

DESTINASI PARIWISATA TANJUNG KELAYANG SEBAGAI KAWASAN EKONOMI KHUSUS (KEK) TERHADAP EKONOMI KREATIF PADA KABUPATEN BELITUNG

Chandra Murti Dewi Widowati Hermajiwandini

Universitas Terbuka

Dio Bimo Saputro

Universitas Terbuka

Jaka Sanjaya

Kementerian Ekonomi Kreatif

ABSTRACT

This research aims to explore and analyze the role of priority tourism destinations, particularly Tanjung Kelayang, in supporting the growth of the creative economy in Belitung Regency. It also seeks to answer how Tanjung Kelayang functions as a Special Economic Zone (SEZ) in the development of the creative economy in Belitung Regency. The data in this study uses both secondary and primary data obtained through observation activities, in-depth interviews, and focus group discussions (FGD). Secondary data were obtained through a literature review of various documents, such as journals, reports, and books acquired from relevant institutions, community leaders, and the internet. This study is descriptive qualitative research that is practical in nature and analyzed based on an interactive analysis model.

Keywords: Creative Economy, Special Economic Zone (SEZ), Tourism Destination, Tanjung Kelayang, Belitung.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis peran destinasi prioritas pariwisata, khususnya Tanjung Kelayang, dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Belitung. Serta menjawab bagaimana peran Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) terhadap pengembangan ekonomi kreatif pada Kabupaten Belitung. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang didapatkan melalui aktivitas observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan focus group discussion (FGD). Data sekunder didapatkan melalui studi literatur terkait berbagai macam dokumen, seperti jurnal, laporan, dan buku yang didapat melalui instansi terkait, tokoh masyarakat, dan internet. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat praktis dan dianalisis berdasarkan model analisis interaktif

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Kawasan Ekonomi Khusus (KEK), Destinasi Pariwisata, Tanjung Kelayang

1. PENDAHULUAN

Sektor Pariwisata sebagai sekelompok industri pariwisata serta industri sektor terkait lainnya pada suatu kawasan tertentu yang bekerja sama untuk mempengaruhi daya saing destinasi pariwisata pada area tertentu (Borkowska-Niszczota, 2015). Selain itu, sektor pariwisata juga memiliki peran penting dalam pembangunan daya saing daerah berbasis ekonomi kreatif karena

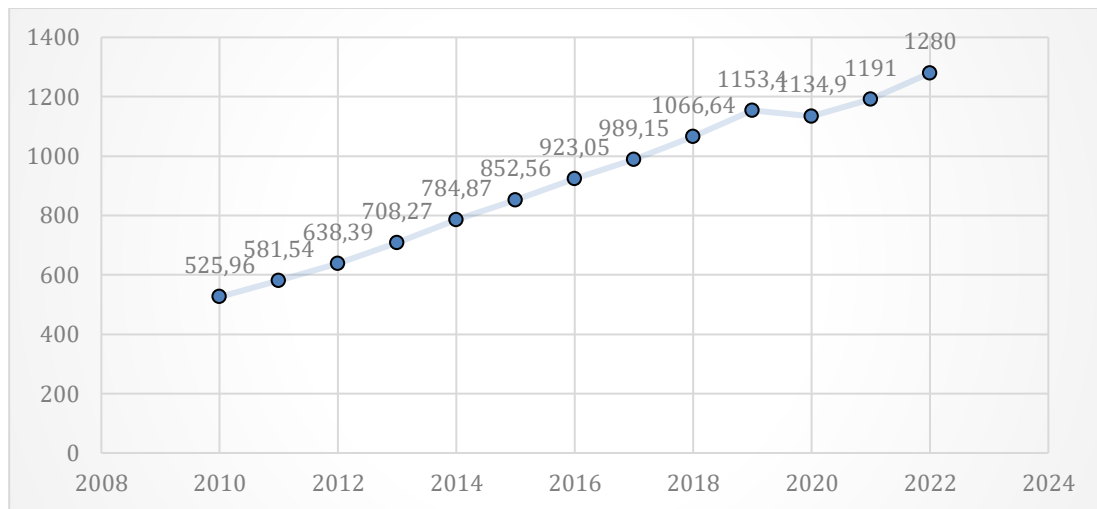
memberikan sumbangan pasti terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan optimalisasi penyerapan tenaga kerja lokal (Tenges, 2016). Sektor pariwisata diyakini sebagai sektor yang mampu menggerakkan perekonomian daerah dan memberikan *multiplier effect* terhadap banyak pemangku kepentingan dari masyarakat lokal, pemerintah daerah, pebisnis pada berbagai level, dan lain sebagainya (Setyanto, 2018).

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, memiliki potensi pariwisata sangat besar. Salah satu destinasi yang menjadi fokus pengembangan adalah Tanjung Kelayang di Kabupaten Belitung, Provinsi Bangka Belitung yang telah menarik perhatian sebagai destinasi prioritas pariwisata. Dengan keindahan pantai-pantainya, formasi batu granit yang unik, dan warisan budaya yang kaya, Belitung memiliki potensi besar untuk menjadi magnet wisatawan (Erwana, et., al 2016) Dalam Peraturan Presiden (Perpres) nomor 18 Tahun 2020 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional 2020-2024, wilayah Bangka Belitung ditetapkan sebagai DPP (Destinasi Pariwisata Prioritas) dan Tanjung Kelayang-Belitung ditetapkan sebagai KEK (Kawasan Ekonomi Khusus).

Sektor pariwisata juga berfungsi sebagai strategi penguatan daya saing sektor pariwisata dan ekonomi kreatif dengan memaksimalkan potensi lokal yang ada melalui aktivitas pariwisata dan ekonomi kreatif (Tenges, 2016). Menurut Satria & Maharani (2019), sektor pariwisata menyumbang pendapatan daerah, tingkat kunjungan wisata yang tinggi akan menggerakkan ekonomi kreatif lainnya, dan mengurangi pengangguran. Kemenparekraf (2020) mulai perhatian dan berfokus untuk mengembangkan pembangunan sektor wisata yang berkelanjutan dengan menerapkan strategi *sustainability tourism* yang terdiri dari 4 (empat) pilar yaitu keberlanjutan disisi ekonomi, pengelolaan, lingkungan, dan budaya.

Ekonomi Kreatif sendiri merupakan suatu konsep yang mengaitkan antara kreativitas dan ekonomi (Suciu, 2008). Pelaku-pelaku ekonomi banyak yang telah mengembangkan ide atau inovasi kreatif untuk menambah nilai tambah dari suatu produk atau jasa. Ekonomi Kreatif dapat memainkan peran yang strategis dalam perekonomian nasional karena pemerintah berharap ekonomi kreatif dalam menjadi tulang punggung perekonomian nasional yang mampu menciptakan nilai tambah (*value added*) dan mampu mendukung penguatan citra dan budaya Indonesia (Soekarno et., al, 2019).

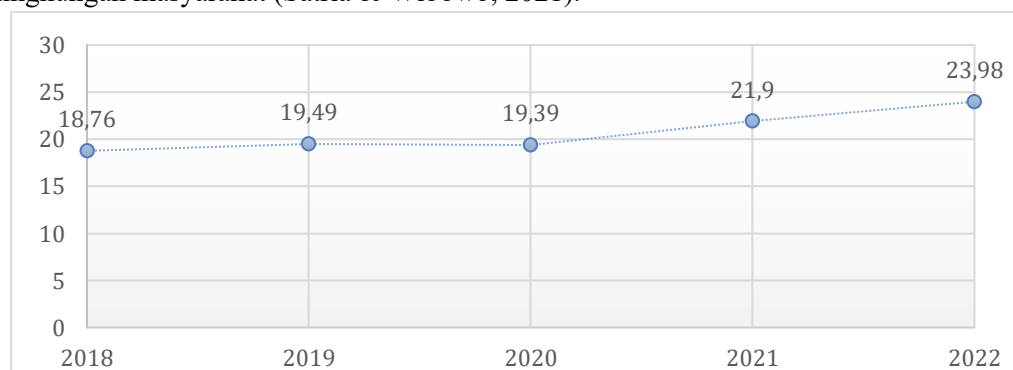
Rahmi (2018) melihat bahwa pengembangan industri kreatif merupakan salah satu upaya pemerintah dalam memajukan perekonomian Indonesia. Hal ini diwujudkan dengan kreativitas dan pengembangan potensi manusia melalui berbagai pendekatan pemberdayaan ekonomi. Ekonomi kreatif kini menjadi sektor yang membantu perekonomian negara. Selain itu sektor ekonomi kreatif yang sebagian besar dapat dikembangkan adalah pariwisata. Indonesia memiliki banyak sektor wisata yang dapat dijadikan potensi untuk pembangunan berkelanjutan, berbagai potensi tersebut tentu sangat perlu dikembangkan. Ramadhani et., al (2022) memandang bahwa pemberdayaan pariwisata berdampak terhadap perbaikan kinerja ekonomi dan meningkatkan pembangunan yang berkelanjutan karena menyerap tenaga kerja lokal dan mampu menggeliat ekonomi lokal masyarakat. Khoiruman & Satriyo (2022) mengatakan bahwa dalam menghadapi gempuran globalisasi sektor pariwisata mampu untuk dikembangkan guna menarik wisatawan ke Indonesia dan akan menggeliat perekonomian tingkat daerah yang memiliki destinasi wisata menarik.



Gambar 1.1 Produk Domestik Bruto Sektor Ekonomi Kreatif (dalam triliun)

Sumber: Kemenparekraf data diolah, 2021

Pengembangan industri ekonomi kreatif sangat penting untuk dilakukan di Indonesia. Hal ini disebabkan industri ekonomi kreatif merupakan industri yang cukup fleksibel untuk diaplikasikan pada berbagai aktivitas ekonomi nonformal serta menawarkan peluang yang cukup besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pendapatan daerah melalui pengembangan potensi pengetahuan lokal dan transformasi aktivitas ekonomi yang lebih kreatif. OECD (2014) menyatakan, pada tahun 2012 industri ekonomi kreatif di Indonesia memberi sumbangan 7,2% terhadap PDB nasional dan 8,2% terhadap jumlah penyerapan tenaga kerja Indonesia. Aktivitas ekonomi kreatif yang berkembang dengan baik pada suatu area dapat menciptakan kelompok atau klaster yang berfokus pada sektor potensial tertentu, seperti pariwisata (klaster pariwisata) atau seni budaya (klaster seni), untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan lingkungan masyarakat (Satria & Wibowo, 2021).



Gambar 1.2 Perkembangan Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif di Indonesia (dalam juta orang)

Sumber: BPS, Sakernas 2018-2022

Menurut Nugroho et., al (2015) perekonomian Indonesia mulai terjadi pergeseran dan menciptakan konsep baru yaitu menggeliatnya ekonomi kreatif sebagai alternatif dalam menompong keberlangsungan pertumbuhan. Pergeseran tersebut dirasakan pada sumber daya ekonomi yang semula berbasis pengetahuan menuju ekonomi kreatif. Habib (2021) mengemukakan bahwa ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep di era ekonomi baru (new

economic) 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 manusia yang berasal dari ide-ide kreatif pemikiran dan keterampilan (Rahmi, 2018).

Dalam upaya melaksanakan strategi pengembangan sektor ekonomi kreatif ini, harus difokuskan dengan menggali potensi dan permasalahan dalam ekonomi kreatif yang outputnya adalah mendapatkan strategi kebijakan yang tepat dalam program pengembangan ekonomi kreatif ke depan. Pengembangan ekonomi kreatif diharapkan dapat mengefisienkan pembangunan daerah dan dapat merubah sistem perekonomian, serta kebijakan pemerintah ke arah yang lebih baik. Dimana ekonomi kreatif ini memiliki potensi dan peranan yang cukup strategis dalam memberikan efek ke depan yang positif, dalam hal menciptakan lapangan pekerjaan yang akan berdampak pada kesejahteraan Masyarakat (Nurmilah, 2016).

Pengembangan ekonomi kreatif telah diakui sebagai salah satu pendekatan strategis untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja baru. Dalam konteks ini, destinasi pariwisata Tanjung Kelayang yang mana juga sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) diharapkan dapat memberikan dampak positif terhadap seluruh subsektor ekonomi kreatif yang ada di kabupaten Belitung.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini akan mengeksplorasi dan menganalisis peran destinasi prioritas pariwisata, khususnya Tanjung Kelayang, dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Belitung. Hasil penelitian diharapkan dapat dikembangkan untuk menciptakan rekomendasi aplikatif bagi para pemangku kepentingan terkait, seperti masyarakat lokal, investor, dan pemerintah, khususnya untuk memaksimalkan daya saing yang dimiliki oleh destinasi pariwisata serta masyarakat Kabupaten Belitung

Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka dapat digambarkan permasalahan dalam penelitian ini yaitu Bagaimana peran Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) terhadap pengembangan ekonomi kreatif pada Kabupaten Belitung?

Tujuan Dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktik bagi berbagai pihak seperti instansi terkait dan masyarakat. Bagi instansi terkait diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk bahan evaluasi kinerja dan bagi masyarakat dapat sebagai literatur juga referensi untuk peneliti selanjutnya yang mengangkat topik yang sejenis.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1 Ekonomi Kreatif

Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF, 2017), ekonomi kreatif (Ekraf) didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi kekayaan intelektual, dan bersumber dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Dalam hal ini, unsur dari nilai tambah menjadi elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dari unsur kreativitas. Ekonomi Kreatif secara khusus tidak hanya berfokus kepada penciptaan nilai tambah secara ekonomi, namun juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan.

Menurut Polnya (2015), pesan besar yang ditawarkan ekonomi kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tak terbatas, yaitu ide,

talenta dan kreativitas. Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 mengenai ekonomi kreatif, didalam Undang-Undang tersebut yang dimaksud ekonomi kreatif adalah perwujudan nilai tambah dari kekayaan intelektual yang bersumber dari kreativitas manusia yang berbasis warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengkategorikan 17 subsektor Ekonomi Kreatif yang ada di Indonesia, yaitu Aplikasi, Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fashion, Film, Animasi Dan Video, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, Penerbitan, Periklanan, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Televisi Dan Radio, serta Game Developer.

2.2 Kawasan Ekonomi Kreatif

Undang-undang nomor 39 tahun 2009 menjelaskan bahwa KEK adalah kawasan dengan batas tertentu dalam wilayah hukum NKRI yang ditetapkan untuk menyelenggarakan fungsi perekonomian dan memperoleh fasilitas tertentu. KEK memiliki bentuk berupa kawasan yang terdiri dari satu atau beberapa zona seperti pengolahan ekspor, logistik, industri, pengembangan teknologi, pariwisata, energi, atau ekonomi lain. Latar belakang dibentuknya KEK adalah Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal Pasal 31 UU Penanaman Modal, yaitu: untuk mempercepat pengembangan ekonomi di wilayah tertentu yang bersifat strategis bagi pengembangan ekonomi nasional dan untuk menjaga keseimbangan kemajuan suatu daerah, dapat ditetapkan dan dikembangkan kawasan ekonomi khusus. Pemerintah berwenang menetapkan kebijakan penanaman modal tersendiri di kawasan ekonomi khusus. Ketentuan mengenai kawasan ekonomi khusus diatur dengan undang-undang

Kawasan Ekonomi Khusus dikembangkan melalui penyiapan kawasan yang memiliki keunggulan geoekonomi dan geostrategi dan berfungsi menampung kegiatan industri, ekspor, impor dan kegiatan ekonomi lain yang memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan daya saing internasional. Penyiapan kawasan ini diharapkan dapat menghasilkan suatu kawasan yang memenuhi standar infrastruktur dan pelayanan tertentu. Fungsi KEK adalah untuk melakukan dan mengembangkan usaha di bidang perdagangan, jasa, industri, pertambangan dan energi, transportasi, maritim dan perikanan, pos dan telekomunikasi, pariwisata, dan bidang lain (Yuliana dan Subekti, 2016).

Pasal 3 dalam Peraturan Pemerintah Nomor 2 Tahun 2011 tentang Penyelenggaraan Kawasan Ekonomi Khusus, mengatur mengenai KEK yang terdiri dari beberapa zona, adapun zona-zona tersebut adalah:

1. Pengolahan Ekspor,
Diperuntukkan bagi kegiatan logistik dan industri yang produksinya ditujukan untuk ekspor;
2. Logistik,
Diperuntukkan bagi kegiatan penyimpanan, perakitan, penyortiran, pengepakan, pendistribusian, perbaikan dan perekondisian permesinan dari dalam dan luar negeri;
3. Industri,
Diperuntukkan bagi kegiatan industri yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi, dan/atau barang jadi, serta agroindustri dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun untuk perekayasa industri yang produksinya untuk ekspor dan/atau untuk dalam negeri;
4. Pengembangan Teknologi,

subsektor secara lengkap dan peraturan apa saja yang mendukung mengenai ekonomi kreatif. Hal ini disebabkan karena para pelaku usaha menganggap bahwa pengetahuan mengenai ekonomi kreatif ini tidak cukup penting daripada keuntungan yang mereka dapatkan, sehingga mereka lebih berfokus dan berlomba-lomba untuk menarik sebanyak-banyaknya pelanggan demi meraup keuntungan yang besar.

Kurangnya pengetahuan para pelaku usaha mengenai ekonomi kreatif juga disebabkan karena kurangnya sosialisasi mengenai ekonomi kreatif terhadap para pelaku usaha, dan juga kurangnya kesadaran masyarakat atas potensi ekonomi kreatif di wilayah tersebut, sehingga para pelaku usaha di Kawasan Ekonomi Khusus hanya berfokus untuk bagaimana cara menarik pembeli dan turis untuk dapat membeli produk-produk yang mereka tawarkan.

4.2.2.3 Behaviour intention

Berdasarkan hasil *in-depth interview* dengan lima responden terkait aspek *behaviour intention* yang meliputi motivasi, pengalaman dan strategi khusus dalam pengembangan ekonomi kreatif. Seluruh responden membagikan pengalamannya dan mengakui perkembangan wisatawan dan semakin banyak produk-produk kriya yang dijual di kawasan Tanjung Kelayang. Infrastruktur disekitaran kawasan pun banyak yang berubah menjadi lebih baik.

Mengenai motivasi, seluruh responden kompak menjawab untuk mencari uang dan demi anak-anak bersekolah dengan baik. Namun hanya dua dari lima responden yang mengaku bahwa masih sanggup untuk mengikuti perkembangan zaman dan mampu mengikuti *trend* yang sedang diminati oleh kebanyakan konsumen. Sementara itu, satu dari lima pelaku usaha mengaku melakukan pinjaman ke bank demi meningkatkan kualitas dan kuantitas produk yang dihasilkan olehnya, sehingga pinjaman ini menjadi motivasi bagi pelaku usaha itu untuk tetap berusaha dan berkarya.

Sementara itu, mengenai strategi pengembangan ekonomi kreatif itu sendiri hanya terbatas pada promosi penjualan agar produk-produk yang mereka tawarkan dapat terjual seluruhnya dan mendapatkan keuntungan yang maksimal. Hal ini disebabkan kembali karena kurangnya pengetahuan mengenai ekonomi kreatif itu sendiri.

4.2.2.4 Pengaruh sosial

Pada aspek ini, seluruh responden mengakui bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor utama dalam berkembangnya ekonomi kreatif. Promosi langsung dari masyarakat yang telah mencoba dan membeli produk-produk yang mereka tawarkan lebih efektif dari iklan atau promosi lain yang telah mereka lakukan. Rekomendasi dari orang-orang terdekat juga secara langsung berkontribusi tinggi dalam penjualan produk yang mereka tawarkan, sehingga para pelaku usaha mengakui bahwa aspek sosial ini menjadi aspek terpenting dalam menawarkan produk-produknya di Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang.

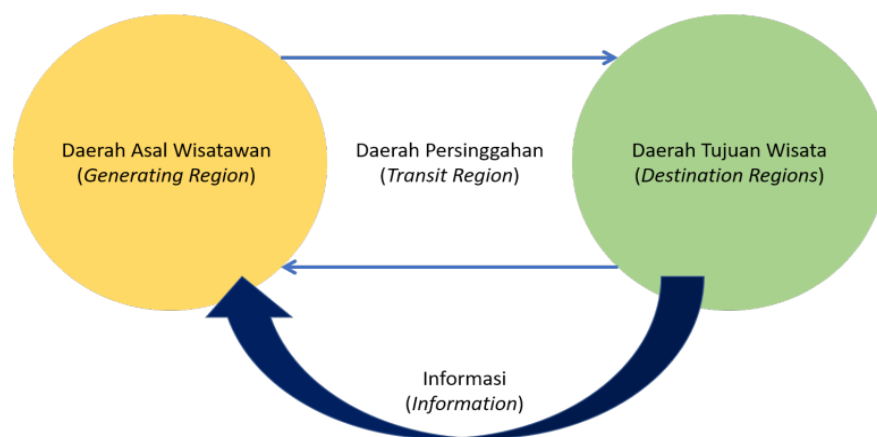
4.2.2.5 Pengambilan keputusan

- Diperuntukkan bagi kegiatan riset dan teknologi, rancang bangun dan rekayasa, teknologi terapan, pengembangan perangkat lunak serta jasa di bidang teknologi informasi;
5. Pariwisata,
Diperuntukkan bagi kegiatan usaha pariwisata untuk mendukung penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, pertemuan, pameran, serta kegiatan yang terkait;
 6. Energi,
Diperuntukkan kegiatan riset dan pengembangan di bidang energi serta produksi dari energi alternatif, energi terbarukan, dan energi primer;
 7. Ekonomi Lain,
Diperuntukkan untuk kegiatan lain yang ditetapkan dewan nasional, dapat berupa zona industri kreatif dan zona olahraga.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2016 Tentang Kawasan Ekonomi Khusus Tanjung Kelayang menyebutkan bahwa, dalam rangka mempercepat pembangunan perekonomian di wilayah Kabupaten Belitung, Provinsi Bangka Belitung, serta untuk menunjang percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi nasional, perlu mengembangkan wilayah Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus. Wilayah Tanjung Kelayang memiliki potensi dan keunggulan secara geoekonomi dan geostrategis. Keunggulan geoekonomi wilayah Tanjung Kelayang adalah memiliki objek wisata bahari yang merupakan pantai berpasir putih dengan panorama yang eksotis dan memiliki kedekatan pulau-pulau kecil yang menjadi destinasi pariwisata. Keunggulan geostrategis wilayah Tanjung Kelayang adalah memiliki konsep pengembangan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan pengembangan kawasan pariwisata yang berkelanjutan.

2.3 Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata merupakan gabungan dari semua pelayanan yang diperuntukkan bagi wisatawan (Boes, et., al 2016). Dalam menggambarkan definisi dari destinasi dibutuhkan sebuah proses yang panjang, kita dapat menggunakan sebuah versi modifikasi model dari Leiper dalam (Rob Davidson and Robert Maitland, 1997).



Gambar 2.1 Sistem dalam Pariwisata
Sumber: Rob Davidson and Maitland, 1997

Pendekatan ini menekankan bahwa pariwisata dihasilkan dari interaksi faktor permintaan dan penawaran. Ada berbagai faktor pendorong yang mendorong permintaan untuk perjalanan dan pariwisata secara umum di daerah penghasil (daerah asal wisatawan) misalnya, pendapatan yang dapat dibelanjakan di daerah tujuan wisata, rasa dan perubahan geografis. Pada dasarnya, pariwisata adalah tentang mengunjungi tempat-tempat (daerah tujuan wisata) dan itu adalah keinginan untuk pergi ke tempat tertentu yang merupakan jantung dari kegiatan wisata. Destinasi menjadi fokus perhatian karena mereka yang akan merangsang dan memotivasi kunjungan, dan merupakan lokasi di mana sebagian besar produk wisata diproduksi.

Berdasarkan Undang-Undang nomor 10 tahun 2009, Daerah Pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya Kepariwisata. Sehingga dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata atau destinasi pariwisata dan bisa disebut juga objek wisata adalah kawasan geografis yang dapat menimbulkan daya tarik dimana didalamnya terdapat pula fasilitas, aksesibilitas yang membuat wisatawan ingin melihatnya dan berkunjung. Keberhasilan suatu destinasi pariwisata dalam menarik kunjungan wisatawan tentunya tidak lepas dari kecermatan pengelola dalam memahami karakter dan ekspektasi pasar yang selanjutnya dijadikan acuan dalam pengembangan produk dan layanan serta fasilitas pendukung wisata yang terkait di dalamnya.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bersifat praktis dan dianalisis berdasarkan model analisis interaktif (Miles et al., 2014). Peneliti melakukan pendekatan kualitatif dengan melakukan observasi, wawancara (in-depth interview) dan forum group discussion (FGD) kepada beberapa narasumber yang merupakan aktor dalam ekonomi kreatif di sebuah daerah melalui konsep Penta Helix menurut Peraturan Menteri No. 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan yang mana terdiri dari pemerintah, akademisi, bisnis, komunitas, dan media. Desain wawancara dibuat dengan tujuan untuk menggali peran Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) termasuk proses pengaruhnya terhadap Ekonomi Kreatif.

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Belitung dengan berfokus pada destinasi pariwisata yang tercakup dalam Kawasan Destinasi Prioritas Tanjung Kelayang, Kabupaten Belitung sesuai dengan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 11 tahun 2022. Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder dan data primer yang didapatkan melalui aktivitas observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan focus group discussion (FGD). Data sekunder didapatkan melalui studi literatur terkait berbagai macam dokumen, seperti jurnal, laporan, dan buku yang didapat melalui instansi terkait, tokoh masyarakat, dan internet.

Penelitian ini akan dilakukan dengan 4 komponen dalam metode kualitatif (Miles et al., 2014), yaitu:

1. Pengumpulan data

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dan informasi adalah melalui proses wawancara kepada narasumber terkait. Masing-masing narasumber mendapatkan pertanyaan yang sama, yang menggali aspek-aspek yang telah ditentukan.

2. Reduksi/kondensasi

Data Proses ini bertujuan untuk menggolongkan, mengarahkan, menyeleksi, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi.

3. Penyajian data

Data yang telah direduksi kemudian dapat disajikan untuk mempermudah pemahaman terkait fenomena yang terjadi. Data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk teks naratif.

4. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data-data yang telah disajikan. Dalam desain penelitian ini penarikan kesimpulan akan dikaitkan dengan hasil estimasi secara kuantitatif terhadap data sekunder yang telah diproses, sehingga diharapkan akan mendapatkan hasil kesimpulan yang komprehensif

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Wilayah

Terdiri dari dua pulau utama yaitu Pulau Bangka dan Pulau Belitung serta ratusan pulau-pulau kecil, total pulau yang telah bernama berjumlah 470 buah dan yang berpenghuni hanya 50 pulau. Provinsi Kepulauan Bangka Belitung terletak di bagian tenggara Pulau Sumatra antara 104°50' sampai dengan 109°30' Bujur Timur dan 0°50' sampai dengan 4°10' Lintang Selatan. Total luas wilayah daratan dan wilayah lautan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mencapai 81.725,06 km². Luas daratan lebih kurang 16.424,06 km² atau 20,10 persen dari total wilayah dan luas laut kurang lebih 65.301 km² atau 79,90 persen dari total wilayah Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Wilayah daratan terbagi dalam kabupaten dan kota, yaitu Kabupaten Bangka dengan luas wilayah 2.950,68 km²; Kabupaten Bangka Barat dengan luas 2.820,61 km²; Kabupaten Bangka Tengah dengan luas 2.155,77 km²; Kabupaten Bangka Selatan dengan luas wilayah 3.607,08 km²; Kabupaten Belitung dengan luas wilayah 2.293,61 km²; Kabupaten Belitung Timur 2.506,91 km² dan Kota Pangkalpinang dengan luas wilayah 89,40 km².

Berdasarkan catatan Badan Pusat Statistik (BPS) Bangka Belitung 2020, proyeksi jumlah penduduk Provinsi Kepulauan Bangka Belitung pada tahun 2019 mencapai 1.488.792, dengan laju pertumbuhan penduduk pada tahun 2019 sebesar 1,98%. Hal ini menunjukkan penurunan signifikan laju pertumbuhan penduduk dari tahun 2010 yang menunjukkan sebesar 3,41%. Kabupaten Belitung sendiri memiliki jumlah penduduk sebanyak 189.824 jiwa, atau sebesar 12,75% dari total penduduk provinsi Bangka Belitung

Kabupaten	Jumlah penduduk (jiwa)
Bangka	337.337
Belitung	189.824
Bangka Barat	213.163
Bangka Tengah	196.196
Bangka Selatan	213.163
Belitung timur	129.572
Pangkal Pinang	212.727

Sumber : Profil Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2020

Partisipasi penduduk Provinsi Kepulauan Bangka Belitung dalam kegiatan perekonomian dapat ditunjukkan oleh indikator Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK). Berdasarkan catatan BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2024, Angka Tingkat

Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK) Bangka Belitung pada tahun 2023 yakni 68,34 persen. Kabupaten Belitung sendiri memiliki TPAK sebesar 68,09%, Angka tersebut mengindikasikan bahwa dari 100 penduduk usia produktif (15 tahun ke atas) 68 hingga 69 orang aktif dalam kegiatan perekonomian, hal ini meningkat dibandingkan tahun sebelumnya, TPAK kabupaten Belitung tahun 2022 di kisaran angka 65,25%.

Kabupaten/kota	Tingkat Partisipasi Angkatan Kerja (TPAK)		
	2021	2022	2023
Bangka	62,68	68,81	67,46
Belitung	66,28	65,25	68,09
Bangka Barat	65,98	70,23	70,22
Bangka Tengah	66,24	66,47	70,09
Bangka Selatan	68,96	66,71	66,93
Belitung Timur	69,23	67,36	70,48
Pangkalpinang	65,16	65,78	66,55

Sumber: BPS

4.2 Hasil Analisis

Paralel dengan dilakukannya observasi menggunakan data sekunder, peneliti juga melakukan *in-depth interview* kepada 5 perwakilan dari stakeholder Penta Helix terkait yakni pemerintah, pelaku usaha, akademisi, komunitas serta media. Hasil wawancara pada penelitian ini akan disajikan secara naratif dan dalam kondisi yang telah terkondensasi/tereduksi, tanpa menghilangkan konteks dan substansinya. Narasi hasil wawancara terbagi berdasarkan aspek-aspek yang ingin digali, yaitu pengetahuan/literasi mengenai ekonomi kreatif, perilaku para stakeholder (*behaviour intention*), pengaruh sosial, pengambilan keputusan, kepercayaan, dan serta peran Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif.

4.2.1 Pemerintah

4.2.1.1 Pengetahuan mengenai Pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus

Dalam menggali perspektif responden mengenai pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus sebagai pihak yang berkaitan dengan pemerintah setempat, masing-masing dari lima responden pemerintah memberikan pandangan yang cukup bervariasi. Tiga responden pertama merupakan generasi *millennial* (20 - 26 tahun) yang merupakan Pegawai Negeri Sipil yang belum lama memasuki dunia pemerintahan, dan dua responden tersisa merupakan *baby boomers* (40–50 tahun) yang merupakan senior di dunia pemerintahan.

Lima responden pun menyatakan bahwa mereka mengetahui bahwa Tanjung Kelayang sebagai destinasi pariwisata prioritas dan Kawasan Ekonomi Khusus. Seluruh responden juga mengatakan bahwa pertumbuhan pariwisata di kabupaten Belitung cukup baik dan stabil. Hal ini sejalan dengan data dari BPS yang menyatakan bahwa pada tahun 2021 total wisatawan mencapai 109.457 orang, meningkat menjadi 175.143 orang pada tahun 2023.

Sementara itu, perihal Kawasan Ekonomi Khusus seluruh responden mengatakan mengetahui bahwa adanya Kawasan Ekonomi Khusus di kabupaten Belitung, yaitu terletak di kawasan Tanjung Kelayang, kecamatan Sijuk. Akan tetapi, 2 dari 3 responden mengatakan tidak cukup paham dengan konsep Kawasan Ekonomi Khusus. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi mengenai Kawasan Ekonomi Khusus itu sendiri.

4.2.1.2 Pengetahuan mengenai ekonomi kreatif

Dari kelima responden yang merupakan stakeholder mewakili pemerintah, semuanya paham mengenai pengertian dasar ekonomi kreatif, namun hanya dua orang yang mengetahui 17 subsektor ekonomi kreatif secara lengkap dan paham mengenai dasar hukum dari ekonomi kreatif. Sementara itu, tiga responden lainnya menganggap ekonomi kreatif hanya sebatas pada produk kriya, kuliner, fashion dan seni tari. Hal ini menggambarkan bahwa pengetahuan mengenai ekonomi kreatif hanya terbatas pada subsektor yang terkenal di wilayah mereka.

4.2.1.3 Behaviour intention

Berdasarkan hasil *in-depth interview* dan *forum group discussion* dengan lima responden terkait aspek *behaviour intention* yang meliputi motivasi, pengalaman dan strategi khusus dalam pengembangan ekonomi kreatif. Beberapa responden menyoroti infrastruktur dan kurangnya anggaran untuk melakukan sosialisasi ekonomi kreatif di desa-desa sekitar destinasi Tanjung Kelayang. Mereka menganggap dengan kurangnya pembangunan infrastruktur tentu akan menghambat juga pertumbuhan dari ekonomi kreatif di daerah tersebut.

Beberapa responden pun menambahkan, bahwa terdapat strategi-strategi yang digunakan sesuai dengan Peraturan Daerah Provinsi Bangka Belitung nomor 9 tahun 2018 tentang pengembangan ekonomi kreatif, antara lain sebagai berikut:

- a. membangun kesadaran tentang urgensi dan potensi Ekonomi Kreatif;
- b. memberikan pelatihan pembentukan dan pengembangan usaha di bidang Ekonomi Kreatif;
- c. memberikan pendampingan kepada Pelaku Ekonomi Kreatif;
- d. melakukan pendataan Pelaku Ekonomi Kreatif;
- e. memfasilitasi Pengembangan Ekonomi Kreatif;
- f. penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif; dan
- g. mengkoordinasikan Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten/Kota.

4.2.1.4 Pengaruh sosial

Pada aspek pengaruh sosial, jawaban responden pun sangat bervariasi dalam memandang sejauh mana pendapat dan rekomendasi dari orang lain dapat mempengaruhi keputusannya dalam menikmati atau membeli produk kreatif di wilayah destinasi Tanjung Kelayang. Beberapa responden menganggap bahwa promosi melalui orang-orang terdekat merupakan promosi terbaik yang dapat mengembangkan ekonomi kreatif, namun responden lain menganggap bahwa pendapat dan rekomendasi dari orang lain tidak memiliki pengaruh signifikan, tergantung dari produk-produk ekonomi kreatif itu sendiri yang ditawarkan kepada para konsumen.

4.2.1.5 Pengambilan keputusan

Pada aspek pengambilan keputusan, responden diminta untuk menyatakan hal-hal apa saja yang mempengaruhi perkembangan ekonomi kreatif di wilayah destinasi dan Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang. Seluruh responden setuju bahwa pada aspek ini mengutamakan karakteristik dan kualitas dari produk ekonomi kreatif yang ditawarkan. Beberapa responden dari pihak pemerintah juga menambahkan bahwa aspek harga juga mempengaruhi keputusan untuk membeli produk-produk ekonomi kreatif.

4.2.1.6 Peran Destinasi Pariwisata terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang

Aspek terakhir ini merupakan aspek penting dalam interview ini, beberapa responden diminta untuk menjelaskan apakah ada korelasi antara pertumbuhan ekonomi kreatif dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan di destinasi prioritas yang ada di kabupaten Belitung, khususnya Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus. Dalam aspek ini, seluruh responden setuju bahwa terdapat korelasi yang kuat antara meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan kepada perputaran nilai ekonomi dari sektor ekonomi kreatif. Wisatawan yang berkunjung biasanya ingin membeli oleh-oleh, menikmati kesenian daerah serta mencoba wisata kuliner yang ada. Namun, terdapat responden lain yang menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif berbanding lurus dengan pengetahuan masyarakat mengenai ekonomi kreatif itu sendiri, jadi selain destinasi pariwisata yang semakin bagus, masyarakat disekitar wilayah tersebut harus terus disosialisasikan mengenai ekonomi kreatif, sehingga pertumbuhan ekonomi kreatif semakin berkembang.

4.2.2 Pelaku Usaha

4.2.2.1 Pengetahuan mengenai Pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus

Stakeholder selanjutnya merupakan pelaku usaha langsung di kabupaten Belitung dan Kawasan ekonomi khusus. Dari total lima responden yang mengikuti interview, tiga diantaranya merupakan pelaku usaha kuliner di kawasan Tanjung Kelayang, sementara dua yang lain merupakan pelaku usaha kriya. Lima responden tersebut merupakan penduduk asli kabupaten Belitung dan sudah mulai berwirausaha dari *range* tahun 2000–2015.

Seluruh responden mengatakan bahwa mengetahui mengenai pariwisata di kabupaten Belitung. Namun, hanya dua dari lima responden yang mengetahui bahwa kawasan Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus. Tiga pelaku usaha mengatakan tidak mengetahui mengenai adanya Kawasan Ekonomi Khusus, yang mereka ketahui adalah kawasan Tanjung Kelayang sebagai destinasi pariwisata saja. Namun kelima responden mengakui peningkatan kunjungan wisatawan dan banyak perbaikan infrastruktur semenjak tahun 2016.

4.2.2.2. Pengetahuan mengenai ekonomi kreatif

Dari total lima responden yang mengikuti interview dan *forum group discussion*, dua diantaranya mengakui kurang mengerti apa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif, sementara tiga yang lain menyatakan cukup mengerti apa itu ekonomi kreatif. Namun dari kelima pelaku usaha tidak satupun yang mengetahui 17

Dalam aspek ini, para responden diminta pendapat mereka mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang. Responden pun menyatakan banyak faktor yang mempengaruhi usaha mereka, namun secara keseluruhan ada 3 hal terpenting yang diakui penting oleh para responden dalam hal ekonomi kreatif, yaitu infrastruktur, harga dan kualitas.

Perihal infrastruktur, seluruh responden yang merupakan pelaku usaha berharap agar ada campur tangan dari pemerintah daerah untuk mengembangkan infrastruktur yang ada. Harapannya, dengan adanya pengembangan infrastruktur, semakin banyak wisatawan yang datang berkunjung dan membeli produk-produk mereka.

Harga dan kualitas juga diakui sangat penting oleh para pelaku usaha, dengan meningkatnya harga bahan baku, para pelaku usaha mengakui sangat sulit untuk menaikkan harga produknya, karena apabila harga dinaikkan maka sangat berpengaruh terhadap penjualan produk para pelaku usaha, sehingga para pelaku usaha mengakui bahwa bermain disisi kualitas merupakan salah satu cara untuk mendapatkan keuntungan. Namun hal ini juga mempengaruhi konsumen yang memang mengharapkan kualitas tinggi dari produk yang ditawarkan.

4.2.2.6 Peran Destinasi Pariwisata terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang

Seluruh responden diminta pendapatnya mengenai pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif. Seluruh responden setuju bahwa ada korelasi antara destinasi pariwisata dengan pertumbuhan ekonomi kreatif, mereka mengakui dengan ramainya wisatawan berpengaruh secara langsung terhadap penghasilan yang mereka dapatkan dari penjualan produk-produk ekonomi kreatif yang mereka tawarkan.

4.2.3 Akademisi

4.2.3.1 Pengetahuan mengenai Pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus

Stakeholder selanjutnya merupakan akademisi. Responden pada *stakeholder* ini terdiri dari 4 dosen dan 1 peneliti yang merupakan Masyarakat asli kabupaten Belitung, Dilihat dari sisi Pendidikan, terdiri dari 3 orang yang merupakan lulusan Strata-2 (Magister bidang Ekonomi, Seni & Pariwisata) dan 1 orang merupakan lulusan Strata-3 (Doktor bidang Manajemen). Seluruh responden menyatakan bahwa mereka paham dan mengerti mengenai kondisi pariwisata di kabupaten Belitung, yang dianggap sebagai destinasi prioritas dan juga mengetahui mengenai Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang. kelima responden ini juga terus mengikuti perkembangan kondisi pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang.

Responden berharap bahwa dengan adanya program pemerintah yang menetapkan Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus, akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut. Para responden juga mengharapkan akan banyak peneliti yang akan terus mengkaji dan meneliti mengenai perkembangan program ini, sehingga menjadi bahan evaluasi bagi pemangku kepentingan lain khususnya pemerintah dalam melakukan pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kawasan ekonomi khusus, tanjung kelayang

4.2.3.2 Pengetahuan mengenai ekonomi kreatif

Seluruh responden mengaku mengerti dan paham ketika ditanya mengenai ekonomi kreatif. Seluruh responden juga mengetahui adanya 17 subsektor ekonomi kreatif secara lengkap dan peraturan apa saja yang mendukung ekonomi kreatif. Dua dari tiga responden mengakui bahwa mereka sering juga meneliti mengenai perkembangan ekonomi kreatif di kabupaten Belitung, mereka juga mendorong pengetahuan ekonomi kreatif ini lebih melekat kepada masyarakat sekitar kabupaten Belitung seperti melakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat. Para akademisi menganggap kabupaten Belitung merupakan wilayah yang bagus untuk mengembangkan sektor ekonomi kreatif, namun terdapat beberapa kendala seperti kurangnya Pembangunan infrastruktur dan tidak meratanya penyebaran pengetahuan mengenai ekonomi kreatif yang menjadi hambatan bagi Masyarakat sekitar untuk berkembang.

4.2.3.3 Behaviour intention

Berdasarkan hasil *in-depth interview* dengan lima responden terkait aspek *behaviour intention* yang meliputi motivasi, pengalaman dan strategi khusus dalam pengembangan ekonomi kreatif. Seluruh responden membagikan pengalamannya dan mengakui perkembangan wisatawan dari tahun ke tahun di kabupaten Belitung. kelima responden mendukung adanya sosialisasi peraturan mengenai ekonomi kreatif di kabupaten belitung. mereka menganggap bahwa pertumbuhan ekonomi kreatif di kabupaten belitung belum cukup signifikan, hal ini terhalang karena kurangnya pengetahuan dan pengalaman disisi masyarakat umum mengenai ekonomi kreatif itu sendiri.

Seluruh responden yang merupakan masyarakat asli belitung mempunyai tujuan yang sama, yaitu meningkatnya kinerja perekonomian di kabupaten belitung dan membuat masyarakat sekitar menjadi sejahtera, salah satu caranya melalui sektor ekonomi kreatif. namun seluruh responden mengatakan, selama infrastruktur yang belum terbangun secara baik dan kesenjangan informasi mengenai ekonomi kreatif masih tinggi, akan sulit untuk meningkatkan perekonomian kabupaten belitung melalui sektor ekonomi kreatif.

4.2.3.4 Pengaruh sosial

Pada aspek ini, tiga dari lima responden mengakui bahwa pengaruh sosial merupakan salah satu faktor utama dalam berkembangnya ekonomi kreatif, sementara sisa responden mengatakan bahwa pengaruh sosial tidak terlalu tinggi terhadap perkembangan ekonomi kreatif di kabupaten belitung. menurut sisa responden, sosialisasi dan infrastruktur merupakan kunci utama dalam perkembangan ekonomi kreatif. pengetahuan dasar mengenai ekonomi kreatif merupakan kunci untuk sektor ekonomi kreatif itu sendiri berkembang, karena menurut dua dari lima responden, dengan kurangnya edukasi mengenai sektor ekonomi kreatif, sektor ekonomi kreatif tidak dapat berkembang secara signifikan.

4.2.3.5 Pengambilan keputusan

Dalam aspek ini, para responden diminta pendapat mereka mengenai pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang. tiga dari lima responden mengatakan bahwa diperlukan peningkatan produk-produk

yang menjadi ciri khas dari kabupaten belitung itu sendiri. hal ini dapat dilakukan dengan intervensi pemerintah dalam mendampingi para pelaku usaha untuk terus berinovasi dan menghasilkan produk-produk yang berkualitas.

Sementara itu dua dari lima responden mengatakan bahwa dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif, diperlukan adanya infrastruktur yang memadai terlebih dahulu sehingga para pelaku usaha dapat terus berkreasi dan berinovasi dalam menghasilkan produk-produk yang original dan berkualitas.

4.2.3.6 Peran Destinasi Pariwisata terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang

Seluruh responden diminta pendapatnya mengenai pengaruh pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi kreatif. Seluruh responden setuju bahwa ada korelasi antara destinasi pariwisata dengan pertumbuhan ekonomi kreatif, mereka mengakui dengan meningkatnya wisatawan di kabupaten belitung, khususnya tanjung kelayang, dapat meningkatkan pendapatan asli daerah dari sektor ekonomi kreatif. semakin tingi wisatawan yang datang, maka semakin tinggi pula pendapatan disektor ekonomi kreatif meningkat.

4.2.4 Media

4.2.4.1 Pengetahuan mengenai Pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus

Stakeholder selanjutnya merupakan pihak yang menggeluti bidang media, 3 diantaranya merupakan wartawan, 1 merupakan fotografer dan 1 merupakan videografer khusus bidang tourism travel. Lima responden tersebut merupakan penduduk asli kabupaten Belitung dan sudah mulai menggeluti bidang media ini dari *range* tahun 2012-2015. Seluruh responden mengatakan bahwa mengetahui mengenai pariwisata di kabupaten Belitung. Namun, hanya tiga dari lima responden yang mengetahui bahwa kawasan Tanjung Kelayang merupakan Kawasan Ekonomi Khusus.

4.2.4.2 Pengetahuan mengenai ekonomi kreatif

Dari total lima responden yang mengikuti interview dan *forum group discussion*, dua diantaranya mengakui kurang mengerti apa yang dimaksud dengan ekonomi kreatif, sementara tiga yang lain menyatakan cukup mengerti apa itu ekonomi kreatif. Sementara itu, dua responden yang berupa fotografer dan videografer menganggap bahwa pekerjaan yang mereka tekuni merupakan salah satu bentuk dari bidang ekonomi kreatif namun seluruh responden tidak mengetahui adanya 17 subsektor ekonomi kreatif tersebut.

4.2.4.3 Behaviour intention

Sikap pekerja media terhadap ekonomi kreatif dipengaruhi oleh bagaimana mereka memandang kontribusi sektor media terhadap industri kreatif secara keseluruhan. Apabila mereka melihat adanya keuntungan seperti pertumbuhan karier, inovasi, dan kesempatan finansial yang meningkat, sikap mereka akan cenderung positif dan mendukung ekonomi kreatif. Dalam konteks ekonomi kreatif, pekerja media mungkin termotivasi oleh keuntungan finansial. Jika ada peluang yang jelas untuk mendapatkan pendapatan tambahan atau mengembangkan karier melalui keterlibatan di sektor ini, mereka akan lebih cenderung berpartisipasi. Misalnya, mereka mungkin

tertarik pada proyek media yang mendukung pariwisata kreatif, promosi budaya lokal, atau kolaborasi dengan seniman lokal.

4.2.4.4 Pengaruh sosial

Pekerja di bidang media sering kali berada dalam lingkungan kerja yang kolaboratif. Norma sosial, baik di tempat kerja maupun dalam jaringan profesional mereka, namun berbeda dengan responden yang merupakan wartawan mereka mengatakan bahwa sering kali mendapati lingkungan kerja yang tidak kolaboratif sehingga dapat mempengaruhi keputusan mereka. Selain itu peran sosial media juga sangat mempengaruhi kinerja mereka karena merupakan platform promosi untuk pertumbuhan dan perkembangan karir mereka.

4.2.4.5 Pengambilan keputusan

Keberlanjutan menjadi faktor penting dalam keputusan media tentang destinasi wisata. Pekerja media harus mengevaluasi potensi ekonomi yang dapat dihasilkan oleh konten yang mereka buat, baik dari sisi promosi wisata maupun dari promosi industri kreatif. Mereka akan menilai bagaimana sebuah destinasi atau produk ekonomi kreatif bisa meningkatkan kunjungan wisatawan, penjualan produk, atau kolaborasi dengan pihak komersial lainnya.

4.2.4.6 Peran Destinasi Pariwisata terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang

Pekerja di bidang media sebagai responden mengakui bahwa destinasi pariwisata memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif. Mereka merasakan kenaikan pendapatan yang signifikan sejak adanya pengembangan beberapa tempat di Kabupaten Belitung sebagai destinasi wisata, bukan hanya melalui wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara yang datang untuk berwisata namun, mereka juga mendapatkan kenaikan pendapatan melalui klien fotografi seperti prewedding, buku tahunan sekolah, dll yang mengatakan bahwa pemilihan lokasi yang mudah dan nyaman karena hampir semua destinasi wisata di Kabupaten Belitung sangat diperhatikan fasilitasnya oleh pemerintah setempat.

4.2.5 Komunitas

4.2.5.1 Pengetahuan mengenai Pariwisata dan Kawasan Ekonomi Khusus

Stakeholder selanjutnya merupakan Komunitas. Responden pada *stakeholder* ini terdiri dari 3 komunitas penggiat seni yang terdiri dari komunitas seni tari, seni musik, dan seni lukis, lalu 1 komunitas event organizer serta 1 komunitas tourism travel di kabupaten Belitung. Seluruh responden menyatakan bahwa mereka sangat paham dan mengerti mengenai kondisi pariwisata di kabupaten Belitung, yang dianggap sebagai destinasi prioritas dan juga mengetahui mengenai Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang. kelima responden ini juga terus mengikuti perkembangan kondisi pariwisata di Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang dikarenakan sumber pendapatan mereka bergantung pada destinasi pariwisata yang ada di kabupaten Belitung.

Responden berharap bahwa dengan adanya program pemerintah yang menetapkan Tanjung Kelayang sebagai Kawasan Ekonomi Khusus, akan meningkatkan pendapatan mereka serta seluruh responden berharap agar kesejahteraan mereka lebih diperhatikan dan didukung oleh pemerintah kedepannya.

4.2.5.2 Pengetahuan mengenai ekonomi kreatif

Seluruh responden mengetahui secara mendasar mengenai ekonomi kreatif dan sepakat bahwa ekonomi kreatif membuka peluang lebih luas bagi seniman untuk mengekspresikan karya mereka dan mendapatkan pendapatan melalui berbagai media dan platform, seperti pentas/pagelaran seni, musik, pameran, dan media digital. Meskipun ada peluang ekonomi, beberapa komunitas seni juga merasa khawatir tentang komersialisasi seni. Bagi beberapa seniman, fokus pada ekonomi kreatif bisa dianggap mengurangi nilai intrinsik seni itu sendiri, karena seni dilihat sebagai alat untuk menghasilkan uang, bukan semata-mata sebagai ekspresi kreatif yang bebas.

4.2.5.3 Behaviour intention

Kontrol perilaku yang dirasakan mengacu pada sejauh mana komunitas/penggiat seni merasa memiliki sumber daya dan kemampuan untuk berpartisipasi dalam ekonomi kreatif. Ini bisa mencakup akses ke fasilitas, modal, pengetahuan, jaringan, atau dukungan pemerintah. Jika mereka merasa memiliki kendali yang cukup, intensi untuk terlibat cenderung lebih tinggi. Hal ini juga selaras dengan kebutuhan ekonomi, yang mana seluruh responden menjawab bahwa kebutuhan ekonomi sangat menentukan kontrol perilaku mereka.

4.2.5.4 Pengaruh sosial

Lingkungan sosial, termasuk komunitas seni dan komunitas lokal lainnya, memiliki pengaruh besar terhadap intensi perilaku penggiat seni dan lainnya. Jika norma sosial dan budaya di destinasi wisata mendukung kolaborasi antara seniman lokal dan pelaku industri pariwisata, maka kemungkinan besar komunitas/penggiat seni akan lebih tergerak untuk terlibat. Di sisi lain, terutama dalam hal persaingan yang ketat di pasar. Seniman yang tidak memiliki keterampilan pemasaran digital, pengelolaan bisnis, atau jaringan yang kuat mungkin kesulitan bersaing di industri kreatif. Mereka perlu beradaptasi dan mengembangkan keahlian baru di luar sekadar keterampilan artistik.

4.2.5.5 Pengambilan keputusan

Faktor ekonomi seperti potensi keuntungan dari terlibat dalam ekonomi kreatif akan mempengaruhi intensi mereka. Di sisi lain, motivasi intrinsik seperti kesempatan untuk mengekspresikan diri, menjaga warisan budaya, dan menciptakan karya seni yang lebih kreatif di lingkungan yang berbeda juga akan mendorong penggiat seni untuk berpartisipasi. Penggiat seni juga akan mempertimbangkan apakah berkontribusi dalam ekonomi kreatif di destinasi wisata dapat memberikan mereka peluang untuk berkembang secara profesional, seperti kesempatan mendapatkan lebih banyak pengakuan, pasar, atau kolaborasi.

4.2.5.6 Peran Destinasi Pariwisata terhadap pertumbuhan Ekonomi Kreatif Kawasan Ekonomi Khusus, Tanjung Kelayang

Banyak komunitas seni menyambut baik kebijakan pemerintah yang mendukung ekonomi kreatif, seperti pengembangan destinasi pariwisata, insentif pajak, dan dukungan infrastruktur bagi sektor ini. Di Indonesia, misalnya, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) memainkan peran penting dalam membantu komunitas seni dan komunitas lainnya untuk mengakses peluang di bidang ekonomi kreatif, dengan adanya pembentukan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) di

Tanjung Kelayang para responden yang mana merupakan komunitas seni dll mengaku mendapatkan banyak pendapatan melalui pementasan/pagelaran seni dan juga tentu selaras dengan pertumbuhan ekonomi kreatif setempat.

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Ekonomi Kreatif (Ekraf) didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi kekayaan intelektual, dan bersumber dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi. Dalam hal ini, unsur dari nilai tambah menjadi elemen penting yang tidak dapat dipisahkan dari unsur kreativitas. Ekonomi Kreatif secara khusus tidak hanya berfokus kepada penciptaan nilai tambah secara ekonomi, namun juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan.

Penelitian ini membahas peran Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) Tanjung Kelayang dalam mendukung ekonomi kreatif di Kabupaten Belitung. Fokusnya adalah dampak pengembangan pariwisata terhadap ekonomi kreatif, khususnya di kawasan prioritas wisata Tanjung Kelayang. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan berbagai pemangku kepentingan yang terlibat dalam ekonomi kreatif di Belitung dan Tanjung Kelayang, seperti pemerintah daerah, pelaku usaha, akademisi, media, dan tokoh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pertumbuhan pariwisata di Tanjung Kelayang memberikan dampak positif terhadap ekonomi kreatif. Peningkatan kunjungan wisatawan telah mendorong pertumbuhan berbagai subsektor ekonomi kreatif seperti kuliner, kerajinan, dan pertunjukan seni. Namun, masih terdapat beberapa tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan pemahaman masyarakat terhadap ekonomi kreatif yang masih kurang.

Kesimpulannya, Tanjung Kelayang memiliki peran penting dalam mendorong ekonomi kreatif di Belitung. Pengembangan pariwisata yang lebih lanjut, perbaikan infrastruktur, dan peningkatan pemahaman masyarakat akan membantu mengoptimalkan peran ekonomi kreatif dalam pertumbuhan ekonomi daerah. Peneliti menyarankan agar pemerintah dapat melakukan pengembangan pariwisata lebih lanjut, perbaikan infrastruktur, dan edukasi masyarakat untuk memperkuat kontribusi ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi daerah khususnya wilayah Kabupaten Belitung. Apabila diperlukan maka akan lebih baik apabila pemerintah menerbitkan kebijakan pembangunan inklusif dimana dalam konteks ini, hasil diharapkan adalah kesadaran masyarakat wilayah kabupaten Belitung akan ekonomi kreatif juga meningkat dan dapat meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif terhadap pendapatan asli daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. R., Pramono, R. W. D., & Rahmi, D. H. (2018). "Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Ekonomi Wilayah Di Provinsi Jawa Timur". *Jurnal Planoeearth*, 3 2, 57
- Anggarini, D. (2021). Upaya Pemulihan Industri Pariwisata Dalam Situasi Pandemi Covid - 19. *Jurnal Pariwisata*.
- Ashoer, dkk. (2021). *Ekonomi Pariwisata*. Penerbit Yayasan Kita Menulis

- Borkowska-Niszczoła, M. (2015). Tourism Clusters in Eastern Poland - Analysis of Selected Aspects of the Operation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 213, 957–964.
- BEKRAF. (2019). Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif tahun 2019. Jakarta.
- Gendut, S., et., al. (2019). Improve Creative Industry Competitiveness, Penta Helix and Human Capital in the Digital Era. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, volume 423, 157-170.
- Ginting, A.M., et., al. (2016). “Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Daerah dalam Mendukung Perekonomian Nasional”. Laporan Penelitian. Jakarta: Pusat Penelitian Badan Keahlian Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*. Vol. 1, No. 2, pp. 106- 134.
- Herwan, A. M., et., al. (2017). The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City. *Review of Integrative Business and Economics Research*, Vol. 6, no. 1, pp.412-417
- Howkins, J., (2001). *The Creative Economy-How People Make Money from Ideas*. London :ThePenguinGroup
- Kemenparekraf. (2020). Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Di akses 11 November. <https://kemenparekraf.go.id/>.
- Larasati, B. S., (2020). Profil Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 2020 Potensi dan Pesona Bumi Serumpun Sebalai.
- Lee, Y. J. A., Jang, S., & Kim, J. (2020). Tourism clusters and peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*, 83 May, 102960.
- Luqma, et., al. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dan Sektor Pariwisata Dalam Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Community Development Journal* Vol.4, No.2 Juni 2023, Hal. 3331-3339
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. Inc
- Nugroho, P. S., Cahyadin, M., Perindustrian, D., Kebudayaan, D., & Pariwisata, D. K. (2015). Analisis perkembangan industri kreatif di Indonesia. *Symposium Ekonomi Indonesia Pasca Krisis Ekonomi Global*, Surabaya
- OECD. (2014). *Tourism and the creative economy*. OECD, pp. 1–180.
- Pascasuseno, Agus. (2014). *Ekonomi kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025*. Bedah Cetak Biru Ekonomi kreatif:Yogyakarta
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 - 2025
- Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 142 Tahun 2018. Tentang Rencana Induk Pengembangan Ekonomi kreatif Nasional Tahun 2018-2025.
- Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2020 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024
- Peraturan Menteri No. 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan
- Peraturan Daerah Provinsi Bangka Belitung nomor 9 tahun 2018 tentang pengembangan ekonomi kreatif

- Prajanti, et., al, (2021). Kajian Strategis Pengembangan Ekonomi Kreatif yang Inklusif dan Berkelanjutan di Kota Semarang. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Kota Semarang Kerjasama Universitas Negeri Semarang
- Rahmi, Asri N. (2018). Perkembangan Industri Ekonomi Kreatif dan Pengaruhnya terhadap Perekonomian di Indonesia. Jurnal IBS. Vol. 2, No. 1, pp. 1386-1395
- Satria, D., & Maharani, W. J. (2019). Peran Klaster Pariwisata terhadap Ekonomi Kreatif Kabupaten Indonesia di Era Industri 4.0. Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia. Vol. 15, No. 2, pp. 134-147.
- Setyanto, R. P. (2018). Value Chain Klaster Pariwisata Banyumas: Pendekatan Multiple Case Study. Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Akuntansi (JEBA), 20 (02), 1–13
- Sunaryo, B. (2013). Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia No.1. Penerbit Gava Media Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.
- Tenges, C. (2016). Peningkatan Daya Saing Kota Manado (Studi Kasus : Industri Pariwisata Kuliner Wakeke). Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, 16 (02), 529–539.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wahyuningsih, Sri & Satriani, Dede. (2019). Pendekatan Ekonomi Kreatif terhadap Pertumbuhan Ekonomi. IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi. Vol. 8, No. 2, pp. 195-205
- Wirakusuma, Reiza Miftah. (2014). “Analisis Kegiatan ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Bahari Pulau Tidung Kepulauan Seribu”. Jurnal Manajemen Resort & Leisure. 11 1: 49-58
- Wulung, et., al. (2021). Dampak Covid-19 pada Destinasi Pariwisata Prioritas Bromo Tengger Semeru. Jurnal Ilmiah Pariwisata, Volume 26 No.2, Juli 2021, pp-123-132.