



STRATEGI PENGEMBANGAN EKOSISTEM EKONOMI KREATIF DALAM MENDUKUNG KEBIJAKAN PARIWISATA DI KOTA TANJUNGPINANG

Tenggara Ngabalin¹, Alif Farhan Habibie², Eki Darmawan³

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji^{1,2,3}

Penulis Korespondensi: ekidarmawan@umrah.ac.id

Informasi Artikel

Article History;

Submitted: XX XX XXXX

Accepted: XX XX XXXX

Published: XX XX XXXX

Abstrak

Pariwisata merupakan salah satu sektor potensial yang dapat dikembangkan terutama dengan menselaraskan pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dapat menjadi alternatif yang tepat dan secara aktif menopang keberlangsungan perekonomian dan dapat disejalankan dengan pengembangan pariwisata. Seperti di Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang, Pulau ini memiliki potensi besar dalam sektor ekonomi kreatif, namun belum sepenuhnya dimanfaatkan. Tujuan penelitian ini ialah akan menggambarkan kondisi Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif yang seharusnya Mendukung Kebijakan Pariwisata dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif untuk menganalisis strategi yang harus dilakukan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Penyengat, Kota Tanjungpinang. Melalui wawancara mendalam dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti pelaku ekonomi kreatif, pejabat pemerintah, dan anggota masyarakat setempat, penelitian ini mengidentifikasi strategi yang efektif dalam memajukan ekonomi kreatif di Pulau Penyengat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah perlu memperhatikan beberapa aspek strategis. Pertama, pembangunan infrastruktur yang memadai, termasuk jalan, akses listrik, dan sarana komunikasi yang baik, sangat penting untuk mendukung kegiatan ekonomi kreatif. Kedua, pelatihan dan pendidikan yang relevan dalam bidang ekonomi kreatif diperlukan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan para pelaku usaha. Ketiga, promosi dan pemasaran yang efektif melalui pameran, festival, dan media digital dapat meningkatkan visibilitas produk kreatif Pulau Penyengat. Selain itu, akses keuangan yang mudah dan terjangkau, serta kebijakan dan regulasi yang mendukung, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual dan pengurangan birokrasi, merupakan faktor penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Kolaborasi dan jaringan antara pelaku ekonomi kreatif juga memainkan peran penting dalam memperluas peluang bisnis dan pertukaran pengetahuan. Pada penelitian ini menyimpulkan bahwa pemerintah perlu mengadopsi strategi yang holistik dan terpadu untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Penyengat. Dengan demikian, potensi lokal dapat dioptimalkan, lapangan kerja dapat diciptakan, dan kualitas hidup masyarakat dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan peluang usaha yang berkaitan dengan ekonomi kreatif.

Kata Kunci;

Ekonomi Kreatif;
Ekosistem; Strategi;
Pariwisata.

Abstract

Tourism is one of the potential sectors that can be developed, especially by harmonizing the development of the creative economy ecosystem. The

creative economy can be an appropriate alternative and actively maintain economic sustainability and can be aligned with tourism development. As in Penyengat Island, Tanjungpinang City, this island has great potential in the creative economy sector, but has not been fully utilized. The purpose of this research is to describe the condition of the Creative Economy Ecosystem Development Strategy that should support Tourism Policy by using a qualitative approach method to analyze the strategies that must be carried out by the government in developing the creative economy on Penyengat Island, Tanjungpinang City. Through in-depth interviews with various stakeholders, such as creative economy actors, government officials, and local community members, this research identifies effective strategies in advancing the creative economy in Penyengat Island. The results show that the government needs to pay attention to several aspects of the strategy. First, adequate development infrastructure, including roads, access to electricity, and good communication facilities, is essential to support creative economy activities. Second, relevant training and education in the creative economy are needed to improve the skills and knowledge of business actors. Third, effective promotion and marketing through exhibitions, festivals, and digital media can increase the visibility of Penyengat Island's creative products. In addition, easy and affordable access to finance, as well as supportive policies and regulations, such as intellectual property rights protection and depreciation deductions, are important factors in supporting the growth of the creative economy. Collaboration and networking between creative economy actors also play an important role in expanding business opportunities and knowledge. This study concluded that the government needs to adopt a holistic and integrated strategy to encourage the development of the creative economy in Penyengat Island. Thus, local potential can be optimized, jobs can be created, and the quality of life of the community can be improved through increased income and business opportunities related to the creative economy.

Keyword;

*Creative economy;
Ecosystem; Strategy;
Tourist*

PENDAHULUAN

Industri pariwisata saat ini menjadi salah satu industri yang mempunyai peran cukup penting dalam pembangunan nasional berbagai negara (Fedryansah, 2018). Pariwisata telah diakui sebagai salah satu sektor yang memiliki potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Selain memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, pariwisata juga dapat memberikan dampak positif pada pengembangan sektor ekonomi kreatif suatu kota atau wilayah. Pengembangan pariwisata saat ini mulai menjadi salah satu program unggulan dalam pembangunan daerah. Pembangunan pariwisata tersebut diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menciptakan lapangan kerja di daerah (Fedryansah, 2018). Ekonomi kreatif, yang mencakup industri kreatif seperti seni, budaya, desain, kuliner, dan teknologi kreatif, telah menjadi fokus penting dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara.

Perkembangan dalam perekonomian saat ini menciptakan konsep baru dengan nama ekonomi kreatif yang menjadi alternatif yang tepat dan secara aktif menopang keberlangsungan perekonomian di Indonesia saat ini (Nurlaelia, 2021). Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*) (Jalil & Basyiruddin, 2023). Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, ekonomi kreatif selain dapat meningkatkan daya saing, juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia.

Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif di Indonesia mulai dibahas dan berkembang sejak awal tahun 2006. Setelah bergulir beberapa tahun di Indonesia, Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif semakin banyak dibicarakan baik oleh pemerintah, swasta dan pelakunya sendiri. Khususnya, pemerintah sudah semakin menaruh perhatiannya. Salah satunya dengan munculnya lembaga baru non kementerian bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) yang dibentuk oleh Presiden Joko Widodo pada tahun 2016, melalui Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf bertugas membantu presiden dalam merumuskan, menetapkan, mengoordinasikan, dan sinkronasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif (Afriantari & Putri, 2017).

Industri kreatif merupakan bagian atau subsistem dari Ekonomi Kreatif, yang terdiri dari *core creative industry*, *forward* dan *backward linkage creative industry*. *Core creative industry* adalah industri kreatif yang penciptaan nilai tambah utamanya adalah pemanfaatan kreativitas orang kreatif. Dalam proses penciptaan nilai tambah tersebut, *core creative industry* membutuhkan output dari industri lainnya sebagai input. Industri yang menjadi input bagi *core creative industry* disebut sebagai *backward linkage creative industry*. *Output* dari *core creative industry* juga dapat menjadi input bagi industri lainnya, yang disebut sebagai *forward linkage creative industry* (Widiastuti et al., 2016). Industri kreatif juga merupakan penggerak penciptaan nilai ekonomi pada era ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda. Di bawah ini contoh gambar penerapan konsep rantai nilai kreatif di bidang kebudayaan sebagaimana yang didefinisikan oleh UNESCO (2009). Sama halnya dengan Kota Tanjungpinang, yang merupakan Kota yang terletak di Provinsi Kepulauan Riau, memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata melalui ekonomi kreatif. Dalam implementasi pengembangan pariwisata, penting untuk memiliki kebijakan yang mendukung pertumbuhan ekosistem ekonomi kreatif. Tanjungpinang sendiri telah memiliki kebijakan yang mendukung hal tersebut yakni Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Tanjungpinang Tahun 2022–2032.

Konsep ekosistem secara aktif didiskusikan dalam riset manajemen, untuk menjembatani pemikiran sistem dan evolusi ilmu ekonomi. Sejumlah konsep yang tumpang tindih secara parsial seperti ekosistem-ekosistem industri, bisnis, jasa, platform, inovasi, dan pengetahuan selama ini telah digunakan tanpa adanya penjelasan yang menentukan keterkaitan di antara sesamanya (Oksanen et al., 2018). Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif mendefinisikan Ekosistem Ekonomi Kreatif adalah keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi, yang dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif untuk memberikan nilai tambah pada produknya sehingga berdaya saing tinggi, mudah diakses, dan terlindungi secara hukum. Riset telah memfokuskan pada satu ekosistem yang khas menurut satu waktu di Kota Tanjungpinang khususnya pulau penyengat. Bagaimanapun, dalam sistem dunia yang riil, kepentingan para aktor seperti organisasi dan individu yang menjadi warga ekosistem merupakan satu kesatuan bersama-sama berbagai bagian dari ekosistem. Pada artikel yang membahas Strategi Partisipatif Pembangunan Sosial di Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang menunjukkan dalam strategi inovasi pembangunan sosial, perlunya peningkatan kualitas sumber daya manusia atau masyarakat bisa berperan aktif dari lima sektor (infrastruktur, kesehatan, budaya, sosial dan lingkungan) yang menjadi fokus utama dalam mendorong inovasi pembangunan sosial berbasis masyarakat (Mahadiansar & Romadhan, 2021). Kemudian, Pernah juga dilakukan penelitian terkait Pemasaran Pariwisata Halal di Era Disrupsi: Studi Kasus Pulau Penyengat di Provinsi Kepulauan Riau, menunjukkan dalam promosi digital penggunaannya masih terbatas pada informasi mengenai kegiatan pariwisata, dan belum memperkenalkan pariwisata halal secara riil (Destiana & Kismartini, 2020).

Kondisi empiris lainnya, menunjukkan Kota Tanjungpinang adalah suatu keadaan belum maksimalnya penggunaan digital marketing yang optimal dalam pengembangan usaha mereka dan pemasaran masih dilakukan secara manual, sehingga berdampak kepada kurang maksimalnya penjualan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dan Ekonomi Kreatif di Kota Tanjungpinang (Tiana, 2021). Beberapa UMKM yang terkategori ekonomi kreatif di penyengat adalah salah satunya usaha fashion Tanjak. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa inovasi bisnis dibidang ekonomi kreatif dan adaptasi IPTEK yang dilakukan oleh salah satu usaha tanjak tersebut adalah Alfa Tanjak yang menonjolkan ciri khas kebudayaan melayu yaitu seperti semua atribut yang dijual merupakan serba-serbi tanjak yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan seperti atribut fashion dan acara, souvenir, pajangan, dan sebagainya. Usaha ini membutuhkan pengembangan produk yang membuat packaging seunik mungkin agar konsumen tertarik akan produk yang di jual (Satriadi et al., 2022).

Pada sebuah ekosistem, seluruh aktor memiliki peran mereka sendiri untuk bermain dan, dengan cara ini, mereka memandang ekosistem yang secara parsial mengalami tumpang tindih dengan perspektif unik mereka sendiri. Hubungan antar *stakeholders* dan Ekosistem ini penting dikaji mulai dari sisi produksi hingga melakukan pemasaran hasil. Hubungan-hubungan dan interaksi antara tipe-tipe ekosistem oleh karena itu perlu dianalisis pada beberapa tingkatan untuk memahami bagaimana arus hubungan di antara ekosistem-ekosistem di dunia bisnis sebenarnya (Valkokari, 2015). Istilah ekonomi kreatif mulai dikenal secara global sejak munculnya buku *The creative economy: How People Make Money From Ideas* yang ditulis Jhon Howkins pada Tahun 2001, Howkins menyadari lahirnya gelombang ekonomi baru berbasis kreativitas setelah melihat pada tahun 1997 Amerika Serikat menghasilkan produk- produk hak kekayaan intelektual senilai 414 juta dolar yang menjadikan HKI ekspor nomor 1 AS. Howkins dengan ringkas mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai “The creation of value as result of idea”. John Howkins secara sederhana menjelaskan ekonomi kreatif dapat disarikan sebagai berikut: Kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang (Suparta, 2018).

Pada artikel ini akan lebih menekankan pada konsep strategi pengembangan ekosistem dari ekonomi kreatif itu sendiri. Sebab, Pengembangan ekonomi kreatif tidak terlepas dari budaya masyarakat setempat. Pengembangan ekonomi kreatif harus berbasis budaya masyarakat setempat. Budaya masyarakat setempat merupakan kearifan lokal yang harus dilestarikan dan dikembangkan dalam bentuk terintegrasi dalam setiap kegiatan pembangunan (Rakib, 2017). Strategi yang dilihat adalah bagaimana Ekosistem Ekonomi Kreatif dijalankan dengan keterhubungan sistem yang mendukung rantai nilai Ekonomi Kreatif, yaitu kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, dan konservasi, yang dilakukan oleh Pelaku Ekonomi Kreatif (Muhammad Syahbudi, 2021). Adapun sub sektor dalam ekonomi kreatif menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) ada 16 subsektor ekonomi kreatif yaitu: Aplikasi dan game developer, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film Animasi dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukkan, Seni Rupa, Televisi dan radio (Bimantara et al., 2021).

Definisi strategi pertama dikemukakan oleh Chandler (1962) yaitu “strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut” (Akil, 2015). Sementara Porter (1985) mengatakan bahwa “strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing”(Akil, 2015). Berangkat dari pengertian strategi ini, penulis akan menjabarkan kondisi pengembangan ekosistem ekonomi kreatif yang telah dilakukan pemerintah dalam mencapai kemajuan yang berkelanjutan dengan sinergitas terhadap perkembangan pariwisata. Pada tulisan ini akan dianalisis aspek-aspek yang berpengaruh khususnya aspek potensi perwujudan kawasan wisata, aspek aksesibilitas, dan aspek amenitas dalam hal keberadaannya sebagai penunjang pariwisata. Melihat kondisi ini tentunya akan memberikan gambaran tentang ekonomi kreatif di wilayah kepulauan dan di wilayah yang terbatas daya tarik wisatanya tentunya harus diperkuat dengan

ekosistem ekonomi kreatif untuk mendukungnya.

METODE

Objek dan lokasi yang membatasi pembahasan pada artikel ini adalah salah satu pemerintahan lokal atau pemerintah daerah yakni Pemerintah Kota Tanjungpinang, Provinsi Kepulauan Riau. Tanjungpinang dipilih sebagai lokus karena merupakan ibukota Provinsi Kepulauan Riau dan merupakan daerah yang memiliki aspek wisata yang berbeda dari wilayah lain yang menonjolkan sumber daya alam namun Tanjungpinang lebih ke aspek wisata budaya dan sejarah. Lokasi penelitian ini yaitu Kawasan Wisata Kota Tanjungpinang yang cukup terkenal Destinasi wisata Budaya dan sejarahnya yakni Pulau Penyengat. Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Subyek penelitian ini yaitu pemerintah, masyarakat, pemilik usaha industri kreatif, dan wisatawan. Data dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan konsep strategi dalam pengembangan ekosistem ekonomi kreatif. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai Januari hingga Mei tahun 2023.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pulau Penyengat adalah sebuah pulau kecil yang terletak di Kota Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Indonesia. Pulau ini memiliki sejarah yang kaya dan merupakan tempat berdirinya Keraton Riau-Lingga, bekas pusat kerajaan Melayu-Riau pada abad ke-19. Pulau Penyengat memiliki potensi yang cukup besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang berfokus pada kreasi, produksi, dan distribusi produk dan layanan yang memiliki nilai tambah tinggi secara intelektual dan artistik. Beberapa potensi ekonomi kreatif yang bisa dikembangkan di Pulau Penyengat antara lain:

- 1) **Pariwisata Budaya:** Pulau Penyengat memiliki warisan budaya yang kaya, seperti Keraton Riau-Lingga, masjid tua, makam-makam kerajaan, dan benteng-benteng peninggalan sejarah. Pengembangan pariwisata budaya dapat mencakup tur sejarah, pertunjukan seni tradisional, serta penjualan kerajinan tangan dan produk-produk lokal.
- 2) **Kuliner:** Pulau Penyengat juga memiliki kuliner khas yang unik, seperti gulai ikan patin, sambal belimbing, dan makanan laut segar. Pengembangan kuliner khas Pulau Penyengat dapat melibatkan rumah makan, kafe, atau gerai makanan yang menawarkan menu lokal kepada wisatawan.
- 3) **Kerajinan Tangan:** Pulau Penyengat memiliki tradisi kerajinan tangan yang telah diwariskan secara turun-temurun, seperti tenun songket, ukiran kayu, anyaman pandan, dan batik. Pengembangan kerajinan tangan dapat melibatkan pelatihan dan pemasaran produk-produk kerajinan kepada wisatawan dan pasar lokal.
- 4) **Seni dan Kreativitas:** Pulau Penyengat bisa menjadi tempat bagi para seniman lokal untuk mengembangkan bakat dan kreativitas mereka. Dalam hal ini, dapat diadakan galeri seni, pameran, pertunjukan musik dan tari, serta workshop untuk menginspirasi dan melibatkan masyarakat lokal dan wisatawan.

Demi mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif di Pulau Penyengat, diperlukan kerjasama antara pemerintah, komunitas lokal, dan sektor swasta. Pemerintah setempat dapat memberikan dukungan dalam bentuk infrastruktur, pelatihan, promosi, dan pengaturan kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Komunitas lokal dan sektor swasta juga dapat berperan dalam pengembangan inisiatif ekonomi kreatif, seperti membentuk koperasi atau asosiasi, serta mengadakan kerjasama dengan pelaku usaha kreatif lainnya. Secara ekosistem ekonomi kreatif tentunya membutuhkan kerjasama semua pihak namun belum tergambarkan, dalam beberapa aspek ekosistem akan dijelaskan pada sub pembahasan berikut.

a. Aspek Kreasi

Berdasarkan hasil analisis penilaian aspek potensi pengembangan ekonomi kreatif berbasis ekosistemnya dalam menunjang daya tarik wisata, menunjukkan bahwa aspek

kreasi di Pulau Penyengat terdapat beberapa ekonomi kreatif yang dikembangkan berdasarkan inisiatif warga setempat dengan mengembangkan kuliner khas melayu. Sepanjang pelantaran pelabuhan Pulau Penyengat terdapat kreasi kuliner yang bermacam-macam. Selain kuliner juga terdapat juga kerajinan dan fashion seperti baju melayu dan tanjak. Pada saat-saat tertentu seperti hari besar dan event pariwisata yang dilakukan pemerintah disana ditunjukkan juga beberapa pertunjukan seni melayu seperti tari dan permainan tradisional lainnya.

b. Aspek Produksi

Jika dilihat pada aspek produksi pengembangan yang dilakukan terhadap beberapa subsektor ekonomi kreatif tersebut masih sangat terbatas. Karena produksi hanya dilakukan untuk tingkatan lokal saja, pembaharuan produk juga masih monoton sehingga tidak berkembang lebih menarik lagi. Peran bisnis/perusahaan seharusnya adalah sebagai entitas organisasi yang diciptakan untuk menyediakan barang atau jasa bagi konsumen (Sopacua & Primandaru, 2020). Bisnis umumnya dimiliki swasta dan dibentuk untuk menghasilkan keuntungan dan meningkatkan kemakmuran bagi pemilikinya, serta dapat berbentuk melalui kepemilikan tunggal, kemitraan, korporasi dan koperasi. Produk yang ditawarkan juga masih sangat terbatas kemampuan industri rumah tangga. Tidak ada subsektor yang dikembangkan produksinya dalam skala besar. Seperti contoh kuliner, ada kue-kue tradisional yang hanya bertahan satu hari dan produksinya tentu disesuaikan jumlah pengunjung rata-rata. Kemudian ada juga pertunjukan seni yang hanya dipertunjukkan saat-saat ada event pariwisata saja.

c. Aspek Distribusi

Pada aspek distribusi ini, jika melihat dari produksi yang terbatas sudah barang tentu pasar yang diserap hanya di tingkatan lokal sebatas jumlah pengunjung. Contoh Kuliner dan Fashion misalnya tanjak, ini hanya di distribusikan paling jauh di wilayah luar pulau Penyengat yakni kelurahan lain seputaran Kota Tanjungpinang, dan itupun distribusi yang dilakukan juga terbatas. Penyediaan hasil produksi yang terbatas mengakibatkan sebaran distribusi yang dilakukan pun ikut terbatas. Selanjutnya, Informasi pariwisata akan sangat efektif dalam mendukung pemasaran produk dan persaingan produk tersebut di pasar. Pada beberapa produk yang mencantumkan identitas daerah/wilayah pada kemasannya baik dalam bentuk tulisan maupun ilustrasi/foto lebih dipilih oleh konsumen sebagai oleh-oleh setelah berkunjung ke suatu daerah/wilayah tertentu dibandingkan dengan kemasan produk yang tidak memiliki identitas khusus (Widyamurti, 2018).

d. Aspek Konsumsi

Pada aspek konsumsi, seperti yang telah dijelaskan konsumsi hanya sebatas konsumsi masyarakat lokal dan pengunjung Pulau penyengat tersebut. Konsumsi terbatas ini disebabkan lemahnya pemasaran dan kreasi dari ekonomi kreatif yang ada. Masyarakat lokal pun jarang untuk mengkonsumsi produk-produk ini secara rutin. Fashion yang dijual juga paling sering digunakan masyarakat pada event-event tertentu. Padahal tingginya konsumsi akan berpengaruh pada Pertumbuhan ekonomi. Jika mengaitkan dengan pertumbuhan ekonomi berarti perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat tentunya akan meningkat (Widyamurti, 2018).

e. Aspek Konsevasi

Pada aspek ini, tentu berkaitan terhadap konservasi lingkungan yang ada. Pada pulau penyengat yang ditonjolkan adalah wisata budaya dan sejarah. Sudah seharusnya konservasi lingkungan yang dilakukan adalah terhadap benda-benda cagar budaya dan lingkungan yang asri sesuai dengan kaidah pembaharuan cagar budaya. Keaslian harus

ditunjukkan dalam hal menjual wisata budaya ini. Pada pulau penyengat saat ini sudah dilakukan beberapa kali renovasi terhadap mesjid penyengat dan cagar budaya lainnya, namun perawatan serta jasa yang dijual dalam hal cerita sejarah masih sangat langka ditemukan. Jika dikaitkan dengan ekonomi kreatif juga belum ada keterhubungan yang dibangun antara produk yang dijual dengan cerita sejarah dan budaya yang dibangun. Seharusnya ada penguatan produk lokal tersebut dengan cerita khas sejarah dan budaya yang ada disana.

Berdasarkan beberapa aspek-aspek yang telah dijelaskan diatas dapat dilihat bahwa masih terdapat banyak kelemahan seperti masalah lemahnya konsumsi masyarakat, lemahnya pemasaran, kreatifitas dalam peningkatan kemasan produk, terbatasnya produk, serta tidak rutinnya event pariwisata. Namun untuk menutupi kelemahan tersebut tentunya juga ada banyak peluang yang dapat di optimalkan. Misalnya dapat dilakukan dengan menguatkan kelembagaan dalam pariwisata, keterlibatan semua stakeholders dan pemangku kepentingan. Diperlukan juga kebijakan yang adaptive dalam membangun pariwisata agar sesuai dengan perkembangan *trend* wisatawan(Darmawan, 2020).

Strategi dalam Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif telah digaungkan konsep menjadi ekonomi yang memiliki kekuatan, kreativitas dan kemandirian (Widyamurti, 2018). Berdasarkan analisis beberapa aspek diatas sebaiknya pemerintah dapat mengembangkan beberapa strategi yang dapat mendukung hal tersebut. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Pulau Penyengat:

- 1) **Pembangunan Infrastruktur:** Pemerintah perlu memastikan ketersediaan infrastruktur yang memadai, seperti jalan, jaringan listrik, air bersih, dan akses telekomunikasi yang baik. Infrastruktur yang memadai akan memudahkan pelaku ekonomi kreatif dalam memproduksi, memasarkan, dan mendistribusikan produk dan layanan mereka.
- 2) **Pelatihan dan Pendidikan:** Pemerintah dapat menyediakan pelatihan dan pendidikan yang berfokus pada keterampilan dan pengetahuan dalam industri ekonomi kreatif. Ini termasuk pelatihan kewirausahaan, manajemen usaha kreatif, desain, teknik produksi, pemasaran digital, dan keterampilan seni. Pelatihan ini akan membantu pelaku ekonomi kreatif di Pulau Penyengat untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk mereka.
- 3) **Fasilitasi Pemasaran dan Promosi:** Pemerintah dapat membantu memfasilitasi pemasaran dan promosi produk dan layanan ekonomi kreatif Pulau Penyengat melalui berbagai platform, seperti pameran, festival, dan acara seni. Selain itu, penggunaan teknologi digital dan media sosial dapat membantu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan visibilitas produk-produk kreatif Pulau Penyengat.
- 4) **Pengembangan Akses Keuangan:** Pemerintah dapat bekerja sama dengan lembaga keuangan untuk menyediakan akses keuangan yang lebih mudah dan terjangkau bagi pelaku ekonomi kreatif. Ini dapat berupa program pembiayaan khusus, pembiayaan modal kerja, atau bantuan pendanaan untuk pengembangan produk dan inovasi.
- 5) **Kebijakan dan Regulasi:** Pemerintah perlu menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif dengan menyusun kebijakan dan regulasi yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif. Hal ini termasuk perlindungan hak kekayaan intelektual, pengurangan birokrasi, perizinan yang sederhana, dan pengaturan pajak yang sesuai dengan karakteristik industri kreatif.
- 6) **Kolaborasi dan Jaringan:** Pemerintah dapat memfasilitasi kolaborasi antara pelaku ekonomi kreatif, seperti mengadakan pertemuan, workshop, atau forum diskusi. Jaringan dan kolaborasi ini dapat mendorong pertukaran ide, pengetahuan, dan sumber daya, serta memperluas peluang bisnis.
- 7) **Pemeliharaan dan Pemulihan Lingkungan:** Konservasi lingkungan alam dan pemulihan warisan budaya di Pulau Penyengat juga menjadi tanggung jawab pemerintah.

Kebersihan, keindahan, dan kelestarian lingkungan Pulau Penyengat akan meningkatkan daya tarik wisata dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

SIMPULAN

Pulau Penyengat di Kota Tanjungpinang memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif. Dalam rangka mendorong pertumbuhan sektor ini, pemerintah dapat mengambil beberapa langkah strategis. Infrastruktur yang memadai, pelatihan dan pendidikan yang relevan, serta fasilitasi pemasaran dan promosi yang efektif merupakan beberapa faktor penting dalam pengembangan ekonomi kreatif.

Selain itu, akses keuangan yang mudah, kebijakan dan regulasi yang mendukung, serta kolaborasi dan jaringan yang erat antara pelaku ekonomi kreatif akan membantu menciptakan lingkungan bisnis yang kondusif. Selaras dengan itu, pemeliharaan dan pemulihan lingkungan alam serta warisan budaya juga menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik wisata dan mendukung pengembangan ekonomi kreatif.

Melalui strategi-strategi ini, pemerintah dapat memainkan peran yang signifikan dalam menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan di Pulau Penyengat. Dengan demikian, potensi lokal dapat dioptimalkan, lapangan kerja dapat diciptakan, dan kehidupan masyarakat dapat ditingkatkan melalui peningkatan pendapatan dan peluang usaha yang berkaitan dengan ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriantari, R., & Putri, C. Y. (2017). Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 1(1), 61–81. <https://www.journal.unpas.ac.id/index.php/transborders/article/view/754>
- Akil, N. (2015). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wajo. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(4), 404–415.
- Bimantara, A. R., Hidayat, W., & Suliswanto, M. S. W. (2021). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi JIE*, 4(1), 1–13. <https://doi.org/10.22219/jie.v4i1.9189>
- Darmawan, E. (2020). Analisis Sinkronisasi Kelembagaan dan Kebijakan Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau. *2020Journal of Government - Jog*, 5(2), 106–125.
- Destiana, R., & Kismartini, K. (2020). Pemasaran Pariwisata Halal di Era Disrupsi: Studi Kasus Pulau Penyengat di Provinsi Kepulauan Riau. *Society*, 8(1), 278–299.
- Fedryansah, B. R. M. (2018). Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>
- Jalil, A., & Basyiruddin, B. (2023). *Analisis Budaya Ekonomi Kreatif Di Desa*. 1(1).
- Mahadiansar, M., & Romadhan, F. (2021). Strategi Partisipatif Pembangunan Sosial di Pulau Penyengat Kota Tanjungpinang. *Civitas Consecratio: Journal of Community Service and Empowerment*, 1(1), 43–55. <https://doi.org/10.33701/cc.v1i1.1626>
- Muhammad Syahbudi, S. E. I. M. A. (2021). *Ekonomi Kreatif Indonesia: Strategi Daya Saing UMKM Industri Kreatif Menuju Go Global (Sebuah Riset Dengan Model Pentahelix)*. Merdeka Kreasi Group. <https://books.google.co.id/books?id=zglHEAAQBAJ>
- Nurlaelia, W. A. E. a. (2021). *Pengenalan Akses Ke Perbankan Syariah Melalui Pengembangan Ekonomi Kreatif Masyarakat Di Desa Cibunian, Kecamatan Pamijahan, Kabupaten Bogor*. 1.
- Oksanen, J., Kuusisto, O., Lima-Toivanen, M., Mäntylä, M., Naumanen, M., Rilla, N., Sachinopoulou,

- A., & Valkokari, K. (2018). In search of Finnish creative economy ecosystems and their development needs-study based on international benchmarking. *Publications of the Government's Analysis, Assessment and Research Activities 50/2018, October*, 155. www.tietokayttoon.fi
- Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9), 1–58.
- Satriadi, Zalillah, F., Azizah, N., Yuliska, F., & Fikri, I. (2022). Inovasi Bisnis pada UMKM Alfa Tanjung Tanjungpinang. *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 1, 677–685.
- Sopacua, I. O., & Primandaru, N. (2020). Implementasi Quadruple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 23(2), 224–238. <https://doi.org/10.35591/wahana.v23i2.238>
- Suparta, I. W. (2018). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, 12(1), 1–8. http://feb.unila.ac.id/wp-content/uploads/2019/11/16_Iwayan_strategi.pdf
- Tiana, I. O. C. C. P. Y. (2021). *Sosialisasi Digital Marketing Pada Peningkatan Kapasitas Sdm Pariwisata Ekonomi Kreatif Kota Tanjungpinang*. 01(05), 30–34.
- Valkokari, K. (2015). Business, Innovation, and Knowledge Ecosystems: How They Differ and How to Survive and Thrive within Them. *Technology Innovation Management Review*, 5(8), 17–24. <https://doi.org/10.22215/timreview919>
- Widiastuti, T., Wismiarsi, T., & Badaruddin, M. (2016). *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC" Urgensi Bisnis dan Komunikasi dalam Memperkuat Peran Indonesia Menghadapi Dinamika Ekonomi dan Politik ...* [https://repository.bakrie.ac.id/76/1/Prosiding INDOCOPAC 2016 revisi 004.pdf](https://repository.bakrie.ac.id/76/1/Prosiding%20INDOCOPAC%202016%20revisi%20004.pdf)
- Widyamurti, N. (2018). Pemasaran Pariwisata Melalui Kemasan Produk Ukm Standing Pouch Berbahan Paper Metal Di Era Ekonomi Kreatif. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v1i1.45>
- Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif.
- Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2021 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kota Tanjungpinang Tahun 2022–2032