

PROBLEMATIKA PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENUNJANG SEKTOR PARIWISATA DI KALIMANTAN SELATAN

PROBLEMATICS OF CREATIVE ECONOMIC DEVELOPMENT IN SUPPORTING TOURISM SECTORS IN SOUTH KALIMANTAN

Riswan, Hartiningsih, Siska Fitriyanti, Ahmad Zaky Maulana, Yudhi Putryanda,
Tri Fitriani Puspitasari, Herry A. Pradana

Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Kalimantan Selatan,
Jl. Dharma Praja I, Kawasan Perkantoran Pemerintah Provinsi Kalsel, Banjarbaru, Kalsel, Indonesia
e-mail : riswan.muhammad@gmail.com

Diserahkan: 10/7/2018, Diperbaiki:14/8/2018, Disetujui: 21/8/2018

Abstrak

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan sektor pariwisata, di mana tujuan melakukan perjalanan biasanya untuk melihat pemandangan alam, menikmati kuliner, serta membeli cinderamata. Namun lemahnya koordinasi dan belum adanya konektivitas antara ekonomi kreatif dengan sektor pariwisata di Kalimantan Selatan menimbulkan permasalahan dalam pengembangannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis permasalahan yang dihadapi oleh sektor pariwisata dan merumuskan kebijakan pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang sektor pariwisata. Penelitian bersifat deskriptif kualitatif, dengan teknik wawancara mendalam, observasi dan *focus group discussion*. Informan ditentukan secara *purposive sampling* pada 2 kota dan 11 kabupaten di Kalimantan Selatan. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa potensi ekonomi kreatif yang terdapat pada Kabupaten/Kota di Kalimantan Selatan cenderung pada sub sektor *fashion*, kuliner, dan seni pertunjukan. Objek daya tarik wisata andalan Kalimantan Selatan, di antaranya ; wisata alam Loksado di Kabupaten Hulu Sungai Selatan, wisata pasar terapung Kuin dan Lok Baintan, objek alam Bajuin, pantai Batakan dan Takisung di Kabupaten Tanah Laut, wisata alam pantai Pagatan dan pantai Angsana di Kabupaten Tanah Bumbu. Hasil Penelitian juga menemukan bahwa permasalahan yang ada dalam pengembangan sektor pariwisata di Kalimantan Selatan antara lain adalah kelembagaan, sumber daya manusia, pembiayaan, akses pasar, konektivitas, dan sinergisitas. Kebijakan pemerintah yang dapat dilakukan di antaranya sosialisasi regular, sektoralisasi, fokus pada produk unggulan, serta pendekatan budaya.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, pariwisata, kebijakan

Abstract

Creative economy is closely related to the tourism sector, in which the purpose of traveling is usually to see natural scenery, enjoy culinary, and buy souvenirs. However, the lack of coordination and connectivity between the creative economy and the tourism sector in South Kalimantan raise some problems in its development. Therefore, it is necessary to conduct research concerning the sector with the aim to analyze the problems faced and formulate a creative economic development policy in supporting the tourism sector. The research is qualitative with descriptive method, using an in-depth interview technique, observation and focus group discussion for data collection method. Informant was determined by purposive sampling at 2 cities and 11 districts in South Kalimantan. The dominant sector for creative economy are the fashion, culinary and performing arts sub-sectors. The object of South Kalimantan's tourist attractions mainly are; Loksado natural tourism, Kuin and Lok Baintan floating market tours, Bajuin natural objects, Batakan beach, Takisung beaches, Pagatan beach and Angsana beach. The Main Problems surrounding the sectors are; institutional, human resources, financial, market access, connectivity, and synergy between stakeholders. Policies that can be implemented to deal with the abovementioned problems are frequent socialization, sectorization, focus on regency's featured products, and cultural approaches.

Keywords: Creative economic, tourism, policy

PENDAHULUAN

Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) berdasarkan harga konstan 2010 di Kalimantan Selatan mengalami kenaikan, dari 115,75 triliun rupiah pada tahun 2016 menjadi 121,86 triliun rupiah pada tahun 2017 (BPS 2018a). Kenaikan PDRB ini

disebabkan oleh meningkatnya produksi pada seluruh lapangan usaha, dimana terjadi pergeseran dari lapangan usaha pertanian menuju lapangan usaha industri dan jasa. Hal ini menunjukkan kondisi perekonomian daerah dalam menata pembangunan melalui pengelolaan sumber daya manusia dan sumber

daya alam yang dimiliki. Potensi sumber daya tersebut sangat penting dalam mengembangkan perekonomian di Kalimantan Selatan. Dilihat dari distribusi PDRB maka perekonomian Kalimantan Selatan masih didominasi pada kategori lapangan usaha pertanian dan pertambangan sebesar 35,35 persen, sedangkan kontribusi jasa lainnya (termasuk didalamnya sektor ekonomi kreatif) hanya berkisar 1,12 persen (BPS 2018c). Secara nasional PDB ekonomi kreatif pada tahun 2015 sebesar 852 trilyun atau tumbuh sebesar 4,38 persen. Ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,38 persen terhadap perekonomian nasional. Adapun 3 (tiga) besar sub sektor yang berkontribusi terhadap perekonomian adalah kuliner (41,69%), *fashion* (18,15%), dan kriya (15,7%). Sedangkan 4 (empat) sub sektor yang mengalami pertumbuhan pesat adalah desain komunikasi visual (10,28%), musik (7,26%), animasi video (6,68%), dan arsitektur (6,62%) (Bekraf dan BPS 2017).

Walaupun kontribusi ekonomi kreatif masih rendah terhadap PDRB di Kalimantan Selatan, namun jika terus dikembangkan maka akan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah. Ekonomi kreatif merupakan salah satu konsep pengembangan sektor ekonomi yang tidak hanya bergantung pada potensi sumber daya alam yang dimiliki, namun juga mengedepankan aspek kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki kualitas dan kreatifitas dalam mengoptimalkan potensi sumber daya untuk memberikan nilai tambah pada sektor ekonomi dan kesejahteraannya secara menyeluruh. Mengacu pada tujuan pembangunan daerah yang salah satunya untuk meningkatkan perekonomian dan daya saing daerah, maka ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat dominan. Ekonomi kreatif (ekraf) sebagai konsep ekonomi baru yang mengandalkan ide kreatifitas, budaya, dan teknologi diyakini mampu menjadi sumber pertumbuhan baru bagi perekonomian nasional ke depan. Ekonomi kreatif menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia di tengah perlambatan pertumbuhan ekonomi saat ini (BPS 2017).

Terdapat dua perspektif dalam peningkatan perekonomian dan daya saing daerah antara lain : 1) Ekonomi kreatif mampu dilakukan oleh berbagai Industri Kecil dan Menengah (IKM) maupun pelaku Usaha Kecil dan Menengah (UKM); dan 2) Pada posisi perekonomian yang stabil, ekonomi kreatif dapat menjadi katalisator dalam percepatan peningkatan daya saing baik di tingkat lokal maupun nasional dengan mengedepankan inovasi dan kreatifitas pada aspek produk, teknologi pengolahan hingga standarisasi produk sesuai kebutuhan pasar. Sebagaimana penelitian sebelumnya dapat digambarkan peta potensi ekonomi kreatif dan pengembangan kewirausahaan pelaku ekonomi kreatif di Provinsi

Kalimantan Selatan terdiri atas 3 (tiga) industri kreatif yang lebih unggul yakni kerajinan, arsitektur, dan pasar seni, sedangkan barang antik serta beberapa industri lainnya pada posisi ranking 4 dan seterusnya (Sarwani and Kadir 2017).

Sejalan dengan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kalimantan Selatan Tahun 2016-2021 yang salah satu misinya adalah “Mengembangkan daya saing ekonomi daerah yang berbasis sumberdaya lokal dengan memperhatikan kelestarian lingkungan”, maka prioritas pembangunan daerah yang akan dilaksanakan salah satunya menjadikan Kalimantan Selatan sebagai destinasi wisata nasional. Berdasarkan hasil penelitian, pengelolaan yang dilakukan oleh pemerintah sebagai pengelola tunggal kawasan Pasar Terapung Kuin dan Siring dalam menjalankan visi dan misi serta mewujudkan tujuan yang ditetapkan adalah dengan menghadirkan kawasan pasar terapung yang mudah diakses oleh pengunjung dan wisatawan yaitu Pasar Terapung Siring (Sugianti 2016). Kemudian penelitian lain menyebutkan bahwa pasar terapung merupakan tempat jual-beli yang khas, tradisional dari sarana pendukung, penjual dan pembeli, dan waktu, serta sistem transaksi di lokasi pasar itu sendiri. Ini semua membentuk kode budaya khas pasar terapung (Nida 2014). Dalam hal ini, pemerintah daerah telah berupaya untuk meningkatkan peran pariwisata dalam meningkatkan perekonomian, diantaranya pasar terapung, wisata alam loksado, wisata pantai takisung, even tahunan Mappanretasi di pantai Pagatan, wisata religi dan lain sebagainya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Sylvia (2016), alternatif strategi yang digunakan untuk meningkatkan citra produk obyek wisata di antaranya ; meningkatkan kebersihan dan perawatan terhadap fasilitas-fasilitas yang sudah ada, menambah sarana pendukung wisata yang masih kurang, merealisasikan pengembangan obyek wisata oleh pemerintah, meningkatkan kualitas lingkungan kawasan wisata, dan melakukan kegiatan promosi yang efektif. Jumlah wisatawan nusantara dan mancanegara ke wilayah Kalimantan Selatan menunjukkan tren peningkatan, pada tahun 2016 sebanyak 690,6 ribu wisatawan nusantara dan 27,7 ribu wisatawan mancanegara (BPS 2018c). Perjalanan wisata menjadi salah satu indikator sosial yang menggambarkan tingkat kesejahteraan masyarakat, dimana tujuan melakukan perjalanan biasanya untuk melihat pemandangan alam, menikmati kuliner, serta membeli cinderamata.

Dengan melihat potensi sumber daya daerah yang dimiliki, seharusnya pengembangan ekonomi kreatif yang terintegrasi di Kalimantan Selatan mampu menjadi peluang dalam mendukung percepatan pembangunan perekonomian daerah. Kolaborasi lintas sektor untuk pengembangan ekonomi kreatif dalam

mendukung sektor pariwisata dinilai sangat perlu dilakukan dalam aspek kelembagaan, hukum, dan sumber daya. Fenomena yang telah dipaparkan tersebut menjadi urgensi untuk diteliti, dimana penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang terbatas pada pemetaan ekonomi kreatif. Penelitian yang dilaksanakan (Sarwani and Kadir 2017), memberikan konsep dan strategi dalam pengembangan ekonomi kreatif yang salah satunya melalui promosi dan informasi pemasaran produk. Sektor pariwisata erat kaitannya dengan kegiatan promosi dan informasi, kecenderungan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat jika mendapatkan informasi tentang daya tarik objek wisata yang ditawarkan. Peningkatan sektor pariwisata di Kalimantan Selatan tentunya perlu ditunjang oleh pengembangan ekonomi kreatif yang optimal. Namun pada kenyataannya, lemahnya koordinasi dan belum adanya konektivitas antara ekonomi kreatif dengan sektor pariwisata menimbulkan permasalahan dalam pengembangannya. Berdasarkan hal tersebut, maka perlu dilakukan penelitian problematika pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang sektor pariwisata di Kalimantan Selatan.

Adapun permasalahan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut :

1. Mengapa potensi ekonomi kreatif dalam mendukung sektor pariwisata di Kalimantan Selatan belum dikembangkan secara optimal ?
2. Apa kendala dan hambatan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan ?
3. Bagaimana kebijakan pemerintah daerah dalam menata dan mengembangkan ekonomi kreatif ?

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Menganalisis potensi ekonomi kreatif dalam menunjang sektor pariwisata di Kalimantan Selatan.
2. Menganalisis kendala dan hambatan yang ditemukan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan.
3. Merumuskan kebijakan pemerintah daerah dalam menata dan mengembangkan ekonomi kreatif.

Sedangkan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan yang bersifat rekomendasi dalam rangka perencanaan program dan kegiatan pengembangan ekonomi kreatif untuk menunjang sektor pariwisata di Kalimantan Selatan.

KERANGKATEORITIS

Industri kreatif adalah : “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut”. Industri kreatif dapat dikelompokkan menjadi 16 sub sektor, menurut Departemen

Perdagangan Republik Indonesia dalam buku Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif 2025 yaitu ; 1) Periklanan, 2) Arsitektur, 3) Kerajinan, 4) Kuliner, 5) *Fashion*, 6) Fotografi, 7) Musik, 8) Seni Pertunjukan, 9) Penerbitan, 10) Aplikasi dan *game developer*, 11) Televisi dan Radio, 12) Desain produk, 13) Seni Rupa, 14) Film, animasi dan video, 15) Desain Interior, 16) Desain komunikasi visual (Departemen Perdagangan Republik Indonesia 2008). Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) memiliki visi, ekonomi kreatif menjadi kekuatan baru ekonomi Indonesia. Untuk itu sasaran strategis yang ingin dicapai Bekraf adalah meningkatkan pertumbuhan PDB Ekraf. Hal ini dicapai dengan meningkatkan daya saing produk kreatif Indonesia berbasis hak kekayaan intelektual baik yang terdaftar maupun yang melekat serta meningkatkan nilai tambah yang dapat diwujudkan dalam perekonomian Indonesia (Bekraf RI 2017).

Muller, Rammer, dan Truby (2008) dalam Ananda dan Susilowati (2017) mengemukakan tiga peran industri kreatif terhadap inovasi ekonomi dalam penelitiannya di Eropa. Yang pertama, industri kreatif adalah sumber utama dari ide-ide inovatif potensial yang berkontribusi terhadap pembangunan/inovasi produk barang dan jasa. Kedua, industri kreatif menawarkan jasa yang dapat digunakan sebagai input dari aktivitas inovatif perusahaan dan organisasi baik yang berada di dalam lingkungan industri kreatif maupun yang berada di luar industri kreatif. Terakhir, industri kreatif menggunakan teknologi secara intensif sehingga dapat mendorong inovasi dalam bidang teknologi tersebut. Industri kreatif digambarkan sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas individu. Industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia karena memiliki beberapa alasan : Pertama, dapat memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan sumbangannya terhadap PDB; Kedua, menciptakan iklim bisnis positif yang berdampak pada sektor lain; Ketiga, membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon Nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai local; Keempat, berbasis kepada sumber daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan kreatifitas; Kelima, menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa; Terakhir, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial (Ananda dan Susilowati, 2017).

Mohammad Adam J. (2009) menyebutkan bahwa faktor terpenting dalam pencapaian kesuksesan industri kreatif bidang *fashion* adalah konsolidasi dan penguatan fungsi dari para pemangku tanggung jawab, dalam hal ini *Triple Helix Plus*. *Triple Helix Plus* disini

meliputi modifikasi ketetapan pemerintah, Departemen Perdagangan Republik Indonesia, dan *Queensland Creative Industry* sebagai studi kasus untuk studi *benchmark* ini. Pemimpin dan subsektor yang ada dalam industri kreatif bidang fashion harus senantiasa bekerja sama secara kohesif dalam melaksanakan, memonitor, dan melanjutkan rencana aksi yang telah dirancang. Hal penting lainnya adalah untuk selalu fokus terhadap tugas peningkatan keunggulan input dari industri kreatif bidang *fashion*, menjaga rata-rata tingkat pertumbuhan dan pendapatan pada level yang kompetitif dengan pesaing nasional. Pencapaian tersebut merupakan elemen kunci dalam menjadi industri kreatif yang berdaya saing tinggi (Ananda dan Susilowati, 2017).

Salah satu sektor yang berkaitan dengan ekonomi kreatif adalah pariwisata, sebagaimana dijelaskan dalam Undang-undang RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Republik Indonesia 2009). Menurut Musanef (1995, h.11) mengartikan pariwisata sebagai suatu perjalanan yang dilaksanakan untuk sementara waktu, yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain untuk menikmati perjalanan bertamasya dan berekreasi (Sefira dan Mardiyono 2013). Selanjutnya Smith, 1988 mengklasifikasikan berbagai barang dan jasa yang mestinya disediakan oleh destinasi pariwisata menjadi enam kelompok besar, yaitu : 1) *transportation*, 2) *travel services*, 3) *accommodation*, 4) *food services*, 5) *activities and attractions*, dan 6) *retail goods* (Bagus 2015).

Menurut Ooi (2006) dalam (Agung 2015), Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah. Pembinaan dan pengembangan industri kreatif selama ini disinyalir belum optimal dari instansi terkait dan mereka membutuhkan bantuan agar mampu tumbuh dan bersaing. Pihak yang dianggap mampu memberikan

bantuan untuk pengembangan industri kreatif yaitu *intellectuals*, *government* dan *business* (*Triple Helix*). Menurut Etzkowitz (2008), kolaborasi dari tiga aktor *Triple Helix* dianggap mampu meningkatkan kreativitas, ide dan *skill*. Kolaborasi yang baik ketiga aktor *triple helix* diharapkan tercipta sinergi yang menguntungkan dan seimbang dan masing-masing dapat memainkan perannya secara optimal demi mewujudkan industri kreatif yang tangguh dan berkelanjutan (Asyhari and Wasitowati 2015).

Menurut Etzkowitz (2008), lembaga yang memiliki otoritas pengembangan industri kreatif adalah *government* (pemerintah), baik pemerintah pusat maupun daerah. Sinergi antar departemen dan badan di pemerintah pusat, sinergi antara pemerintah pusat dan daerah sangat di perlukan untuk mencapai visi, misi dan sasaran pengembangan industri kreatif. Suatu premis bahwa sirkulasi *triple helix* merupakan suatu bidang yang dapat menggerakkan masyarakat untuk meningkatkan kreativitas, ide-ide dan keterampilan (Asyhari and Wasitowati 2015). Menurut Afonso (2012), konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society*. Hubungan yang erat, saling menunjang dan simbiosis mutualisme antara keempat aktor tersebut diharapkan menjadi penggerak tumbuhnya industri kreatif yang berkesinambungan (Mulyana 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertipe deskriptif, dengan pendekatan kualitatif. Penelitian deskriptif sebagai penelitian yang berusaha menggambarkan atau mendeskriptifkan suatu fenomena secara sistematis sesuai dengan apa adanya berdasarkan dengan variabel-variabel atau kondisi dalam suatu situasi (Dantes 2012).

Sesuai dengan tipe penelitian tersebut, maka pendekatan penelitian yang dianggap relevan dapat dilakukan melalui pendekatan kualitatif berbasis *survey/field*. Di antara ragam pendekatan penelitian kualitatif adalah penelitian fenomenologi (Imran 2017). Penelitian dengan pendekatan kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misal perilaku, persepsi, tindakan dan lain sebagainya secara holistik dengan cara mendeskripsikan ke dalam bentuk kata-kata, ulasan pada suatu konteks khusus yang alamiah dengan memanfaatkan metode alamiah (Moeleong 2006).

Adapun pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik, yaitu:

- a. Melakukan diskusi kelompok terarah atau FGD (*Focus Group Discussion*), yang dilakukan untuk mempertajam data yang kiranya belum tergalai

pada waktu wawancara. FGD dilakukan satu kali dengan mengundang pelaku industri dan pemerintah daerah, dan organisasi terkait.

- b. Observasi, yakni melakukan pengamatan langsung ke objek yang diteliti dengan mencatat dan mendokumentasikan sejumlah data yang relevan.
- c. Melakukan wawancara mendalam secara bebas terpimpin, yakni pewawancara mempersilakan atau memberi waktu yang banyak terhadap informan untuk mengutarakan segala sesuatunya berdasarkan fakta dan data yang diketahui dan dialaminya. Akan tetapi pewawancara mengarahkan kembali ke pokok permasalahan sesuai pedoman wawancara jika penjelasan informan sudah keluar dari konteks yang digali (Singarimbun 2009).

Lokasi penelitian pada di Provinsi Kalimantan Selatan yang terdiri dari 2 kota dan 11 Kabupaten yaitu ;1) Kota Banjarmasin dan Banjarbaru, dan 2) Kabupaten Banjar, Tapin, Hulu Sungai Selatan, Hulu Sungai Tengah, Hulu Sungai Utara, Balangan, Tabalong, Tanah Laut, Tanah Bumbu, dan Kotabaru. Dipilihnya lokasi tersebut agar dapat menggambarkan secara keseluruhan potensi ekonomi kreatif yang dapat dikembangkan dalam menunjang sektor pariwisata daerah. Sedangkan informan dalam penelitian ini ditentukan secara *purposive sampling*, yakni sumber yang dianggap berkompeten terhadap permasalahan yang diteliti. Informan diperoleh pada disperseindagkop dan UKM, dinas pariwisata dan pelaku usaha yang bergerak pada ekonomi kreatif.

Data diolah dengan tahapan : 1) Melakukan reduksi data yakni menyederhanakan data dengan memilah sejumlah informasi yang pokok dan dianggap penting serta sesuai dengan arah penelitian; 2) *Display* data yakni upaya pemetaan data/informasi agar menjadi lebih jelas dan tidak menimbulkan kesukaran, karenanya *display* data banyak dilakukan dengan model matrik; serta 3) Melakukan verifikasi sebagai upaya penyusunan data secara sistematis untuk selanjutnya mempermudah suatu kesimpulan sekaligus kesimpulan disini masih bersifat *tentative*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kondisi Faktual Ekonomi Kreatif dan Sektor Pariwisata

Kinerja perekonomian Kalimantan Selatan selama tahun 2017 mengalami kenaikan dibanding tahun 2016. Sektor yang memberikan sumber terbesar pada pertumbuhan ekonomi Kalimantan Selatan adalah sektor pertambangan, sektor pertanian, sektor industri. Nilai PDRB Kalimantan Selatan atas dasar harga berlaku tahun 2017 mencapai 159,59 triliun rupiah, bertambah 13,31 triliun rupiah dibanding tahun

2016 yang tercatat 146,28 triliun rupiah. Sedangkan berdasarkan harga konstan mencapai 121,86 triliun rupiah atau bertambah sebesar 6,12 triliun rupiah dibanding tahun 2016 yang tercatat 115,74 triliun rupiah (BPS 2018b).

Pertumbuhan ekonomi yang cukup pesat memberi dampak positif bagi pariwisata. Kultur budaya Banjar yang masih tradisional layak untuk dikembangkan sebagai obyek wisata yang menjanjikan. Ikon pariwisata yang ada di Kalimantan Selatan diantaranya Pasar Terapung di Kuin, berada di DAS (Daerah Aliran Sungai) Barito. Objek tersebut cukup khas karena tidak ditemui di daerah lain. Selain itu tempat Pendulangan Intan di Cempaka, Wisata alam di sekitar Pegunungan Meratus dan lain-lain. Secara umum ekonomi kreatif di Kalimantan Selatan saat ini hanya sebatas usaha kecil yang masih sedikit mendapat perhatian untuk dapat dikembangkan secara optimal. Pengembangan ekonomi kreatif seharusnya bisa difokuskan lagi untuk dilakukan pemerintah daerah, karena potensi kreatifitas dan spesifik lokal daerah sangat banyak ditemukan. Muller, Rammer, dan Truby (2008) dalam Ananda dan Susilowati (2017) menggambarkan industri kreatif sebagai kegiatan ekonomi yang berkeyakinan penuh pada kreativitas individu

Berdasarkan wawancara dengan pelaku ekonomi kreatif kain sasirangan (30 Mei 2018), seni dan budaya manyangga banua (tanggal 29 Juni 2018), dan mandai krispi (12 Juli 2018) didapatkan beberapa data sebagai berikut : modal awal pembentukan usaha dimulai dengan dana pribadi atau kelompok tanpa memanfaatkan pinjaman modal perbankan; tenaga kerja yang dimiliki terdiri dari keluarga dan tetangga terdekat; promosi yang dilakukan belum optimal untuk memanfaatkan media sosial; pengembangan usaha terkendala pada permodalan, pemasaran dan sumber daya manusia. Hal ini diperkuat hasil temuan lapangan sebenarnya yang menunjukkan kuatnya keinginan pelaku ekonomi kreatif untuk meningkatkan kapasitas baik kualitas produk maupun inovasi, akan tetapi banyak kendala yang dihadapi dilapangan.

Salah satu kendala terbesar adalah Sumber Daya Manusia baik pada dinas maupun pada pelaku ekonomi kreatif. Pada dinas kurangnya sosialisasi serta nomenklatur ekonomi kreatif tidak jelas berada pada dinas apa. Pada pelaku, rata-rata didapati persoalan kurangnya pembinaan, jika ada pembinaan, dilakukan dengan tidak merata dan peserta yang diikutsertakan terbatas dan itu-itu saja. Dalam pengembangan Ekonomi Kreatif yang mendukung sektor pariwisata, diperlukan adanya aparatur sipil yang paham potensi daerah, UMKM binaan sebagai pelaku, dan juga sektor ekonomi kreatif apa saja yang dapat secara sinergis dapat mendukung pariwisata maupun sebaliknya. Beberapa kendala yang dihadapi

oleh aparatur sipil di kabupaten/kota di Kalimantan Selatan diantaranya, dana daerah yang tidak memadai, kurangnya personil serta kurangnya edukasi dalam melakukan pembinaan kepada pelaku. Melalui hasil wawancara mendalam dengan Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UMKM pada 2 kota dan 11 kabupaten memang disampaikan banyaknya kendala teknis yang berkaitan dengan minimnya kualitas dan kuantitas sumber daya manusia dalam mensinergikan ekonomi kreatif dengan sektor pariwisata di Kalimantan Selatan.

Tabel 1. Potensi Ekonomi Kreatif di Kalimantan Selatan Tahun 2018

NO	KAB/KOTA	POTENSI EKONOMI KREATIF
1	Banjarmasin	Sasirangan : kreatifitas pewarnaan, motif
2	Banjarbaru	Sasirangan Bordir : kreatifitas pewarnaan, motif dan keahlian border kain
3	Banjar	Sasirangan : kreatifitas pewarnaan, motif
4	Barito Kuala	Sasirangan : kreatifitas pewarnaan, motif Anyaman Purun Tikus : kreatifitas seni anyaman
5	Tapin	Sasirangan berfilosofi pewarnaan,
6	Hulu Sungai Selatan	Kerajinan Rotan : kreatifitas seni anyaman, seni pengolahan dari bahan alam
7	Hulu Sungai Tengah	Upacara Manyanggar Banua : kreatifitas seni budaya dan adat istiadat, kerajinan peralatan kesenian
8	Hulu Sungai Utara	Kuliner duduitan : kreatifitas bentuk dan usaha lokal pembuatan kue turun-temurun
9	Balangan	Kuliner mandai krispi : kreatifitas penciptaan jenis makanan baru berdasarkan potensi lokal
10	Tabalong	Sasirangan motif yang kreatifitas pewarnaan, berfilosofi
11	Tanah Laut	Sasirangan Jimpitan : kreatifitas pewarnaan, motif. Tenun Pagatan : kreatifitas penenunan
12	Tanah Bumbu	benang dan motif. Pentol Ikan : kreatifitas peningkatan nilai ekonomis ikan lokal
13	Kotabaru	Kuliner Amplang, : kreatifitas proses pengolahan ikan. Seni Pertunjukan : kreatifitas seni budaya

Sumber : Data diolah peneliti, 2018

Potensi ekonomi kreatif yang terdapat di kabupaten/kota dapat diklasifikasi menjadi sub sektor sebagai berikut: 1) Kota Banjarmasin, Banjarbaru, dan Kabupaten Banjar, Barito Kuala, Tapin, Tabalong,

Tanah Laut pada sub sektor *fashion* dengan kreatifitas pewarnaan dan motif pada kain sasirangan, sedangkan Kabupaten Tanah Laut pada kain tenun pagatan; 2) Kabupaten Hulu Sungai Selatan pada sub sektor kerajinan dengan kreatifitas pada seni anyaman rotan; 3) Kabupaten Hulu Sungai Tengah pada sub sektor seni pertunjukan dengan kreatifitas seni dan budaya “Manyangga Banua”; 4) Kabupaten Hulu Sungai Utara, Balangan, dan Kotabaru pada sub sektor kuliner dengan kreatifitas pada kuliner wadai duit-duitan, mandai krispi, dan amplang ikan. Sebagian besar kabupaten/kota yang terdapat di Kalimantan Selatan mengandalkan kain sasirangan yang cara pewarnaan dan motifnya memiliki ciri khas sebagai potensi ekonomi kreatifnya. Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan menghimbau agar masing-masing kabupaten/kota memiliki sasirangan dengan motif khas tersendiri, seperti Kabupaten Tanah Laut dengan motif jimpitan, Kabupaten Banjar dengan motif intan, Kabupaten Tapin dengan 14 macam motif sasirangan dengan nilai historis di setiap jenis motifnya, serta Kabupaten Barito Kuala dengan sasirangan motif galam. Khusus untuk Kabupaten Tanah Bumbu, mereka telah memiliki kain khas daerahnya sendiri yang bukan kain sasirangan, tetapi kain tenun pagatan.

Industri kreatif sub sektor *fashion* lebih mendominasi perkembangannya di Kalimantan Selatan, hal ini disebabkan kain sasirangan merupakan produk lokal yang mencerminkan khas daerah sehingga diperlukan komitmen bersama pemangku kepentingan untuk melestarikannya. Pemerintah daerah mewajibkan aparatur sipil Negara untuk memakai baju sasirangan setiap hari kamis, juga pada even-even tertentu yang terkait dengan hari jadi daerah. Sejalan dengan pemikiran Adam (2009) dalam Ananda dan Susilowati (2017) bahwa faktor terpenting dalam pencapaian kesuksesan industri kreatif bidang *fashion* adalah konsolidasi dan penguatan fungsi dari pemangku tanggung jawab. Dimana pemimpin dan sub sektor terkait harus bekerjasama dalam melaksanakan, memonitor dan melanjutkan rencana aksi yang telah dirancang.

Berdasarkan hasil penelusuran lapangan, usaha kreatif yang dijalankan oleh masyarakat saat ini hanya sebatas usaha kecil dengan modal terbatas, sehingga pengembangan usaha untuk menjadi besar masih terkendala. Upaya untuk memperbesar usaha kreatif oleh pelaku sangat besar, akan tetapi umumnya mereka terkendala dalam hal kontinuitas hasil usaha kreatif, sumber daya, dan pemasarannya. Menurut Ananda dan Susilowati (2017), “industri kreatif perlu dikembangkan agar dapat memberikan kontribusi secara ekonomi, membangun citra dan identitas bangsa, menciptakan iklim inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif”.

Berdasarkan wawancara mendalam dengan

dinas perindustrian, perdagangan dan koperasi, usaha menengah dan kecil, didapatkan beberapa fakta yang memiliki kecenderungan sebagai berikut: belum adanya peraturan yang mendukung pengembangan ekonomi kreatif; potensi ekonomi kreatif belum dikelola secara optimal karena keterbatasan sumber daya manusia dan permodalan; jenis ekonomi kreatif yang dikembangkan terdapat pada sub sektor kuliner, kerajinan dan *fashion*; belum adanya program/kegiatan yang mengintegrasikan ekonomi kreatif ke dalam sektor pariwisata, karena hanya dimasukkan dalam program pilihan bukan program prioritas daerah; organisasi yang membina komunitas kreatif di kabupaten/kota masih belum banyak berperan aktif; kerjasama antara pemerintah dan pelaku ekonomi kreatif belum berjalan optimal sehingga terkendala pada pembinaan dan pola pemasarannya.

Kalimantan Selatan telah memiliki Kalsel Kreatif Forum, yang memiliki visi & misi untuk menjadi media informasi dan komunikasi para pelaku ekonomi kreatif, namun database pelaku ekonomi kreatif dan sebarannya masih belum ada. Pendataan secara berkala dan menyeluruh belum dilakukan secara optimal sehingga sulit dalam perencanaan pengembangan ekonomi kreatif oleh pemerintah daerah. Pemerintah daerah dan pelaku usaha belum berperan optimal dalam pencitraan daerah, yang pada akhirnya akan sangat bersinergi dengan tujuan pembangunan Provinsi Kalimantan Selatan sebagai salah satu destinasi wisata nasional.

Hal ini juga sesuai dengan hasil FGD yang dilakukan di kantor Balitbangda Provinsi Kalimantan Selatan, menurut ketua Kalsel Kreatif Forum bahwa ekonomi kreatif tidak dapat berjalan secara berkelanjutan tanpa partisipasi aktif komunitas ekonomi kreatif. Adapun yang dimaksud komunitas ekonomi kreatif disini adalah komunitas masyarakat yang bergerak di sektor ekonomi kreatif berbasis ekonomi lokal yakni : kerajinan, barang-barang seni, *fashion*, serta seni pertunjukan.

Sebagian dari potensi wisata yang ada di Kalimantan Selatan telah dikembangkan sebagai objek daya tarik wisata (ODTW) andalan Kalimantan Selatan, misalnya wisata alam Loksado di Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan wisata pasar terapung Kuin dan Lok Baintan yang populer di skala lokal dan nasional, di samping objek wisata lainnya seperti objek alam Bajuin, pantai Batakan dan Takisung di Kabupaten Tanah Laut, wisata alam pantai Pagatan dan pantai Angsana di Kabupaten Tanah Bumbu. Pengembangan pariwisata tidak dapat lepas dari faktor-faktor seperti ; keunikan objek wisata, variasi kegiatan yang dapat dilakukan, aksesabilitas, ketersediaan sarana dan prasarana penunjang, kenyamanan, keamanan, serta kebersihan. Pariwisata pada dasarnya adalah produk wisata, dimana di dalamnya terdapat

konsentrasi berbagai bentuk atraksi, amenitas dan kemudahan aksesibilitas yang dapat menarik pengunjung baik dari domestik maupun internasional, termasuk wisatawan dan para pelaku bisnis dan konferensi. Hal ini sesuai dengan pendapat Smith (1988) dalam Bagus (2015) yang mengklasifikasikan berbagai barang dan jasa yang mestinya disediakan oleh destinasi pariwisata menjadi enam kelompok besar, yaitu 1) *transportation*, 2) *travel services*, 3) *accommodation*, 4) *food services*, 5) *activities and attractions*, dan 6) *retail goods*.

Tabel 2. Peraturan dan SIDA yang berhubungan dengan sektor pariwisata di Kalimantan Selatan Tahun 2018

NO	KAB/KOTA	PERATURAN	SIDA
1	Banjarmasin	Ada	Belum
2	Barito Kuala	Ada	Belum
3	Tapin	Belum	Belum
4	Tabalong	Ada	Belum
5	Tanah laut	Ada	Ada
6	Tanah Bumbu	Ada	Belum
7	Kotabaru	Ada	Belum
8	Hulu Sungai Selatan	Belum	Ada
9	Hulu Sungai Tengah	Belum	Belum
10	Banjarbaru	Ada	Belum
11	Banjar	Ada	Belum
12	Balangan	Ada	Belum
13	Hulu Sungai Utara	Belum	Belum

Sumber : Data diolah peneliti, 2018

Adanya peraturan daerah yang menunjang dalam pengelolaan sektor pariwisata sangat diperlukan sebagai aspek hukum yang mengikat dalam perencanaan dan penganggaran program dan kegiatan yang akan dilaksanakan di kabupaten/kota. Pemerintah Kota Banjarmasin telah menerbitkan peraturan walikota Banjarmasin Nomor 25 Tahun 2016 tentang pengelolaan dan pengembangan wisata berbasis sungai. Pemerintah Kabupaten Barito Kuala telah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2016 sudah mengatur mengenai penyelenggaraan tanda daftar usaha pariwisata, namun belum ada perangkat aturan maupun kebijakan dalam rangka mendukung sektor pariwisata. Pemerintah Kabupaten Tanah Laut pada tahun 214 telah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 5 Tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPKD) Kabupaten Tanah Laut. Kabupaten Tabalong telah menetapkan Peraturan Daerah terkait dengan Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPARDA) dengan sasaran utama tersusunnya

suatu konsep pengembangan kepariwisataan daerah, yang terintegrasi dengan pengembangan pariwisata Kalimantan Selatan. Kabupaten Tanah Bumbu mengeluarkan Peraturan Bupati Nomor 28 Tahun 2015 mengenai Penetapan Destinasi Pariwisata Unggulan Daerah Secara Terpadu Kabupaten Tanah Bumbu. Kabupaten Banjar juga menetapkan Peraturan Daerah Nomor 1 Tahun 2013 tentang penyelenggaraan Kepariwisata yang mengatur lebih jauh mengenai pembangunan kepariwisataan yang meliputi industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran/promosi, dan kelembagaan kepariwisataan, serta penetapan kawasan strategis di wilayah Kabupaten Banjar.

Pemerintah Kabupaten Kotabaru pada tahun 2009 telah mengeluarkan Peraturan Daerah Nomor 6 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Sektor pariwisata seharusnya menjadi perhatian pemerintah daerah dalam penetapan program prioritas bukan sebagai program pilihan. Dalam RPJMD Kota Banjarmasin Tahun 2016-2021, pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya melalui program pariwisata susur sungai. Kemudian pada strategi keempat yaitu revitalisasi sungai bagi kehidupan masyarakat. Hal ini semakin menguatkan arah pengembangan wisata di Kota Banjarmasin yang berbasis sungai. Dalam RPJMD Kabupaten Barito Kuala pada Visi dan Misinya belum menyatakan bahwa pembangunan pariwisata merupakan prioritas dari pembangunan di Barito Kuala. Berkaitan dengan konsep wisata tersebut, dengan tujuan utama untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, ada baiknya antara pemerintah Kabupaten Barito Kuala dengan pemerintah Kota Banjarmasin membuat suatu perjanjian kerjasama agar lebih terintegrasi kegiatan susur sungai Banjarmasin- Barito Kuala. Sedangkan di Kabupaten Hulu Sungai Utara didasarkan pada Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJPD) Tahun 2005-2025, pengembangan sektor pariwisata diarahkan pada pemantapan objek pariwisata lokal yang didukung oleh berkembangnya industri kecil dan menengah.

Sistem Inovasi Daerah (SIDa) perlu dilakukan karena sektor pariwisata akan berkembang jika diintegrasikan dengan sektor lainnya. Kabupaten Tanah Laut telah menetapkan SIDa dengan tema utamanya Pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*) pada tahun 2015. Kabupaten Hulu Sungai Selatan juga telah menetapkan SIDa dengan tema pariwisata berbasis ekowisata dan *community-based tourism*. Pada dokumen SIDa juga ditetapkan arah Pengembangan Kabupaten Hulu Sungai Selatanyang didasarkan pada konsep *borderless development* atau pengembangan tanpa batas dengan mensinergikan berbagai produk yang dimiliki oleh Kabupaten Hulu Sungai Selatan dengan produk-produk yang dimiliki oleh kawasan lain di sekitarnya.

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditingkatkan langkah-langkah yang terarah dan terpadu terutama mengenai pola pemberdayaan masyarakat dan perencanaan pengembangan infrastruktur dan lingkungan. Sektor-sektor tersebut hendaknya saling terkait sehingga pengembangan tersebut menjadi realistis, logis, proporsional, berkesinambungan dan dikerjakan secara bersama-sama. Strategi pengembangan pariwisata menurut Suryono (2004), pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan ; kebijakan pelaksanaan, penentuan tujuan yang hendak dicapai, dan penentuan cara atau metode penggunaan sarana dan prasarana.

Permasalahan Pengembangan Ekonomi Kreatif yang Menunjang Sektor Pariwisata

Pariwisata dan ekonomi kreatif saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Menurut Ooi (2006) dalam (Agung 2015), ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui pariwisata, maka 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.

Dari sisi wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai *souvenir*. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan melibatkan individual dan pengusaha *enterprise* bersentuhan dengan sektor budaya. Persentuhan tersebut akan membawa dampak positif pada upaya pelestarian budaya dan sekaligus peningkatan ekonomi serta estetika lokasi wisata. Pada hakikatnya, hampir sebagian besar kota/kabupaten di Provinsi Kalimantan Selatan memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisatanya, dimana memiliki daya tarik wisata yang berbeda untuk dapat diolah menjadi ekonomi kreatif.

Namun secara umum dalam pengembangannya terdapat beberapa kendala yang dihadapi yaitu :

- 1) Ketidaksinkronan kebijakan pemerintah pusat dengan pemerintah daerah. Sebagian besar kabupaten/kota tidak memiliki dinas pariwisata yang didalamnya terdapat bidang yang mengatur urusan pengembangan ekonomi kreatif, hal ini tentunya akan menyulitkan dalam hal koordinasi dan sinergisitas program kerja dalam sebuah institusi pemerintahan;
- 2) Kurangnya koordinasi antar Satuan Kerja Pemerintah Daerah (SKPD) dalam pengembangan ekonomi kreatif untuk menunjang sektor

- pariwisata daerah;
- 3) Pengembangan objek wisata terkendala karena terbatasnya anggaran pemerintah daerah, program/kegiatan yang diusulkan seringkali tidak dapat diakomodir oleh Tim Anggaran Pemerintah Daerah (TAPD) karena dianggap belum prioritas;
 - 4) Kurangnya kuantitas dan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia) yang kreatif dan inovatif. Sumber daya manusia yang sebagian besar belajar secara otodidak sehingga kualitasnya belum merata. Pengelolaan usaha dilakukan dengan seadanya belum mampu menguasai dan menerapkan manajemen meskipun secara sederhana, hal ini terkait dengan kurangnya kualitas SDM mereka, begitu pula semangat kewirausahaan, inovasi dan kreatifitas yang dimiliki masih terbatas sehingga masih perlu pembinaan yang berkelanjutan dan terpadu dari berbagai pihak untuk meningkatkan pengembangan usahanya;
 - 5) Kurangnya perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual. Belum terpenuhinya hak paten industri sehingga rawan untuk dilakukan plagiat pada daerah lain bahkan Negara lain. Kelemahan dalam Hak Paten dipengaruhi oleh kebijakan nasional dimana saat ini secara nasional baru terbentuk 50 sentral HKI se Indonesia. Beberapa faktor yang ikut berpengaruh pada rendahnya paten industri kreatif adalah kesadaran masyarakat, sentral HKI baru terbentuk, birokrasi pematenan, biaya paten dan pemahaman akan pentingnya paten;
 - 6) Infrastruktur teknologi dan informasi yang belum kompetitif. Sistem dan teknologi proses produksi yang diterapkan pada perajin pada umumnya masih tradisional dan manual dengan peralatan sederhana sehingga jumlah, kualitas dan desain produk yang dihasilkan masih terbatas khususnya pada industri kerajinan dimana sistem dan proses produksi yang ada cenderung masih mereka pertahankan karena telah menjadi kebiasaan, disamping tidak menguasai teknologi proses produksi yang maju dan berkembang serta tidak mampu menyediakan mesin dan peralatan produksi yang lebih baik karena terkendala aspek biaya;
 - 7) Dukungan pembiayaan yang belum optimal bagi pelaku usaha ekonomi kreatif. Permodalan yang dibutuhkan tergantung kebutuhan biaya produksi dari masing-masing jenis usaha industri kreatif dan kerajinan yang dikelola, umumnya mereka memiliki modal hanya mampu untuk beberapa kali produksi dalam kurun waktu tertentu. Dengan demikian kondisi ini membuat kurangnya persediaan baik bahan baku maupun barang jadi untuk memenuhi permintaan yang meningkat;
 - 8) Akses pasar yang belum menggembirakan dan iklim usaha yang belum mendukung tumbuhnya pelaku usaha kreatif yang baru. Pemasaran produk sebagian besar masih terbatas pada pasar lokal dan antar pulau, antara lain Propinsi Kalimantan Timur, Kalimantan Tengah, Sulawesi, Bali dan sebagian kecil ke Pulau Jawa, sedangkan untuk pasar ekspor hanya dalam skala kecil melalui pengusaha di Banjarmasin dan Bali disamping sebagai barang bawaan. Untuk meningkatkan pemasaran tersebut masih terdapat kendala yaitu lemahnya daya saing terutama kualitas, desain dan harga. Umumnya para perajin memasarkan produknya setiap minggu sekali pada hari pasar dengan membawanya ke pasar kerajinan, namun dengan berbagai kelemahan mereka mudah dipermainkan pedagang perantara dalam menentukan harga, disamping itu diantaranya ada pula yang hanya menjualnya terikat pada pedagang pengumpul yang datang ke rumah-rumah mereka;
 - 9) Belum terbentuknya konektivitas atau *linkage* antara ekonomi kreatif dengan sektor pariwisata, dapat berbentuk *outlet* penjualan yang berada ditempat strategis dan berdekatan dengan objek wisata;
 - 10) Belum optimalnya sinergisitas antar *stake holder* yang terlibat didalamnya yaitu ; pemerintah, masyarakat dan swasta dalam pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor pariwisata.

Kebijakan Pengembangan Ekonomi Kreatif yang Menunjang Sektor Pariwisata

Pengembangan ekonomi kreatif yang mendukung sektor pariwisata dapat dilakukan dengan 3 pilar utama yaitu Akademisi, Bisnis, dan Pemerintah yang saling menguatkan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Menurut Etzkowitz (2008), kolaborasi dari tiga aktor *Triple Helix* (*intellectuals*, *government*, dan *business*) dianggap mampu meningkatkan kreativitas, ide dan *skill*. Pengembangan ekonomi kreatif ini dipayungi oleh interaksi *Triple Helix* yang sebagai para aktor utama penggerak industri kreatif. Hubungan yang erat, saling menunjang dan menguntungkan antara aktor-aktor tersebut dalam kaitannya dengan landasan dan pilar-pilar model ekonomi kreatif akan menentukan pengembangan ekonomi kreatif yang kokoh dan berkesinambungan (Asyhari and Wasitowati 2015). Menurut Afonso (2012), konsep *Quadruple Helix* merupakan pengembangan *Triple Helix* dengan mengintegrasikan *civil society*. Hubungan yang erat, saling menunjang dan simbiosis mutualisme antara keempat aktor tersebut diharapkan menjadi penggerak tumbuhnya industri kreatif yang berkesinambungan (Mulyana 2014).

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membahas dan menganalisa permasalahan ekonomi kreatif. Pertama industri, terkait dengan perputaran perekonomian dan transaksi pasar. Kedua, organisasi, berhubungan dengan komunikasi dan kerjasama antar instansi/lembaga (pemerintah, swasta, dan komunitas) dan kebijakan. Ketiga, *database* dan angka statistik. Statistik adalah alat ukur untuk melihat sejauh mana progress sebuah program dilaksanakan. Ini juga dipakai sebagai acuan untuk membuat dasar kebijakan dan konsep program selanjutnya. Keempat adalah individu pelaku industri kreatif, yaitu produsen dan konsumennya.

Kebijakan (*policy*) yang berkaitan dengan peran pemerintah dalam melindungi dan sebagai wasit dalam perputaran industri kreatif menjadi pendukung dalam pengembangan industri kreatif lokal untuk memperoleh keuntungan ekonomis. Terdapat empat poin utama yang menjadi konsep dalam melihat bagaimana penerapan kebijakan bagi pengembangan industri kreatif, yaitu :

- 1) Sosialisasi reguler mengenai kebijakan budaya kepada masyarakat. Bagaimana membangun komunikasi yang efektif dan transparansi informasi terkait kebijakan, aturan main, dan *job description* masing-masing sektor. Komunikasi ini lebih kepada pembangunan jaringan (*networking*) dan kemitraan (*partnership*) antara pemerintah sebagai pemangku kebijakan, swasta (pebisnis), dan *creator*.
- 2) Sektoralisasi. Sektoralisasi terkait dengan pembangunan infrastruktur dan pengkategorian sektor-sektor dalam industri kreatif. Secara konkret, sektoralisasi disini lebih kepada menampilkan industri kreatif ini secara lebih individual. Artinya pemasaran industri kreatif tidak mengadopsi konsep mall, tetapi menggunakan konsep kios-kios yang berdiri sendiri;
- 3) Fokus pada Produk Unggulan. Setiap kabupaen/kota harus memiliki ciri khas dan keunggulan yang tidak dimiliki oleh lainnya, sehingga dapat melakukan *branding* dengan menjual keunggulan dan keistimewaannya menjadi sebuah daya tarik atau *brand image*;
- 4) Pendekatan Budaya. Pendekatan dengan menggunakan budaya lokal diharapkan konsep/kebijakan dapat lebih mudah diterima oleh masyarakat kabupaten/kota tersebut, sehingga memunculkan partisipasi dan dukungannya. Pendekatan budaya dimaksudkan agar masyarakat dapat ikut memiliki budaya lokal mereka dan tidak mudah terombang-ambing oleh budaya luar.

Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata walau terdengar sangat

menjanjikan, namun tetap memiliki sejumlah tantangan yang harus dihadapi. Tantangan terbesar terkait dengan keberlanjutan industri kreatif itu sendiri untuk menggerakkan pariwisata. Tren wisata cenderung cepat berubah sehingga pengrajin dituntut untuk bisa menciptakan produk-produk kreatif dan inovatif. Di sisi lain, pengrajin juga tidak boleh terjebak pada selera pasar karena dapat menghilangkan orisinalitas dan keunikan produk.

Hasil identifikasi sejumlah tantangan dengan dilakukannya pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata adalah : 1) Kualitas produk. Dengan bertumpu pada pengembangan pariwisata, maka produk ekonomi kreatif akan lebih berorientasi pada selera wisatawan dan diproduksi dalam jumlah yang cukup banyak sebagai souvenir. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya keunikan ataupun nilai khas dari produk hasil ekonomi kreatif tersebut; 2) Manajemen ekonomi kreatif. Dibutuhkan manajemen ekonomi kreatif yang baik, dengan salah satu fungsinya menentukan *guideline* ekonomi kreatif mana yang harus dikembangkan sehingga menunjang sektor pariwisata di suatu daerah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Potensi ekonomi kreatif yang terdapat pada Kabupaten/Kota di Kalimantan Selatan cenderung pada sub sektor fashion, kuliner, dan seni pertunjukan. Sebagian dari potensi wisata yang ada di Kalimantan Selatan telah dikembangkan sebagai objek daya tarik wisata (ODTW) andalan Kalimantan Selatan, misalnya wisata alam Loksado di Kabupaten Hulu Sungai Selatan dan wisata pasar terapung Kuin dan Lok Baintan yang populer di skala lokal dan nasional, di samping objek wisata lainnya seperti objek alam Bajuin, pantai Batakan dan Takisung di Kabupaten Tanah Laut, wisata alam pantai Pagatan dan pantai Angsana di Kabupaten Tanah Bumbu.

Permasalahan dalam pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang sektor pariwisata di Kalimantan Selatan yaitu kelembagaan, sumber daya manusia, pembiayaan, akses pasar, konektivitas, dan sinergisitas. Secara umum kebijakan yang harus diterapkan Pemerintah Provinsi Kalimantan Selatan terhadap Pemerintah Kabupaten/Kota yaitu ; melakukan sosialisasi reguler, sektoralisasi terkait dengan pembangunan infrastruktur dan pengkategorian sektor-sektor dalam industri kreatif, fokus pada Produk Unggulan, serta pendekatan dengan menggunakan budaya lokal.

Rekomendasi

1. Pemerintah daerah khususnya kabupaten/kota diharapkan dapat menjadikan ekonomi kreatif

sebagai program prioritas pembangunan yang dapat berkonektivitas dengan sektor pariwisata sehingga dapat diaplikasikan pada saat perencanaan kegiatan dan penganggarannya. Kegiatan terkait berupa ; pembinaan pelaku usaha kreatif, memberikan bantuan alat dan teknologi produksi, meningkatkan sarana dan prasarana destinasi wisata, meningkatkan akses jalan dan transportasi menuju tempat wisata, memperkuat sinergisitas antar sektor di lingkungan pemerintah daerah.

2. Memperluas jejaring kelembagaan bagi pelaku ekonomi kreatif dalam peningkatan sektor usaha, permodalan dan akses pasar.
3. Akademi diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai acuan untuk penelitian lanjutan pada pengembangan sektor ekonomi kreatif di kabupaten/kota yang memiliki Obyek Daya Tarik Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Anak Agung Gede. 2015. "Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat." In, 4:58597.
- Amin Dwi Ananda dan Dwi Susilowati. 2017. Pengembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Berbasis Industri Kreatif Di Kota Malang.
- Asyhari, and Wasitowati. 2015. "Hubungan Triple Helix, Inovasi, Keunggulan Bersaing Dan Kinerja." Conference in Business, Accounting and Management 2 3 (2015): 32034.
- Bagus, Rai Utama I Gusti. 2015. "Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan." In ResearchGate, 114. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.1010.7044>. Bekraf dan BPS. 2017. "Data Statistik Dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif." <https://doi.org/10.1039/c2ib20047c>.
- Bekraf RI. 2017. Rencana Strategis Badan Ekonomi Kreatif Tahun 2015 - 2019. Republik Indonesia. Vol. 8.
- BPS. 2017. "Ekspor Ekonomi Kreatif 2010-2016." Jakarta..
- 2018a. Produk Domestik Regional Bruto Provinsi Kalimantan Selatan Menurut Lapangan Usaha. Banjarbaru: Karya Bintang Musim.
- 2018b. Provinsi Kalimantan Selatan Dalam Angka. Banjarbaru: Karya Bintang Musim.
- 2018c. Statistik Daerah Provinsi Kalimantan Selatan 2018. Banjarbaru: Karya Bintang Musim.
- Dantes, Nyoman. 2012. Metode Penelitian. Yogyakarta: Andi.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. Studi Industri Kreatif Indonesia: Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025. Jakarta.
- Imran, Hasyim Ali. 2017. "Fenomenologi Sebagai Metode Pendekatan Penelitian Dalam Pendekatan Kualitatif." Majalah Ilmiah Komunikasi Massa, Kementerian Komunikasi Dan Informatika, 2017.
- Moeleong. 2006. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Rosda Karya.
- Mulyana. 2014. "Peran Quadruple Helix Dalam Meningkatkan Kapabilitas Inovasi Dan Keunggulan Bersaing (Studi Pada Industri Kreatif Sektor Fashion)." British Journal of Psychiatry 205 (01): 7677. <https://doi.org/10.1192/bjp.205.1.76a>.
- Nida, Mufidah. 2014. "Etnolinguistik, Sebuah Kajian Antropologi Masyarakat Banjar Di Pasar Terapung Lok Baintan Kabupaten Banjar Kalimantan Selatan" IV: 30316.
- Republik Indonesia. 2009. Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Republik Indonesia.
- Sarwani, and Kadir. 2017. "Studi Pemetaan Industri Kreatif Di Lingkungan Lahan Basah Propinsi Kalimantan Selatan" 5 (1): 116.
- Sefira Ryalita Primadany, Mardiyono, Riyanto. 2013. "Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Daerah (Studi Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Daerah Kabupaten Nganjuk)." Administrasi Publik 1 (4): 13543.
- Singarimbun, Masri. 2009. Metode Penelitian Sosial. Jakarta.
- Sugianti, Desy. 2016. "Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Pasar Terapung Berbasis Kearifan Lokal Di Kota Banjarmasin" 2 (2): 2135.
- Sylvia, Rika. 2016. "Analisis Strategi Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Tumpang Dua Di Kabupaten Kota Baru Kalimantan Selatan." Politeknik Kotabaru 2 (2).

