

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF DI KAWASAN GEOPARK NGARAI SIANOK

Oleh: Widya Putri

Pembimbing: Dadang Mashur

E-mail : Widyaputriiii31@gmail.com

Program Studi Administrasi Publik - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The synergy between the creative economy and the tourism sector is a model of economic development that also affects the development of geoparks without leaving the culture and customs of local communities that have enough potential to be developed in Indonesia, including the City of Bukittinggi. The Geopark Program is a UNESCO proposed program that has elements of cultural diversity, geodiversity, and biodiversity where knowledge of economic aspects is a form of empowerment of local communities in the management of geopark areas and aspects of earth science education on the diversity and uniqueness of the earth's heritage. The purpose of this study is to determine the form of creative economic development and to determine the inhibiting factors for the development of the creative economy in the geopark Ngarai Sianok. The research method used is qualitative methods with data collection techniques carried out by observation, interviews and documentation. Informants were taken using purposive sampling. The result of this research is that the development of the creative economy in the geopark area of Ngarai Sianok has not been optimal. Based on an understanding of 3 (three) components in creative tourism, namely: something to see (attractions), something to do (activities) and something to buy (products). As for the inhibiting factors in the development of the creative economy in the geopark area of Ngarai Sianok, namely the budget and policy documents (master plan).

Keywords: Development, Geopark, Creative Economy

PENDAHULUAN

Ngarai Sianok merupakan salah satu dari tiga *Geopark* yang dinyatakan sebagai *geopark* nasional dan salah satu dari 8 (delapan) *geopark* yang ada di Sumatera Barat pada November 2018 lalu. *Geopark* Ngarai Sianok ini memiliki luas wilayah 1.122,5 km² mulai dari batas kota Kelurahan Kayu Gadih sampai Kelurahan Puhun Pintu Kabun yang secara administrasi berada di Kabupaten Agam dan Kota Bukittinggi namun pihak pengelola dari *geopark* ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi dan bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Agam yang mengelola *geopark* Maninjau.

Geopark sendiri memiliki konsep pembangunan ekonomi, konservasi serta pemberdayaan masyarakat yang dilakukan dengan asas keberlanjutan di dalamnya. Inti daripada *geopark* ini adalah manajemen pengembangan kawasan yang berbasis sumber daya daerah dan partisipasi masyarakat. Disamping itu, pemerintah daerah selaku pemilik otoritas kawasan juga memiliki peran yang sangat vital. Keunikan geologi, biologi dan budaya yang terdapat di kawasan Ngarai Sianok dapat dimanfaatkan sebagai salah satu potensi wisata untuk meningkatkan ekonomi lokal melalui kegiatan ekonomi kreatif untuk meningkatkan pendapatan masyarakat.

Potensi ini didukung oleh kehidupan masyarakat (mayoritas suku Minang yang dimiliki oleh Ngarai Sianok) di sekitar kawasan ngarai dengan kearifan lokal dan kebudayaan suku Minang yang menjadi daya tarik tersendiri. Ekonomi lokal sebagai salah satu

tujuan integrasi *geopark* tidak bisa dilepaskan dari adanya pendidikan bagi wisatawan dan masyarakat lokal dalam rangka meningkatkan kepedulian terhadap lingkungan *geopark*.

Berdasarkan dengan ketetapan pada Perpres nomor 9 tahun 2019 tentang pengembangan taman bumi (*Geopark*) pasal 15 huruf f yaitu salah satu kegiatan yang harus dilakukan oleh pengelola *Geopark* adalah Pembangunan perekonomian masyarakat berbasis ekonomi kreatif. Untuk mengetahui peningkatan ekonomi lokal masyarakat di kawasan *geopark* dapat dilihat dari tingkat pendapatan masyarakat pelaku ekonomi. Tingkat pendapatan masyarakat pelaku ekonomi sebagai suatu upaya peningkatan ekonomi lokal melalui bertambahnya jumlah pendapatan masyarakat sebelum dan sesudah adanya *geopark*. Disamping pendapatan, peningkatan ekonomi lokal dapat dilihat dari keterlibatan dan tingkat keaktifan masyarakat dalam kegiatan ekonomi.

Menurut (Gusti, 2016: 227) kreatif merupakan konsep ekonomi baru yang memadukan informasi dan kreatifitas yang mengandalkan ide, gagasan dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi. Pengembangan ekonomi kreatif didasarkan pada fungsi, peran, dan kontribusi ekonomi kreatif terhadap aspek kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Dengan pengembangan ekonomi kreatif banyak manfaat yang dapat dihasilkan, seperti penggalan terhadap potensi-potensi lokal dan pemberian manfaat nonekonomi lain, seperti pemeliharaan dan pengembangan nilai budaya serta warisan budaya, peningkatan kualitas

hidup, dan toleransi sosial, peningkatan kepariwisataan, sumber daya terbarukan serta peningkatan terhadap citra dan identitas bangsa.

Sejak pemerintahan Orde Baru, kekayaan budaya dan sumber daya alam sudah menjadi modal dasar pembangunan nasional. Sekarang harus menjadi modal dasar pengembangan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006:19).

Dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah “dikenal”. Hal ini terkait dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik dibanding kota-kota kecil. Namun demikian, hal itu tidak menutup kemungkinan kota-kota kecil di Indonesia untuk mengembangkan ekonomi kreatif. Bagi kota-kota kecil, strategi pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan memanfaatkan *landmark* kota atau kegiatan sosial seperti festival sebagai *venue* untuk mengenalkan

produk khas daerah (Susan, 2004:10).

Pengembangan ekonomi kreatif didasarkan pada fungsi, peran, dan kontribusi ekonomi kreatif terhadap aspek kehidupan masyarakat, bangsa, dan negara. Menurut **Departemen Perdagangan RI (2008: 24)**, ada enam alasan mengapa ekonomi kreatif perlu dikembangkan, yaitu sebagai berikut:



Gambar 1 Alasan Pengembangan Ekonomi Kreatif Perlu Dilakukan

Adapun dalam pelaksanaan program geopark ini harus melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah dalam mengembangkan perekonomian masyarakat. Dalam upaya menciptakan nilai ekonomi yang tinggi dilakukan dengan aktivitas perekonomian yang kreatif oleh pelaku ekonomi kreatif yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Pelaku Ekonomi Kreatif Kota Bukittinggi

No	Jenis usaha	Status	Jumlah Pertahun	
			2018	2019
1.	Fashion	Aktif	15 pelaku	16 pelaku
2.	Film	Aktif	3 pelaku	3 pelaku
3.	Kriya	Aktif	4 pelaku	4 pelaku
4.	Kuliner	Aktif	36 pelaku	40 pelaku
5.	Photografi	Aktif	2 pelaku	4 pelaku
6.	Seni pertunjukan	Aktif	52 pelaku	52 pelaku
7.	Seni rupa	Aktif	6 pelaku	6 pelaku

Sumber : Dinas Pariwisata, Pemuda Dan Olahraga Kota Bukittinggi (2020)

Namun, sejak ditetapkan sebagai salah satu *Geopark* di Indonesia yang berstatus nasional belum memberikan bentuk partisipasi aktif dari masyarakat dalam membangun perekonomiannya. Hanya terjadi sedikit pergeseran jumlah partisipan ekonomi kreatif di *geopark* Ngarai Sianok dari tahun sebelum ditetapkannya dan sesudah ditetapkan Ngarai Sianok sebagai salah satu *Geopark* Nasional.

Hal ini tentunya dipengaruhi oleh tingkat pengetahuan masyarakat terkait *geopark* harus ditingkatkan karena konsep kepariwisataan *geopark* masih tergolong baru dan membutuhkan sosialisasi yang *massif* dari berbagai pihak. Untuk itu kepada pelaku-pelaku ekonomi yang tidak mengalami penambahan partisipan dan bahkan mengalami penurunan partisipan inilah seharusnya kegiatan pengelolaan dalam bentuk sosialisasi dan pembinaan dilakukan lebih maksimal.

Sedangkan salah satu program kepariwisataan yaitu *Geopark* yang ada di Kota Bukittinggi tidak terlalu diketahui oleh masyarakat tersebut. Dampaknya hanya pelaku ekonomi itu-itu saja yang berpartisipasi dalam pengembangan perekonomian di Kota Bukittinggi. Hal ini tentunya berpengaruh kepada tingkat partisipasi dari masyarakat dalam mengembangkan perekonomian di Kota Bukittinggi.

Selain itu masalah lain pada pengembangan *Geopark* Ngarai Sianok adalah belum adanya *roadmap* dan *masterplan* tentang *Geopark* Ngarai Sianok itu sendiri sehingga proses pelaksanaan pengembangan menjadi tidak terarah

dan parahnya bahkan mengakibatkan belum optimalnya *action* dari tim pengelola itu sendiri baik dari pemerintah daerah maupun masyarakat. Adapun perkembangan perekonomian masyarakat berbasis ekonomi kreatif yang hanya mengalami sedikit pergeseran dari tahun sebelum ditetapkan menjadi kawasan *geopark* yang artinya belum memperlihatkan keterlibatan aktif dari masyarakat.

Maka, berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis mengambil judul penelitian Pengembangan Ekonomi Kreatif di Kawasan Geopark Ngarai Sianok. Adapun beberapa rumusan masalah yang dapat dirumuskan, diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengembangan ekonomi kreatif di kawasan Geopark Ngarai Sianok?
2. Apa saja faktor-faktor penghambat pengembangan ekonomi kreatif di kawasan Geopark Ngarai Sianok?

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang bersifat analisis deskriptif. Penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati yang menyatakan peneliti adalah sebagai instrument kunci, dan pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive sampling, tekning pengumpulan data dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Serta untuk menganalisis data yang sudah diperoleh dari informan serta untuk

meningkatkan tingkat devaliditas terhadap data penelitian penulis menggunakan model interaktif menurut Hubberman dan Miles (1992) yang mana model ini terdiri dari tiga hal utama, yaitu (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) penarikan kesimpulan atau verifikasi. Ketiga kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang jalin-menjalin pada saat sebelum, selama, dan sesudah pengumpulan data dalam bentuk yang sejajar untuk membangun wawasan umum yang disebut analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan Ekonomi Kreatif

Geopark adalah salah satu bentuk program kepariwisataan yang paling global yang dapat menjadi penunjang pembangunan dan pengembangan ekonomi, sosial serta lingkungan itu sendiri secara berkelanjutan. *Geopark* merupakan situs dari kegiatan kepariwisataan yang menjadi isu pariwisata yang cukup sensitif untuk dibicarakan dan dapat mengakibatkan timbulnya peningkatan laju pembangunan serta pendapatan, baik dari dimensi ekonomi, sosial serta lingkungan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Dari penjabaran tersebut perlu dicermati bahwasanya perlu suatu tindakan yang dapat menyebabkan terjadinya pengembangan ekonomi kreatif di *geopark* tersebut guna untuk mengurangi tingkat kemiskinan atau meningkatkan kesejahteraan masyarakat pada umumnya yang salah satunya dilaksanakan di Ngarai Sianok Kota Bukittinggi. Tindakan tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk pengembangan ekonomi kreatif *geopark* di Kota Bukittinggi yang

dilaksanakan oleh para pihak yang berkepentingan.

Untuk mengembangkan kegiatan wisata, daerah tujuan wisata setidaknya harus memiliki komponen-komponen sebagai berikut (UNESCO, 2009) :

1. Obyek/atraksi dan daya tarik wisata
2. Transportasi dan infrastruktur
3. Akomodasi (tempat menginap)
4. Usaha makanan dan minuman
5. Jasa pendukung lainnya (hal-hal yang mendukung kelancaran berwisata misalnya biro perjalanan yang mengatur perjalanan wisatawan, penjualan cinderamata, informasi, jasa pemandu, kantor pos, bank, sarana penukaran uang, internet, wartel, tempat penjualan pulsa, salon, dll).

Pengembangan ekonomi kreatif *geopark* Ngarai Sianok membutuhkan pihak pemangku kepentingan yang cakap dan bertanggung jawab terhadap masyarakat sebagai kelompok sasaran yang dituju dalam pengelolaan program tersebut. Untuk itu, melihat sejauh mana pengembangan ekonomi kreatif *geopark* Ngarai Sianok dalam meningkatkan perkembangan *geopark* di Kota Bukittinggi, dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori pengembangan destinasi wisata kreatif tentang 3 (tiga) komponen dalam wisata kreatif yakni:

1. Atraksi (*something to see*)

Something to see, terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata. *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Dengan kata lain

obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang mampu untuk menyedot minat dari wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.

Aktivitas dinas terkait dalam membuat pedoman kebijakan masih terkesan lambat yang mengakibatkan aktivitas pengembangan menjadi terhambat atau pihak yang bertugas melakukan pengembangan hanya bisa melakukan beberapa aktivitas pengembangan saja dan bahkan tidak dilakukan secara menyeluruh untuk semua pelaku ekonomi kreatif yang ada di kawasan *geopark* Ngarai Sianok. Hal ini mempengaruhi aktivitas pengembangan kawasan melalui rehabilitasi atau pengelolaan fisik kawasan tidak bisa dilakukan secara khusus untuk kawasan *geopark* saja. Serta tidak memberikan bentuk perkembangan kondisi fisik dari kawasan yang secara maksimal dilakukan untuk kawasan *geopark* Ngarai Sianok tersebut.

Adapun salah satu bentuk kegiatan pengelolaan yang dilakukan di kawasan Ngarai Sianok yaitu sudah bisa melestarikan dan memanfaatkan kondisi lingkungan sekitar kawasan *geopark* yang dapat dilihat dari pelestarian flora dan fauna yang ada di Ngarai Sianok.

Selain daya tarik dari alam, suatu kawasan wisata juga harus menyiapkan daya tarik buatan. Adapun bentuk kegiatan yang direncanakan oleh bidang pariwisata dalam mengelola pariwisata di Kota Bukittinggi yaitu mengembangkan perekonomian, memperlihatkan kebudayaan dengan adanya aktivitas wisata tersebut. Untuk itu di kawasan wisata Kota Bukittinggi dilakukan kegiatan pengelolaan penunjang pariwisata tersebut seperti festival, event yang melibatkan orang banyak

dalam pelaksanaannya. Selanjutnya kegiatan event yang dilakukan di sekitaran kawasan *geopark* tentunya memberikan daya tarik tersendiri bagi pengunjung, mulai dari ada yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut atau hanya sekedar menonton sambil menikmati kuliner, membeli souvenir yang diperjual belikan di kawasan sekitar kegiatan event. Tentunya kegiatan ini menjadi salah satu faktor pendukung masyarakat dalam menjalankan perekonomian mereka.

Berdasarkan semua hasil pelaksanaan kegiatan ekonomi kreatif tersebut dapat dikatakan sudah cukup baik karena sudah bisa melibatkan beberapa kegiatan ekonomi kreatif yang ada di Kota Bukittinggi dan dilakukan setiap tahunnya. Serta pemanfaatan kemajuan teknologi seperti media sosial juga sudah cukup optimal dalam melakukan pengembang ekonomi kreatif itu sendiri oleh pihak pengelola.

2. Aktivitas (*something to do*)

Suatu aktivitas wisatawan di daerah wisata agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax berupa fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal di sana.

Kawasan *geopark* Ngarai Sianok memiliki tempat yang mampu membuat para pengunjung tidak bosan berwisata di kota Bukittinggi, karena memiliki tempat serta menyediakan aktivitas bagi pengunjung untuk bisa menciptakan

rasa nyaman dan senang yang merupakan salah satu daya tarik tersendiri saat berwisata di kawasan *geopark* ini. Spot-spot yang disediakan di kawasan *geopark* ini menggambarkan bentuk pelaksanaan ekonomi kreatif oleh masyarakat dengan memanfaatkan kondisi lingkungan yang ada. Masyarakat sudah bisa berkontribusi dalam melakukan pengembangan kawasan *geopark* Ngarai Sianok dengan mengelola asset pribadi yang mereka miliki di sekitar kawasan *geopark* untuk dijadikan peluang untuk mendapatkan keuntungan.

Dinas pariwisata sebagai pihak yang menjadi fasilitator pengembangan kawasan *geopark* masih belum terlalu banyak melakukan aktivitas pengembangan ekonomi tersebut. Karena hanya berfokus pada kegiatan pembinaan dan pelatihan saja selama beberapa tahun terakhir. Untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk menikmati destinasi yang ada di kawasan wisata Kota Bukittinggi maka disediakan transportasi oleh masyarakat sebagai pelaku perekonomian sekaligus pemberi pelayanan langsung kepada pengunjung yang datang. Serta pemanfaatan teknologi yang digunakan oleh pihak pengelola wisata tidak terlalu optimal dalam penggunaannya dan tentunya mempengaruhi jumlah kunjungan wisata ke objek wisata yang ada di kawasan *geopark*.

3. Produk (*something to buy*)

Fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh. Salah satu bentuk kegiatan ekonomi kreatif yang sangat

mudah dilakukan oleh masyarakat yaitu berupa olahan produk berdasarkan dari ide dan kreatifitas pelaku itu sendiri. Semakin menarik dan bagus kualitas yang dihasilkan dari bentuk olahan tentunya akan memberikan bentuk ketertarikan lebih bagi pengunjung yang ingin membelinya dan akan memberikan bentuk pendapatan yang besar pula bagi pelaku tersebut.

Pelaku ekonomi kreatif di beberapa subsector yang ada selalu memperhatikan kondisi dari produk yang dijual dan tentunya hal ini mempengaruhi pelayanan yang diberikan kepada pembeli dalam artian pelaku ekonomi sudah mengutamakan pelayanan yang baik untuk pengunjung yang datang membeli produk olahan masyarakat tersebut sebagai bentuk cindramata bagi mereka.. Dan pelaku ekonomi kreatif juga mau ikut berpartisipasi atas kegiatan yang dilakukan oleh dinas pariwisata dalam mengembangkan ekonomi kreatif melalui aktivitas pariwisata yang ada di kawasan tersebut. Masyarakat memiliki motivasi tinggi untuk mengembangkan perekonomian mereka dan selalu berusaha memberikan kondisi terbaik bagi pengunjung.

Untuk memberikan bentuk strategi pengembangan ekonomi kreatif di kawasan *geopark* Ngarai Sianok diperlukan kerjasama dengan dinas pariwisata seperti melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap pelaku ekonomi kreatif tersebut. Agar pelaku ekonomi lebih bisa mengarahkan kegiatan mereka kepada kegiatan yang menguntungkan untuk perekonomiannya.

Dinas pariwisata sebagai fasilitator dalam pengembangan

ekonomi kreatif melalui kegiatan pariwisata masih kurang menyeluruh karena tidak membahas pembinaan dan pelatihan secara khusus untuk ekonomi kreatif di Kota Bukittinggi. Karena pembinaan yang sudah dilakukan ini hanya menggambarkan pelatihan secara umum untuk semua kegiatan pariwisata di Kota Bukittinggi.

Selanjutnya produk yang dihasilkan tidak akan memberikan keuntungan yang pelaku ekonomi jika tidak ada aktifitas pemasaran didalam pengelolaannya. Ketika produk sudah siap dilempar ke pasar, diperlukan strategi pemasaran yang baik agar produk tersebut bisa terjual sesuai dengan apa yang direncanakan. Adapun tujuan dari kegiatan ini tentunya mempromosikan produk-produk yang dihasilkan agar dapat diketahui oleh banyak orang. Maka dari itu semakin banyak yang mengetahui produk tersebut, maka peluang untuk mendapatkan konsumen akan semakin besar. Sehingga dapat meningkatkan kuantitas penjualan.

Masyarakat juga sudah memanfaatkan kemajuan teknologi di dalam pengembangan usaha mereka. Media sosial yang dimiliki oleh masyarakat juga akan memberikan bentuk relasi yang luas bagi masyarakat dalam memasarkan produk olahan mereka. Hal ini akan memberikan bentuk peningkatan penjualan bagi produk yang dijual oleh pelaku ekonomi tersebut. Masyarakat memiliki motivasi tinggi untuk berkembang. Dan pelaksanaan pembinaan dan pelatihan yang dilakukan dinas pariwisata juga memberikan bentuk keterlibatan aktif dari masyarakat dalam proses pelaksanaannya sehingga masyarakat bisa bertanya dan menyampaikan

segala sesuatu tentang hal untuk mengembangkan usaha mereka.

Serta dengan pengembangan ekonomi yang dilakukan akan memberikan bentuk partisipasi dari masyarakat dalam menjalankan perekonomian di Kota Bukittinggi. Dalam artian masyarakat yang menjadi kunci utama dalam melakukan pengembangan perekonomian tersebut dengan melihat kondisi yang menguntungkan bagi mereka seperti kegiatan pariwisata yang selalu dikembangkan oleh pihak pengelola di Kota Bukittinggi. Pengembangan ekonomi hanya terjadi kepada kegiatan ekonomi yang dilakukan pembinaan dan pelatihan saja. Sehingga menyebabkan pelaku ekonomi itu saja yang mengalami perkembangan dalam pelaksanaannya dan juga akan meningkatkan pendapatan bagi pelaku ekonomi itu juga atau hanya bagi pelaku ekonomi yang dilakukan pembinaan dan pelatihan sebelumnya. Pelatihan ini juga dapat dikatakan cukup berhasil atau memberikan manfaat bagi masyarakat dalam pengembangan usaha mereka.

Faktor-faktor yang menghambat pengembangan ekonomi kreatif

1. Anggaran

Anggaran yang dikeluarkan pemerintah Kota Bukittinggi masih kurang untuk pengembangan pariwisata *geopark* Ngarai Sianok dan pengembangan sektor-sektor ekonomi kreatif. Hal ini dikarenakan masih banyaknya objek wisata lain yang lebih dulu dikelola dan masih harus dilakukan pembangunan didalamnya baik itu untuk renovasi, pembangunan sarana dan prasarana pelengkap objek wisata untuk lebih menarik perhatian para pengunjung.

Serta karena sektor ekonomi kreatif untuk produk makanan lebih banyak dilakukan oleh masyarakat di Kota Bukittinggi.

2. Dokumen Kebijakan (Masterplan)

Pengembangan ekonomi kreatif oleh dinas pariwisata dan khususnya badan pengelola *geopark* belum bisa bergerak secara sistematis atau dapat dikatakan belum melakukan perencanaan secara optimal dan belum bisa memanfaatkan waktu dengan semaksimal mungkin dalam melakukan pengembangan di kawasan *geopark* karena untuk melakukan salah satu aktivitas pengelolaan yaitu pengembangan ekonomi kreatif tersebut harus ada *masterplan* dari kegiatan tersebut. Sedangkan untuk kondisi perkembangan *geopark* sekarang ini adalah belum adanya *masterplan*, sedangkan penetapan kawasan *geopark* nasional di Ngarai Sianok ini sudah sejak tahun 2018. Hal ini lah yang membuat pelaksanaan pengembangan terkesan sedikit terlambat. Serta hal ini juga yang menyebabkan pergerakan dari dinas pengelola menjadi terhambat untuk pengembangan program *geopark* itu sendiri.

Maka dari itu, pengembangan ekonomi kreatif melalui penetapan kawasan *geopark* Ngarai Sianok belum bisa memanfaatkan *tittle geopark* nasional yang dimiliki sejak tahun 2018 tersebut. Seharusnya dengan adanya penetapan sebagai *geopark* nasional di Indonesia, Kota Bukittinggi harus lebih bisa memanfaatkan *tittle* yang sudah di dapatkan tersebut dengan semaksimal mungkin. Adapun bentuk pengembangan kegiatan

ekonomi kreatif secara umumnya di Kota Bukittinggi hanya difokuskan untuk beberapa *subsector* saja karena terkendala dengan anggaran yang terbatas yang dapat dilihat melalui aktivitas pembinaan dan pelatihan yang sudah dilakukan sebelumnya. Serta bentuk kegiatan perekonomian lainnya di Kota Bukittinggi juga melakukan kerjasama dengan pelaku ekonomi lainnya. Seperti tempat penjualan oleh-oleh bekerja sama dengan agen transportasi bagi pengunjung yang ada datang ke Bukittinggi atau dengan kata lain membuat paket-paket wisata untuk pengunjung. Dalam hal ini bekerja sama dengan pusat oleh-oleh, objek wisata, transportasi dari penjualan souvenir cindramata.

Walaupun dilakukan oleh para pelaku ekonomi kreatif yang sama sejak tahun 2016-2019 namun memiliki perkembangan usaha yang cukup besar seperti memiliki cabang dibeberapa tempat sekitaran kawasan wisata Bukittinggi dan juga pendapatan yang meningkat dari hasil usaha tersebut.

Selain perkembangan tentang peningkatan jumlah pelaku ekonomi yang masih terkesan belum maksimal, lain halnya dengan pihak pengelola baik pemerintah maupun masyarakat pelaku ekonomi yang sudah cukup bisa memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada dalam proses pengembangan usaha ekonomi kreatif tersebut walaupun mengalami kendala saat awal penggunaannya. Seperti membagikan brosur kegiatan yang akan dilakukan di Kota Bukittinggi melalui akun sosial media, serta akses masuk ke dalam objek wisata yang ada di kawasan *geopark*. Untuk pemanfaatan media sosial tentunya hal ini lebih bisa mempermudah

menjangkau khalayak ramai yang akan berkunjung ke destinasi wisata Kota Bukittinggi. Dan hal ini juga akan memberikan informasi dengan mudah kepada pelaku ekonomi kreatif untuk mempersiapkan diri dalam mengikuti event-event yang sudah di rencanakan tersebut.

Pemanfaatan kemajuan teknologi ini juga berpengaruh pada proses pemasaran dari produk yang dihasilkan oleh pelaku ekonomi kreatif. Masyarakat lebih mudah dan cepat dalam memasarkan produk olahan mereka. Sedangkan untuk tingkat kreatifitas yang dihasilkan oleh para pelaku ekonomi kreatif juga terus ditingkatkan. Mulai dari bentuk infrastruktur fisik dari tempat terjadinya ekonomi kreatif hingga sarana dan prasarana pendukung kegiatan wisata untuk menarik minat para pengunjung dalam melakukan aktifitas berwisata di Kota Bukittinggi khususnya kawasan *geopark* Ngarai Sianok.

SIMPULAN

Pengembangan ekonomi kreatif di kawasan *geopark* Ngarai Sianok belum berjalan dengan optimal. Hal ini dikarenakan pemerintah maupun masyarakat juga belum bisa memanfaatkan *tittle geopark* nasional yang dimiliki oleh kawasan Ngarai Sianok untuk mengembangkan perekonomian masyarakat. Serta penyusunan prosedur seperti *masterplan* yang terkesan lambat juga membuat pihak pengelola yang bersangkutan belum bisa bergerak dengan sistematis dalam melakukan pengembangan ekonomi kreatif di Kawasan *geopark*. Akan tetapi, pihak pemerintah tetap gencar-gencarnya melakukan pembinaan dan pelatihan serta mengadakan *event-event* untuk

pelaku ekonomi kreatif di Kota Bukittinggi setiap tahunnya. Walaupun pembinaan dan pelatihan yang dilakukan tidak untuk semua *subsector* pelaku ekonomi kreatif di Kota Bukittinggi. Adapun faktor penghambat dari pelaksanaan pengembangan ekonomi kreatif di kawasan *geopark* Ngarai Sianok, yaitu : anggaran dan dokumen perencanaan (*masterplan*).

DAFTAR RUJUKAN

- Budi, Selfi Helpiastuti, "Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Pasar Lumpur (Analisis Wacana *Grand Opening* Pasar Lumpur Kawasan Wisata Lumpur, Kecamatan Ledokombo, Kabupaten Jember," *Journal of Tourism and Creativity*. Vol. 2 No. 1 (2018): 13-23.
- Cristopherson, Susan. 2004. *Creative Economy Strategies For Small And Medium Size Cities: Options For New York State, Quality Communities Marketing And Economics Workshop*. Albany New York.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*. Jakarta.
- Gusti, I Bagus Arjana. 2016. *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Ooi, Can-Seng. 2006. *Tourism and the Creative Economy in Singapore*.

UNESCO. 2009. *Panduan Dasar
Pelaksanaan Ekowisata*.

Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu
Pariwisata*. Bandung:
Angkasa.