



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 6 Tahun 2023 Page 9479-9487

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif melalui Program Kota Kreatif di Kabupaten Bone Bolango

Sukirman Hi. Ali^{1✉}, Lisda Van Gobel², Jusrin Kadir³

Universitas Bina Taruna Gorontalo

Email: suk1rm4nali@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Pemberdayaan Masyarakat berbasis Ekonomi Kreatif melalui Program Kota Kreatif merupakan salah satu pilihan untuk menjaga ketahanan (*resiliensi*) ekonomi yang diharapkan dapat menstimulasi terciptanya bentuk-bentuk kreatifitas yang memiliki nilai lebih tinggi, termasuk nilai ekonomi dan kontribusinya bagi perekonomian sehingga menuntut adanya sumber daya manusia yang berkualitas tinggi. Peningkatan kualitas sumber daya manusia merupakan prasyarat khusus untuk dapat mencapai keseimbangan globalisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Program Kota Kreatif Kabupaten Bone Bolango. Jenis penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik observasi, wawancara (*interview*) dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah menggunakan teknik reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan atau verifikasi (*conclusion*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemberdayaan Masyarakat berbasis Ekonomi Kreatif melalui Program Kota Kreatif di Kabupaten Bone Bolango dilihat dari aspek Inovasi, Modal Usaha dan Promosi belum optimal, terutama dalam memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

Kata Kunci: *Pemberdayaan Masyarakat, Ekonomi Kreatif, Kota Kreatif*

Abstract

Creative Economy-based Community Empowerment through the Creative City Program is one option for maintaining economic resilience which is expected to stimulate the creation of forms of creativity that have higher value, including economic value and contribution to the economy, thereby requiring quality human resources. Improving the quality of human resources is a special prerequisite for achieving balance in globalization. This research aims to determine Community Empowerment Based on Creative Economy through the Creative City Program in Bone Bolango Regency. The type of research used is qualitative research methods with a descriptive approach. The data collection techniques used are observation, interviews and documentation techniques. The data analysis used is using data reduction techniques, data display, and conclusions or verification. The research results show that Creative Economy-based Community Empowerment through the Creative City Program in Bone Bolango Regency seen from the aspects of Innovation, Business Capital and Promotion is not optimal, especially in providing an impact on improving the community's economy.

Keywords: *Community Empowerment, Creative Economy, Creative City*

PENDAHULUAN

Dalam rangka meminimalisir peningkatan angka kemiskinan Pemerintah Kabupaten Bone Bolango melakukan berbagai upaya melalui perbaikan kondisi perekonomian yang ditempuh dengan jalan memanfaatkan sumber daya alam maupun sumber daya manusia. Bone Bolango memiliki potensi alam yang menjadi destinasi wisata berupa infrastruktur *Monument Centre Point* Bone Bolango yang berada di Desa Moutong Kecamatan Tilongkabila yang dibangun pada Tahun 2016. Monumen tersebut menjadi kebanggaan Kabupaten Bone Bolango yang merupakan *miniature* dari *Arc De Triomphe* atau Gerbang Kemenangan yang berada di Paris.

Kabupaten Bone Bolango satu-satunya daerah di Provinsi Gorontalo yang masuk dalam Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK3I) yang dilaksanakan oleh Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf)/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Baparekraf). Hal ini dibuktikan dengan dilaksanakannya sosialisasi uji petik PMK3I oleh Kemenparekraf/ Baparekraf yang mengundang 14 Bupati dan Walikota di Indonesia, salah satunya Bupati Bone Bolango.

Menurut data yang diperoleh dari laporan Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (Diskumperindag) Provinsi Gorontalo jumlah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Gorontalo sebanyak 94.829 UMKM termasuk pelaku ekonomi kreatif yang tersebar di Kabupaten/Kota. Kabupaten Bone Bolango memiliki jumlah pelaku ekonomi kreatif sebanyak 91 Orang yang tersebar di 2 (dua) sub sektor, yaitu sub sektor fesyen dan sub sektor kuliner.

Pemberdayaan merupakan suatu kegiatan yang dinamis secara berkesinambungan dengan memanfaatkan semua potensi (Trisasono, 2022). Pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui program Kota Kreatif sudah berjalan terbukti dengan kemampuan masyarakat Kabupaten Bone Bolango yang menghasilkan wirausaha mandiri, terutama dalam bidang ekonomi kreatif seperti kriya (kerajinan kapal dari bambu, fesyen (Karawo), kuliner (kue karawo, maupun di sub sektor fotografi. Bentuk ekonomi kreatif yang dijalankan oleh masyarakat Kabupaten Bone Bolango masih belum berjalan secara maksimal karena belum memenuhi indikator Inovasi, modal maupun pemasaran.

Beberapa kajian terdahulu dilakukan Hermawan (2019) menunjukkan bahwa proses pemberdayaan masyarakat dapat menuntun pada kemandirian ekonomi. Selain itu program pelatihan yang diberikan aparatur pemerintah dan swasta dapat menambah kesadaran, wawasan dan keahlian pelaku ekonomi kreatif. Dalam tinjauan pemberdayaan masyarakat kegiatan tersebut merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas SDM dan harkat martabat. Pengembangan ekonomi kreatif dalam lima subsektor dapat menyerap tenaga kerja, khususnya bagi ibu rumah tangga yang sebelumnya waktunya tidak produktif, sekarang menjadi produktif pada sektor ekonomi kreatif. Analisis keterlibatan dan keterkaitan stakeholder dalam mewujudkan Kota Kreatif menggunakan model *pentahelix* dan pengukuran dalam Penilaian Mandiri Kabupaten/Kota Kreatif Indonesia (PMK31). Berdasarkan analisis yang dilakukan didapatkan bahwa 2 (dua) dari 3 (tiga) parameter kota kreatif sudah terpenuhi parameter ekonomi kreatif dan lingkungan kreatif. Serta terdapat 5 (lima) kelompok *stakeholder* yang berperan dalam mewujudkan kota kreatif (Murad et al., 2021). Selanjutnya penelitian (Anhar, 2017) strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif Kelompok Wanita Tani (KWT) adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal. Strategi tersebut kemudian dikembangkan melalui analisis matrik SWOT sehingga diperoleh bahwa startegi pengembangan ekonomi kreatif yang tepat untuk diterapkan pada KWT Karanglo Makmur yakni dengan mengembangkan semua produk olahan hasil tani agar mampu menjadi produk unggulan dan memperluas pasar.

Berdasarkan observasi awal yang telah dilakukan terdapat 3 (tiga) permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif maupun masyarakat Kabupaten Bone Bolango, pertama adalah kurangnya Inovasi masyarakat dalam pemanfaatan Sumber Daya Alam (SDA) yang tersedia dalam memenuhi kebutuhan oleh masyarakat seperti pemanfaatan pelepah pisang menjadi sebuah ide ataupun novasi baru berupa lukisan menggunakan pelepah pisang, keripik pisang yang dikemas cantik dan menarik untuk menambah nilai jual masih minim. Masyarakat masih terpaku dengan rutinitas sehari-hari. Pada indikator kreativitas, perlu memanfaatkan potensi wilayah yang ada di Kabupaten Bone Bolango serta kemampuan dasar masyarakat guna

mengkolaborasikan keduanya menjadi sebuah produk yang baru. Pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui program Kota Kreatif bertujuan untuk mendorong berdirinya usaha baru kreatif masyarakat.

Kedua, kurangnya modal usaha yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan usaha/produk yang dihasilkan. Indikator modal menunjukkan adanya daya dukung baik berupa dukungan ekonomi maupun dukungan sosial yang dimiliki oleh masyarakat. Pemerintah Kabupaten Bone Bolango memberikan dukungan berupa pemberian modal usaha kepada masyarakat Kabupaten Bone Bolango yang memiliki potensi ekonomi kreatif terutama dalam rangka pengembangan usahanya. Dengan modal tersebut, memang belum cukup jika digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari masyarakat Kabupaten Bone Bolango. Namun, dengan modal yang diberikan belum cukup untuk membantu usaha awal masyarakat Kabupaten Bone Bolango sehingga dengannya masyarakat belum dapat meningkatkan keberdayaan dirinya.

Ketiga kurangnya promosi produk yang dihasilkan yaitu mengenalkan produk dihasilkan dengan harapan produk tersebut diketahui oleh masyarakat umum dan terjual. Dengan demikian, maka pendapatan ekonomi masyarakat Kabupaten Bone Bolango dapat meningkat. Sebagian besar produk yang diproduksi oleh masyarakat Kabupaten Bone Bolango hanya dibuat berdasarkan pemesanan saja, misalnya pada sub sektor kriya kerajinan bambu sehingga dalam indikator pemasaran lebih didominasi oleh pemasaran dari pelanggan yang telah memesan. Selain itu, masyarakat belum memiliki kemampuan membaca peluang pasar berdasarkan produk yang dihasilkan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Melalui Program Kota Kreatif Kabupaten Bone Bolango.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bone Bolango yang berada di Desa Moutong Kecamatan Tilongkabila. Lokasi ini mendukung untuk pelaksanaan penelitian karena di Desa Moutong merupakan pusat aktivitas ekonomi masyarakat di sektor ekonomi kreatif.

Penelitian menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian ini menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari informan penelitian dan perilaku obyek penelitian yang diamati. Sumber data yang dihasilkan dari penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berupa hasil wawancara dengan informan dan pengamatan langsung terkait objek penelitian. Sedangkan data sekunder berupa data pelaku ekonomi kreatif dari pelaku ekonomi kreatif dan masyarakat yang ada disekitar

Monument Centre Point yang berada di Desa Moutong Kecamatan Tilongkabila Kabupaten Bone Bolango serta catatan yang berasal dari arsip, buku, serta dokumen lain yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data dari kajian ini berdasarkan konsep (Miles et al., 2014) meliputi:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Tahap pertama dilakukan identifikasi terhadap unit atau bagian terkecil dalam suatu data yang memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian. Tahap reduksi data ini peneliti melakukan pemilihan data-data yang telah diperoleh di lapangan dengan cara menajamkan, menggolongkan, membuang data yang tidak perlu dan mengumpulkan data sehingga data yang telah terkumpul dapat disajikan dan disimpulkan.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Pada tahap ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi yang telah tersusun yang memungkinkan adanya penarikan kesimpulan. Hal ini dilakukan dengan alasan bahwa data yang diperoleh dalam penelitian kualitatif biasanya berbentuk naratif sehingga memerlukan penyederhanaan tanpa mengurangi isinya. Dengan demikian peneliti akan lebih mudah memahami situasi objek yang sedang diteliti.

3. Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion*)

Tahap akhir proses analisis data adalah penarikan kesimpulan atau verifikasi, yang dimaknai sebagai penarikan arti data yang telah ditampilkan sejauh pemahaman dan interpretasi peneliti. Pada bagian ini menguraikan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh selama penelitian di lapangan. Pemeriksaan keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini memfokuskan masalah yang diteliti tentang Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif melalui Program Kota Kreatif Kabupaten Bone Bolango berdasarkan 3 (tiga) fokus yaitu Inovasi, Modal Usaha dan Promosi.

Inovasi

Dalam pemberdayaan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui program kota kreatif di Kabupaten Bone Bolango, Pemerintah terus berupaya untuk mendorong pelaku ekonomi

kreatif untuk melakukan inovasi produk dengan memanfaatkan kreativitas untuk menghasilkan produk yang lebih baik dan inovatif, sehingga memiliki nilai tambah terhadap penjualan. Upaya tersebut dilakukan dengan berkolaborasi dengan *stakeholders* terkait melalui Program Kota Kreatif salah satunya adalah kegiatan pengembangan SDM ekonomi Kreatif dalam upaya peningkatan inovasi produk untuk menambah nilai tambah produk baik di sub sektor fesyen maupun sub sektor ekonomi kreatif lainnya. Hal ini sejalan dengan Lestari (2019) Bilgies (2017) bahwa inovasi merupakan proses untuk mendapatkan sumber daya dengan kapasitas baru dalam menciptakan nilai. Inovasi adalah proses mengadopsi sesuatu untuk menghadapi persaingan pasar sehingga menciptakan nilai (Jannah, 2014).

Kendala yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif adalah kendala adalah minimnya pengetahuan pelaku ekonomi kreatif dalam membaca *trend market* sesuai dengan produk yang dihasilkan. Salah satu upaya Pemerintah Provinsi Gorontalo maupun Kabupaten adalah membangun kolaborasi dengan *stakeholders* terkait baik dari pihak perbankan dan juga perguruan tinggi dalam melakukan pendampingan sebagai upaya peningkatan kreativitas sumber daya manusi dalam melakukan inovasi produk agar berdaya saing baik di skala nasional maupun internasional.

Modal Usaha

Modal usaha merupakan sesuatu yang diperlukan untuk membiayai operasi usaha mulai dari berdiri sampai beroperasi. Hal ini yang mempengaruhi besarnya modal adalah jangka waktu usaha atau jangka waktu usaha menghasilkan produk yang diinginkan. Modal dalam bentuk uang diperlukan untuk membiayai segala keperluan usaha, mulai dari biaya prainvestasi, pengurusan izin, biaya investasi untuk pembelian aktiva tetap sampai dengan modal kerja.

Melihat kondisi pelaku ekonomi kreatif dilapangan, Pemerintah terus berupaya memberikan dukungan untuk pengembangan usaha bagi pelaku ekonomi kreatif dalam rangka mendukung perluasan pasar produk kreatif baik di pasar domestik maupun ekspor berupa modal usaha dan juga bantuan sarana dan prasarana usaha. Hal ini didukung oleh penelitian (Anhar, 2017) bahwa strategi yang tepat untuk pengembangan usaha ekonomi kreatif adalah strategi konsentrasi melalui integrasi horizontal, dimana dilakukan kegiatan untuk memperluas usaha dengan cara dapat membangun di lokasi yang lain dan meningkatkan jenis produk serta jasa.

Menurut Wahyuni et al. (2023) modal usaha adalah sesuatu yang digunakan untuk mendirikan atau menjalankan usaha. Modal juga dapat diartikan secara fisik dan bukan fisik. Modal secara fisik diartikan sebagai segala hal yang melekat pada faktor produksi seperti mesin dan peralatan produksi, kendaraan serta bangunan. Besar kecilnya modal akan mempengaruhi

terhadap perkembangan usaha dalam pencapaian pendapatan. Modal adalah faktor usaha yang harus tersedia sebelum melakukan kegiatan.

Promosi

Promosi merupakan suatu upaya atau alat komunikasi untuk memperkenalkan suatu produk dari suatu perusahaan tertentu agar dapat dikenal publik dan menarik minat pembeli sehingga meningkatkan penjualan perusahaan. Prasetiyo & Hidayat (2019) promosi adalah mempengaruhi dan membujuk calon konsumen agar tertarik hingga mau membeli produk/jasa yang ditawarkan. Promosi merupakan salah satu kegiatan penting dalam pemasaran (*marketing*) dari suatu usaha. Pendapat lain menjelaskan bahwa promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat yang bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut (Erinawati & Syafarudin, 2021).

Dalam upaya memberdayakan masyarakat berbasis ekonomi kreatif melalui program kota kreatif, pemerintah terus berupaya untuk mendorong pelaku ekonomi kreatif untuk terus berinovasi dan kreatif dalam menghasilkan produk yang dihasilkan, sehingga Pemerintah Provinsi, Kabupaten maupun *stakeholders* terkait membantu para pelaku usaha untuk memberikan pemahaman tentang bagaimana membangun strategi pemasaran/promosi produk yang efektif.

Salah satu bentuk upaya yang dilakukan oleh pemerintah adalah mengikutsertakan pelaku ekonomi kreatif dalam *event* yang berskala nasional maupun internasional yang memberikan dampak cukup signifikan kepada pelaku ekonomi kreatif berupa meningkatnya permintaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan. Apabila ditinjau secara lebih mendalam permasalahan pelaku ekonomi kreatif tidak hanya pada akses permodalan akan tetapi berbagai sektor diantaranya permasalahan pemasaran dan juga minimnya inovasi sehingga yang pada akhirnya apabila ketiga faktor tersebut isu terselesaikan akan berimbas pada perkembangan usaha yang semakin pesat.

SIMPULAN

Belum optimalnya pelaksanaan program Pemerintah maupun *stakeholders* terkait dalam mendukung Program Pemberdayaan Masyarakat melalui Program Kota Kreatif di Kabupaten Bone Bolango terutama dalam mendorong kreativitas dan inovasi produk pelaku ekonomi kreatif sehingga berdaya saing baik skala nasional maupun internasional. Hambatan yang dialami oleh Pemerintah pada saat pelaksanaan program adalah minimnya minat masyarakat dalam mengikuti kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini terjadi karena kurangnya pengetahuan

masyarakat tentang penting inovasi produk dalam suatu usaha. Belum optimalnya pemanfaatan modal usaha pelaku Ekonomi kreatif yang menerima bantuan dan dukungan pemerintah terhadap pemanfaatan dan pengelolaan bantuan yang diberikan oleh pemerintah belum optimal, sehingga berdampak pada usaha yang dimiliki oleh pelaku ekonomi kreatif mengalami degradasi.

Pemerintah telah melaksanakan berbagai upaya melalui kegiatan peningkatan SDM Pelaku Ekonomi Kreatif melalui kegiatan Digital Marketing yang berisi tentang bagaimana memahami siapa target pasar produk yang dihasilkan, membuat anggaran/dana promosi, mengoptimalkan sosial media sebagai pemasaran, menawarkan sampel produk, menjalankan dropship atau reseller, menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dan memanfaatkan strategi digital *marketing*. Secara keseluruhan bahwa dari hasil penelitian yang telah dilakukan Program Pemberdayaan Masyarakat berbasis Ekonomi Kreatif melalui Program Kota Kreatif di Kabupaten Bone Bolango dilihat dari aspek Inovasi, Modal Usaha dan Promosi belum optimal, terutama dalam memberikan dampak terhadap peningkatan ekonomi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anhar, Z. S. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Kelompok Wanita Tani (Kwt) Karanglo Makmur Di Dusun Karanglo Desa Sukoharjo Kabupaten Sleman). *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 6(6), 565–577.
- Bilgies, A. F. (2017). Keunggulan Kompetitif Yang Dalam Menciptakan Inovasi Untuk Kewirausahaan Strategis. *An-Nisbah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 321–344.
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi terhadap keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146.
- Hermawan, A. R. (2019). *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Kemandirian Ekonomi di Desa Sungai Langka Kecamatan Gedong Tataan Kabupaten Pesawaran*. UIN Raden Intan Lampung.
- Jannah, M. (2014). Strategi Inovasi Produk Dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif. *ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam*, 5(1).
- Lestari, E. R. (2019). *Manajemen Inovasi: Upaya Meraih Keunggulan Kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook*. 3rd. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Murad, R. F. P., Dewi, I. K., & Hidayat, J. T. (2021). Implementasi Konsep Kota Kreatif Di Kota Bogor. *Prosiding Seminar Nasional Asosiasi Sekolah Perencanaan Indonesia (ASPI) 2021*,

67–74.

- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi (JPENSI)*, 4(1), 937–952.
- Trisasono, H. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Kampung Tangguh Anti Narkoba Menuju Ekonomi Kreatif dan Mandiri. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 7–12.
- Wahyuni, N. W. N., Diba, F. D. F., Budiarti, A. B. A., & Farida, F. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha Pelaku UKM di Wilayah Sumur Batu Kecamatan Kemayoran. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 6(1), 87–97.