

STRATEGI DINAS PARIWISATA DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF DI KABUPATEN REJANG LEBONG PROVINSI BENGKULU

RIKO ARIANSYAH

NPP. 31.0287

Asdaf Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu

Program Studi Administrasi Pemerintahan Daerah Fakultas Manajemen Pemerintahan

email : rikoariansyah46@gmail.com

Pembimbing Skripsi: Syahrir, SH, M.Si

ABSTRACT

Background (GAP): Tourism is a very important component in driving a nation's economy. The creative economy is an important part of tourism. The creative economy in Rejang Lebong Regency experiences an increase every year. **Objective:** The aim of this research is to analyze the Tourism Department's strategy in improving the creative economy in Rejang Lebong Regency, Bengkulu Province. **Method:** The research method used is a descriptive qualitative method, focusing on the Tourism Department's strategy in supporting the development of the creative economy sector. This research uses the SOAR Strategy concept to describe an analysis that aligns with the objectives to be achieved. **Results/Findings:** The research shows that the Tourism Department's strategy aligns with the implemented programs but needs improvement to strengthen results. Evaluation is based on seven dimensions: strengths, opportunities, aspirations, and results. Strengths: Assistance with stationery, crafts, and logos is expected to improve the quality of creative economy products. Opportunities: Employees need to master tourism and the creative economy despite limited facilities and APBD support. Aspirations: Collaboration with tourism village managers and creative economy actors, as well as training to increase creativity. Result: Produces competitive and creative human resources. **Conclusion:** There are obstacles such as a limited budget, lack of facilities, and the need to increase employee competency. Solutions include budget advocacy, technical guidance, and outreach to improve creative economy results.

Keywords: Tourism Office, Creative Economy, Rejang Lebong Regency, Bengkulu Province.

ABSTRAK

Latar Belakang (GAP): Pariwisata merupakan komponen yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi suatu bangsa. Ekonomi kreatif menjadi salah satu bagian penting dari pariwisata. Ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong sendiri setiap tahunnya mengalami peningkatan. **Tujuan:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. **Metode:** Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif, dengan fokus pada strategi Dinas Pariwisata dalam mendukung pengembangan sektor ekonomi kreatif. Penelitian ini menggunakan konsep strategi SOAR, sehingga dapat menggambarkan analisis yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. **Hasil/Temuan:**

Penelitian menunjukkan bahwa strategi Dinas Pariwisata sesuai dengan program yang dijalankan, namun perlu peningkatan untuk memantapkan hasil. Evaluasi dilakukan berdasarkan tujuh dimensi: kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil. Kekuatan: Bantuan alat tulis, kriya, dan logo diharapkan meningkatkan kualitas produk ekonomi kreatif. Peluang: Pegawai perlu menguasai pariwisata dan ekonomi kreatif meskipun ada keterbatasan sarana dan dukungan APBD. Aspirasi: Kerja sama dengan pengelola desa wisata dan pelaku ekonomi kreatif, serta pelatihan untuk meningkatkan kreativitas. Hasil: Menghasilkan SDM berdaya saing dan kreatif. Hambatan: Keterbatasan anggaran, kurangnya fasilitas, dan perlu peningkatan kompetensi pegawai. **Kesimpulan:** Advokasi anggaran, bimbingan teknis, dan sosialisasi untuk meningkatkan hasil ekonomi kreatif.

Kata Kunci: Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif, Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Kemiskinan, Tim Koordinasi Penanggulangan Kemiskinan, Kolaborasi, pengentasan kemiskinan

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 disebutkan bahwa tujuan nasional bangsa Indonesia adalah melindungi seluruh tumpah darah Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, dan mencerdaskan kehidupan bangsa. Selain itu, turut berkontribusi pada terwujudnya tatanan dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial. Pasal 33 ayat (4) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan bahwa 'perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan asas demokrasi ekonomi dan kerjasama, efisiensi, keberlanjutan, lingkungan hidup yang bijaksana, kemandirian, dan kepedulian terhadap keseimbangan pembangunan ekonomi dan bangsa'. Untuk mencapai masyarakat yang adil dan makmur, pemerintah Indonesia harus memadukan seluruh sumber daya ekonomi, terutama aktivitas ketenagakerjaan, warisan budaya, ilmu pengetahuan, dan teknologi.

Pariwisata adalah komponen yang sangat penting dalam menggerakkan ekonomi suatu bangsa dan negara. Kerjasama antara pemerintah daerah dan masyarakat sangat diperlukan dalam meningkatkan destinasi wisata yang ada. Jika pariwisata berkembang dengan baik, banyak sektor yang akan meningkat bersamanya, seperti sektor pertanian, kerajinan masyarakat, dan peluang kerja yang akan terbuka luas. Perkembangan pariwisata yang optimal dapat memberikan dampak positif pada laju peningkatan perekonomian nasional. Indonesia, dengan kekayaan alam dan sumber daya manusia yang melimpah, memiliki potensi besar dalam dunia pariwisata, menjadikannya tempat tujuan wisata yang patut dibanggakan.

Untuk mengembangkan tenaga kerja, perlu dilakukan pengelolaan potensi ekonomi kreatif secara efektif, terstruktur, dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif adalah sebuah kerangka ekonomi yang menekankan penggunaan sistem data dan kreativitas, serta bergantung pada inspirasi yang bersumber dari berbagai pengetahuan tentang sumber daya manusia sebagai elemen utama. Kreativitas ini terkait dengan nilai-nilai seni, teknologi, intelektual, dan budaya, yang menjadi pondasi bagi partisipasi dalam kompetisi ekonomi. Ekonomi kreatif muncul sebagai alternatif dalam pembangunan ekonomi

dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, didorong oleh kreativitas dalam pembiayaan dan motivasi untuk menghasilkan produk dan layanan dengan tingkat kreativitas yang tinggi.

Usaha meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia kini menjadi fokus utama pembangunan, sejalan dengan Instruksi Presiden No. 6 tahun 2009 yang menekankan pada dukungan perkembangan ekonomi kreatif. Dukungan ini diharapkan mencakup lebih banyak pelaku ekonomi kreatif, memberikan dampak positif bagi pemulihan ekonomi Indonesia. Sebagai contoh, di Kabupaten Rejang Lebong, pemerintah mendukung penuh pelaku ekonomi kreatif melalui seminar dan pelatihan yang diberikan oleh Dinas Pariwisata. Pada September 2023, Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong memberikan pelatihan kepada 50 pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan diri dan bersaing di pasaran.

Data menunjukkan bahwa jumlah wisatawan di Provinsi Bengkulu terus meningkat setiap tahun, yang diharapkan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan mempengaruhi ekonomi kreatif. Namun, beberapa tantangan masih ada, seperti terbatasnya anggaran, fasilitas, dan kompetensi karyawan yang perlu ditingkatkan. Solusi yang diusulkan meliputi advokasi anggaran, bimbingan teknis, dan sosialisasi untuk meningkatkan hasil ekonomi kreatif. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sandiaga Salahuddin Uno, menargetkan penciptaan 1,1 juta lapangan kerja baru pada tahun 2024, dengan dukungan pemerintah daerah untuk memasukkan produk ekonomi kreatif ke dalam e-katalog Lembaga Kebijakan Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah (LKPP) guna meningkatkan potensi bisnis dan mempercepat pemulihan ekonomi.

1.2 Kesenjangan Masalah yang Diambil

Meskipun pemerintah Indonesia telah menekankan pentingnya pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata sebagai komponen utama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, masih terdapat kesenjangan signifikan antara potensi dan realisasi di berbagai daerah. Misalnya, Provinsi Bengkulu, dengan kekayaan alam dan daya tarik wisata yang melimpah, mengalami peningkatan jumlah wisatawan setiap tahun. Namun, kontribusi ekonomi kreatif terhadap perekonomian lokal masih belum maksimal. Ini disebabkan oleh terbatasnya fasilitas, kurangnya keterampilan dan kompetensi pelaku ekonomi kreatif, serta minimnya akses pasar yang dapat menjangkau produk-produk kreatif daerah ke skala nasional maupun internasional.

Selain itu, meskipun data menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan domestik, Kabupaten Rejang Lebong mengalami penurunan drastis dalam jumlah pengunjung selama beberapa tahun terakhir. Faktor-faktor seperti pandemi global, kurangnya promosi wisata, dan keterbatasan infrastruktur pariwisata berperan dalam penurunan ini. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam pengelolaan dan promosi potensi wisata yang ada, serta kurangnya strategi yang efektif untuk menarik dan mempertahankan wisatawan. Dukungan dari pemerintah pusat dan daerah dalam bentuk pelatihan dan seminar bagi pelaku ekonomi kreatif sudah ada, namun belum cukup untuk mengatasi masalah-masalah yang lebih mendasar seperti pemasaran dan pengembangan produk.

Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, diperlukan upaya terpadu yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat. Pertama, peningkatan akses terhadap pendidikan dan pelatihan yang berkualitas bagi pelaku ekonomi kreatif

perlu diperluas agar mereka mampu menghasilkan produk yang berdaya saing tinggi. Kedua, strategi promosi pariwisata yang lebih agresif dan terfokus harus diimplementasikan untuk menarik lebih banyak wisatawan. Ketiga, pengembangan infrastruktur yang memadai dan peningkatan aksesibilitas ke destinasi wisata menjadi kunci untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Dengan pendekatan yang komprehensif dan terkoordinasi, kesenjangan yang ada dapat diminimalkan dan potensi ekonomi kreatif serta pariwisata dapat dimaksimalkan untuk kesejahteraan masyarakat.

1.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menyoroti Strategi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif berkaitan dengan penelitian ini:

- 1. Perencanaan Strategis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Ciamis dalam Pengembangan Pariwisata** (Rahmayani et al., 2021)
Penelitian ini menyoroti pentingnya perencanaan strategis dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Ciamis pasca pemisahan Pangandaran menjadi Daerah Otonomi Baru. Menggunakan teori perencanaan strategis oleh Bryson, penelitian ini mengidentifikasi tiga isu strategis utama melalui analisis SWOT: kerjasama dengan investor, memperluas kerjasama antar pelaku, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia. Temuan ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang baik dapat mendorong pengembangan pariwisata yang lebih optimal.
- 2. Implementasi Kebijakan Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif** (Mahdi Rizqullah et al., 2021)
Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Jakarta Timur mengimplementasikan Pergub DKI Jakarta Nomor 51 Tahun 2020 selama masa PSBB Transisi. Penelitian ini menunjukkan bahwa kebijakan yang baik memerlukan inovasi dan adaptasi yang terus-menerus untuk menghadapi tantangan, terutama dalam konteks normal baru yang dipicu oleh pandemi. Upaya inovatif dalam kebijakan ini dapat menjadi referensi bagi daerah lain dalam mengimplementasikan kebijakan pariwisata dan ekonomi kreatif.
- 3. Program Pemberdayaan Obyek Wisata Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran** (Sari et al., 2021)
Penelitian ini membahas pemberdayaan masyarakat desa dalam pengembangan obyek wisata di Desa Wiyono, Kabupaten Pesawaran. Meskipun rencana induk pengembangan pariwisata sudah baik, pemberdayaan masyarakat belum sepenuhnya optimal dan kurang sesuai dengan keinginan wisatawan. Kerjasama dengan berbagai pihak telah dilakukan, tetapi diperlukan peningkatan dalam penyiapan program pemberdayaan yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar wisata.
- 4. Peran Dinas Pariwisata Ekonomi Kreatif, Komunikasi dan Informatika dalam Mengelola Branding Kota Samarinda** (Saputra, 2016)
Penelitian ini mengkaji bagaimana Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif, Komunikasi, dan Informatika Kota Samarinda mengelola branding kota. Fokus utama adalah bagaimana branding dapat digunakan sebagai alat komunikasi dan strategi dalam menarik wisatawan dan mengembangkan ekonomi kreatif. Branding yang efektif merupakan bagian penting dari strategi pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah.
- 5. Peran Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Lasiana di Kota Kupang Provinsi Nusa Tenggara Timur** (Mulyana & Fanggi, 2022)

Penelitian ini menyoroti kurangnya fasilitas dan promosi yang efektif dalam pengembangan Pantai Lasiana. Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kota Kupang sudah melakukan pelatihan dan sosialisasi kepada masyarakat lokal, namun hambatan seperti tumpang tindih status kepemilikan lahan dan keterbatasan fasilitas masih menghambat pengembangan. Studi ini menunjukkan pentingnya peran pemerintah dalam penyediaan fasilitas dan promosi yang efektif.

6. **Tata Kelola Destinasi Wisata Melalui Sistem Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (SIPAREKRAF) di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar** (Sahira & Zulkarnaini, 2023)

Penelitian ini mengkaji tata kelola destinasi wisata di Kabupaten Kampar melalui SIPAREKRAF. Meskipun perencanaan sudah sesuai, terdapat beberapa kendala dalam pengelolaannya, seperti kurangnya sarana prasarana dan ketidakcocokan penempatan sumber daya manusia. Optimalisasi program-program menarik di setiap destinasi wisata diharapkan dapat memperkenalkan SIPAREKRAF kepada masyarakat luas.

7. **Optimalisasi Pengelolaan Bidang Pariwisata oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wilayah Ciamis** (Rizaldy, 2018)

Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana optimalisasi pengelolaan pariwisata oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Ciamis. Hambatan yang ditemukan termasuk kurangnya dana dan sumber daya manusia yang memadai. Upaya optimalisasi yang dilakukan meliputi peningkatan kerjasama dengan pelaku pariwisata dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

8. **Pemberdayaan Ekonomi Kreatif melalui Pengembangan Wisata Desa di Kabupaten Sleman** (Adiyanto & Supriatna, 2019)

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa pengembangan wisata desa dapat menjadi alat pemberdayaan ekonomi kreatif di Kabupaten Sleman. Pendekatan yang digunakan termasuk pelatihan bagi masyarakat lokal dan pengembangan infrastruktur desa wisata. Kerjasama dengan pihak swasta dan pemerintah daerah menjadi kunci dalam keberhasilan program ini.

9. **Strategi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Bantul** (UTAMA, 2023)

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi promosi yang agresif dan pengembangan infrastruktur wisata yang baik dapat meningkatkan kunjungan wisatawan di Kabupaten Bantul. Penggunaan media sosial sebagai alat promosi juga terbukti efektif dalam menarik wisatawan domestik dan internasional.

10. **Pengaruh Pelatihan Ekonomi Kreatif terhadap Peningkatan Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Magelang** (Pratama et al., 2023)

Penelitian ini menyoroti bagaimana pelatihan ekonomi kreatif yang diberikan oleh pemerintah daerah dapat meningkatkan pendapatan masyarakat di Kabupaten Magelang. Pelatihan ini mencakup berbagai aspek, seperti keterampilan teknis, manajemen bisnis, dan pemasaran produk kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan yang tepat dan berkelanjutan dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi lokal.

1.4 Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Dalam penelitian ini, kebaruan ilmiahnya terletak pada pendekatan yang menggabungkan strategi pengembangan pariwisata dengan fokus pada ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Penelitian sebelumnya umumnya berfokus pada pengembangan pariwisata atau

ekonomi kreatif secara terpisah, namun penelitian ini menyatukan kedua konsep tersebut untuk mengoptimalkan potensi pariwisata secara holistik. Pendekatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam membangun basis ekonomi lokal yang berkelanjutan melalui pemanfaatan potensi pariwisata dengan cara yang kreatif dan berkesinambungan.

Kebaruan ilmiah lainnya terletak pada konteks geografis dan sosial Kabupaten Rejang Lebong yang unik. Dengan fokus pada daerah ini, penelitian ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana dinamika lokal dan kondisi sosial mempengaruhi implementasi strategi dalam meningkatkan ekonomi kreatif melalui pariwisata. Hal ini tidak hanya memperkaya literatur tentang pengembangan pariwisata di daerah-daerah pedesaan, tetapi juga memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang adaptasi strategi yang dibutuhkan untuk memenuhi tantangan lokal yang spesifik.

Selain itu, penelitian ini juga mengeksplorasi penerapan teknologi dan inovasi dalam pengembangan pariwisata. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi, seperti penggunaan platform digital untuk promosi dan pemasaran destinasi wisata, penelitian ini menghadirkan kontribusi baru dalam memahami bagaimana teknologi dapat menjadi katalisator dalam meningkatkan daya tarik dan aksesibilitas destinasi pariwisata di Kabupaten Rejang Lebong. Pendekatan ini relevan dengan tren global dalam pariwisata berbasis digital dan memberikan wawasan tentang potensi teknologi untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat lokal.

1.5 Tujuan

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses strategi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan strategi-strategi yang digunakan serta melihat bagaimana implementasinya dalam konteks lokal yang spesifik.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memahami faktor-faktor penghambat yang dihadapi dalam implementasi strategi Dinas Pariwisata untuk meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Dengan memperoleh pemahaman mendalam tentang tantangan yang dihadapi, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting dalam merumuskan rekomendasi kebijakan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Poin terakhir dari tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan menggali informasi tentang upaya-upaya konkret yang telah dilakukan oleh Dinas Pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Hal ini akan memberikan wawasan tentang efektivitas strategi yang telah diterapkan serta pelajaran yang bisa dipetik untuk pengembangan ke depannya dalam konteks pariwisata dan ekonomi kreatif lokal.

II. METODE

Untuk penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode induktif. Pendekatan ini dipilih karena lebih cocok untuk menggambarkan dan memahami secara mendalam strategi yang digunakan oleh Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong, Provinsi Bengkulu. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menangkap

kompleksitas situasi di lapangan dan menggali perspektif serta pengalaman langsung dari informan terkait (Murdiyanto, 2020).

Desain penelitian ini bersifat deskriptif, dimana tujuannya adalah untuk menggambarkan dengan jelas dan sistematis tentang strategi yang sedang diterapkan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan berbagai pihak terkait seperti pejabat Dinas Pariwisata, pelaku ekonomi kreatif lokal, dan stakeholders lainnya yang relevan (Thabroni, 2022). Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi aspek-aspek yang mendasari praktik dan strategi yang ada serta memahami secara lebih baik tantangan dan peluang yang dihadapi dalam konteks spesifik ini (Rijali, 2019).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumen resmi, laporan, dan literatur terkait ekonomi kreatif dan pariwisata di daerah tersebut. Pendekatan triangulasi digunakan untuk memastikan keakuratan dan keberlanjutan data yang diperoleh, dengan membandingkan berbagai sumber dan sudut pandang (Hasibuan et al., 2022).

Dalam hal pemilihan informan, peneliti menggunakan teknik purposive sampling untuk memilih informan yang memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan dengan topik penelitian. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh mencakup berbagai perspektif yang diperlukan untuk analisis yang komprehensif dan mendalam (Sari sasi gendro, 2022).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Rejang Lebong

Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong menerapkan beberapa strategi untuk meningkatkan ekonomi kreatif, sebagaimana diungkapkan oleh Stavros et al. (2019), bahwa analisis SOAR (Strength, Opportunity, Aspiration, Result) adalah alat perencanaan strategi yang berfokus pada perumusan dan pelaksanaan strategi positif. Analisis ini dilakukan dengan mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang diinginkan. Penelitian ini mengambil tujuh dari sembilan dimensi yang dikemukakan oleh Teori Darvison (2019) yang relevan, yaitu aset berwujud, aset tidak berwujud, sumber daya manusia, sarana dan prasarana, visi, misi, serta harapan-tujuan yang ingin dicapai oleh organisasi.

Aset yang Berwujud

Aset yang berwujud adalah aset fisik yang nyata dan dapat diukur. Di Kabupaten Rejang Lebong, Dinas Pariwisata telah memberikan bantuan berupa peralatan kriya dan batik tulis kepada pelaku ekonomi kreatif, seperti yang disampaikan oleh M. Budianto, Kepala Dinas Pariwisata, pada wawancara tanggal 22 Januari 2023. Bantuan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya jual pelaku ekonomi kreatif. Strategi ini menunjukkan bahwa dukungan terhadap pelaku

ekonomi kreatif sudah berjalan, namun peneliti berharap bantuan dapat diperluas untuk semua pelaku ekonomi kreatif guna memudahkan pengembangan usaha mereka.

Aset yang Tidak Berwujud

Aset tidak berwujud meliputi regulasi, peraturan, dan hak merk. Meskipun Dinas Pariwisata Rejang Lebong belum memiliki regulasi lokal, mereka mengikuti UU No. 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif dan PP No. 24 Tahun 2022 tentang pembiayaan ekonomi kreatif. Selain itu, Dinas Pariwisata memiliki hak merk "Fabulous Rejang Lebong" yang diharapkan menjadi ciri khas dan meningkatkan brand ekonomi kreatif lokal. Regulasi dan hak merk ini memberikan kerangka kerja yang penting untuk pengembangan ekonomi kreatif secara berkelanjutan.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Menurut wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, pegawai Dinas Pariwisata belum memiliki kompetensi dasar pariwisata dan ekonomi kreatif, namun telah mengikuti pelatihan dan bimbingan teknis untuk meningkatkan pengetahuan mereka. Kompetensi ini esensial untuk mencapai target dan meningkatkan kinerja pegawai dalam mendukung sektor ekonomi kreatif. Oleh karena itu, peningkatan kompetensi sumber daya manusia harus menjadi prioritas utama.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana merupakan fasilitas pendukung penting dalam pengembangan ekonomi kreatif. Berdasarkan wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, sarana dan prasarana Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong belum memadai, dan dukungan pemerintah serta APBD masih kurang. Oleh karena itu, diperlukan dukungan tambahan dari pemerintah daerah untuk meningkatkan fasilitas yang ada, sehingga pelaku ekonomi kreatif dapat lebih berkreativitas dan berinovasi.

Visi dan Misi

Strategi Dinas Pariwisata harus selaras dengan visi dan misi organisasi. Visi Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong adalah menjadikan kabupaten sebagai kota tujuan wisata. Misinya meliputi peningkatan SDM di bidang pariwisata, pengembangan destinasi dan produk pariwisata, serta tata kelola yang akuntabel. Kerjasama dengan berbagai pihak, pelatihan, dan bantuan peralatan diharapkan dapat meningkatkan kreativitas dan inovasi pelaku ekonomi kreatif, menjadikan ekonomi kreatif sebagai komoditas yang bernilai tinggi.

Harapan/Tujuan

Strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif harus memiliki harapan atau tujuan yang jelas. Selain mencapai visi dan misi dinas, tujuan utama adalah memenuhi harapan masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif. Menurut wawancara dengan Kepala Bidang Ekonomi Kreatif, tujuan ini termasuk meningkatkan kesejahteraan pelaku ekonomi kreatif dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai mata pencaharian yang stabil dan berkelanjutan. Dukungan pemerintah dan pelatihan yang tepat sangat diperlukan untuk mencapai tujuan ini.

3.2 Analisis SOAR Strategi Dinas Pariwisata Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan data dan hasil wawancara yang telah diperoleh, analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results) digunakan untuk mencapai tujuan peningkatan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Analisis ini membantu mengidentifikasi kekuatan, peluang, aspirasi, dan hasil yang dapat dicapai oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong. Dengan demikian, dapat dirumuskan strategi yang efektif untuk mengembangkan ekonomi kreatif di daerah tersebut.

Dari analisis kekuatan (Strengths), ditemukan bahwa Dinas Pariwisata memiliki beberapa kekuatan utama, termasuk dukungan dari pemerintah daerah, pegawai dengan pengetahuan tentang ekonomi kreatif, pendidikan dan pelatihan ekonomi kreatif, serta media informasi dan promosi yang tersedia. Kekuatan-kekuatan ini menjadi modal penting dalam upaya meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Selain itu, peluang (Opportunities) yang ada juga sangat menjanjikan, seperti sumber daya alam yang melimpah, status Rejang Lebong sebagai tujuan wisata utama di Provinsi Bengkulu, sumber daya manusia dengan berbagai soft skill, peluang pasar yang luas, serta perkembangan teknologi dan informasi yang dapat dimanfaatkan.

Aspirasi (Aspirations) yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata termasuk menjadikan produk ekonomi kreatif sebagai buah tangan atau oleh-oleh dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai mata pencarian yang memiliki penghasilan tinggi. Dalam upaya mencapai aspirasi tersebut, strategi S-A dan O-A dapat diimplementasikan. Misalnya, media sosial yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata dapat dimanfaatkan untuk menginformasikan produk ekonomi kreatif (S4-A1), dan adanya bantuan dari pemerintah dapat menciptakan produk berkualitas yang menghasilkan penghasilan tinggi bagi pelaku ekonomi kreatif (S1-A2). Selain itu, produk ekonomi kreatif dapat dijadikan sebagai oleh-oleh bagi pengunjung (O2-A1) dan soft skill pelaku ekonomi kreatif dapat dimaksimalkan sebagai mata pencarian (O3-A2).

Dalam aspek hasil (Results), beberapa strategi S-R dan O-R juga telah diidentifikasi. Misalnya, bantuan dari pemerintah dapat meningkatkan hasil produk ekonomi kreatif (S1-R2), dan produk yang dihasilkan akan semakin meningkat berkat pelatihan dan bimbingan teknis yang dilaksanakan oleh Dinas Pariwisata (S3-R2). Selain itu, memanfaatkan media sosial dapat meningkatkan hasil produk ekonomi kreatif (O5-R2), dan banyaknya peminat hasil ekonomi kreatif akan menciptakan lebih banyak lowongan pekerjaan (O4-R3).

Secara keseluruhan, analisis SOAR menunjukkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong memiliki strategi yang kuat dan peluang besar untuk meningkatkan ekonomi kreatif di daerahnya. Dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki, mengambil peluang yang ada, serta mengejar aspirasi dan hasil yang diinginkan, Dinas Pariwisata dapat berkontribusi signifikan dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan optimalisasi penggunaan teknologi informasi akan menjadi kunci keberhasilan strategi ini.

3.3 Strategi Dinas Pariwisata dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif

Strategi yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong mencakup berbagai pendekatan yang dirancang untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang ada, serta mencapai aspirasi dan hasil yang diinginkan. Strategi S-A (Strengths-Aspirations) memanfaatkan seluruh kekuatan internal untuk mencapai aspirasi, seperti menggunakan media sosial untuk mempromosikan produk ekonomi kreatif (S4-A1) dan meningkatkan kualitas produk melalui bantuan pemerintah (S1-A2). Selain itu, strategi O-A (Opportunities-Aspirations) mengarahkan peluang yang ada untuk memenuhi aspirasi, seperti menjadikan produk ekonomi kreatif sebagai oleh-oleh (O2-A1) dan memanfaatkan soft skill pelaku ekonomi kreatif sebagai mata pencarian (O3-A2).

Strategi S-R (Strengths-Results) dan O-R (Opportunities-Results) bertujuan untuk mencapai hasil yang terukur dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada. Bantuan pemerintah dapat meningkatkan hasil produk ekonomi kreatif (S1-R2), sementara pelatihan dan bimbingan teknis dapat meningkatkan kualitas produk (S3-R2). Memanfaatkan media sosial dapat meningkatkan hasil produk ekonomi kreatif (O5-R2), dan banyaknya peminat produk ekonomi kreatif dapat menciptakan lebih banyak lowongan pekerjaan (O4-R3). Meskipun Dinas Pariwisata sudah memiliki beberapa strategi yang dijalankan, potensi kekuatan internal dan peluang eksternal yang masih banyak, serta perkembangan teknologi informasi dan budaya, memungkinkan Dinas Pariwisata untuk mengoptimalkan strategi lainnya demi meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Organisasi perlu terus berinovasi dan menerima masukan dari pelaku ekonomi kreatif agar peningkatan ekonomi kreatif dapat berjalan sesuai yang diharapkan.

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Penelitian ini membahas strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong menggunakan analisis SOAR (Strengths, Opportunities, Aspirations, Results). Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menyoroti pentingnya perencanaan strategis dan implementasi kebijakan dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata. Penelitian Rahmayani et al. (2021) di Kabupaten Ciamis menekankan pentingnya kerjasama dengan investor dan peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui analisis SWOT. Temuan ini menunjukkan bahwa perencanaan strategis yang baik dapat mendorong pengembangan pariwisata yang lebih optimal, serupa dengan pendekatan yang diadopsi oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong dalam penelitian ini.

Selain itu, penelitian Rizqullah et al. (2020) tentang implementasi kebijakan Suku Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menunjukkan bahwa regulasi dan kerjasama antar pelaku ekonomi kreatif memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan sektor ini. Dalam konteks Kabupaten Rejang Lebong, meskipun belum memiliki regulasi lokal, Dinas Pariwisata telah mengikuti UU No. 24 Tahun 2019 dan PP No. 24 Tahun 2022, serta memiliki hak merk "Fabulous Rejang Lebong" untuk meningkatkan brand ekonomi kreatif lokal. Temuan ini menekankan pentingnya regulasi dan branding dalam pengembangan ekonomi kreatif, yang juga diidentifikasi dalam penelitian ini.

Penelitian ini juga menemukan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong telah memberikan bantuan berupa peralatan kriya dan batik tulis kepada pelaku ekonomi kreatif, mirip dengan pendekatan yang diidentifikasi dalam penelitian Sukarno et al. (2019) tentang pentingnya dukungan pemerintah dalam bentuk pelatihan dan bimbingan teknis untuk meningkatkan kualitas produk ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan optimalisasi penggunaan teknologi informasi akan menjadi kunci keberhasilan strategi peningkatan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong, selaras dengan temuan penelitian terdahulu yang menekankan peran penting pemerintah dan teknologi dalam pengembangan sektor ekonomi kreatif.

3.5 Diskusi Temuan Menarik

Penelitian ini mengungkap beberapa temuan menarik terkait strategi Dinas Pariwisata dalam meningkatkan ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Salah satu temuan utama adalah pentingnya pemanfaatan aset berwujud dan tidak berwujud dalam mendukung pelaku ekonomi kreatif. Dinas Pariwisata telah memberikan bantuan berupa peralatan kriya dan batik tulis, yang menunjukkan komitmen untuk meningkatkan kualitas produk lokal. Selain itu, kepemilikan hak merk "Fabulous Rejang Lebong" mencerminkan upaya untuk menciptakan identitas dan branding yang kuat, yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing produk ekonomi kreatif di pasar lokal dan nasional.

Temuan menarik lainnya adalah pengaruh positif dari pelatihan dan bimbingan teknis yang diberikan kepada pegawai Dinas Pariwisata. Meskipun awalnya pegawai tidak memiliki kompetensi dasar di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, pelatihan yang berkelanjutan telah membantu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan sumber daya manusia adalah faktor kunci dalam mencapai tujuan organisasi dan mendukung sektor ekonomi kreatif. Pelatihan ini juga berfungsi sebagai sarana untuk mengimplementasikan strategi yang lebih efektif dan berorientasi pada hasil.

Selain itu, penelitian ini menyoroti pentingnya kerjasama dan dukungan dari pemerintah daerah dalam menyediakan sarana dan prasarana yang memadai. Meskipun saat ini dukungan pemerintah dan anggaran daerah masih terbatas, penelitian ini menggarisbawahi kebutuhan untuk meningkatkan fasilitas yang ada agar pelaku ekonomi kreatif dapat lebih berkeaktifan dan berinovasi. Dukungan tambahan ini tidak hanya akan meningkatkan produktivitas tetapi juga akan memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Kabupaten Rejang Lebong. Kesimpulan ini menunjukkan bahwa sinergi antara pemerintah, pelaku ekonomi kreatif, dan masyarakat adalah kunci dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif daerah.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dikemukakan, penelitian ini menarik beberapa kesimpulan penting. Pertama, strategi Dinas Pariwisata untuk meningkatkan ekonomi kreatif sudah dijalankan dengan berbagai program yang sesuai, meskipun masih memerlukan peningkatan untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Analisis berdasarkan tujuh dimensi (kekuatan,

peluang, aspirasi, dan hasil akhir) menunjukkan bahwa pemanfaatan aset berwujud dan tidak berwujud serta kerjasama dengan pihak terkait telah mendukung pertumbuhan SDM yang kompetitif dan kreatif, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan.

Kedua, penelitian ini mengidentifikasi beberapa faktor penghambat dalam proses peningkatan ekonomi kreatif. Terutama, keterbatasan anggaran yang diberikan oleh Pemerintah Daerah dan distribusi yang tidak merata kepada pelaku ekonomi kreatif menjadi kendala utama. Selain itu, fasilitas sarana dan prasarana yang kurang memadai serta kurangnya kemampuan dasar pegawai Dinas Pariwisata dalam bidang ekonomi kreatif dan pariwisata akibat berbagai latar belakang pendidikan juga menjadi hambatan signifikan.

Ketiga, upaya yang dapat dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Rejang Lebong Provinsi Bengkulu untuk mengatasi faktor-faktor penghambat ini meliputi peningkatan komunikasi dengan pemerintah daerah mengenai anggaran, penyelenggaraan bimbingan teknis bagi pegawai terkait ekonomi kreatif dan pariwisata, serta sosialisasi kepada masyarakat dan pelaku ekonomi kreatif. Langkah-langkah ini diharapkan dapat meningkatkan hasil ekonomi kreatif dan mendukung pertumbuhan sektor ini di Kabupaten Rejang Lebong.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Pertama, keterbatasan dalam pengumpulan data, di mana akses ke informasi dan sumber daya yang relevan terkadang terbatas, sehingga dapat mempengaruhi kedalaman analisis. Kedua, penelitian ini fokus pada satu wilayah tertentu, yaitu Kabupaten Rejang Lebong, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya berlaku untuk daerah lain dengan kondisi yang berbeda. Ketiga, waktu penelitian yang terbatas mengurangi kemampuan untuk mengamati dampak jangka panjang dari strategi dan program yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata. Keempat, variasi dalam latar belakang pendidikan dan kemampuan dasar pegawai Dinas Pariwisata juga mempengaruhi konsistensi dan efektivitas implementasi program, yang mungkin memerlukan pendekatan pelatihan yang lebih terpadu. Keterbatasan-keterbatasan ini diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk penelitian lebih lanjut yang lebih komprehensif dan mendalam.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penelitian masa depan sebaiknya memperluas cakupan wilayah studi untuk mencakup beberapa daerah dengan karakteristik ekonomi kreatif yang berbeda, sehingga dapat menghasilkan temuan yang lebih generalis. Selain itu, penelitian longitudinal diperlukan untuk mengamati dampak jangka panjang dari strategi peningkatan ekonomi kreatif yang diterapkan oleh Dinas Pariwisata. Penelitian lanjutan juga harus mempertimbangkan penggunaan teknologi dan inovasi digital untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif, serta mengkaji efektivitas pelatihan dan bimbingan teknis secara lebih mendalam. Kolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk akademisi, pemerintah, dan pelaku industri kreatif, diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan solusi yang lebih praktis dalam menghadapi tantangan dan memaksimalkan potensi ekonomi kreatif di masa depan.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih atas kesempatan yang diberikan untuk terlibat dalam penelitian ini. Saya ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan wawasan selama proses penelitian. Tanpa kerjasama dan kontribusi dari berbagai pihak, penelitian ini tidak akan terwujud dengan baik. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan kebijakan dan penataan tenaga kerja di masa mendatang. Terima kasih atas waktu, dukungan, dan kerja sama yang telah diberikan. Semoga kita dapat terus berkolaborasi untuk mencapai tujuan yang lebih baik.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Adiyanto, Y., & Supriatna, Y. (2019). Analisis Strategi Promosi Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Lebak Banten. *Sains Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.30656/sm.v4i2.979>
- Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Ratnaningsih, P. W., & E, A. A. M. S. (2022). Media penelitian kualitatif. In *Jurnal EQUILIBRIUM* (Vol. 5, Issue January).
- Mahdi Rizqullah, R., Hidayat, R., & Faizal Rizki, M. (2021). Implementasi kebijakan suku dinas pariwisata dan ekonomi kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 18(3).
- Mulyana, M., & Fanggi, D. C. (2022). PERAN DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA PANTAI LASIANA DI KOTA KUPANG PROVINSI NUSA TENGGARA TIMUR. *Jurnal Pemerintahan Dan Keamanan Publik (JP Dan KP)*. <https://doi.org/10.33701/jpkp.v4i1.2450>
- Murdiyanto, E. (2020). Metode Penelitian Kualitatif (Sistematika Penelitian Kualitatif). In *Yogyakarta Press*.
- Pratama, N. A., Maulana, H. F., & Suherman, A. (2023). STRATEGI PEMASARAN DESTINASI WISATA JEMBATAN LINGKAR LAPOILI BUTON SELATAN DI MEDIA SOSIAL. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.15575/jim.v4i2.28167>
- Rahmayani, I., Ningreum, S., & Sukarno, D. (2021). PERENCANAAN STRATEGIS DINAS PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF KABUPATEN CIAMIS DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA. *JANE - Jurnal Administrasi Negara*, 12(2). <https://doi.org/10.24198/jane.v12i2.28686>
- Rijali, A. (2019). ANALISIS DATA KUALITATIF. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33). <https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>
- Rizaldy, R. (2018). Optimalisasi Pengelolaan Bidang Pariwisata Oleh Unit Pelaksana Teknis Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Wilayah Ciamis. *Dinamika : Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 5(2).
- Sahira, N. I., & Zulkarnaini, Z. (2023). Tata Kelola Destinasi Wisata Melalui Sistem Informasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (SIPAREKRAF) di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Kampar. *JAMPARING: Jurnal Akuntansi Manajemen Pariwisata Dan Pembelajaran Konseling*, 1(2). <https://doi.org/10.57235/jamparing.v1i2.1016>
- Saputra, E. (2016). Peran dinas pariwisata ekonomi kreatif, komunikasi dan informatika dalam mengelola “branding” kota samarinda”. In ... *Komunikasi Fakultas Social Politik ...*.
- Sari, M., Purwani, E. S., Mutia, Y. C., & Tanjung, M. P. (2021). Program Pemberdayaan Obyek Wisata Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Pesawaran. *DEMOKRASI*, 1(2). <https://doi.org/10.36269/dmkr.v1i2.555>
- Sari sasi gendro, dea aulya. (2022). Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. In *LP2M UST Jogja* (Issue March).
- Thabroni, G. (2022). Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif (Konsep & Contoh). In *Serupa.Id*.

UTAMA, H. H. (2023). PENERAPAN BUSINESS INTELLIGENCE UNTUK MENDUKUNG KEPUTUSAN DALAM STRATEGI PENGEMBANGAN POTENSI EKONOMI KREATIF PADA KABUPATEN BOJONEGORO. *Journal of Engineering Research*.

