

## **PETA JALAN PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN PROMOSI DAN PEMASARAN DESTINASI WISATA KOTA SABANG**

**Adnan Iskandar<sup>1</sup>, Hasbul Fayadi<sup>2</sup>, Teuku Meldi Kesuma<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Paramadina

<sup>2</sup>Jaringan Pengusaha Nasional Pengurus Wilayah Aceh

<sup>3</sup>Universitas Syah Kuala, Aceh

<sup>1</sup>adnan.iskandar@paramadina.ac.id; <sup>2</sup>hasbulfayadi@gmail.com; <sup>3</sup>teuku\_meldi@yahoo.com

### **ABSTRAK**

Sektor ekonomi kreatif dinilai mampu mempertegas dan memperkaya identitas nasional bangsa Indonesia karena dapat memadukan ide, seni, dan inovasi berbasis teknologi dan budaya yang tumbuh di kalangan masyarakat lokal. Melalui dukungan ekonomi kreatif, bangsa bisa memperoleh manfaat, yaitu pertumbuhan ekonomi yang pro-rakyat, pemanfaatan sumber daya alam secara efektif serta penguatan identitas kultural yang justru akan mempertegas dan memperkaya identitas nasional bangsa. Maksud dari penyusunan peta jalan (*Roadmap*) pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang adalah untuk memetakan dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang ada di Sabang sebagai bagian menyinergikan antara pemetaan potensi daerah yang ada dan pengembangan yang bertumpu pada bidang ekonomi kreatif masyarakat. Objek pada kajian ini adalah Bappeda Kota Sabang, Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM, DPMPTSPNAKER dan Pelaku Kreatif di 17 (tujuh belas) sub sektor di Kota Sabang. Berdasarkan hasil kajian akademis yang mendalam, lahirlah 3 (tiga) tujuan pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang, diantaranya mengembangkan dan meningkatkan kelembagaan Ekonomi kreatif Kota Sabang, meningkatkan kapasitas pelaku dan ekosistem ekonomi kreatif Kota Sabang, dan menyinergikan ekonomi kreatif sebagai pendukung utama pengembangan pariwisata Sabang.

**Kata Kunci:** ekonomi kreatif, pariwisata, Sabang, pariwisata, komunikasi pariwisata

### **1. PENDAHULUAN**

Dalam tujuan pengembangan ekonomi kreatif nasional, pemerintah berusaha untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi kreatif dan meningkatkan kontribusi usaha ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional. Pengembangan ini terdiri dari: pengembangan ekosistem penumbuh kembangan kreativitas sumber daya manusia; pengembangan ekosistem usaha ekonomi kreatif; peningkatan kontribusi usaha ekonomi kreatif dalam perekonomian nasional; dan pengutamaan kreativitas pada setiap sektor pembangunan melalui peningkatan jumlah dan kualitas wirausaha kreatif dan pekerja kreatif yang berkiprah pada lapangan pekerjaan baik dalam usaha ekonomi kreatif maupun dalam sektor pembangunan selain usaha

ekonomi kreatif serta penciptaan keterkaitan dari hulu ke hilir usaha ekonomi kreatif dengan berbagai industri dan jasa lainnya di seluruh sektor pembangunan.

Sektor ekonomi kreatif dinilai mampu mempertegas dan memperkaya identitas nasional bangsa Indonesia karena dapat memadukan ide, seni, dan inovasi berbasis teknologi dan budaya yang tumbuh di kalangan masyarakat lokal. Melalui dukungan ekonomi kreatif, bangsa bisa memperoleh manfaat, yaitu pertumbuhan ekonomi yang pro-rakyat, pemanfaatan sumber daya alam secara efektif serta penguatan identitas kultural yang justru akan mempertegas dan memperkaya identitas nasional bangsa. Sektor ekonomi kreatif sekaligus memiliki peran signifikan dalam mendorong citra dan identitas bangsa ke arah yang lebih baik terutama pada bidang Pariwisata, ikon nasional, membangun budaya, serta warisan dan nilai lokal. Selain itu mampu meningkatkan kemampuan teknologi tepat guna yang tetap bisa melestarikan warisan budaya dan kreativitas bangsa Indonesia yang khas dan unik (Putri & Wijayanti, 2013).

Pemerintah Indonesia telah menentukan jenis-jenis kegiatan ekonomi yang termasuk dalam ekonomi kreatif yang disebut dengan 17 Subsektor Ekonomi kreatif, yaitu: (1) Aplikasi, (2) Pengembangan Permainan, (3) Arsitektur, (4) Desain Interior, (5) Desain Komunikasi Visual, (6) Desain Produk, (7) Fashion, (8) Film Animasi dan Video, (9) Fotografi, (10) Kerajinan Tangan (Kriya), (11) Kuliner, (12) Musik, (13) Penerbitan, (14) Periklanan, (15) Seni Pertunjukkan, (16) Seni Rupa dan, (17) Televisi dan Radio. Di tahun 2020, 17 subsektor Ekonomi kreatif tersebut telah memberi kontribusi besar dalam perekonomian tanah air. Selain 17 Subsektor, dalam ekonomi kreatif hal terpenting lainnya adalah kolaborasi dan sinergi 4 aktor Ekonomi kreatif, yaitu Pemerintah, Akademisi, pelaku Bisnis dan Komunitas.

Maksud dari penyusunan peta jalan (*roadmap*) pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang adalah untuk memetakan dan mengembangkan potensi ekonomi kreatif yang ada di Sabang sebagai bagian menyinergikan antara pemetaan potensidaerah yang ada dan pengembangan yang bertumpu pada bidang ekonomi kreatif masyarakat. Peta jalan pengembangan ekonomi kreatif Sabang adalah dokumen perencanaan pengembangan ekonomi kreatif di Kota Sabang untuk periode 5 tahun. Penyusunan peta jalan pengembangan ekonomi kreatif Sabang dapat menjadi referensi atau acuan bagi SKPD dan aktor ekonomi kreatif, termasuk rencana kelembagaan atau struktur organisasi dan tata kerja yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif di Sabang beserta pendukung pariwisata Sabang seperti *branding* Sabang yang dibangun secara bersama oleh aktor ekonomi kreatif di Sabang. Sinergi seluruh aktor sebagai pemangku

kepentingan dalam kegiatan ekonomi kreatif di Sabang merupakan kunci keberhasilan upaya ini.

Tujuan Peta Jalan ekonomi kreatif ini terbagi 2 bagian yaitu tujuan umum dan tujuan khusus yang mengacu kepada pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Tujuan umumnya yaitu: (1) Memetakan potensi Kota Sabang yang bertumpu pada ekonomi kreatif, terutama kreatif kriya yang pernah dinobatkan kepada Kota Sabang; (2) Memberikan pedoman bagi Pemerintah Kota Sabang dalam menentukan kelembagaan atau struktur organisasi dan tata kerja sebagai salah satu daya ungkit pengembangan ekonomi kreatif di Sabang; (3) Menyusun strategi untuk mengembangkan potensi Pemerintahan Kota Sabang yang bertumpu pada pengembangan ekonomi kreatif; (4) Memberikan acuan dalam pengembangan sektor pariwisata terutama darisisi pemasaran dan promosi wisata yang didukung oleh aktor ekonomi kreatif di Sabang; (5) Membuat tolak-ukur pencapaian dalam pengembangan ekonomi kreatif di Sabang.

Sedangkan tujuan khusus ekonomi kreatif, yaitu: (1) Meningkatkan kapasitas kelembagaan dalam pengembangan ekonomi kreatif dan meningkatkan kolaborasi melalui forum lintas Pelaku Ekonomi Kreatif (Pemerintah, Pendidik, dan Pelaku Usaha) di tingkat nasional dan Daerah; (2) Mengembangkan kelembagaan kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, industri pariwisata, secara professional, efektif, dan efisien; (3) Menguatkan mekanisme sinkronisasi dan harmonisasi program pembangunan kepariwisataan, baik secara internal kemitraan maupun lintas sektor; (4) Menguatkan kemitraan antara industri dan pemerintah; (5) Menguatkan kemitraan antara organisasi pengembangan destinasi dan pemerintah.

Dengan tujuan tersebut diharapkan dapat menciptakan; (a) Skenario pengembangan sektor unggulan dan prioritas sesuai dengan potensi Sabang, (b) Peningkatan kapasitas SDM ekonomi kreatif dengan cakupan Pelatihan/Bimbingan teknis kepada pelaku/Komunitas ekonomi kreatif, pengembangan produk Ekraf unggulan, dan promosi produk Ekraf, (c) Rencana aksi dalam pengembangan ekonomi kreatif di Sabang yang dapat mendukung sektor pariwisata Sabang.

### **1.1 Ekonomi Kreatif**

Istilah ekonomi kreatif berkembang dari konsep modal berbasis kreatifitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi di suatu Daerah. Menurut Presiden Susilo

Bambang Yudhoyono dalam Agung Pascasuseno (2014), “Ekonomi kreatif merupakan ekonomi gelombang ke-4 yang mana kelanjutan dari ekonomi gelombang ketiga dengan orientasi pada kreativitas, budaya, serta warisan budaya dan lingkungan”. Terdapat pergeseran orientasi gelombang ekonomi dalam sejarah manusia. Dimulai dari perubahan era pertanian ke era industrialisasi, setelah itu terbentuk era informasi yang diikuti dengan penemuan-penemuan bidang teknologi informasi. Pergeseran gelombang ini telah membawa peradaban yang baru dan semakin berkembang bagi manusia.<sup>1</sup>

Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Keberadaan ekonomi kreatif sangat dibutuhkan bagi pemerintah untuk mengokohkan perekonomian, terutama pada sektor riil. Kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusianya yang berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusianya.<sup>2</sup>

Sektor ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor Prioritas Nasional (PN) Nilai Tambah Sektor Riil, Industrialisasi, dan Kesempatan Kerja yang dapat meningkatkan nilai tambah, investasi, ekspor, komponen dalam negeri dan lapangan kerja. Sektor ini berperan tidak hanya dalam menyelesaikan persoalan kemiskinan melalui pembukaan lapangan pekerjaan baru, namun berdampak pula terhadap pengembangan ekosistem dan kreativitas sumber daya manusia. Selain itu, sektor ini berfokus kepada peningkatan *value added* berbagai kreativitas pada setiap sektor pembangunan melalui peningkatan jumlah dan kualitas wirausaha kreatif dan pekerja kreatif yang berkiprah pada lapangan pekerjaan baik dalam usaha ekonomi kreatif maupun dalam sektor pembangunan selain usaha ekonomi kreatif.

## 1.2 Komunikasi Pariwisata dan Peran Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif sangat dibutuhkan bagi pemerintah untuk mengembangkan perekonomian. Pengembangan potensi suatu wilayah akan berdampak pada peningkatan pertumbuhan bisnis pariwisata. Salah satu kegiatan dalam bidang komunikasi pemasaran di sektor pariwisata adalah melakukan publikasi di media periklanan. Bentuk komunikasi melalui media tentang produk dan/atau merek kepada khalayak sarasannya agar memberikan tanggapan sesuai tujuan pemrakarsa.

---

<sup>1</sup> <http://eprints.umpo.ac.id/2859/2/Ekonomi%20Kreatif.pdf>

<sup>2</sup> <https://www.coursehero.com/file/72134326/TUGAS-MANAJEMEN-KOPERASI-DAN-UMKMdocx/>

Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan, yakni komunikasi satu arah dengan menggunakan media dan sasaran tertentu. Meliputi proses kreasi, operasi, dan distribusi dari periklanan yang dihasilkan, misalnya dimulai dari riset pasar, setelah itu dibuat perencanaan komunikasi periklanan, media periklanan luar ruang, produksi material periklanan, promosi dan relasi kepada publik. Selain itu, tampilan periklanan dapat berupa iklan Media cetak (surat kabar dan majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamflet, edaran, brosur dan Media reklame, serta penyewaan kolom untuk iklan pada situs-situs website, baik website kelas mikro maupun website kelas makro.<sup>3</sup>

## 2. METODE PENELITIAN

Objek pada kajian ini adalah Bappeda Kota Sabang, Dinas Pariwisata, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi dan UKM, DPMPTSPNAKER dan Pelaku Kreatif di 17 (tujuh belas) sub sektor di Kota Sabang. Diskusi Kelompok Terhimpun (FGD) juga wawancara yang dilakukan bersama stakeholder dan Aktor Ekonomi kreatif di beberapa instansi terkait serta di Aula Kantor Bappeda Kota Sabang melalui penyebaran kuesioner yang sudah dipersiapkan baik Google Form maupun secara langsung (pengisian hardcopy) yang dilakukan kepada sampel mewakili Komunitas/asosiasi ekonomi /pelaku usaha ekonomi kreatif di Kota Sabang.

Adapun metode yang digunakan untuk dalam kegiatan mapping, *assessment*, dan survey potensi ekonomi kreatif Kota Sabang Menggunakan metode survei serta studi dokumen.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kota Sabang telah ditetapkan oleh Badan Ekonomi Kreatif sebagai “Kota Kreatif” pada akhir tahun 2017. Sabang telah ditentukan sebagai daerah kreatif dengan tujuan untuk terpetanya ekosistem, potensi, praktik terbaik, serta permasalahan pengembangan sistem ekonomi kreatif yang ada di Sabang. Penetapan “Kota Kreatif” melewati beberapa tahapan, dimulai dari sebelum ke tahap penilaian, Daerah mengajukan keikutsertaan dan Badan Ekonomi Kreatif melakukan verifikasi. Dalam tahapan ini, calon kota kreatif mengisi formulir yang dilakukan oleh Akademisi, Pebisnis, Komunitas, dan Pemerintah. Selanjutnya

---

<sup>3</sup> <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/1122/>

dilakukan uji petik lapangan, dan monitoring kegiatan. Berikut “Praktik Baik” yang telah dilakukan oleh Kota Sabang.

Dengan predikat sebagai “Kota Kreatif Kriya” dari Badan Pariwisata dan Ekonomi kreatif (BEKRAF) pada tahun 2017, Kegiatan kreatif tersebut berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat atau dihasilkan oleh tenaga pengrajin “Kriya Kelapa” dan “Batik Sabang”. Kegiatan tersebut berawal dari desain awal sampai proses penyelesaian produknya. Antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari kelapa dan batik yang umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil (bukan produksi massal). Menurut Infografis BEKRAF tahun 2018, omset subsektor Kriya di Sabang setiap tahunnya menghasilkan omset sebesar Rp. 1,2 Milyar, dengan serapan tenaga kerja 54 orang per tahun, dan 228 kegiatan per tahun.

Pemerintah Kota Sabang sendiri telah memberikan perhatian khusus pada subsektor Kriya lewat Dekranasda dan program pembinaan terkait. Pemerintah berupaya membangun kapasitas, fasilitasi inkubasi Bisnis yang profitable dan penetapan regulasi yang berpihak pada subsektor Kriya dapat ditingkatkan lebih jauh. Terdapat beberapa perusahaan yang aktif di subsektor Kriya dan usaha ini telah terbentuk sebagai usaha yang cukup matang. Pengusaha mengembangkan sumber daya manusia dalam Bisnis ini dapat menopang scalability ekonomi dari subsektor Kriya tersebut. Selain Souvenir, potensi kekuatan Kriya ‘Kayu Kelapa’ selain mampu menghidupkan subsektor Kriya juga dapat dikembangkan untuk menjangkau pasar meubel Internasional dengan kualitas baik, terlebih dengan pemasaran produk yang lebih mumpuni. Sehingga upaya pengembangan perkebunan kelapa tidak hanya berorientasi pada produk-produk utama kelapa, namun juga pada pemberdayaan kayu kelapa dan pengembangan perkebunan yang ramah lingkungan.

Selain itu, potensi kriya ‘Batik Sabang’ lekat dengan potensi seni rupa yang dapat dikembangkan lebih jauh untuk pasar domestik maupun Internasional. Pemerintah dapat mendorong adanya industri konveksi yang dapat mengungkit pasokan bahan baku untuk subsektor fesyen dan mendorong ekonomi kreatif. Pemerintah juga dapat mendorong pendidikan tingkat dasar hingga lanjut perlu secara aktif mengintegrasikan kegiatan kreatif untuk mendukung penciptaan sumber daya manusia ekonomi kreatif di Sabang. Hanya saja saat ini terkendala pada pemasaran, menurut pelaku dan Pemerintah Kota Sabang, semua produk yang dihasilkan terkendala pada pemasaran. Akan tetapi diharapkan dengan tumbuh kembangnya industri kriya di Kota Sabang, diharapkan sektor pariwisata mampu mendorong

ekonomi kreatif bidang kriya tersebut sebagai penyedia jalur pemasaran dan distribusi. Sektor Pariwisata juga memperluas pasar dari produk subsektor kriya. Kegiatan sub sektor ini mampu mendukung industri cenderamata Kota Sabang yang memperkuat citra Sabang sebagai Kota destinasi wisata.

Lahirnya sebuah karya kreatif adalah suatu bentuk penciptaan dari ide yang kemudian dikreasikan sesuai dengan apa yang diinginkan sehingga memiliki nilai jual. Industri kreatif pada daerah-daerah yang telah menunjukkan waktu yang tepat untuk muncul, mulai dari tingkat kemapanan ekonomi kreatif yang rendah hingga pada tingkat kemapanan tinggi. Pada dasarnya industri kreatif memiliki empat paket tingkat kematangan dan kemapanan diantaranya adalah Kreasi dan Cipta, Respon Terhadap Pasar, Lingkungan Pengembangan Aktif, dan Lingkungan Pengembangan Pasif.

Empat paket kematangan dan kemapanan ekonomi kreatif, diantaranya adalah:

Paket 1: Kreasi dan Cipta, yang terdiri dari Ide Produk, Program Khusus, Produksi.

Paket 2: Respon Terhadap Pasar, yang terdiri dari Perlindungan konsumen, Perlindungan Kompetitor, Promosi, Jejaring dan Pemasaran.

Paket 3: Lingkungan Pengembangan Aktif, yang terdiri dari Komunitas, Sertifikasi, Scientific Venture/ Kerjasama Ilmu, Lembaga Keuangan, dan Sistem Informasi.

Paket 4: Lingkungan Pengembangan Pasif, yang terdiri dari Pusat Pelatihan, Pusat Penelitian, Pusat Pengembangan, Laboratorium, Imbalan, Bantuan dan Standar/Acuan hukum atau peraturan yang berlaku.<sup>4</sup>

Bidang industri kreatif yang diprioritaskan perkembangannya di Indonesia terdiri dari 17 bidang, diantaranya aplikasi, pengembangan permainan, arsitek, desain Interior, desain komunikasi visual, desain produk, film, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio dan kuliner. Namun tidak seluruhnya bidang industri kreatif terdapat di Kota Sabang. Selain itu tingkat kemapanan dan kematangan masing-masing bidang industri kreatif di Sabang memiliki tingkatan yang berbeda.

Tingkat kemapanan dan kematangan industri kreatif yang masih rendah pada dasarnya terjadi akibat pra syarat paket kematangan dan kemapanan yang belum tercapai saat ini, dan memerlukan waktu dan perkembangan lebih lanjut untuk mencapai tingkat kematangan yang diinginkan. Untuk mengukur tingkat kematangan dan kemapanan yang ada di Sabang diukur dengan menggunakan beberapa dimensi.

---

<sup>4</sup> <http://bappeda.bandungkab.go.id/produk/download/10>

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, tercatat bahwa hasil tertinggi dari kreasi adalah *item* keterampilan sedangkan nilai terendah adalah *item* Inovasi. Dapat disimpulkan bahwa kreasi pelaku ekonomi kreatif di Kota Sabang lebih mapan dibandingkan dengan inovasi. Selanjutnya pada hasil penilaian dari produksi yang mendapat nilai tertinggi adalah *item network* sedangkan yang mendapat nilai terendah adalah *item* pergudangan. Sabang sebagai kota kreatif yang merupakan salah satu indikator kemapanan subsektor Ekraf. Kota Sabang adalah kota wisata. Sebelum dan Pasca bencana Tsunami, kunjungan wisatawan ke Kota Sabang berkembang sangat pesat (kecuali saat terjadinya Pandemi Covid-19). Sabang memiliki paket lengkap untuk berwisata, selain wisata bahari yang merupakan suatu destinasi utama wisata alam di Sabang, ada beberapa wisata alam lainnya seperti geothermal, gua, danau dan keanekaragaman flora dan fauna.

Sabang yang terletak di ujung barat Indonesia menjadi daya tarik wisatawan untuk mendapatkan pengalaman khusus berada di titik Nol Kilometer Barat Indonesia yang tidak didapatkan pada wilayah manapun di Indonesia. Selain itu banyaknya situs peninggalan sejarah perang dunia kedua menjadi daya tarik lainnya di Kota Sabang. Tidak hanya destinasi, kuliner juga dinilai penting dan selalu dibutuhkan bagi masyarakat khususnya wisatawan. Dunia kuliner tidak hanya menjadi sebuah kebutuhan primer bagi manusia, melainkan menjadi suatu gaya hidup masyarakat. Kota Sabang memiliki kuliner khas yang ditawarkan kepada wisatawan. Adapun beberapa kuliner yang sudah menjadi ikon yaitu mie jalak dan sate gurita.

Selain itu, Kota Sabang memiliki banyak sekali kesenian dan seni pertunjukan yang sudah lama berkembang. Seni adalah hal yang tidak terbatas, seni dapat dibuat dan dinikmati oleh semua orang, salah satu seni yang cukup berkembang di Kota Sabang adalah kriya dan pertunjukan adat dan budaya masyarakat. Hasil karya kriya pun cukup beragam seperti kriya kayu, kriya batik, dan kriya manik.

Berdasarkan hasil analisis dari beberapa arah kebijakan dalam Rindekraf Nasional, berikut 3 (tiga) tujuan pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang: (1) Mengembangkan dan meningkatkan kelembagaan ekonomi kreatif Kota Sabang, sebagai pengelola Kreatif Hub; (2) Meningkatkan kapasitas pelaku dan ekosistem ekonomi kreatif kota Sabang; (3) Menynergikan ekonomi kreatif sebagai pendukung utama pengembangan pariwisata Sabang.

Terdapat 6 Arah kebijakan Pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang, diantaranya:

- A. Arah Kebijakan 1: Pengembangan kelembagaan ekonomi kreatif di Kota Sabang yang berdasarkan kearifan lokal, sehingga dapat terciptanya KreatifHub Kota Sabang.

- B. Arah Kebijakan 2: Peningkatan kompetensi sumber daya manusia pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Sabang.
- C. Arah Kebijakan 3: Peningkatan perlindungan dan pengembangan Ekraf dalam memanfaatkan sumber daya alam, warisan budaya dan kekayaan intelektual serta peningkatan pembiayaan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Sabang.
- D. Arah Kebijakan 4: Pengembangan infrastruktur dan teknologi yang optimal untuk mendukung peningkatan kreatifitas serta usaha ekonomi kreatif Kota Sabang
- E. Arah Kebijakan 5: Pengelolaan dan peningkatan kreativitas dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan dan teknologi, seni budaya, serta potensi kearifan lokal untuk pengembangan usaha Ekraf dan Kota kreatif sebagai pendukung utama pariwisata Kota Sabang.
- F. Arah Kebijakan 6: Peningkatan promosi dan pemasaran karya kreatif dengan *re-branding* destinasi sebagai daya tarik utama destinasi wisata Sabang.

#### 4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penyusunan dokumen peta jalan (Roadmap) pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang melibatkan *stakeholder* yang terdiri dari 5 (Lima) aktor yang terlibat secara langsung untuk setiap tahapan ekonomi kreatif, yakni pemerintah, komunitas, akademisi, pelaku bisnis dan media pada 17 (tujuh belas) subsektor kreatif. Berdasarkan hasil kajian akademis yang mendalam, lahirlah 3 (tiga) tujuan pengembangan ekonomi kreatif Kota Sabang, diantaranya mengembangkan dan meningkatkan kelembagaan ekonomi kreatif Kota Sabang, meningkatkan kapasitas pelaku dan ekosistem ekonomi kreatif Kota Sabang, dan menyinergikan ekonomi kreatif sebagai pendukung utama pengembangan pariwisata Sabang.

Tujuan-tujuan tersebut didukung oleh 6 (enam) arah kebijakan pengembangan ekonomi kreatif Sabang, yakni: (1) Pengembangan kelembagaan ekonomi kreatif di Kota Sabang yang berdasarkan kearifan lokal; (2) Peningkatan kompetensi sumber daya manusia pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Sabang; (3) Peningkatan perlindungan dan pengembangan Ekraf dalam memanfaatkan sumber daya alam, warisan budaya dan kekayaan intelektual serta peningkatan pembiayaan bagi pelaku usaha ekonomi kreatif Kota Sabang; (4) Pengembangan infrastruktur dan teknologi yang optimal untuk mendukung peningkatan kreatifitas serta usaha ekonomi kreatif Kota Sabang; (5) Pengelolaan dan peningkatan kreativitas dalam memanfaatkan ilmu pengetahuan, teknologi, seni budaya, dan potensi kearifan lokal untuk pengembangan usaha Ekraf serta Kota Kreatif sebagai pendukung utama pariwisata Sabang; (6) Peningkatan promosi dan pemasaran karya kreatif sebagai daya tarik utama destinasi wisata Kota Sabang.

## REFERENSI

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008 “*Rencana Pengembangan Ekonomi kreatif 2009-2025*”. Depdag RI.
- Fayadi, Hasbul. 2021. Destination Branding Meningkatkan Citra Pariwisata dan Ekonomi kreatif. Charming Banda Aceh Edisi Oktober 2021: Dispar Kota Banda Aceh.
- Fayadi, Hasbul. 2021. Pengembangan Pariwisata Dan Ekonomi kreatif. Charming Banda Aceh Edisi November 2021: Dispar Kota Banda Aceh.
- Iskandar, Adnan, Hasbul Mayadi dan Meldi Kesuma. Laporan Hasil Penelitian: Peta Jalan (Roadmap) Pengembangan Ekonomi kreatif Kota Sabang. Bappeda Kota sabang
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi kreatif RI. 2014. *Ekonomi kreatif: Kekuatan Baru Indonesia menuju 2025*, Indonesia: Jakarta.
- Martilla, J. A. and James, J. C. 1997. Importance performance Analysis. *Journal of Marketing*, Vol. 41, pp. 77-79.
- Meldi Kesuma, Teuku. 2021. *Memperkuat Branding Charming Banda Aceh Untuk Revisit Intantion*. Charming Banda Aceh Edisi Oktober 2021: Dispar Kota Banda Aceh.
- Meldi Kesuma, Teuku. 2021. *Jurus Mempertahankan Kota Kreatif*. Charming Banda Aceh Edisi November 2021: Dispar Kota Banda Aceh.
- Pascasuseno, Agus. 2014. *Ekonomi kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Bedah Cetak Biru Ekonomi kreatif: Yogyakarta.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 142 Tahun 2018. *Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi kreatif Nasional Tahun 2018-2025*.

### Internet:

- Putri, Dania Eka, Dwi Rizki Wijayanti. 2013. *Perkembangan Ekonomi Kreatif dalam Arus Pembangunan Ekonomi Modern*.  
<https://www.scribd.com/document/395514609/PERKEMBANGAN-EKONOMI-KREATIF-DALAM-ARUS-pdf>
- <http://eprints.umpo.ac.id/2859/2/Ekonomi%20Kreatif.pdf>
- <https://www.coursehero.com/file/72134326/TUGAS-MANAJEMEN-KOPERASI-DAN-UMKMdocx/>
- <http://repository.unhas.ac.id/id/eprint/1122/>
- <http://bappeda.bandungkab.go.id/produk/download/10>