

PERAN EKONOMI KREATIF DALAM MENINGKATKAN KREATIVITAS DAN INOVASI PRODUK PARIWISATA DI KOTA BATAM MELALUI PERSPEKTIF KEWIRAUSAHAAN

Arina Luthfini Lubis

Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

a.luthfinilubis@gmail.com

Zahara Fatimah

Prodi Manajemen Divisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

zaravirgo2579@gmail.com

Asman Abnur

Prodi Magister Terapan Pariwisata, Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata, Politeknik Pariwisata Batam

asman@btp.ac.id

ABSTRACT

Ekonomi kreatif telah menjadi salah satu sektor penting dalam mendukung pengembangan kewirausahaan, khususnya di Kota Batam yang memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata melalui perspektif kewirausahaan. Dengan pendekatan kuantitatif deskriptif dan eksplanatori, penelitian ini melibatkan 100 pelaku usaha kreatif di sektor pariwisata Kota Batam sebagai responden. Data primer dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner dengan skala Likert dan wawancara semi-terstruktur untuk memperkaya analisis. Data sekunder diperoleh dari laporan resmi dan publikasi terkait. Teknik analisis yang digunakan meliputi analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan distribusi data dan regresi linier untuk menguji hubungan antara variabel ekonomi kreatif, kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 85% responden menyatakan ekonomi kreatif secara signifikan mendorong kewirausahaan melalui inovasi dan diversifikasi produk wisata. Sebanyak 65% pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk promosi, sementara 70% menyatakan kolaborasi dengan industri pariwisata meningkatkan eksposur produk kreatif. Namun, kendala utama yang dihadapi adalah akses pembiayaan (60%) dan kurangnya pelatihan manajerial (55%). Inovasi produk berbasis budaya lokal diapresiasi oleh 75% wisatawan, yang turut meningkatkan daya tarik Kota Batam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa integrasi ekonomi kreatif dan kewirausahaan berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Kota Batam. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam peran pemerintah dan komunitas lokal, serta menggunakan metode campuran untuk analisis yang lebih komprehensif.

Keywords: Ekonomi Kreatif, Kewirausahaan, Inovasi Produk, Pariwisata, Kota Batam

PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi pilar penting dalam pembangunan ekonomi global, dengan fokus pada kreativitas, inovasi, dan pemanfaatan teknologi. Di Indonesia, ekonomi kreatif memainkan peran strategis dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Mere *et al.*, 2023), menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat identitas budaya lokal. Salah satu sektor yang sangat diuntungkan oleh perkembangan ekonomi kreatif adalah pariwisata. Kombinasi antara ekonomi kreatif dan pariwisata menciptakan daya tarik baru bagi wisatawan dengan menawarkan pengalaman unik dan autentik. Meskipun demikian, amenitas (Setiawan, Lubis and Supardi, 2023), pelayanan (Giovani, Wibowo and Lubis, 2023), dan fasilitas tetap menjadi elemen kunci yang berperan penting dalam menarik minat wisatawan serta meningkatkan kualitas pengalaman mereka selama berkunjung (Morysa and Lubis, 2023). Dalam konteks

ini, Kota Batam memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pengembangan ekonomi kreatif yang terintegrasi dengan sektor pariwisata. Analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi potensi yang dimiliki, sehingga memungkinkan perencanaan strategi yang lebih efektif dan terarah (Simbolon, Lubis and Wibowo, 2023).

Sebagai salah satu kota strategis di Indonesia, Batam dikenal dengan lokasinya yang dekat dengan Singapura dan Malaysia, menjadikannya pusat perdagangan dan pariwisata yang dinamis. Namun, sektor pariwisata di Batam masih menghadapi berbagai tantangan (Andini and Akbar, 2020), termasuk kurangnya inovasi dalam produk wisata dan rendahnya diversifikasi atraksi wisata. Wisatawan modern menginginkan pengalaman yang unik, otentik, dan kreatif, namun sering kali produk wisata di Batam belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi

tersebut. Dalam hal ini, ekonomi kreatif dapat menjadi solusi strategis untuk menciptakan nilai tambah dalam produk wisata, baik dari sisi desain, konsep, maupun pengalaman yang ditawarkan.

Pelaku ekonomi kreatif di Batam, seperti pengusaha kerajinan, kuliner khas, dan seni pertunjukan, memiliki peran penting dalam mendorong inovasi produk wisata (Tjeme, 2024). Namun, tantangan seperti akses terbatas terhadap pembiayaan, kurangnya pelatihan kewirausahaan, dan rendahnya kolaborasi antar pelaku usaha sering kali menjadi penghambat. Analisis kelayakan usaha memegang peranan krusial dalam menilai potensi bisnis dan menentukan keberhasilan yang dapat dicapai oleh pelaku usaha di tengah persaingan pasar (Lubis *et al.*, 2023). Di sisi lain, peluang besar terbuka dengan semakin meningkatnya minat wisatawan terhadap produk kreatif berbasis budaya lokal. Perspektif kewirausahaan menjadi elemen penting dalam mengoptimalkan potensi ekonomi kreatif ini. Pendekatan kewirausahaan memungkinkan pelaku usaha untuk lebih responsif terhadap perubahan pasar, mengelola risiko, dan menciptakan strategi inovatif untuk mendukung keberlanjutan usaha mereka.

Dalam era globalisasi, daya saing tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan untuk beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang terus berubah. Kota Batam, dengan dukungan pemerintah dan ekosistem pariwisata yang dinamis, memiliki peluang besar untuk mengintegrasikan ekonomi kreatif dan kewirausahaan dalam pengembangan produk wisata (Haeril *et al.*, 2024). Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata melalui perspektif kewirausahaan di Kota Batam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan sektor pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berdaya saing.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini difokuskan pada beberapa permasalahan utama. Pertama, bagaimana peran ekonomi kreatif dalam mendukung pengembangan kreativitas produk pariwisata di Kota Batam. Kedua, bagaimana pendekatan kewirausahaan dapat meningkatkan inovasi produk wisata yang ditawarkan. Ketiga, apa saja tantangan yang dihadapi pelaku ekonomi kreatif dalam menciptakan produk wisata yang inovatif dan berdaya saing.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran ekonomi kreatif dalam mendorong kreativitas produk wisata di Kota Batam. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi kontribusi perspektif kewirausahaan dalam meningkatkan inovasi produk wisata. Penelitian ini juga akan menggali berbagai tantangan dan peluang yang

dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif dalam upaya mengembangkan produk wisata yang berkelanjutan dan kompetitif.

LANDASAN PUSTAKA

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Menurut (Azi, Kaleka and Meo, 2024), agrowisata sebagai bagian dari ekonomi kreatif dapat menggabungkan pertanian dan pariwisata, menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan melalui kegiatan langsung di lahan pertanian. Di Kota Batam, pengembangan pusat UMKM kreatif dengan integrasi fungsi wisata dan edukasi diharapkan dapat menjadi sarana pengembangan dan pemberdayaan ekonomi lokal.

Kreativitas dan inovasi adalah kunci dalam meningkatkan daya tarik destinasi wisata. (Silitonga, Nasution and Asman, 2023) menekankan pentingnya inovasi melalui manajemen 4A (attraction, amenities, accessibility, ancillary services) dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan asli daerah (PAD) Kota Batam. Selain itu, pengembangan agrowisata yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal dapat menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkelanjutan.

Kewirausahaan memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata. (Permadi, Khadijah and Hadian, 2020) menyatakan bahwa kewirausahaan dan inovasi adalah dua elemen penting dari pertumbuhan ekonomi, terutama dalam bidang geowisata. Ekonomi kreatif menyediakan sumber daya budaya dan kreativitas yang dapat dimanfaatkan oleh sektor pariwisata untuk menciptakan atraksi yang menarik. Perspektif kewirausahaan memungkinkan pelaku usaha untuk mengelola sumber daya ini secara efektif dan efisien, menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Di Indonesia, penerapan kewirausahaan berbasis pariwisata bagi masyarakat dapat meningkatkan partisipasi lokal dalam pengembangan destinasi wisata.

Pengembangan ekonomi kreatif di Batam menghadapi berbagai tantangan, termasuk kurangnya infrastruktur pendukung dan keterbatasan pengetahuan teknis kewirausahaan. Namun, peluang besar terbuka dengan adanya inisiatif seperti perancangan pusat UMKM kreatif yang mengintegrasikan fungsi wisata dan edukasi, yang dapat meningkatkan aspek lokalitas Kota Batam. Selain itu, inovasi melalui manajemen 4A telah terbukti efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan dan PAD Kota Batam.

Teknologi digital telah menjadi katalis dalam perkembangan ekonomi kreatif. Media sosial, *e-commerce*, dan teknologi augmented reality (AR)

memberikan peluang baru bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memasarkan produk mereka secara global. Beragam penelitian telah menunjukkan bahwa media sosial memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku usaha, terutama dalam memperluas jangkauan pasar (Asikin, Pristiwasa and Lubis, 2024), keputusan berkunjung (Mabrurroh, Supardi and Lubis, 2023), meningkatkan interaksi dengan pelanggan (Nanda Barizki and Apriani, 2024), dan memperkuat citra merek. Menurut studi oleh (Jasri *et al.*, 2022), pelaku usaha yang memanfaatkan teknologi digital cenderung mengalami peningkatan pendapatan hingga 30%. Di Batam, teknologi digital dapat digunakan untuk mempromosikan produk kreatif lokal, meningkatkan akses pasar, dan menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik.

Penelitian ini mengintegrasikan konsep ekonomi kreatif, kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan dalam konteks pengembangan produk pariwisata di Kota Batam. Dengan memahami peran kewirausahaan dalam mendorong inovasi dan kreativitas, diharapkan dapat ditemukan strategi efektif untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan di sektor pariwisata Batam.

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif dan eksplanatori. Desain deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai peran ekonomi kreatif, kreativitas, inovasi produk pariwisata, dan kewirausahaan di Kota Batam. Sementara itu, desain eksplanatori bertujuan untuk menguji hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana ekonomi kreatif memengaruhi inovasi produk pariwisata melalui perspektif kewirausahaan. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menjawab tujuan penelitian yang berfokus pada pengukuran hubungan antar variabel.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha kreatif di sektor pariwisata di Kota Batam, seperti pengusaha kerajinan, kuliner, dan atraksi wisata berbasis budaya. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pelaku usaha yang aktif dalam kegiatan ekonomi kreatif dan terdaftar dalam asosiasi atau komunitas kreatif di Kota Batam. Besarnya sampel ditentukan berdasarkan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel yang representatif.

Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari responden melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur variabel ekonomi kreatif, kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan. Data sekunder diperoleh dari laporan pemerintah, jurnal, dan publikasi resmi yang relevan dengan tema penelitian, seperti data perkembangan ekonomi kreatif dan pariwisata di Kota Batam.

Metode Pengumpulan Data

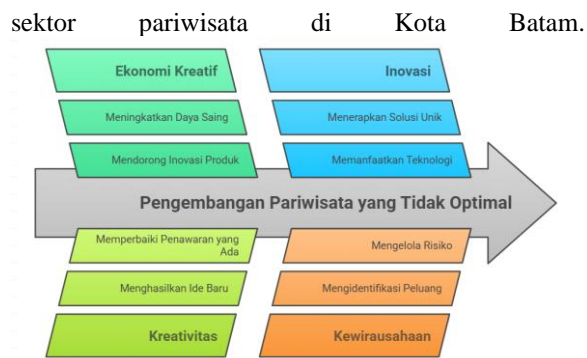
Pengumpulan data dilakukan dengan metode survei menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama. Kuesioner disusun dalam skala Likert untuk memudahkan pengukuran tingkat persepsi responden terhadap variabel-variabel penelitian. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan beberapa pelaku usaha dan pengambil kebijakan di sektor pariwisata untuk mendukung dan memperkaya data kuantitatif.

Teknik Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi data penelitian. Untuk analisis inferensial, digunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh ekonomi kreatif terhadap kreativitas dan inovasi produk pariwisata melalui kewirausahaan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan kualitas instrumen penelitian, serta pengujian asumsi klasik untuk memastikan kesesuaian model regresi.

Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam penelitian ini mengintegrasikan konsep ekonomi kreatif, kreativitas, inovasi, dan kewirausahaan. Ekonomi kreatif dipandang sebagai faktor utama yang dapat mendorong kreativitas dalam pengembangan produk pariwisata. Kreativitas, pada gilirannya, menjadi landasan inovasi dalam menciptakan produk wisata yang berdaya saing. Perspektif kewirausahaan menjadi elemen pendukung yang memungkinkan pelaku usaha kreatif untuk mengidentifikasi peluang, mengelola risiko, dan mengoptimalkan sumber daya dalam menghasilkan inovasi. Kerangka berpikir ini memberikan arah bagi analisis penelitian untuk memahami bagaimana variabel-variabel tersebut saling berhubungan dan memengaruhi pengembangan



Gambar 1. Kerangka Berpikir

PEMBAHASAN

Penelitian ini mengumpulkan data dari pelaku ekonomi kreatif yang berfokus pada sektor pariwisata di Kota Batam. Berdasarkan hasil survei dan wawancara semi-terstruktur dengan 100 responden yang terdiri dari pelaku usaha kreatif, pengusaha pariwisata, dan pemangku kebijakan, ditemukan beberapa temuan utama yang relevan dalam menjelaskan peran ekonomi kreatif dari perspektif kewirausahaan.

1. Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Kewirausahaan

Sebanyak 85% responden setuju bahwa ekonomi kreatif memberikan peluang yang signifikan untuk mendorong pengembangan kewirausahaan di Kota Batam. 65% responden menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital seperti media sosial dan *e-commerce* meningkatkan kemampuan mereka menjangkau pasar yang lebih luas. Hal ini terlihat dari berbagai inisiatif bisnis kreatif yang memanfaatkan sumber daya lokal, seperti kerajinan berbasis budaya Melayu, kuliner khas, dan pengembangan atraksi wisata berbasis teknologi seperti augmented reality (AR). Responden mengakui bahwa kreativitas dalam ekonomi kreatif menjadi katalis utama untuk menciptakan inovasi produk yang menarik bagi wisatawan, baik domestik maupun internasional.

2. Faktor Pendukung Kewirausahaan dalam Ekonomi Kreatif

Hasil penelitian menunjukkan beberapa faktor pendukung utama kewirausahaan dalam ekonomi kreatif di Kota Batam:

- **Jaringan Bisnis dan Kolaborasi:** 70% responden mengungkapkan bahwa kolaborasi antara pelaku usaha kreatif dan sektor pariwisata mempermudah pengembangan produk inovatif. Contohnya, pengusaha kerajinan lokal bekerja sama dengan hotel dan restoran untuk menyediakan produk souvenir unik.

- **Akses Teknologi:** 65% responden menyatakan bahwa penggunaan teknologi digital, seperti platform *e-commerce* dan media sosial, membantu mereka memperluas pasar dan meningkatkan promosi produk wisata kreatif.

- **Keterlibatan Pemerintah:** Program pemerintah daerah seperti pelatihan kewirausahaan dan festival ekonomi kreatif dinilai memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan usaha kreatif. Namun, responden menilai dukungan ini perlu lebih intensif untuk menjangkau lebih banyak pelaku usaha. 60% responden mengidentifikasi keterlibatan pemerintah dalam pelatihan kewirausahaan dan penyelenggaraan festival ekonomi kreatif sebagai elemen pendukung utama, meskipun intensitasnya dinilai masih perlu ditingkatkan.

3. Tantangan dalam Pengembangan Kewirausahaan

Meskipun ekonomi kreatif menunjukkan potensi besar, 60% responden mengidentifikasi beberapa tantangan utama yang dihadapi:

- **Akses Pembiayaan:** Banyak pelaku usaha kreatif menghadapi kendala dalam mendapatkan modal usaha yang cukup untuk mengembangkan produk mereka. 60% responden menghadapi kendala dalam mengakses pembiayaan untuk mengembangkan bisnis mereka.
- **Kurangnya Pelatihan Manajerial:** Sebanyak 55% responden merasa bahwa keterampilan kewirausahaan mereka, khususnya dalam manajemen bisnis dan pemasaran, masih perlu ditingkatkan untuk menghadapi persaingan. Pelaku usaha menyadari pentingnya memperdalam pengetahuan dalam strategi pemasaran, baik melalui analisis SWOT (Lubis, 2016) maupun dengan memanfaatkan matriks IFE dan EFE untuk pengambilan keputusan yang lebih strategis (Alamsyah, Lubis and Andika, 2018).
- **Persaingan Pasar:** 50% responden menyebut pelaku usaha kreatif di Batam harus bersaing dengan produk dari negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia, yang sering kali lebih menarik perhatian wisatawan karena branding yang lebih kuat. Karena itu, Batam membutuhkan strategi branding yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saingnya dan memperkuat posisinya di antara negara-negara tetangga (Amalia, Supardi and Lubis, 2023).

4. Dampak Ekonomi Kreatif terhadap Pariwisata

Sebagai bagian dari kewirausahaan, pelaku ekonomi kreatif di Batam telah berhasil menciptakan berbagai produk wisata yang inovatif, seperti:

- **Paket Wisata Budaya:** Menampilkan tradisi lokal dan pertunjukan seni khas Melayu.
- **Produk Kuliner Inovatif:** Menawarkan makanan tradisional dengan sentuhan modern untuk menarik minat wisatawan muda.
- **Wisata Edukasi Kreatif:** Memberikan pengalaman interaktif seperti workshop membuat kerajinan tradisional.

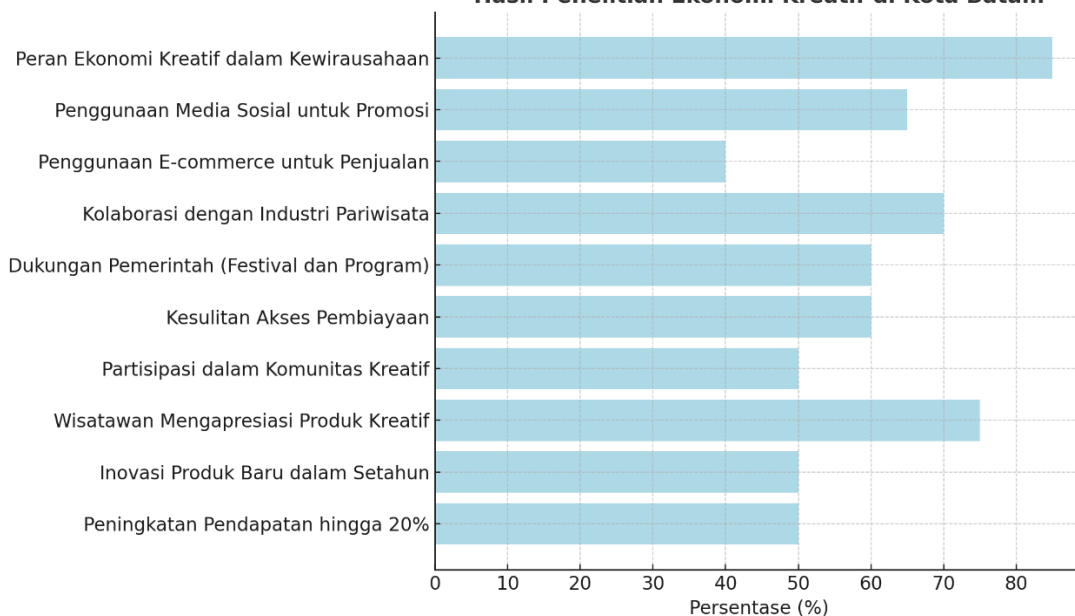
Data menunjukkan bahwa pelaku usaha kreatif yang menerapkan prinsip kewirausahaan lebih sukses dalam menciptakan produk yang menarik dan berkelanjutan. Sebanyak 75% wisatawan yang berkunjung ke Batam mengapresiasi keunikan produk kreatif lokal, yang dianggap menjadi nilai tambah dalam pengalaman wisata mereka. 70% responden menyatakan bahwa inovasi dalam produk pariwisata, seperti wisata budaya dan kuliner modern, telah

meningkatkan daya tarik Kota Batam sebagai destinasi wisata. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya *Remarkable Journey* dalam menciptakan destinasi pariwisata berkelanjutan yang unggul dan berdaya saing (Amalia and Lubis, 2024).

5. Implikasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini menggarisbawahi pentingnya integrasi antara ekonomi kreatif dan kewirausahaan untuk mendorong inovasi produk pariwisata di Kota Batam. Meskipun demikian masih ada tantangan yang signifikan, terutama dalam hal akses pembiayaan dan pelatihan kewirausahaan. Dukungan pemerintah, peningkatan akses teknologi, dan penguatan kolaborasi antar pelaku usaha menjadi strategi yang perlu dioptimalkan untuk meningkatkan daya saing Kota Batam sebagai destinasi wisata kreatif.

Hasil Penelitian Ekonomi Kreatif di Kota Batam



Strategi Kewirausahaan dalam Ekonomi Kreatif di Kota Batam

Pelaku ekonomi kreatif di Kota Batam menerapkan berbagai strategi kewirausahaan untuk mengembangkan usaha mereka. Salah satu strategi utama adalah pemanfaatan teknologi digital. Media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok digunakan secara luas untuk mempromosikan produk kreatif, menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk wisatawan domestik dan internasional. Selain itu, platform *e-commerce* seperti Shopee dan Tokopedia dimanfaatkan untuk memperluas pasar, sehingga pelaku usaha mampu mengatasi keterbatasan akses pasar lokal. Digital branding juga menjadi fokus utama melalui konten kreatif dan *storytelling*, yang membantu meningkatkan daya tarik produk di pasar.

Inovasi produk menjadi elemen kunci dalam strategi kewirausahaan ini. Diversifikasi produk

dilakukan dengan menciptakan variasi yang sesuai dengan kebutuhan segmen pasar yang berbeda. Misalnya, kerajinan lokal dikombinasikan dengan elemen modern untuk menarik minat wisatawan muda. Selain itu, pengembangan wisata berbasis pengalaman, seperti workshop pembuatan kerajinan atau kelas memasak kuliner khas Batam, menawarkan nilai tambah yang unik bagi wisatawan. Kolaborasi dengan desainer dan seniman lokal juga membantu meningkatkan estetika dan kualitas produk kreatif.

Penguatan jaringan dan kolaborasi menjadi strategi penting lainnya. Pelaku usaha kreatif bekerja sama dengan hotel, restoran, dan agen perjalanan untuk memasarkan produk mereka sebagai bagian dari paket wisata. Partisipasi dalam komunitas kreatif memungkinkan pelaku usaha berbagi pengetahuan dan jaringan bisnis. Selain itu, keikutsertaan dalam festival ekonomi kreatif dan pameran pariwisata

menjadi peluang besar untuk mempromosikan produk mereka kepada audiens yang lebih luas.

Pengelolaan keuangan dan pembiayaan juga menjadi perhatian utama dalam strategi kewirausahaan. Banyak pelaku usaha memanfaatkan bahan baku lokal untuk menekan biaya produksi sekaligus menonjolkan identitas budaya lokal. Program pembiayaan seperti Kredit Usaha Rakyat (KUR) dan hibah kewirausahaan dari pemerintah juga diakses untuk mendukung pengembangan bisnis kreatif. Sementara itu, pelatihan manajemen bisnis yang mencakup aspek keuangan, pemasaran, dan pengelolaan risiko, diikuti untuk meningkatkan kemampuan kewirausahaan mereka.

Pemasaran berbasis lokalitas menjadi elemen strategis lain yang penting. Produk kreatif sering kali mengedepankan elemen budaya lokal, seperti motif Melayu dalam kerajinan atau penggunaan bahan makanan khas dalam kuliner. Strategi ini diperkuat dengan penggunaan *storytelling*, di mana kisah di balik produk, termasuk sejarah dan nilai budayanya, diceritakan untuk menciptakan hubungan emosional dengan pelanggan.

Strategi kewirausahaan ini telah memberikan dampak positif bagi ekonomi kreatif di Kota Batam. Produk kreatif lokal menjadi lebih menarik di pasar lokal dan internasional, sementara pendapatan pelaku usaha meningkat melalui diversifikasi pasar. Selain itu, strategi ini juga memperkuat citra Kota Batam sebagai destinasi wisata yang kreatif dan inovatif. Dengan penguatan strategi ini, ekonomi kreatif di Batam berpotensi menjadi motor utama dalam pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan.

SIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran signifikan dalam mendukung kewirausahaan di Kota Batam. Sebanyak 85% responden menyatakan bahwa ekonomi kreatif mendorong inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk pariwisata. Teknologi digital, seperti media sosial dan *e-commerce*, digunakan secara luas untuk mempromosikan produk, sementara kolaborasi dengan sektor pariwisata meningkatkan eksposur dan daya tarik produk kreatif. Dukungan pemerintah melalui program pelatihan dan festival juga dinilai membantu, meskipun akses pembiayaan dan pelatihan manajerial masih menjadi tantangan utama. Inovasi dalam produk kreatif telah berkontribusi terhadap peningkatan daya tarik wisatawan, dengan 75% wisatawan mengapresiasi produk lokal. Strategi diversifikasi produk dan promosi berbasis lokalitas telah membantu pelaku usaha meningkatkan pendapatan hingga 20%. Namun, tantangan seperti kurangnya pelatihan kewirausahaan dan persaingan dengan negara tetangga masih membutuhkan perhatian. Penelitian ini menunjukkan bahwa integrasi antara ekonomi kreatif, kewirausahaan, dan sektor pariwisata sangat penting

untuk memperkuat daya saing Kota Batam sebagai destinasi wisata unggulan.

SARAN

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperdalam analisis mengenai hubungan spesifik antara faktor-faktor ekonomi kreatif, seperti kolaborasi dan teknologi digital, dengan pencapaian kewirausahaan di sektor pariwisata. Selain itu, penelitian lebih lanjut dapat mengeksplorasi peran pemerintah dan komunitas lokal dalam menciptakan ekosistem yang mendukung keberlanjutan ekonomi kreatif di Kota Batam. Penggunaan metode campuran (*mixed methods*) juga disarankan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif, dengan menggabungkan analisis kuantitatif dan wawasan kualitatif dari pelaku usaha dan wisatawan. Hal ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang lebih aplikatif untuk pengembangan kebijakan dan strategi ekonomi kreatif di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, N., Lubis, A. L. and Andika (2018) 'Analisa Strategi Pemasaran Menggunakan Matriks IEF dan EFE (Studi Kasus PT. Kian Ho Indonesia)', *Jurnal Industri Kreatif (Jik)*, 2(2), pp. 51–58. doi: 10.36352/jik.v2i2.120.
- Amalia, E. and Lubis, A. L. (2024) 'Remarkable Journey On Sustainable Tourism Destinations; Case Study On Bintan Resort's Award Winning On Sustainable Tourism Destination', *Indonesian Tourism Journal*, 1(3), pp. 217–230. doi: <https://doi.org/10.69812/itj.v1i3.75>.
- Amalia, E., Supardi and Lubis, A. L. (2023) 'Strategi Branding "Terpikat Pulau Penyengat" Sebagai Destinasi Wisata Sejarah, Budaya & Religi di Kepulauan Riau', *DIMENSI*, 12(01), pp. 212–229. doi: <https://doi.org/10.33373/dms.v12i1.5000>.
- Andini, C. and Akbar, D. (2020) 'Tantangan Pariwisata pada Wilayah Perbatasan dalam Era Disrupsi Teknologi: Studi Kasus Regulasi Transportasi Online di Kota Batam, Kepulauan Riau', *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(2), pp. 73–81. doi: 10.36256/ijtl.v1i2.102.
- Asikin, N., Pristiwasa, I. W. T. K. and Lubis, A. L. (2024) 'Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Penjualan Kamar di Beverly Hotel Batam', *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 9(1), pp. 101–116.
- Azi, P. Y., Kaleka, M. U. and Meo, M. M. (2024) 'Pengembangan Agrowisata dalam Rangka Mendukung Pembangunan Pertanian di Kabupaten Ngada, Provinsi Nusa Tenggara Timur', *Jurnal*

- Kridatama Sains dan Teknologi*, 6(02), pp. 469–477. <http://journal.unpad.ac.id/tornare/article/view/29691>.
- Giovani, Wibowo, A. and Lubis, A. L. (2023) 'Implikasi Tingkat Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Masjid Jabal Arafah Destinasi Kota Batam', *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), pp. 655–666. doi: 10.47492/jih.v12i2.2984.
- Haeril *et al.* (2024) 'Peran Ekonomi Kreatif Melalui Umkm Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan', *El Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(11), pp. 5431–5441. doi: 1047467/elmal.v5i11.5788 Peran.
- Jasri *et al.* (2022) 'Penerapan Digital Marketing dalam Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah', *Iltizam Journal of Shariah Economics Research*, 6(2), pp. 212–224. doi: 10.30631/iltizam.v6i2.1452.
- Lubis, A. L. (2016) 'Analisa SWOT Sebagai Acuan Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Khazanah Plaza Batam)', *Journal Industrial Service*, 2(1). Available at: <https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jiss/issue/view/227>.
- Lubis, A. L. *et al.* (2023) 'Analisis Kelayakan Usaha Bisnis Minuman Thai Tea Di Kelurahan Batu Besar Batam', *Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis*, 1(1), pp. 1–7. Available at: <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib>.
- Mabruroh, S. K., Supardi and Lubis, A. L. (2023) 'Pengaruh Instagram Terhadap Keputusan Pengunjung Untuk Berwisata ke Mega Wisata Ocarina Kota Batam', *Jurnal Sistem Informasi & Manajemen*, 11(3), pp. 388–398.
- Mere, K. *et al.* (2023) 'Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal', *Communnity Development Journal*, 4(6), pp. 12324–12329.
- Morysa, J. and Lubis, A. L. (2023) 'Daya Tarik Wisata Puncak Beliung Batam: Pengaruh Amenitas, Pelayanan, dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan', *Jurnal Kepariwisata dan Hospitalitas*, 7(2), pp. 279–292.
- Nanda Barizki, R. and Apriani, Y. (2024) 'Strategi Konten Kreatif Doteens Dalam Meningkatkan Audience Engagement Melalui Instagram', *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5(1), pp. 29–36. doi: <https://doi.org/10.55122/kom57.v5i1.1255>.
- Permadi, R., Khadijah, U. L. S. and Hadian, M. S. (2020) 'Peran Kewirausahaan Dalam Pengembangan Geowisata', *Tornare - Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(3), pp. 37–39. Available at: <http://journal.unpad.ac.id/tornare/article/view/29691>.
- Setiawan, S. K. I., Lubis, A. L. and Supardi, S. (2023) 'The Influence of 3A (Attractions, Accessibility, and Amenities) on Tourists' Decisions to Visit Ciptaland Beach, Batam City', *E-Journal of Tourism*, 10(2), p. 287. doi: 10.24922/eot.v10i2.108066.
- Silitonga, F., Nasution, M. N. A. and Asman, A. (2023) 'Inovasi Melalui Manajemen 4A Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Pada PAD Kota Batam', *Jurnal Mahatvavirya*, 10(1), pp. 71–88. Available at: <https://ojs.akmil.ac.id/index.php/mahatvavirya/article/view/76%0Ahttps://ojs.akmil.ac.id/index.php/mahatvavirya/article/download/76/60>.
- Simbolon, S. O., Lubis, A. L. and Wibowo, A. (2023) 'Strategi SWOT Untuk Mengembangkan Potensi Destinasi Wisata Pantai Melayu di Kota Batam', *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama dan Budaya*, 8(2), pp. 81–95. Available at: <http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud/article/view/3067>.
- Tjeme, B. B. (2024) 'Kontribusi Ekonomi Kreatif Dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Kabupaten Sikka', *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(4), pp. 61–92. doi: <https://doi.org/10.61132/jutrabidi.v1i4.239>.