

AKSES  TERBUKA **ARTIKEL**

Diterima

16 Oktober 2023

Disetujui

14 Desember 2023

Ditebitkan

Desember 2023

DOI

Tantangan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kepulauan di Sumatera Pasca Pandemi

*(Tourism and Creative Economy Challenges of Archipelago
Provinces in Sumatra Post Pandemic)*

Royhan Faradis¹, Uswatun Nurul Afifah²

^{1,2}BPS Provinsi Kepulauan Bangka Belitung, Pangkalpinang, Indonesia,

✉ royhan.faradis@bps.go.id¹

Abstrak: Industri pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) merupakan bentuk transformasi sektor riil dengan prospek masa depan yang baik. Namun demikian penerapan new normal pasca Covid 19 membuat pemulihan sektor ini lebih lambat dibandingkan sektor yang lain terutama di daerah dengan topografi kepulauan. Oleh karena itu pertanyaan penelitian ini adalah melihat bagaimana kinerja sektor parekraf provinsi di Sumatera serta upaya apa yang perlu dilakukan guna menjawab tantangan tersebut. Metode yang digunakan untuk menjawab pertanyaan di atas adalah dengan statistik deskriptif dengan melihat tingkat penghunian kamar sebagai indikator pariwisata terkini. Selain itu, metode analisis cluster juga digunakan dalam penelitian ini untuk menjawab provinsi mana yang membutuhkan prioritas pengembangan industri parekraf. Seluruh sumber data diperoleh dari Publikasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2021 dari Kemeparekraf dan Berita Resmi Statistik bulanan dari BPS. Temuan menarik dari penelitian ini adalah baik kinerja pariwisata maupun jumlah industri parekraf pariwisata di provinsi kepulauan lebih rendah dibandingkan dengan provinsi daratan baik secara nasional maupun lingkup Sumatera. Padahal Kepulauan Riau tercatat sebagai provinsi dengan andil industri pariwisata dan ekonomi kreatif terbesar mencapai 5,02 persen terhadap ekonominya dan Kepulauan Bangka Belitung mencapai 2,43 persen di urutan ketiga. Temuan menarik berikutnya adalah produk parekraf dari wilayah kepulauan di Sumatera tidak mendapatkan jangkauan pemasaran yang lebih luas. Alasan infrastruktur transportasi dan cuaca diduga menjadi faktor utama penyebab tantangan ini. Rancangan Undang-undang (RUU) daerah kepulauan harus terus diperjuangkan karena bisa menjadi booster dalam mengurangi kesenjangan pembangunan.

Kata Kunci: *parekraf, cluster, marketing*

Abstrack : *The tourism industry and creative economy (parekraf) is a form of real sector transformation with good future prospects. However, the implementation of the new normal after Covid 19 has made the recovery of this sector slower than other sectors, especially in areas with archipelagic topography. Therefore, the question of this research is to see how the parekraf's performance of the provinces in Sumatera and what efforts need to be made to answer these challenges. The method used to answer the above question is with descriptive statistics by looking at room occupancy rates as an indicator of the latest tourism. In addition, the cluster analysis method was also used in this study to answer which provinces need priority development of the parekraf industry. All data sources are obtained from the Tourism and Creative Economy Publication on 2021 from Kemeparekraf and the Monthly Official Statistics from BPS. An interesting finding from this research is both tourism performance and the number of parekraf industries in archipelago provinces is lower compared to mainland provinces both nationally and Sumatra. An interesting finding from this study is that tourism performance in archipelagic province is lower than non-archipelagic provinces both nationally and within Sumatera. Even though Riau Islands is listed as the province with the largest share of tourism industry and creative economy reaching 5,02 percent of its economy and Bangka Belitung Islands reaching 2,43 percent in third place. The next interesting finding is parekraf products from the archipelago in Sumatera, do not get a wider marketing reach. The reasons for transport infrastructure and weather are thought to be the main factors causing this challenge. The archipelago regional bill must continue to be fought because it can be a booster in reducing development gaps..*

Keywords: *parekraf, cluster, marketing*

I. PENDAHULUAN

Pemulihan pariwisata pasca pandemi sedang tidak baik-baik saja. UN World Tourism Organization (UNWTO) dalam (Mutma, 2022) menjelaskan bahwa adanya penurunan wisatawan mancanegara sebesar 74 persen secara global. Dampaknya, lebih dari 100 juta orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung di industri pariwisata menjadi terdampak karena Covid-19. Efek berantainya berakhir pada dampak ekonomi yang membuat hilangnya potensi pendapatan mencapai US\$1,3 triliun di dunia dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Di sisi lain, Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (parekraf) tidak langsung bertransformasi untuk mengikuti tatanan hidup baru yang sering disebut era new normal. (Ribeka Martha Purwahita et al., 2021) mengatakan bahwa dalam prosesnya sektor parekraf membutuhkan waktu yang lebih lama untuk masuk ke fase baru transformasi pariwisata pasca pandemi. Hal ini dikarenakan transformasi pariwisata yang mendukung new normal membutuhkan biaya lebih mahal dan waktu yang tidak sebentar. Transformasi pariwisata dan ekonomi kreatif saat ini perlu mengedepankan aspek CHSE (*cleanliness, healthy, safety dan environment*) yang meliputi program penereapan protocol kesehatan. Inilah yang menjadikan sektor ini tidak bisa pulih bersamaan dengan sektor lain di era new normal.

Beberapa peneliti telah melakukan penelitian mutakhir mengenai pengaruh sektor parekraf pariwisata terhadap perekonomian Indonesia pasca Covid-19. Sebagai contoh, (Sulisyawan, 2021) mengatakan bahwa dalam pemulihan ekonomi pasca Covid-19, pariwisata berperan sebagai *trigger* investasi dalam infrastruktur baru dan menstimulus pengembangan di wilayah tersebut. (Yakup & Haryanto, 2021) juga mengatakan bahwa pariwisata dapat meningkatkan menciptakan lapangan kerja, pendapatan devisa, merangsang pertumbuhan industri pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Pariwisata berkontribusi

terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan dari mata uang asing, dan memicu masuknya investasi asing ke dalam negeri. Oleh karena itu kajian dalam penelitian ini akan lebih difokuskan kepada industri parekraf pada masa pasca pandemi.

Intervensi yang kuat dan konsisten dari pemerintah diperlukan pada tata kelola kepariwisataan. Salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi pilar perekonomian di masa mendatang yakni industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjelaskan bahwa pertumbuhan pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia menunjukkan tren positif pasca pandemi ini (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

(Afriantari & Putri, 2018) mengatakan bahwa industri pariwisata dan ekonomi kreatif dikenal sebagai konsep yang berkembang dan menitikberatkan pada kreativitas sebagai modal utama untuk menghasilkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pariwisata juga merupakan sektor padat karya yang menyerap tenaga kerja lebih dari 13 juta pekerja. Alhasil, pariwisata akan memiliki dampak turunan atau multiplier effect terhadap industri turunan di bawahnya.

Telah ada beberapa penelitian yang berfokus pada pemulihan sektor pariwisata pasca pandemi baik cakupan regional maupun nasional. (Faradis et al., 2022a) menjelaskan bahwa sektor pariwisata di provinsi-provinsi Sumatera lebih rentan terhadap dampak pandemi dibandingkan daerah lain di Indonesia. Menariknya, dari penelitian tersebut terungkap bahwa daerah dengan topografi kepulauan seperti Kepulauan Riau dan Bangka Belitung diidentifikasi sebagai daerah yang terkontraksi cukup dalam pariwisatanya akibat penutupan berbagai akses transportasi yang berujung terbatasnya mobilitas. Lebih jauh perlu adanya strategi yang komprehensif guna

meningkatkan ketahanan parekraf terhadap gejolak dan ketidakpastian seperti Covid-19 di masa depan, sehingga dampak ekonominya dapat diminimalisir. Selain itu, diketahui bahwa peranan sumber daya yang kuat dan tahan banting di bidang industri kreatif merupakan bentuk mitigasi awal yang ampuh dalam melaksanakan transformasi new normal. Namun demikian, kajian-kajian sebelumnya mayoritas masih fokus pada industri pariwisata secara umum belum menyentuh industri ekonomi kreatif secara khusus. Selain itu belum ada penelitian yang lebih spesifik perihal bagaimana upaya yang perlu dilakukan guna menjawab tantangan pariwisata dan ekonomi kreatif khususnya di daerah dengan topografi kepulauan.

(Lestariningsih et al., 2019) menjelaskan bahwa terdapat tantangan dalam pengumpulan data ekonomi kreatif di Indonesia. Lebih jauh belum ada penghitungan ekonomi kreatif yang mengukur dampaknya terhadap perekonomian. Beruntungnya, pada tahun 2021, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (SIPAREKRAF) untuk memperoleh informasi mengenai profil usaha industri pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia secara umum, seperti bentuk badan hukum/badan usaha, jenis kepemilikan usaha, status Tanda Daftar Usaha Pariwisata (TDUP), status sertifikasi, karakteristik khusus usaha, jumlah konsumen, jumlah tenaga kerja, balas jasa tenaga kerja, serta pendapatan dan pengeluaran. Industri pariwisata terbagi ke dalam 8 subsektor dan industri ekonomi kreatif sendiri terbagi ke dalam 16 subsektor. Adapun subsektor tersebut tersaji secara rinci pada Tabel 1.

Tabel 1.
Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Berdasarkan Subsektor

Industri Pariwisata	Ekonomi Kreatif
1. Jasa Transportasi Wisata	1. Arsitektur
2. Jasa Perjalanan Wisata	2. Desain Interior
3. Jasa Hiburan dan Rekreasi	3. Desain Komunikasi Visual
4. MICE	4. Desain Produk
5. Jasa Informasi Pariwisata	5. Film Animasi dan Video
6. Jasa Konsultasi Pariwisata	6. Fotografi
7. Pramuwisata	7. Kriya
8. SPA	8. Kuliner
	9. M u s i k
	10.Fesyen
	11.Aplikasi dan <i>Game Developer</i>
	12.Penerbitan
	13.Periklanan
	14.Televisi dan Radio
	15.Seni Pertunjukan
	16.Seni Rupa

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021

Pada tahun 2020, pemerintah memberikan dana hibah pariwisata sebesar 3,3 triliun rupiah kepada pemerintah daerah untuk menekan dampak ekonomi akibat pandemi Covid-19. Langkah ini diambil sebagai upaya percepatan pemulihan ekonomi di sektor pariwisata di masing-masing daerah. Aliran dana tersebut di antaranya ditunjukkan pada 10 destinasi pariwisata prioritas dan 5 destinasi superprioritas. Dua di antara 10 destinasi prioritas terletak di Wilayah Sumatera yaitu Danau Toba di Sumatera Utara dan Tanjung Kelayang di Bangka Belitung. Danau Toba di Sumatera Utara juga menjadi 1 dari 5 destinasi superprioritas di Indonesia.

Namun demikian, sampai saat ini belum ada laporan yang menunjukkan apakah dana hibah tersebut telah memberikan dampak signifikan terhadap perekonomian Sumatera. Oleh karena

itu, penelitian ini membahas peran sektor industri pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ekonomi Sumatera pasca pandemi.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menggali kinerja pariwisata dan ekonomi kreatif pasca pandemi Covid-19 di Sumatera. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk melihat upaya apa yang perlu dilakukan pemerintah khususnya guna menjawab tantangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Sumatera khususnya provinsi-provinsi dengan topografi kepulauan.

II. METODE

Sumber data dari penelitian ini adalah Publikasi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dari Kemenparekraf yang diterbitkan pada tahun 2021. Selain itu data kinerja pariwisata didekati dari angka Tingkat Penghunian Kamar (TPK) dalam Berita Resmi Statistik yang rilis secara bulanan. Indikator ini secara umum dapat menggambarkan sisi *demand* atau penggunaan hotel oleh konsumen di suatu wilayah. Tersaji secara konsisten setiap bulan menjadikan TPK merupakan indikator pariwisata yang mutakhir. Jika TPK suatu daerah tinggi, maka memberikan *multiplier effect* yang positif terhadap bergeraknya industri parekraf di daerah tersebut. Roda perekonomian bergerak mulai dari kegiatan jasa transportasi wisata hingga kuliner. Selanjutnya, Untuk menggambarkan bagaimana kinerja parekraf di era new normal, maka series data dimulai dari Januari 2022 hingga terakhir Agustus 2023.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan. Pertama, data diolah berdasarkan data TPK bulanan yang terbagi ke dalam dua kelompok golongan, yakni provinsi kepulauan dan daratan. Dengan demikian setiap bulan akan diperoleh perbandingan rata-rata tingkat penghunian kamar setiap bulan sesuai dengan series pendataan.

$$\overline{TPK}_{xy} = \frac{TPK_{x1} + TPK_{x2} + \dots + TPK_{xn}}{n}$$

dimana

$\overline{TPK}$: rata-rata TPK
 x : kelompok provinsi
 kepulauan/daratan
 y : bulan ke
 n : banyaknya
 provinsi dalam
 kelompok tersebut

Kedua, dalam memberikan rekomendasi yang lebih efektif, penelitian ini melakukan klasifikasi provinsi-provinsi di Sumatera berdasarkan indikator-indikator industri pariwisata dan ekonomi kreatif di dalamnya. Indikator tersebut dikumpulkan dan dipublikasikan pada SIPAREKRAF21, yakni variabel persentase industri pariwisata dan ekonomi kreatif (x1) yang menunjukkan geliat frekuensi industri parekraf di wilayah tersebut. Semakin besar frekuensinya, maka wilayah tersebut semakin bergantung dengan industri parekraf. Berikutnya adalah status kelembagaan dan badan hukumnya dalam kategori Perseroan Terbatas (PT) dan Commanditaire Vennotsschaap (CV) (x2 dan x3). (Sudarsa & Parsa, 2020) menjelaskan bahwa PT dan CV memiliki perbedaan signifikan. PT sendiri adalah badan usaha yang berbadan hukum dan berbeda dengan CV yang merupakan badan usaha yang belum berbadan hukum. Variabel berikutnya adalah sarana pemasaran melalui penggunaan media sosial dan brosur (x4 dan x5) dan penjualan ke luar negeri (x6). Variabel penjualan ke luar negeri ini merupakan indikasi seberapa baik pemasaran dan kualitas produk industri parekraf di wilayah tersebut. Semakin tinggi variable ini, maka semakin baiklah industri parekraf di wilayah tersebut. Terakhir variabel ketenagakerjaan yang didekati melalui jumlah pekerja tetap yang dipekerjakan (x7). Semakin baik kinerja industri di wilayah tersebut, seyogyanya akan menyerap pekerja dan memberikan dampak sosial yakni penurunan pengangguran di wilayah tersebut. Indikator

parekraf inilah yang menjadi dari pengklasifikasian dalam metode cluster.

Proses pengklasifikasian ini menggunakan metode Hierarcical Analysis Cluster. Analisis cluster adalah teknik multivariat yang mempunyai tujuan utama untuk mengelompokkan objek-objek berdasarkan karakteristik yang dimilikinya. (Wicaksana et al., 2018) menjelaskan bahwa cluster-cluster yang terbentuk memiliki heterogenitas eksternal yang tinggi dan homogenitas internal yang tinggi. Lebih mendasar analisis klaster adalah metode yang memungkinkan untuk mengelompokkan sekumpulan objek ke dalam kluster-kluster kecil namun berbeda karakteristiknya. Analisis ini biasa digunakan dalam survei pasar guna eksplorasi kebutuhan merek.

Secara garis besar, metode clustering dibagi menjadi dua, yaitu: metode clustering hirarki dan metode clustering non hirarki. Berdasarkan referensi yang sama, penelitian ini menggunakan metode hirarki karena jumlah kelompok yang diinginkan tidak diketahui, dan metode ini biasanya digunakan dalam objek dengan pengamatan yang tidak besar. Hal ini sesuai dengan objek dalam penelitian ini yakni 10 provinsi saja.

Algoritma yang digunakan untuk pengelompokan ini adalah metode *single linkage* karena merupakan algoritma yang paling umum digunakan. *Single linkage cluster* dibentuk dari individu objek dengan jelas menggabungkan jarak terdekat. Pada setiap tahap, setelah terbentuk cluster baru (UV), maka jarak antara dan (UV) dan cluster lainnya yang persamaannya tergambar dalam formulasi berikut :

$$d_{(uv)w} = \min\{d_{uw}, d_{vw}\}$$

Dimana :

d_{uw} : jarak antara cluster U dan W

d_{vw} : jarak antara cluster V dan W

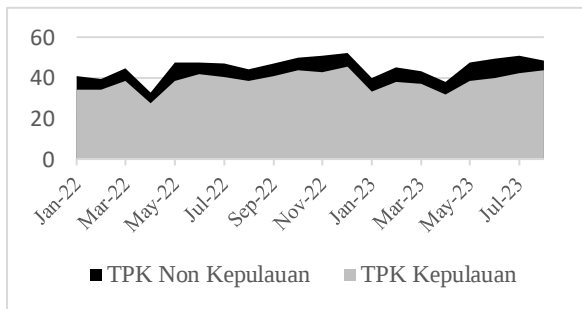
$d_{(uv)w}$: jarak antara cluster (UV) dan W

Output dari analisis cluster adalah terbentuknya dendrogram. Grafik ini merupakan sejenis diagram *treelike* yang digunakan secara hirarkis kekelompokan. Ini merupakan daftar semua objek pada satu karakter dan kemudian mengarahkan cabang keluar dari objek yang serupa dan menghubungkan mereka dengan simpul yang mewakili sebuah cluster. Semakin akar dari dendrogram ini berdekatan, maka semakin miriplah karakteristik dari objek tersebut. Dengan kata lain dalam penelitian ini memiliki karakteristik industri parekraf yang hamper sama dari 7 variabel yang menjadi dasar pembentukan hirarkinya.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melihat kinerja pariwisata dan ekonomi kreatif di suatu daerah, Badan Pusat Statistik masih merilis data Tingkat Penghunian Kamar (TPK). Indikator ini konsisten dirilis setiap bulannya guna menggambarkan kinerja pariwisata dari sisi ketersediaan infrastrukutr dan jumlah kamar yang terpakai selama sebulan terakhir. Indikator ini masih menjadi yang termutakhir dalam menggambarkan kinerja pariwisata daerah.

Sesuai dengan tujuan pertama penelitian ini dimana melihat kinerja pariwisata dan ekonomi kreatif di provinsi-provinsi kepulauan, maka 34 provinsi dibagi ke dalam dua kelompok yakni provinsi dengan topografi daratan dan kepulauan. Berdasarkan provinsi-provinsi kepulauan berdasarkan deklarasi Batam 2018 yakni terdiri dari Kepulauan Riau, Maluku, Maluku Utara, Nusta Tenggara Barat, Nusa Tenggara Timur, Bangka Belitung, Sulawesi Utara dan Sulawesi Tenggara. Dengan pengklasifikasian seperti ini maka diperoleh gambar berikut.

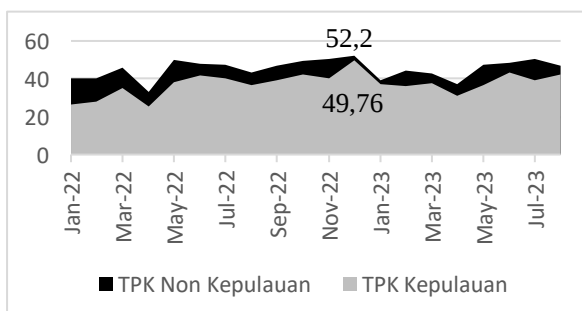


Gambar 1.

Perbandingan Rata-Rata TPK Provinsi Kepulauan dan Daratan di Indonesia, 2022-2023

Perbandingan TPK periode 2022 hingga Agustus 2023 menunjukkan bahwa TPK provinsi daratan selalu lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi kepulauan. Tidak pernah dalam satu waktu TPK kepulauan lebih tinggi dibandingkan provinsi daratan. Hal ini menunjukkan kinerja pariwisata di provinsi daratan relatif lebih baik. Dengan demikian nilai tambah dari kegiatan produksi bahan dan jasa di sektor pariwisata serta ekonomi kreatif lebih besar dibandingkan dengan kegiatan produksi serupa di wilayah kepulauan.

Untuk melihat lebih detil dalam lingkup Sumatera, maka metode yang sama akan dilakukan pada provinsi-provinsi yang hanya ada di Pulau Sumatera yakni mulai dari Aceh, Kepulauan Riau hingga Lampung. Dengan beberapa penyesuaian maka diperoleh gambaran analisis seperti pada Gambar 2.



Gambar 2.

Perbandingan Rata-rata TPK Provinsi Kepulauan dan Daratan di Sumatera, 2022-2023

Seperti halnya pada Gambar 1, pola yang sama tersaji pada lingkup yang lebih kecil yakni Sumatera. Perbandingan TPK provinsi daratan selalu lebih tinggi dibandingkan dengan provinsi kepulauan. Tidak pernah dalam satu waktu TPK kepulauan lebih tinggi dibandingkan provinsi daratan. Periode yang hampir sejajar yakni pada Desember 2022 dimana baik TPK provinsi kepulauan dan daratan mencapai puncaknya. Rata-rata TPK Provinsi daratan di Sumatera mencapai 52,2 persen sedangkan TPK Provinsi kepulauan berada tepat di bawahnya dengan raihan 49,76 persen.

Berdasarkan kedua gambar di atas maka terindikasi bahwa kinerja parekraf di wilayah kepulauan masih lebih rendah dibandingkan dengan provinsi daratan. Banyak faktor yang mendukung perbedaan kinerja ini diantaranya kurang proporsionalnya Dana Alokasi Umum (DAU) dari pemerintah pusat terhadap pembangunan di provinsi-provinsi dengan topografi kepulauan. Karakteristik wilayah dengan pulau-pulau kecil yang dihubungkan lautan yang luas menimbulkan masalah dalam percepatan pembangunan. Sistem pembagian DAU dari pusat terbilang masih mendiskriminasikan provinsi-provinsi kepulauan. Besaran alokasi DAU per daerah dihitung menggunakan rumus/formulasi yang tertuang dalam UU Nomor 33 Tahun 2004 dan Peraturan Pemerintah Nomor 55 Tahun 2005. Seperti yang diketahui pembagian DAU dari pemerintah pusat dihitung berdasarkan memasukkan faktor luas wilayah daratan dan jumlah penduduk. Sementara faktanya, daerah berciri kepulauan memiliki perairan yang lebih luas ketimbang daratan dan jumlah penduduk lebih sedikit namun tersebar di pulau-pulau. Belum lagi faktor alam yang membuat luas daratan bisa berubah signifikan saat terjadi pasang surut air laut.

Hal ini turut diungkapkan oleh (Ginting, 2013) dimana permasalahan Pembangunan di Kepri misalnya dikarenakan luas daratan yang kecil

namun luas lautan yang terlalu mendominasi. Provinsi Kepri sendiri memiliki 4 persen luas daratan dan 96 persen luas lautan. Perekonomian di wilayah ini selalu memakan biaya yang lebih besar akibat terbatasnya pilihan sarana transportasi. Hal ini dikarenakan topografinya yang berupa provinsi kepulauan.

Masih dari contoh kasus Kepri, provinsi ini memiliki 2.408 pulau besar dan kecil yang 30 persen belum bernama dan berpenduduk. Masyarakat yang tinggal di pulau-pulau terluar umumnya akan terisolasi saat cuaca buruk. Akibatnya, akses pelabuhan maupun bandara yang beroperasi dibuka tutup berdasarkan cuaca. Kondisi ini membuat harga bahan pokok di pulau-pulau tersebut amat tinggi lantaran kendala distribusi. Dalam bahan kajiannya Asosiasi Pemerintah Daerah Kepulauan dan Pesisir Seluruh Indonesia (Aspeksindo) mengatakan bahwa mahalnya ongkos distribusi dan biaya transportasi merupakan salah satu dampak dari kondisi daerah berciri kepulauan. Dengan kualitas barang yang sama daerah daratan dapat memperolehnya dengan harga yang jauh lebih murah. Jika kondisi ini terus berlanjut tanpa adanya perubahan maka daerah kepulauan akan terus melarat jika anggaran dihitung secara kaku berdasarkan luas daratan dan jumlah penduduk.

Faktor yang kedua adalah minimnya pilihan transportasi yang bisa digunakan untuk memasarkan barang dan jasa ekonomi kreatif dari wilayah-wilayah kepulauan. Faradis et al., mengungkapkan bahwa permasalahan yang ada adalah transportasi menuju pulau-pulau produktif masih menggunakan perahu motor ataupun *speedboat*. Untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan transportasi yang mempermudah pendatang untuk berwisata. Belum sampai kepada proses pendistribusian produk wisata, proses pemasaran juga menjadi terganggu karena keterbatasan sarana transportasi ini. Provinsi-provinsi di Sumatera sendiri juga menunjukkan indikasi lemahnya kegiatan

pemasaran ke luar daerah. Riau dan Kepulauan Riau menjadi provinsi di Sumatera yang arah pemasaran industri pariwisata dan ekonomi kreatifnya berkuat lebih banyak di dalam kabupaten/kotanya, padahal kedua daerah ini memiliki jarak yang tidak jauh ke Singapura. Hampir semua daerah juga memiliki pemasaran yang jangkauannya masih sempit. Hal ini dilihat dari nilai pemasaran di dalam kabupaten/kota yang lebih dari 90 persen. Hanya Provinsi Sumatera Barat dan Lampung saja yang memiliki catatan pemasaran di dalam kabupaten/kota di bawah angka 90 persen. Penggunaan *influencer* bisa menjadi solusi jangka pendek dalam mengatasi tantangan pemasaran ini. (Hermenda et al., 2019) menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat beli masyarakat. Penelitian (Nurohman & Riptiono, 2021) juga menjelaskan menjelaskan bahwa *social media influencer* berpengaruh signifikan kepada *brand image*, perilaku, dan kecenderungan konsumen untuk berbelanja. Dengan mengatasnamakan *local pride*, produk-produk parekraf dapat meminta *influencer* nasional asal daerah yang memiliki jangkauan luas. Sebut saja Oki Setiana Dewi dapat mewakili Kepulauan Riau atau Sandra dewi untuk Kepulauan Bangka Belitung. Lebih lengkap perihal pemasaran produk dari parekraf di Sumatera dijelaskan melalui Tabel 2.

Tabel 2.

Persentase Daerah Pemasaran Industri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menurut Provinsi di Sumatera, 2020

Provinsi	Daerah Pemasaran		
	Dalam Kab/Kota	Luar Kab/Kota	Luar Negeri
Aceh	93,89	6,09	0,02
Sumatera Utara	92,60	7,32	0,07
Sumatera Barat	89,22	10,49	0,29
Riau	96,22	3,74	0,04
Jambi	93,59	6,39	0,02
Sumatera Selatan	90,25	9,75	0,01

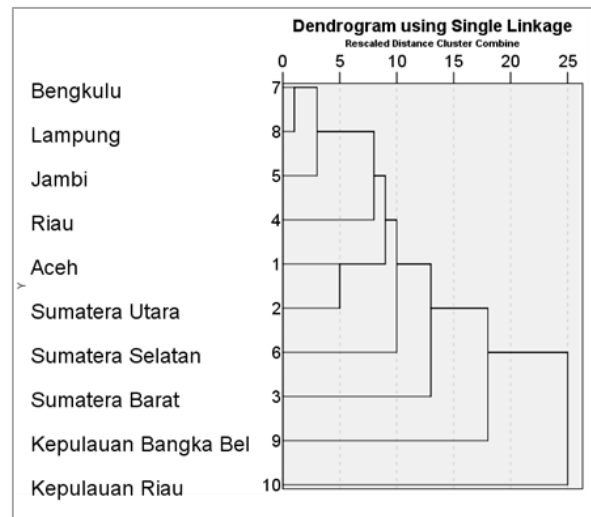
Bengkulu	90,90	9,01	0,09
Lampung	89,96	9,89	0,15
Kepulauan Bangka Belitung	91,05	8,89	0,05
Kepulauan Riau	93,51	5,73	0,76

Sumber: (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021)

Dengan jangkauan pemasaran yang kurang luas membuat produk barang dan jasa dari ekonomi kreatif tidak dapat dieskpor. Padahal produk dari pariwisata dan ekonomi kreatif ini merupakan barang jadi yang lebih menguntungkan dari sisi nilai tambah jika masuk dalam tahapan ekspor dibandingkan dengan bahan mentah atau setengah jadi. Oleh karena itu perlu adanya klasifikasi yang lebih baik antar provinsi-provinsi ini dari indicator parekranya.

Dari Gambar 3 dapat dilihat bahwa Bengkulu dan Kepulauan Riau merupakan dua provinsi dengan yang memiliki karakteristik industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang paling berbeda adalah Bengkulu dan Kepulauan Riau. Bengkulu, Lampung, dan Jambi di wilayah selatan Sumatera yang dilalui jalur lintas nampak memiliki kemiripan karakter yang begitu dekat. Sementara provinsi-provinsi besar seperti halnya Sumatera Utara, Sumatera Selatan dan Sumatera Barat memiliki kemiripan satu sama lain, namun cenderung lebih dekat kepada kelompok di jalur lintas darat Sumatera. Menariknya, yang lebih mirip dengan Provinsi Kepulauan Riau adalah Kepulauan Bangka Belitung. Ini mengindikasikan bahwa faktor topografi dan transportasi memberikan andil besar dalam memengaruhi karakteristik industri parekras di Sumatera. Hal ini sesuai dengan penelitian (Faradis et al., 2022a), di mana provinsi dengan topografi kepulauan merupakan provinsi yang paling terpukul pariwisatanya akibat pandemi. Terlebih, Provinsi Kepulauan Riau dan Kepulauan Bangka Belitung adalah dua dari tiga provinsi dengan persentase jumlah industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang lebih sedikit dibandingkan dengan provinsi-provinsi lainnya di Sumatera, di

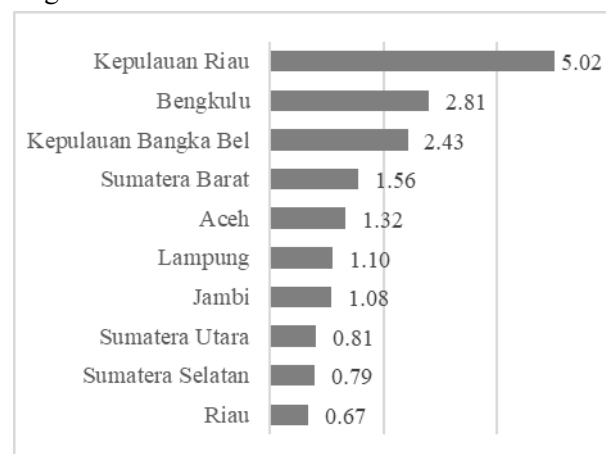
mana masing-masing hanya tercatat 1,20 dan 0,94 persen saja.



Gambar 3.

Dendrogram Provinsi di Sumatera Berdasarkan Indikator Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020

Persentase kehadiran industri parekras menjadi salah satu kunci perputaran ekonomi sektor riil di wilayah tersebut. Dalam publikasi (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021), dicatat pula nilai pendapatan sektor ini. Pendapatan usaha ini lebih jauh akan diasumsikan sebagai pendekatan nilai tambah. Jika disandingkan antara nilai tambah tadi dengan kue ekonomi yang dihasilkan dari setiap provinsi maka dapat tergambarkan melalui Gambar 4.



Gambar 4.

Distribusi Nilai Tambah Industri Pariwisata dan Ekraf Terhadap Nilai PDRB ADHB Provinsi di Sumatera, 2020

Kepulauan Riau tercatat sebagai provinsi dengan andil industri pariwisata dan ekonomi kreatif terbesar mencapai 5,02 persen disusul Bengkulu di posisi kedua dengan 2,81 persen dan Kepulauan Bangka Belitung dengan catatan 2,43 persen. 3 provinsi yang memiliki nilai PDRB ADHB tahun 2020 terbesar justru menampakkan fakta yang terbalik dimana besarnya persentase industri pariwisata dan ekonomi kreatif belum menjadi jaminan dalam memberikan andil dalam perekonomian. Seperti halnya Riau yang total pendapatan dari industri pariwisata dan ekonomi kreatif mencapai 4,87 Triliun Rupiah hanya memberikan dampak 0,67 persen saja terhadap total PDRB Riau pada tahun 2020 yang mencapai mencapai 728,65 Triliun Rupiah. Padahal persentase industri pariwisata dan ekraf di Riau masuk dalam jajaran 4 provinsi terbesar di Sumatera dengan nilai 2,46 persen. Andil yang kecil ini juga sama terjadi pada Provinsi Sumatera Selatan dan Sumatera Utara yang masing-masing hanya mencatatkan andil sebesar 0,81 dan 0,79 persen saja

Berdasarkan analisis lebih mendalam dari hasil cluster (gambar 3) dan peran ekonomi industri pariwisata dan ekonomi kreatif (gambar 4) , penelitian ini menemukan analisis yang menarik. Pertama, provinsi dengan persentase industri ekonomi kreatif yang sedikit, ternyata menghasilkan pendapatan usaha yang cukup besar pengaruhnya terhadap andil PDRB di provinsi tersebut. Kepulauan Riau dan Kepulauan Bangka Belitung masuk ke dalam kategori ini. Dalam kategori sebaliknya, yakni Sumatera Utara dan Sumatera Selatan yang memiliki persentase industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang cukup besar, justru memiliki pendapatan dengan andil kecil dalam nilai PDRB ADHB di wilayah tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah industri non pariwisata dan ekonomi kreatif di kedua provinsi tersebut memiliki produktifitas lebih baik dalam memberikan andil.

Tabel 3.

Output SPSS26 Analisis Cluster Provinsi di Sumatera Berdasarkan Indikator Industri Pariwisata dan Ekraf, 2020

Provinsi	4 Clusters	3 Clusters
Aceh	1	1
Sumatera Utara	1	1
Sumatera Barat	2	1
Riau	1	1
Jambi	1	1
Sumatera Selatan	1	1
Bengkulu	1	1
Lampung	1	1
Kep. Bangka Belitung	3	2
Kep. Riau	4	3

Untuk penelitian yang akan datang analisis secara panel terhadap 10 provinsi di Sumatera ini dirasa perlu. Hal ini dikarenakan program pemerintah yang semakin prodesentralisasi. Analisis panel akan lebih melihat perkembangan industri pariwisata dan ekonomi kreatif secara lebih komprehensif.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis model *Georaphically Weighted Panel Regression* (GWPR) dalam penelitian ini, determinan yang mempengaruhi Tingkat Pengangguran Terbuka (TPT) berbeda-beda untuk masing-masing wilayah kabupaten/kota di Provinsi Kepulauan Riau. Determinan yang mempengaruhi TPT di Kabupaten Bintan, Kota Tanjungpinang, dan Kabupaten Lingga adalah pertumbuhan ekonomi. TPT Kota Batam dipengaruhi oleh variabel distribusi penduduk dan Upah Minimum Regional (UMR). Di Kepulauan Anambas, distribusi penduduk dan persentase penduduk miskin berpengaruh signifikan terhadap TPT. Di Kabupaten Karimun, variabel distribusi penduduk, Harapan Lama Sekolah (HLS), UMR, dan pertumbuhan ekonomi berpengaruh

signifikan terhadap TPT. Sementara distribusi penduduk, HLS, UMR, dan persentase penduduk miskin berpengaruh signifikan terhadap TPT pada Kabupaten Natuna.

V. KESIMPULAN

Provinsi dengan wilayah daratan memiliki kinerja pariwisata dan ekonomi kreatif lebih baik dibandingkan dengan wilayah kepulauan. Namun demikian peran sektor parekraf Kepulauan Riau justru paling tinggi se-Sumatra dilihat dari andil sektor tersebut terhadap kue ekonomi. Pun demikian dengan Provinsi Kepulauan Bangka Belitung. Hal ini menunjukkan adanya potensi besar parekraf di provinsi kepulauan apabila dijadikan sebagai prioritas. Faktor topografi dan jalur lintas transportasi diduga kuat memiliki peran besar penyebab kedua provinsi ini memiliki karakter parekraf yang kuat. Selain itu infrastruktur transportasi yang kurang memadai dan kondisi alam yang tidak dapat diprediksi diduga berperan besar dalam pemasaran produk parekraf yang masih sempit jangkauannya.

VI. SARAN

Berdasarkan kinerja dan klasifikasi di atas, dapat direkomendasikan kepada pemerintah pusat untuk melakukan penguatan industri parekraf di provinsi dengan topografi kepulauan. Hal ini dikarenakan ada potensi yang tinggi dari nilai tambah parekraf dalam menunjang roda perekonomian di wilayah tersebut. Bantuan pemasaran untuk mempromosikan produk ke jangkauan yang lebih luas juga dirasa perlu. Penggunaan social media influencer terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap brand image, perilaku, dan minat konsumtif terhadap produk parekraf di wilayah kepulauan. Terakhir dukungan regulasi Rancangan Undang-undang (RUU) daerah kepulauan harus terus diperjuangkan untuk disahkan. Hal ini akan menjadi booster dalam mengurangi kesenjangan pembangunan serta mewujudkan kesejahteraan

rakyat yang memiliki karakteristik khas daerah kepulauan.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriantari, R., & Putri, C. Y. (2018). Kerjasama Indonesia dan Korea Selatan dalam Pengembangan Sektor Industri Kreatif di Indonesia. *TRANSBORDERS: International Relations Journal*, 1(1), 61–81.
- Faradis, R., Afifah, U. N., & Saputro, S. N. A. (2022a). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Sumatra. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 302–311. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.302-311>
- Faradis, R., Afifah, U. N., & Saputro, S. N. A. (2022b). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Sumatra. *Journal of Regional and Rural Development Planning*, 6(3), 302–311. <https://doi.org/10.29244/jp2wd.2022.6.3.302-311>
- Ginting, A. M. (2013). Kendala Pembangunan Provinsi Kepulauan: Studi Kasus Provinsi Kepulauan Riau. *Politica*, 4(1), 49–75.
- Hermada, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). the Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76–89. <https://doi.org/10.29244/jcs.4.2.76-89>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2021). *Statistik Industri Parekraf 2020*. Kemenparekraf.
- Lestariningsih, E., Maharani, K., & Lestari, T. K. (2019). Measuring creative economy in Indonesia: Issues and challenges in data collection. *Asia-Pacific Sustainable Development Journal*, 25(2), 99–117. <https://doi.org/10.18356/16fa938f-en>
- Mutma, F. S. (2022). Manajemen Krisis Pariwisata Indonesia di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Kemenparekraf RI Periode 2021-2022). *E-Proceeding Core Universitas Pembangunan Jaya*, 2, 1–5.

- Nurohman, F., & Riptiono, S. (2021). Pengaruh Social Media Influencer Terhadap Brand Image dan Attitude yang Berdampak pada Purchase Intention Skin Mobile Legends melalui Review di Youtube. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1080–1092. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.955>
- Ribeka Martha Purwahita, Putu Bagus Wisnu Wardhana, I Ketut Ardiasa, & I Made Winia. (2021). Dampak Covid-19 terhadap Pariwisata Bali Ditinjau dari Sektor Sosial, Ekonomi, dan Lingkungan (Sebuah Tinjauan Pustaka). *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 1(2), 68–80. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i2.29>
- Sudarsa, D. C., & Parsa, I. W. (2020). Kepastian Hukum Pendaftaran Persekutuan Komanditer Pada Sistem Administrasi Badan Usaha. *Acta Comitatus*, 5(3), 535. <https://doi.org/10.24843/ac.2020.v05.i03.p09>
- Sulisyawan, A. (2021). Pemulihan Ekonomi Indonesia Pasca Covid-19 Melalui Sektor Pariwisata. *Al-Muttaqin: Jurnal Studi, Sosial, Dan Ekonomi*, 2(1), 91–108.
- UU Nomor 33 Tahun 2004. (n.d.).
- Wicaksana, D. A., Adikara, P. P., & Adinugroho, S. (2018). Clustering Dokumen Skripsi Dengan Menggunakan Hierarchical Agglomerative Clustering. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer (J-PTIIK)*, 2(12), 6227–6234.
- Yakup, A. P., & Haryanto, T. (2021). Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Bina Ekonomi*, 23(2), 39–47. <https://doi.org/10.26593/be.v23i2.3266.39-47>