
- Mengembangkan iklim usaha yang bersifat kondusif bagi peningkatan kerjasama kegiatan usaha dalam masyarakat yang berbasis pada ilmu pengetahuan dan iptek, antara lain melalui: a. Peningkatan lapangan pekerjaan baru bagi kelompok usia produktif yang memasuki lapangan kerja terutama para pemuda. b. Peningkatan keterbukaan bagi datangnya pekerja kreatif dari daerah lain.
- Pemerintah Kabupaten Boalemo dapat menggabungkan aktivitas pariwisata yang telah ada dapat menjadi wadah kegiatan pelaku usaha



ekonomi kreatif di Boalemo, misalnya: Peringatan Ulang Tahun Kabupaten Boalemo, perayaan hari-hari besar keagamaan dan lain-lain.

- Perlunya mengembangkan ekonomi kreatif melalui kerjasama antar daerah (KAD) terutama pemerintah daerah yang diajak bekerja sama telah menunjukkan gambaran tentang Kota Kreatif. Kerjasama dapat dilakukan dengan Provinsi lain. Kegiatan tersebut dapat dilakukan melalui pelatihan dan peningkatan kapasitas SDM, pemagangan dan studi banding.
- Mendorong tumbuhnya cipta kreatif di kalangan anak sekolah, karang taruna, dan lain-lain
- Perlunya transaksi keuangan digital kerjasama dengan pihak perbankan
- Meningkatkan kerjasama dengan kalangan dunia usaha dalam memfasilitasi pengembangan ekonomi kreatif, melalui *channeling* usaha, fasilitasi melalui *Corporate Social Responsibility* (CSR) dari perusahaan negara dan swasta.
- Fasilitasi pengembangan ekonomi kreatif harusnya segera dapat dialokasikan sumber pendanaan dari berbagai OPD yang terkait dan berkepentingan.
- Guna mengembangkan usaha dan merintis kegiatan kewirausahaan dalam ekonomi kreatif maka Pemerintah Kabupaten Boalemo dapat

membuat acara setiap malam minggu/libur di jalan raya, seperti Pusat Kuliner dan Event Mingguan yang difasilitasi *stand* kuliner didepan Alun-alun ibukota Kabupaten.

- Pemerintah Kab. Boalemo dapat memfasilitasi dengan menyediakan insentif pajak atau membebaskan biaya perijinan usaha (UMKM) sebagai insentif bagi berkembangnya ekonomi kreatif

### **C. Permasalahan Yang Teridentifikasi**

- Sulitnya inklusi data bahan baku, bahan pendukung, dan hitungan jam kerja
- Tidak inklusinya data akses pemasaran produk dan wilayah jangkauan
- Belum terbentuk koloni atau ekosistem ekonomi kreatif yang terstruktur rapi
- Kemampuan masyarakat pelaku usaha kreatif dalam menghitung unit produksi masih sangat terbatas
- Data eksistensi industry kreatif belum tersedia terutama yang berhubungan dengan lama usaha
- Belum teridentifikasi pelaku usaha lama dan pelaku usaha baru dalam Industri kreatif di Kabupaten Boalemo
- Infrastruktur bisnis (rantai Nilai) belum terkoneksi
- Antar organisasi perangkat daerah masih terkesan belum terkoneksi dan berkolaborasi

- Harga jual per unit belum tersedia atau belum terstandar
- Nilai kuantitas produk tersedia per hari belum terstandar
- Nilai kualitas baku produk (*High, Midle, Low*) belum terstandar
- Standar baku bagi pelaku usaha baru untuk ikut serta di Kabupaten Boalemo belum tersedia
- Belum tersedia ruang pameran/display produk kreatif
- Produk kreatif belum menonjolkan kearifan local khusus Boalemo (*branding daerah*)
- Dari aspek pariwisata, kunjungannya tidak berulang, belum memanfaatkan potensi budaya (ciri unik)

## Daftar Pustaka

- Afiff, Faisal. 2012. Pilar Pilar Ekonomi Kreatif. Artikel. Universitas Bina Nusantara: Jakarta.
- Badan Pusat Statistik, Kabupaten Boalemo Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Boalemo. 2019.
- Barringer, Richard, et.al., (tidak ada tahun). "The Creative Economy in Maine: Measurement & Analysis", The Southern Maine Review, University of Southern Maine
- Bregman EM, Feses EJ. 2003. Industrial and regional Cluster Concept and Competitive Application. The web book of regional science
- Christopherson, Susan (2004). "Creative Economy Strategies For Small and Medium Size Cities: Options for New York State", Quality Communities Marketing and Economics Workshop, Albany New York, April 20, 2004
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2025"
- Departemen Pertanian RI 2015. Strategi Pengembangan Ekonomi Industri Di Kota. <http://www.deptan.go.id/sektorindustri/>. 22 November 2008
- Elka, Mari Pangestu. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Departemen Perdagangan Republik Indonesia
- Evans, Graeme L (2009). "From Cultural Quarters to Creative Clusters – Creative Spaces in The New City Economy"
- Howkins, John. 2001. *Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Pinguin Global.
- Kanazawa City Tourism Association, 2010, "Trip to Kanazawa, City of Crafts 2010 Dates: Jan. 1 - March 31, 2010," accessed on May 12, 2010 from [http://www.kanazawa-tourism.com/eng/campaign/images/VJY\\_winter.pdf](http://www.kanazawa-tourism.com/eng/campaign/images/VJY_winter.pdf)
- Ooi, Can-Seng (2006). "Tourism and the Creative Economy in Singapore"
- Pangestu, Mari Elka (2008). "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025", disampaikan dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015

yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008, JCC, 4 - 8 Juni 2008

Pascasuseno, Agus. 2014. Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025. Bedah Cetak Biru Ekonomi Kreatif: Yogyakarta

Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. Ekonomi Kreatif: Pilar Pembangunan Indonesia Cetakan Pertama. Ziyad Visi Media. Surakarta

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) Purworejo, (1996)

Robert, B. dan Shimson R.T. 1998. Multisectoral Quantitative Analisis a Tool for Accessing the Competitiveness of Regions and Formulating Strategies for Economic Development. The Analysis of Regional Science: Vol. 32 No. 4: 469-494.

Salman, Duygu (2010). "Rethinking of Cities, Culture and Tourism within a Creative Perspective" sebuah editorial dari PASOS, Vol. 8(3) Special Issue 2010-06-16

Schmitz, H. 1993. Industrial Districts in Europe – Policy Lessons for Developing Countries. Discussion Paper. Institute of Development Studies.

Sumantra, I Made (tidak ada tahun). "Peluang Emas Seni Kriya Dalam Ekonomi Kreatif"

Syahra, Rusydi (2000). "Pengelolaan Sumber Daya Manusia Pendukung Produksi Produk Kerajinan Sebagai Daya Saing Dalam Menghadapi Persaingan", makalah yang disampaikan dalam Seminar Nasional Kerajinan 2000, Balai Sidang, Jakarta

Tarigan, R. 2004. Ekonomi Regional – Teori dan Aplikasi. Jakarta: Bumi Aksara.  
Yoshimura, T. 2004. Sustainable Local Development and Revitalization: Case of One Village One Product Movement: Its Principles and Implications. United Nations Centre for Regional Development (<http://www.uncrd.or.jp>)

UNDP (2008). "Creative Economy Report 2008"

UNESCO (2009). Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata

Warta Ekspor (2009) edisi April 2009, didownload dari [http://www.nafed.go.id/docs/warta\\_ekspor/file/Warta\\_Ekspor\\_2009\\_04.pdf](http://www.nafed.go.id/docs/warta_ekspor/file/Warta_Ekspor_2009_04.pdf)

Yoeti, Oka A. (2015). Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung: Angkasa

Yozcu, Özen Kirant dan İçöz, Orhan (2010). "A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experiences in Congress Tourism and the Congress Marketing Mix", PASOS, Vol. 8(3) Special Issue 2010

.

.