

## Peran Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner dan Kriya dalam Menciptakan Kesempatan Kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara

**Iskandar, Juliansyah Roy, Diana Lestari**

Universitas Mulawarman, Indonesia

Email: iskdr.11@gmail.com

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran subsektor kuliner dan kriya dalam menciptakan kesempatan kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara pada periode 2021–2024. Latar belakang penelitian didasarkan pada pergeseran arah pembangunan ekonomi daerah dari sektor ekstraktif menuju ekonomi berbasis kreativitas dan budaya lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui studi dokumentasi, wawancara mendalam, serta observasi terhadap pelaku usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor kuliner merupakan sektor dominan dalam ekonomi kreatif Kutai Kartanegara dengan jumlah pelaku usaha mencapai 3.101, sedangkan subsektor kriya memiliki 287 pelaku. Meski demikian, hanya 336 pelaku kuliner yang telah memiliki sertifikat halal, yang menjadi indikator penting keberlanjutan dan akses pasar. Kedua subsektor ini telah memberikan kontribusi nyata dalam menyerap tenaga kerja, terutama di tingkat rumah tangga dan komunitas lokal, serta memberdayakan kelompok rentan seperti perempuan dan pemuda. Faktor pendukung pertumbuhan ekonomi kreatif di antaranya adalah ketersediaan bahan baku lokal, kekayaan budaya daerah, dukungan program pemerintah, dan kemudahan akses digital. Sementara itu, hambatan yang dihadapi mencakup rendahnya literasi digital, keterbatasan akses permodalan, minimnya inovasi produk, dan belum optimalnya pendampingan usaha. Penelitian ini menyimpulkan bahwa subsektor kuliner dan kriya berperan strategis dalam memperluas lapangan kerja serta mendukung pembangunan ekonomi daerah yang inklusif dan berkelanjutan.

**Kata kunci:**

Ekonomi Kreatif, Kuliner, Kriya, Kesempatan Kerja, Kutai Kartanegara.

**Abstract**

*This study aims to analyze the role of the culinary and craft subsectors in generating employment opportunities in Kutai Kartanegara Regency during the period 2021–2024. The research is grounded in the region's economic transformation from extractive industries toward a creative economy driven by local culture and innovation. A descriptive qualitative approach was applied, utilizing data collection methods such as documentation, in-depth interviews, and direct observation of creative economy actors. The findings reveal that the culinary subsector dominates the local creative economy, comprising 3.101 active entrepreneurs, while the kriya subsector includes 287 actors. However, only 336 culinary businesses hold halal certification, which serves as a crucial indicator of sustainability and market access. Both subsectors have made significant contributions to job creation, particularly through home-based and community-driven enterprises, and have empowered marginalized groups such as women and youth. Key enabling factors include the abundance of local raw materials, rich cultural heritage, government support programs, and access to digital platforms. Conversely, barriers include low digital literacy, limited access to capital, lack of product innovation, and insufficient long-term business mentoring. This research concludes that the culinary and kriya subsectors play a vital role in expanding employment and supporting an inclusive and sustainable regional economy.*

**Keywords:**

Creative Economy, Culinary, Craft, Employment Opportunities, Kutai Kartanegara.

---

### PENDAHULUAN

Dalam beberapa dekade terakhir, ekonomi kreatif telah berkembang menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi nasional dan daerah. Di Indonesia, sektor ini tidak hanya berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) tetapi juga menciptakan lapangan kerja yang inklusif dan berbasis potensi lokal (Oyekunle & Fillis, 2016; Rosyadi et al., 2020; Yang et al., 2021). Subsektor kuliner dan kriya menjadi dua sektor yang paling menonjol karena keduanya mengandalkan keterampilan, kreativitas, serta warisan budaya yang diwariskan lintas

generasi (Campi et al., 2023; Liu et al., 2024; Moiseienko, 2022). Dengan basis budaya dan kearifan lokal yang kuat, sektor ini berperan penting dalam mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan dan memperkuat identitas budaya bangsa (Dewi & Santoso, 2023; Krisiukénienė & Pilinkienė, 2023; Ruf, 2019).

Perubahan struktur ekonomi global dari sektor primer menuju sektor tersier turut mendorong pemerintah daerah untuk mencari alternatif sumber pertumbuhan yang lebih berkelanjutan (Borodina & Prokopa, 2019; Lei, 2020; Pan & Mo, 2024). Digitalisasi, inovasi teknologi, serta perubahan gaya hidup masyarakat telah mempercepat ekspansi sektor ekonomi kreatif, khususnya kuliner dan kriya (Agustina et al., 2020; Boix et al., 2016). Namun, perkembangan ini juga menghadirkan tantangan baru, seperti meningkatnya persaingan, kebutuhan inovasi produk yang berkelanjutan, serta keterbatasan akses terhadap modal dan pasar digital. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat agar potensi ekonomi kreatif dapat dikembangkan secara optimal sebagai penopang utama ekonomi daerah (Lei & Xin, 2019; Nugent & Deacon, 2022; Suryanata, 2018).

Transformasi ekonomi global juga menunjukkan bahwa ide dan kreativitas kini menjadi faktor produksi utama yang dapat menciptakan nilai tambah tinggi. Negara-negara seperti Inggris, Korea Selatan, dan Australia telah membuktikan keberhasilan ekonomi kreatif dalam menyumbang pertumbuhan PDB nasional dan memperluas lapangan kerja. Sementara itu, di kawasan Eropa Timur, kebijakan investasi dalam modal manusia terbukti menjadi kunci keberhasilan pengembangan sektor kreatif (Parekh, 2024; Setiadi & Suparmin, 2017). Hal ini memperlihatkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif harus didukung oleh ekosistem yang kuat, mulai dari pelatihan, pendidikan vokasional, hingga dukungan kebijakan pemerintah (Khanam et al., 2018).

Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor ekonomi kreatif karena kekayaan budaya dan sumber daya manusianya yang melimpah. Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah mengidentifikasi 17 subsektor ekonomi kreatif, di mana subsektor kuliner dan kriya menjadi penyumbang terbesar terhadap PDB dan penyerapan tenaga kerja nasional. Subsektor kuliner menyumbang lebih dari 40% terhadap total kontribusi ekonomi kreatif Indonesia, sedangkan subsektor kriya memiliki nilai strategis dalam ekspor serta pelestarian budaya daerah (Aziz & Naima, 2021; Baroroh et al., 2021; Putra, 2018; Sukma et al., 2018). Artinya, pengembangan dua subsektor ini memiliki potensi ganda: ekonomi dan sosial budaya (Normantienė & Snieška, 2014).

Kabupaten Kutai Kartanegara merupakan salah satu wilayah dengan kekayaan budaya dan sumber daya alam yang besar di Kalimantan Timur. Wilayah ini dikenal dengan warisan budaya Kesultanan Kutai serta keanekaragaman etnis yang memengaruhi cita rasa kuliner dan estetika kriya lokal. Meskipun memiliki potensi besar, sektor kuliner dan kriya di Kutai Kartanegara belum tergarap secara maksimal sebagai sumber penciptaan lapangan kerja baru yang berkelanjutan. Ketimpangan wilayah, urbanisasi, serta dominasi sektor primer masih menjadi tantangan yang menghambat perkembangan ekonomi kreatif di daerah ini.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang kuliner serta para pengrajin kriya memiliki peran penting dalam membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal, khususnya perempuan dan kelompok usia produktif di pedesaan (Gruia et al., 2018; Khan et al., 2023; Klein et al., 2021). Namun, kontribusi riil subsektor ini terhadap penciptaan lapangan kerja belum banyak dipetakan secara sistematis. Masih terdapat kesenjangan antara potensi dan realisasi ekonomi kreatif akibat keterbatasan akses pasar, kurangnya pelatihan teknis dan manajerial, serta lemahnya sinergi antar aktor pembangunan. Hal ini menunjukkan perlunya kebijakan daerah yang berbasis bukti dan data untuk mengoptimalkan peran subsektor kreatif dalam pembangunan ekonomi daerah (Cahyaningrum et al., 2018).

Dalam konteks pembangunan ekonomi daerah, pendekatan quadruple helix yang melibatkan akademisi, bisnis, pemerintah, dan komunitas menjadi relevan untuk menciptakan

ekosistem ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Kolaborasi lintas sektor ini memungkinkan transfer pengetahuan, inovasi teknologi, dan penguatan kapasitas sumber daya manusia secara simultan. Berbagai studi juga menunjukkan bahwa pelatihan vokasional, digitalisasi usaha, dan pemberdayaan berbasis komunitas merupakan strategi efektif untuk meningkatkan produktivitas dan daya saing pelaku usaha kreatif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Widyanti, Sari, dan Rahayu (2022) menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia, khususnya di sektor kuliner dan kriya, sangat dipengaruhi oleh faktor kemampuan inovasi pelaku usaha serta dukungan kebijakan pemerintah daerah. Studi mereka menekankan pentingnya pelatihan berbasis digital dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia untuk memperkuat daya saing usaha mikro dan kecil. Namun, penelitian tersebut masih bersifat makro dengan fokus pada wilayah perkotaan besar seperti Bandung dan Yogyakarta, sehingga belum memberikan gambaran kontekstual tentang daerah dengan struktur ekonomi yang masih dominan pada sektor primer, seperti Kutai Kartanegara. Sementara itu, Londar, Steblianko, dan Pashkevych (2020) dalam studi mereka di Eropa Timur menemukan bahwa kontribusi ekonomi kreatif terhadap penciptaan lapangan kerja baru sangat bergantung pada tingkat investasi modal manusia dan keberadaan jaringan kelembagaan yang mendukung. Mereka menegaskan bahwa tanpa dukungan kelembagaan yang kuat, sektor kreatif sulit berkembang meskipun memiliki potensi budaya dan keterampilan lokal yang tinggi. Gap dari kedua penelitian tersebut terletak pada belum adanya kajian yang secara spesifik menyoroti interaksi antara potensi budaya, kapasitas pelaku usaha, dan dukungan kelembagaan dalam konteks daerah yang sedang bertransformasi dari ekonomi berbasis sumber daya alam menuju ekonomi berbasis kreativitas.

Berdasarkan dinamika tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji lebih dalam bagaimana subsektor kuliner dan kriya berperan dalam menciptakan kesempatan kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, dengan tujuan menggali pengalaman, tantangan, serta strategi penguatan pelaku usaha kreatif lokal. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap pembangunan ekonomi daerah sekaligus menjadi dasar bagi perumusan kebijakan yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam peran ekonomi kreatif subsektor kuliner dan kriya dalam menciptakan kesempatan kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara. Pendekatan ini dipilih karena relevan untuk menelaah fenomena sosial yang kompleks dan kontekstual, yang tidak dapat dijelaskan melalui angka atau statistik semata. Melalui desain deskriptif, penelitian ini menggambarkan kondisi nyata di lapangan tanpa manipulasi, serta menekankan pada makna subjektif yang dibangun oleh pelaku usaha berdasarkan pengalaman mereka. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam menginterpretasikan makna dan menemukan pola dari hasil wawancara dan observasi. Dengan paradigma konstruktivis, validitas penelitian diukur dari kedalaman makna dan relevansi konteks sosial yang ditemukan, bukan dari generalisasi statistik.

Partisipan dalam penelitian ini dipilih secara purposive sampling dengan kriteria pelaku ekonomi kreatif subsektor kuliner dan kriya yang telah aktif minimal dua tahun, memiliki pengalaman mengelola usaha secara mandiri atau berkelompok, dan bersedia diwawancara secara mendalam. Selain pelaku usaha, informan kunci meliputi pejabat dinas, tokoh komunitas, serta fasilitator program ekonomi kreatif. Proses rekrutmen dilakukan dengan metode snowball sampling, di mana informan awal merekomendasikan partisipan lain hingga data mencapai titik jenuh. Seluruh proses pengumpulan data dilakukan dengan memperhatikan etika penelitian, seperti informed consent, kerahasiaan data, dan partisipasi sukarela. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi yang relevan,

sehingga menghasilkan gambaran yang komprehensif dan autentik mengenai realitas sosial ekonomi kreatif di tingkat lokal.

Lokasi penelitian ditetapkan di Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur, karena daerah ini memiliki potensi besar pada subsektor kuliner dan kriya yang berbasis budaya lokal dari berbagai etnis seperti Kutai, Dayak, Banjar, dan Bugis. Fokus penelitian diarahkan pada kecamatan dengan konsentrasi tinggi kegiatan ekonomi kreatif, baik di perkotaan maupun pedesaan, dengan memperhatikan keberadaan komunitas kreatif serta dukungan kebijakan daerah. Analisis data dilakukan secara induktif melalui tahapan reduksi, penyajian, dan penarikan kesimpulan untuk menemukan tema dan pola makna yang muncul dari data lapangan. Validitas hasil dijaga dengan teknik triangulasi sumber dan member checking, sehingga interpretasi yang diperoleh benar-benar merefleksikan pengalaman partisipan. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam memperkuat kebijakan pengembangan ekonomi kreatif berkelanjutan di Kabupaten Kutai Kartanegara.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Karakteristik Pelaku dan Jenis Usaha**

Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan para pelaku usaha, mayoritas pelaku ekonomi kreatif di subsektor kuliner dan kriya di Kabupaten Kutai Kartanegara adalah perempuan (65%) yang berada pada usia produktif antara 25–45 tahun, sejalan dengan temuan UNCTAD (2019) bahwa sektor kreatif memiliki kontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja perempuan. Latar belakang pendidikan pelaku cukup beragam, mulai dari lulusan SMA hingga sarjana, namun sebagian besar belum pernah mendapatkan pelatihan formal dalam bidang manajemen usaha maupun teknologi digital. Jenis usaha kuliner yang berkembang meliputi olahan ikan, kue tradisional, sambal khas Kutai, serta katering rumahan, dengan produk unggulan seperti “Sambal Raja,” “Gence Ruan,” dan “Amplang Kukar” yang berpotensi menjadi ikon daerah. Sementara itu, usaha kriya mencakup kerajinan manik-manik Dayak, batik bermotif lokal, anyaman bambu dan purun, hingga dekorasi rumah berbahan kayu ulin, yang sebagian besar dikelola dalam skala rumah tangga dan diwariskan secara turun-temurun. Dari sisi kepemilikan, mayoritas pelaku usaha beroperasi secara mandiri, meskipun dalam dua tahun terakhir mulai bermunculan Kelompok Usaha Bersama (KUB) dan koperasi wanita sebagai bentuk kolaborasi ekonomi komunitas.

Sumber modal usaha umumnya berasal dari dana pribadi dan bantuan hibah pemerintah daerah, dengan kendala utama berupa sulitnya akses pembiayaan formal akibat ketiadaan jaminan dan laporan keuangan. Dalam hal pemasaran, sebagian besar pelaku masih mengandalkan metode tradisional seperti promosi dari mulut ke mulut dan media sosial pribadi, sedangkan hanya sebagian kecil yang memanfaatkan marketplace atau platform digital secara profesional. Pelaku yang telah mengadopsi pemasaran digital mengaku mengalami peningkatan omzet dan jaringan pelanggan, namun menghadapi hambatan dalam pengemasan, branding, dan logistik. Ketahanan usaha relatif tinggi, ditunjukkan oleh 60% pelaku yang telah menjalankan usahanya lebih dari tiga tahun, menandakan subsektor ini memiliki nilai ekonomi jangka panjang dan bukan sekadar tren sementara. Selain itu, sebagian besar pelaku mempekerjakan satu hingga lima orang tenaga kerja tambahan dari lingkungan sekitar, yang menunjukkan bahwa subsektor kuliner dan kriya berperan nyata dalam menciptakan lapangan kerja informal di tingkat komunitas.

### **Perkembangan Ekonomi Kreatif di Kabupaten Kutai Kartanegara**

Kabupaten Kutai Kartanegara sebagai salah satu wilayah strategis di Kalimantan Timur telah mulai menggeser orientasi pembangunan ekonominya, dari yang semula bertumpu pada sektor ekstraktif seperti pertambangan dan migas, menjadi lebih inklusif dengan memberi

ruang bagi pertumbuhan ekonomi kreatif. Langkah ini bukan hanya untuk diversifikasi ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan ekosistem kewirausahaan berbasis potensi lokal. Oleh sebab itu Ekonomi Kreatif bisa menjadi sebagai Pilar Baru Pembangunan Daerah

Dalam satu dekade terakhir, terjadi transformasi paradigma dalam pendekatan pembangunan ekonomi di Kutai Kartanegara. Pemerintah daerah mulai memberi perhatian lebih kepada sektor-sektor yang melibatkan kreativitas, inovasi, dan kearifan lokal sebagai penggerak utama produktivitas. Ekonomi kreatif diposisikan sebagai jalan tengah antara pelestarian budaya dan penciptaan nilai ekonomi baru. Hal ini sebagai transformasi paradigma pembangunan ekonomi lokal

Berdasarkan data terbaru hingga tahun 2024, jumlah pelaku ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara mencapai 4.386 individu atau unit usaha. Ini menunjukkan adanya tren pertumbuhan yang positif dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Angka tersebut mencakup pelaku usaha dari berbagai subsektor ekonomi kreatif, mulai dari kuliner, kriya, seni pertunjukan, fashion, desain komunikasi visual, hingga fotografi. Dari data perkembangan periode 2021-2024 menunjukkan indikator pertumbuhan positif.

Dari seluruh subsektor, kuliner dan kriya mendominasi jumlah pelaku. Tercatat, sebanyak 3.101 pelaku usaha bergerak di bidang kuliner, menjadikannya subsektor terbesar. Diikuti oleh kriya dengan 287 pelaku usaha. Besarnya minat terhadap kuliner mencerminkan tingginya daya serap pasar lokal, sementara kriya menunjukkan keberlanjutan tradisi dan keterampilan masyarakat dalam menghasilkan produk bernilai budaya tinggi. Dilihat dari data yang ada dominasi Subsektor Kuliner dan Kriya.

Beberapa faktor pendorong tumbuhnya ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara antara lain: kemudahan akses informasi dan teknologi, dukungan pemerintah daerah, peningkatan permintaan pasar terhadap produk lokal, serta tumbuhnya komunitas kreatif yang aktif di berbagai kecamatan. Selain itu, keberadaan platform digital juga memperluas jangkauan pemasaran produk lokal hingga ke luar daerah.

Transformasi digital telah memberikan ruang yang luas bagi pelaku ekonomi kreatif untuk berkembang. Melalui media sosial, e-commerce, hingga layanan pemesanan daring, pelaku UMKM di bidang kuliner dan kriya bisa menjangkau konsumen baru tanpa batas geografis. Digitalisasi juga menciptakan jenis pekerjaan baru seperti content creator, fotografer produk, hingga manajer media sosial. Oleh sebab itu peran teknologi dan digitalisasi memberikan dampak yang signifikan.

Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara secara bertahap mengintegrasikan kebijakan pembangunan ekonomi kreatif ke dalam dokumen perencanaan daerah. Program pelatihan kewirausahaan, fasilitasi sertifikasi produk, bantuan promosi, dan pendampingan legalitas usaha menjadi bagian dari strategi pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan.

Peran Festival dan Event seperti Festival Tenggarong, Erau, Expo Kreatif Kukar, hingga bazar UMKM turut memberi ruang bagi pelaku ekonomi kreatif memamerkan produk mereka ke publik. Selain menjadi ajang promosi, event-event ini juga mendorong terjadinya kolaborasi lintas subsektor serta memperkuat jejaring pelaku usaha lokal.

Meski mengalami pertumbuhan, ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara masih menghadapi sejumlah tantangan yang di antara lain: rendahnya akses terhadap modal usaha, minimnya literasi digital dan manajemen bisnis, belum meratanya pendampingan di wilayah pedesaan, serta keterbatasan dalam pengemasan dan standardisasi produk.

Khusus pada subsektor kuliner, hanya 336 dari 3.101 pelaku usaha yang telah memiliki sertifikat halal. Angka ini mencerminkan pentingnya peningkatan kapasitas pelaku untuk memenuhi standar mutu dan keamanan produk, terutama untuk meningkatkan kepercayaan konsumen dan membuka akses pasar formal maupun ekspor.

Pelaku ekonomi kreatif tidak hanya terpusat di ibukota Kabupaten saja yakni kecamatan Tenggarong, tetapi juga tersebar di beberapa kecamatan seperti Tenggarong Seberang, Sebulu,

Muara Kaman, Loa Janan, Loa Kulu, Muara Kaman. Penyebaran ini memperkuat peran ekonomi kreatif sebagai motor pertumbuhan desa dan penyangga ekonomi masyarakat di luar kawasan industri besar.

Kekuatan budaya dan alam di Kutai Kartanegara membuka peluang sinergi antara sektor ekonomi kreatif dan pariwisata. Produk kriya dan kuliner khas Kutai bisa menjadi oleh-oleh unggulan wisatawan. Sentra kuliner, galeri kerajinan, dan pertunjukan seni dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata kreatif. Hal ini berdampak pada potensi integrasi dengan pariwisata.

Perkembangan Ekonomi kreatif secara langsung menciptakan dan memperluas kesempatan kerja lokal, baik dalam bentuk wirausaha mandiri maupun pekerjaan berbasis komunitas. Dalam banyak kasus, usaha kecil di bidang kuliner dan kriya menyerap 2 hingga 10 orang pekerja, menjadikannya sebagai penyerap tenaga kerja potensial terutama di sektor informal. Maka hal ini menjadikan sektor ekonomi kreatif berpeluang dalam memberikan kesempatan kerja.

Banyak pelaku usaha kreatif di Kutai Kartanegara berasal dari kalangan perempuan dan pemuda. Mereka memainkan peran penting dalam mengembangkan produk, memperkenalkan inovasi, dan menjadikan ekonomi kreatif sebagai jalur karier alternatif yang menjanjikan, dengan terus memberikan sentuhan-sentuhan kreasi yang mengikuti selera pasar.

Ekonomi kreatif bersifat inklusif. Peluang usaha dan kerja terbuka bagi siapa pun tanpa memandang usia, latar belakang pendidikan, maupun status sosial. Hal ini membuat sektor ini sangat strategis untuk mengurangi kesenjangan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan berbasis komunitas.

Lembaga pelatihan formal dan nonformal telah mulai membuka pelatihan keterampilan seperti membatik, desain produk, pengelolaan keuangan UMKM, serta strategi pemasaran digital. Investasi pada pendidikan kreatif akan memperkuat fondasi ekonomi kreatif ke depan.

Komunitas kreatif yang terbentuk di berbagai kecamatan berperan aktif dalam berbagi pengetahuan, membuka pasar bersama, dan menciptakan solidaritas ekonomi. Ekosistem berbasis kolaborasi ini semakin memperkuat daya tahan pelaku usaha dari guncangan ekonomi.

Produk kreatif Kutai Kartanegara mulai dikenal di tingkat provinsi dan nasional, khususnya pada produk makanan khas, tenun, dan kriya rotan. Perluasan pasar ini menjadi peluang untuk membangun brand daerah berbasis kreativitas dan budaya lokal. Oleh karena itu Kejelian dalam mengolah peluang ini bisa menjadi salah cara untuk perluasan pasar dan branding daerah.

Sudah adanya sinergi dengan dunia usaha dan industri besar melalui pola Kemitraan antara pelaku ekonomi kreatif dan perusahaan besar seperti BUMD atau korporasi swasta bisa memperkuat skala produksi dan distribusi. Contohnya, kerja sama dalam penyediaan suvenir korporat, kemasan produk UMKM, dan jasa kuliner acara perusahaan.

Dalam roadmap ekonomi kreatif Provinsi Kalimantan Timur (2021–2025), Kabupaten Kutai Kartanegara disebut sebagai daerah yang memiliki potensi unggulan di sektor kuliner dan kriya. Di bidang kuliner, usaha mikro dan rumahan yang memproduksi makanan khas seperti amplang, lempok, abon ikan, dan kue tradisional menunjukkan daya saing yang cukup tinggi, baik di pasar lokal maupun luar daerah. Produk kuliner ini tidak hanya menjadi sumber penghidupan bagi keluarga, tetapi juga menyerap tenaga kerja dari komunitas sekitar, terutama perempuan dan pemuda. Hal ini berpengaruh terhadap indikator ketercapaian dan/atau pengukuran sejauhmana kontribusi subsektor ekonomi kreatif terhadap PDRB Kabupaten Kutai Kartanegara.

## **Ekonomi Kreatif Sub.Sektor Kuliner**

Subsektor Kuliner merupakan salah satu dari 17 Subsektor yang menjadi unggulan pertama berdasarkan hasil data yang didapatkan melalui dinas teknis, hal ini menunjukkan

pembuatan makanan khas daerah masih dipertahankan dan tersedia di wilayah Kutai Kartanegara, dengan bentuk dan varian yang bermacam-macam serta dikemas begitu menarik.

Subsektor kuliner menjadi salah satu sektor dengan perkembangan paling pesat dalam industri ekonomi kreatif. Berdasarkan data yang diperoleh hingga tahun 2024, tercatat sebanyak 3.101 pelaku usaha kuliner aktif beroperasi, dan yang memiliki sertifikat halal sebanyak 336 pelaku usaha. Hal ini menunjukkan bahwa makanan dan minuman lokal menjadi salah satu andalan utama dalam penggerak ekonomi masyarakat di berbagai lapisan. Oleh sebab itu pertumbuhan usaha kuliner bisa menjadi sebagai Tulang Punggung Ekonomi Kreatif. Tingginya angka pelaku usaha ini mencerminkan antusiasme masyarakat dalam mengembangkan usaha kuliner baik dalam skala mikro, kecil, hingga menengah. Produk-produk kuliner lokal semakin mendapat tempat di hati masyarakat karena beragam, baik dari variasi menu sampai kemasan serta terjangkau, dan memiliki cita rasa yang khas serta adaptif terhadap tren pasar.

Subsektor ini mencakup beragam jenis makanan dan minuman, mulai dari makanan tradisional khas daerah, makanan ringan, jajanan modern, hingga usaha katering. Ragam produk ini memperkaya budaya kuliner lokal dan sekaligus membuka peluang inovasi dalam pengembangan menu serta teknik penyajian.

Berdasarkan hasil survei wawancara yang sudah dilakukan rata-rata pendapatan perbulan kisaran 2 – 6 juta perbulan, sedangkan lama usaha lebih dari 1 tahun, untuk tempat produksi hamper semua masih tergabung di tempat pribadi.

Dalam mengembangkan usaha para pelaku ekonomi kreatif subsektor Kuliner sudah mempunyai legalitas, diantaranya Surat Keterangan Usaha, NIB, NPWP dan lain-lain.

Subsektor kuliner merupakan ujung tombak pertumbuhan ekonomi kreatif yang secara konsisten menunjukkan perkembangan signifikan di berbagai wilayah Indonesia, termasuk di Kabupaten Kutai Kartanegara. Dalam konteks pembangunan ekonomi berbasis potensi lokal, kuliner bukan hanya menjadi pemenuh kebutuhan konsumsi masyarakat, tetapi juga telah berkembang menjadi identitas budaya dan sumber penghidupan bagi ribuan pelaku usaha.

Hingga tahun 2024, tercatat sebanyak 3.101 pelaku usaha kuliner aktif yang tersebar di berbagai kecamatan. Jumlah ini menunjukkan lonjakan yang signifikan dibanding tahun-tahun sebelumnya, mencerminkan tingginya minat masyarakat untuk menggeluti usaha makanan dan minuman, baik dalam skala rumahan, usaha kecil menengah, maupun yang telah terstruktur dalam bentuk usaha menengah ke atas.

Dari total 3.101 pelaku usaha kuliner tersebut, baru 336 yang memiliki sertifikat halal. Angka ini menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan besar antara jumlah pelaku usaha dan jaminan kehalalan produk, padahal mayoritas konsumen di Indonesia adalah Muslim yang sangat memperhatikan aspek halal. Pencapaian ini merupakan langkah penting dalam menjamin keamanan dan kepercayaan konsumen, khususnya di wilayah dengan mayoritas penduduk muslim. Sertifikasi halal juga menjadi salah satu syarat penting untuk dapat menembus pasar lebih luas, termasuk untuk keperluan pengadaan pemerintah maupun ekspor.

Namun, angka tersebut juga menunjukkan bahwa masih terdapat lebih dari 2.700 pelaku usaha yang belum tersertifikasi halal. Hal ini menjadi tantangan besar sekaligus peluang bagi pemerintah daerah dan lembaga pendamping untuk meningkatkan literasi pelaku usaha terhadap pentingnya jaminan mutu dan sertifikasi dalam meningkatkan daya saing usaha.

Keanekaragaman produk kuliner yang ditawarkan oleh pelaku usaha sangat bervariasi, mulai dari makanan tradisional khas Kutai, jajanan pasar, makanan kekinian berbasis tren anak muda, hingga produk minuman dan kopi lokal. Inovasi dan kreativitas dalam pengemasan serta pemasaran produk menjadi kunci keberhasilan pelaku usaha kuliner dalam menjangkau konsumen yang lebih luas.

Pertumbuhan subsektor kuliner juga didorong oleh perkembangan teknologi informasi dan penggunaan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif. Banyak pelaku usaha

memanfaatkan platform digital untuk menjual produk, membangun brand, dan menjalin interaksi langsung dengan konsumen. Hal ini membuat sektor kuliner semakin kompetitif dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen.

Pemerintah daerah melalui Dinas Perdagangan, Dinas Koperasi UMKM, serta Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah berupaya memberikan berbagai fasilitasi kepada pelaku usaha kuliner. Fasilitasi tersebut mencakup pelatihan produksi makanan sehat, pengemasan, sertifikasi halal, dan promosi melalui event maupun festival kuliner daerah.

Selain itu, keberadaan pusat kuliner, sentra UMKM, dan kerja sama dengan lembaga pembiayaan turut mendorong kemudahan akses bagi pelaku usaha dalam meningkatkan skala bisnis mereka. Dengan pendekatan yang inklusif, subsektor kuliner diharapkan mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat di berbagai lapisan sosial.

Tantangan ke depan adalah bagaimana meningkatkan kualitas SDM pelaku usaha kuliner agar mampu bersaing di tengah derasnya arus globalisasi dan digitalisasi. Inovasi menu berbasis bahan lokal, penerapan standar kebersihan dan pelayanan, serta kemampuan adaptasi terhadap selera pasar harus menjadi prioritas pengembangan subsektor ini.

Dengan jumlah pelaku usaha yang besar dan potensi pasar yang luas, subsektor kuliner diprediksi akan terus menjadi tulang punggung ekonomi kreatif daerah. Peningkatan jumlah sertifikat halal, digitalisasi pemasaran, serta keberpihakan kebijakan pemerintah akan menjadi kunci sukses dalam menjadikan kuliner lokal sebagai komoditas unggulan yang berdaya saing tinggi, baik di pasar domestik maupun internasional.

### **Ekonomi Kreatif Subsektor Kriya**

Saat ini subsektor kriya merupakan bagian penting dari industri kreatif yang menitik beratkan pada keterampilan tangan dan kreativitas tinggi dalam menciptakan produk-produk bernilai seni. Produk kriya biasanya mencakup kerajinan tangan dari bahan lokal seperti kayu, kain, logam, bambu, dan tanah liat. Keberadaan subsektor ini tidak hanya menopang ekonomi lokal tetapi juga turut melestarikan budaya dan kearifan lokal yang telah diwariskan secara turun-temurun.

Subsektor kriya merupakan salah satu bagian penting dalam ekosistem industri ekonomi kreatif yang menitik bertakan pada keterampilan tangan dan kreativitas tinggi dalam menciptakan produk-produk bernilai seni. Hal ini menunjukkan potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja dan mempertahankan warisan budaya lokal. Berdasarkan data yang diperoleh hingga tahun 2024, tercatat sebanyak 287 pelaku usaha yang bergerak di subsektor kriya di Kabupaten Kutai Kartanegara. Angka ini menunjukkan antusiasme dan keterlibatan masyarakat dalam mengembangkan usaha berbasis keterampilan tangan dan keunikan lokal.

Sebaran pelaku usaha kriya tersebut tidak terpusat di satu wilayah saja, melainkan tersebar di beberapa kecamatan, sedangkan untuk pemasaran saat ini masih didominasi outlet yang berada di Kecamatan Tenggarong, kondisi Penyebaran saat ini menggambarkan bahwa potensi kriya dimiliki oleh berbagai komunitas lokal yang tersebar di wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara, dengan ciri khas produk yang beragam sesuai budaya setempat.

Karena tersebar di beberapa kecamatan, produk kriya yang dihasilkan pun cenderung beragam. Misalnya, satu kecamatan mungkin dikenal dengan kerajinan batiknya, sementara yang lain mungkin unggul dalam kerajinan bambu atau tenun. Keanekaragaman ini menjadi kekuatan tersendiri dalam memperkaya identitas budaya dan menawarkan variasi produk kepada pasar.

Jenis produk kriya yang dihasilkan oleh pelaku usaha ini sangat bervariasi, mulai dari kerajinan batik Kutai, anyaman bambu, ukiran kayu Dayak, hingga aksesoris dan suvenir berbasis bahan alam. Keanekaragaman produk ini menjadi kekuatan utama subsektor kriya

dalam menembus pasar lokal maupun regional, bahkan beberapa di antaranya telah merambah pasar nasional.

Sebagian besar pelaku usaha kriya masih bergerak dalam skala mikro dan kecil, yang dijalankan secara mandiri maupun berkelompok. Usaha ini umumnya dikelola secara turun-temurun dalam keluarga atau komunitas adat, menjadikan kriya bukan hanya sebagai kegiatan ekonomi, tetapi juga sebagai media pelestarian nilai-nilai budaya dan kearifan lokal.

Pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata telah melakukan berbagai upaya untuk mendukung perkembangan usaha kriya, seperti pelatihan keterampilan, fasilitasi promosi produk, dan pembukaan akses ke pasar melalui pameran dan festival budaya. Dukungan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dan daya saing pelaku usaha di pasar yang semakin kompetitif.

Meskipun demikian, pelaku usaha kriya masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan akses permodalan, pemasaran digital yang belum optimal, dan keterbatasan dalam penguasaan teknologi produksi modern. Yang tidak kalah pentingnya menjadi perhatian kendala yang dihadapi berupa manajemen tenaga kerja, serta minat dari generasi muda terhadap seni kriya ini. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan lembaga pendidikan untuk memberikan pendampingan berkelanjutan.

Keberadaan 287 pelaku usaha ini juga mencerminkan kontribusi nyata subsektor kriya dalam penciptaan lapangan kerja, khususnya di wilayah pedesaan. Banyak di antara pelaku usaha ini yang mempekerjakan anggota keluarga atau masyarakat sekitar, sehingga mampu mendukung penghidupan komunitas dan mengurangi tingkat pengangguran di daerah.

Peluang pengembangan subsektor kriya ke depan sangat terbuka lebar, terutama dengan adanya tren konsumen yang semakin menghargai produk lokal, handmade, dan bernilai budaya. Dengan pengemasan yang lebih modern serta strategi branding yang kuat, produk kriya dari Kutai Kartanegara berpotensi bersaing dengan produk kriya dari daerah lain di Indonesia.

Dalam jangka panjang, penting untuk membangun ekosistem usaha kriya yang berkelanjutan, termasuk penguatan kelembagaan komunitas kriya, peningkatan akses terhadap bahan baku, dan inovasi desain produk. Pemerintah daerah juga dapat menetapkan kawasan ekonomi kreatif berbasis kriya sebagai pusat produksi, pelatihan, dan promosi.

Keseluruhan gambaran dari jumlah dan sebaran pelaku usaha kriya ini memperlihatkan bahwa subsektor kriya memiliki peranan strategis dalam pembangunan ekonomi lokal. Melalui penguatan kapabilitas pelaku usaha dan sinergi lintas sektor, subsektor kriya dapat terus tumbuh sebagai sumber pendapatan, identitas budaya, sekaligus motor penggerak ekonomi kreatif daerah.

Terdapat sebanyak 287 pelaku usaha yang aktif di subsektor kriya. Angka ini mencerminkan potensi ekonomi yang besar dari sektor ini. Jumlah tersebut menunjukkan bahwa industri kriya telah menjadi pilihan utama bagi banyak individu atau kelompok usaha dalam mengembangkan perekonomian mereka secara mandiri. Untuk pusat toko pemasaran masih didominasi di wilayah Kecamatan Tenggarong.

Pelaku usaha kriya ini tersebar di beberapa kecamatan, menandakan bahwa industri kriya tidak terpusat hanya di satu wilayah saja. Penyebaran ini dapat disebabkan oleh ketersediaan bahan baku lokal, warisan budaya yang berbeda-beda di tiap kecamatan, serta minat masyarakat setempat terhadap usaha kerajinan.

Karena tersebar di beberapa kecamatan, produk kriya yang dihasilkan pun cenderung beragam. Misalnya, satu kecamatan mungkin dikenal dengan kerajinan batiknya, sementara yang lain mungkin unggul dalam kerajinan bambu atau tenun. Keanekaragaman ini menjadi kekuatan tersendiri dalam memperkaya identitas budaya dan menawarkan variasi produk kepada pasar.

Dengan banyaknya pelaku usaha, subsektor kriya secara langsung memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi lokal. Baik dari sisi penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, hingga kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah.

Produk-produk kriya yang unik dan berkualitas juga memiliki potensi besar untuk dipasarkan ke luar negeri. Selain itu, produk kriya sering menjadi daya tarik wisata, terutama bagi wisatawan yang mencari oleh-oleh khas lokal. Ini membuka peluang pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata berbasis budaya.

### **Peran Subsektor Kuliner dan Kriya dalam Kesempatan Kerja**

Berdasarkan data yang didapatkan ekonomi kreatif dari rentang periode tahun 2021-2024 pelaku ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara mencapai 4.386 . sedangkan di subsektor kuliner sebanyak 3.101 dan kriya sebanyak 287 akan tetapi dari sektor kuliner yang terpantau dan terus menjalankan usahanya sebanyak 336 ini dibuktikan dengan telah adanya memiliki sertifikat halal..

Dari total jumlah pelaku tersebut, dua subsektor menonjol sebagai pilar utama: kuliner dan kriya. Jumlah pelaku usaha di subsektor kuliner mencapai 3.101 unit usaha, sementara kriya memiliki 287 pelaku. Kedua subsektor ini tidak hanya mencerminkan keberagaman usaha masyarakat, tetapi juga memiliki dampak luas terhadap kesempatan kerja. Hal ini menunjukkan dominasi subsektor kuliner dan kriya yang cukup tinggi

Perkembangan usaha kuliner di Kutai Kartanegara merupakan bentuk wirausaha yang paling mudah diakses oleh masyarakat. Dari warung sederhana hingga katering berbasis pesanan digital, subsektor ini menyerap banyak tenaga kerja informal maupun formal di tingkat lokal. Sehingga kuliner merupakan salah satu sebagai penggerak ekonomi rakyat saat ini.

Menariknya dari 3.101 pelaku kuliner yang terdata, hanya 336 pelaku yang secara konsisten menjalankan usahanya dengan bukti telah mengantongi sertifikat halal. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku yang telah tersertifikasi cenderung lebih aktif, berorientasi jangka panjang, dan terhubung dengan pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan indikator keberlanjutan usaha yang signifikan

Subsektor kriya memainkan peran ganda. Selain sebagai sarana pelestarian seni dan budaya lokal, usaha kriya juga menjadi sumber penghidupan utama maupun tambahan bagi masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan dan pinggiran.

Kedua subsektor ini tersebar di hampir seluruh kecamatan di Kutai Kartanegara, dengan konsentrasi lebih tinggi di Tenggarong, Tenggarong Seberang, Loa Kulu, Muara Kaman, Sebulu, Loa Janan, Muara Badak, Kota Bangun. Penyebaran ini memungkinkan distribusi kesempatan kerja yang lebih adil di antara masyarakat.

Baik kuliner maupun kriya kerap dimulai dari rumah. Dengan memanfaatkan dapur atau ruang kerja sederhana, banyak keluarga mulai usaha kecil yang kemudian berkembang. Model ini sangat membantu rumah tangga dalam menambah penghasilan untuk mendorong kemandirian ekonomi.

Pelaku usaha kriya sering melibatkan komunitas lokal dalam proses produksi. Misalnya, pengrajin anyaman akan bekerja bersama kelompok ibu rumah tangga. Ini menciptakan jaringan kerja informal yang kuat dan inklusif.

Generasi muda di Kutai Kartanegara mulai mengambil peran penting, khususnya dalam inovasi produk, desain kemasan, dan pemasaran digital. Mereka menjadikan kuliner dan kriya sebagai ruang kreatif dan profesional yang menarik.

Kedua subsektor juga membuka peluang kerja bagi kelompok yang sering terpinggirkan, seperti perempuan tanpa pendidikan tinggi, lansia produktif, dan penyandang disabilitas. Bentuk kerja fleksibel menjadi keunggulan tersendiri.

Pertumbuhan kuliner mendorong sektor pertanian lokal, seperti pemasok sayuran, telur, dan daging. Sementara kriya mendorong permintaan bahan baku seperti rotan, kayu, kain, dan

cat. Hal ini memberikan efek multiplikasi pada sektor pendukung dalam memperluas dampak ekonomi.

Dalam usaha kriya, misalnya, keterampilan mengukir atau membatik diwariskan dari orang tua ke anak. Ini menjaga kesinambungan budaya sekaligus mempertahankan peluang kerja berbasis ketrampilan lokal.

Diperkirakan, setiap pelaku usaha kuliner mempekerjakan rata-rata 2 hingga 3 orang, sedangkan kriya dapat melibatkan hingga 5 orang dalam skema kelompok. Artinya, subsektor ini berkontribusi langsung terhadap ribuan pekerjaan di daerah.

Selama pandemi COVID-19, banyak sektor formal terpuruk. Namun, pelaku kuliner dan kriya tetap bertahan dengan memanfaatkan penjualan online dan strategi adaptif lainnya. Hal ini membuktikan ketahanan sektor ini dalam menghadapi disrupsi. Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara telah meluncurkan berbagai program pelatihan, fasilitasi legalitas usaha, serta akses pembiayaan untuk mendorong pertumbuhan usaha kreatif di sektor kuliner dan kriya.

Acara atau Event yang diselenggarakan oleh Pemerintah maupun organisasi lainnya seperti Festival Tenggarong, Erau, Expo UMKM, Pameran Produk UMKM, dan bazar kuliner lokal menjadi panggung penting bagi pelaku usaha mempromosikan produk dan memperluas jaringan pasar. Hal ini sekaligus menciptakan lapangan kerja temporer (Kurniawati & Lestari, 2020; Mangifera, 2019; Muchson et al., 2024).

Masih banyak pelaku usaha yang belum memiliki izin usaha atau belum memahami pentingnya standarisasi produk. Ini menjadi hambatan untuk naik kelas dan mengakses pasar yang lebih luas, termasuk ke pasar ekspor.

Khusus di sektor kuliner, sertifikasi halal bukan hanya kewajiban syariah, tetapi juga menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan konsumen. Pelaku yang tersertifikasi cenderung memiliki peluang kerja yang lebih luas karena dipercaya oleh instansi dan pasar digital.

Digitalisasi usaha mendorong munculnya jenis pekerjaan baru seperti content creator kuliner, fotografer produk, pengelola media sosial, dan layanan antar makanan. Ini menjadi peluang kerja baru di sekitar sektor utama.

Produk kriya seperti tas rotan, ukiran kayu, dan kerajinan batik khas Kutai mulai dilihat oleh pasar luar negeri. Jika ditata dengan baik, ekspor dapat membuka banyak lapangan kerja mulai dari produksi, pengemasan, hingga logistik.

Kolaborasi antara pemerintah daerah, lembaga keuangan, perguruan tinggi, dan komunitas wirausaha diperlukan untuk mempercepat pertumbuhan subsektor ini dan memperluas dampak ketenagakerjaannya. Untuk menjaga keberlanjutan subsektor ini, pelatihan keterampilan dan manajemen usaha menjadi penting. Upaya ini harus menyasar tidak hanya pemula, tetapi juga pelaku lama agar mereka mampu naik kelas.

Beberapa inisiatif di Kutai Kartanegara mulai mengembangkan model usaha berbasis koperasi atau komunitas. Model ini memperkuat akses pasar dan distribusi pendapatan yang lebih adil. Usaha yang bermitra dengan restoran besar, hotel, atau toko suvenir akan lebih cepat berkembang. Ini sekaligus membuka ruang bagi pekerja baru yang dibutuhkan untuk memenuhi peningkatan permintaan. Secara keseluruhan, subsektor kuliner dan kriya tidak hanya menjadi simbol kreativitas masyarakat, tetapi juga fondasi penting dalam menciptakan dan memperluas kesempatan kerja di Kabupaten Kutai Kartanegara. Dengan dukungan lintas sektor dan peningkatan kapasitas pelaku, potensi ini akan terus tumbuh sebagai kekuatan ekonomi daerah yang berkelanjutan (Adetokunbo & Edioye, 2020; Agboola et al., 2020; Prabowo et al., 2022).

## Faktor Pendukung dan Penghambat

### Faktor Pendukung

Keberhasilan subsektor kuliner dan kriya dalam menciptakan lapangan kerja tidak lepas dari adanya sejumlah faktor pendukung yang secara struktural maupun kultural mendukung perkembangan sektor ini di Kutai Kartanegara. Adapun faktor dukungan tersebut meliputi:

1. Faktor pendukung utama adalah ketersediaan bahan baku lokal yang melimpah. Kukar memiliki sumber daya pertanian, perikanan, dan kehutanan yang dapat diolah menjadi produk kuliner maupun kriya, sehingga pelaku usaha tidak perlu tergantung pada pasokan dari luar daerah.
2. Faktor kedua adalah kekayaan budaya lokal. Adanya warisan budaya Kutai dan Dayak memberikan inspirasi dalam desain produk kriya maupun resep kuliner tradisional. Budaya ini menjadi identitas khas yang membedakan produk Kukar dari daerah lain.
3. Dukungan pemerintah daerah juga menjadi faktor penting. Program pelatihan UMKM, bantuan peralatan, dan event promosi seperti Festival Kota Raja, Tenggarong Festival, UMKM Expo, Erau atau Kukar Creative Expo, serta agenda event lainnya, yang mana hal ini menjadi ruang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk menampilkan dan memasarkan produknya.

Dari sisi fasilitas program Pemerintah Daerah Kabupaten Kutai Kartanegara juga sudah melaksanakan program Kredit Kukar Idaman yang ditujukan untuk seluruh pelaku usaha mikro dan menengah.

Adapun pedoman pelaksanaan program Kredit Kukar Idaman berdasarkan pada Peraturan Bupati Kutai Kartanegara Nomor 11 Tahun 2021 tentang Pedoman Pelaksanaan Kredit Kutai Kartanegara Inovatif Berdaya Saing dan Mandiri.

Kredit Kukar Idaman adalah Fasilitas Kredit yang ditujukan kepada para pelaku UMKM khusus wilayah Kabupaten Kutai Kartanegara pada sektor Pertanian, Perikanan, Pengolahan, Perdagangan dan Jasa dengan Bunga 0,00% (nol persen), Biaya Rendah dan Proses Cepat.

### Keunggulan

- a. Bunga Kredit 0% (nol persen)
- b. Proses cepat dan berbiaya rendah
- c. Persyaratan kredit lebih mudah
- d. Plafond Maksimal Rp.25.000.000,- (dua puluh lima juta rupiah)
- e. Jangka Waktu Maksimal 24 (dua puluh empat) Bulan
- f. Bankaltimtara merupakan Lembaga Jasa Keuangan yang ditunjuk sebagai Penyalur Kredit Kutai Idaman - Kabupaten Kutai Kartanegara.
- g. Melalui penyaluran Kredit Kukar Idaman masyarakat dapat Mengurangi Ketergantungan/Pengaruh Kredit Informal dan Ilegal.
- h. Kriteria
- i. Diprioritaskan kepada masyarakat atau pengusaha mikro yang bergerak di sektor Pertanian, Perikanan, Pengolahan, Perdagangan dan Jasa.
- j. Pelaku Usaha merupakan Binaan Pemda/SKPD terkait.
- k. Telah terdata pada SKPD teknis, yaitu perangkat daerah yang membidangi koperasi dan UKM Kabupaten Kutai Kartanegara.
- l. Data Pelaku Usaha tidak memiliki histori kredit bermasalah yang terdapat pada SLIK OJK.

Adapun Persyaratan Kredit Kukar Idaman secara umum sebagai berikut:

1. Memiliki identitas KTP Kabupaten Kutai Kartanegara
2. Memiliki Rekening Bankaltimtara
3. Memiliki Pengalaman Usaha
4. Usia Calon Debitur :

- a. Minimum usia debitur adalah 21 (dua puluh satu) tahun atau sudah menikah dan maksimum 60 (enam puluh) tahun pada saat pengajuan kredit.
- b. Maksimum usia debitur adalah 65 (enam puluh lima) tahun pada saat fasilitas kredit berakhir.
5. Menyerahkan dokumen sesuai persyaratan dan ketentuan Bank serta mengisi formulir aplikasi permohonan kredit

Berdasarkan penjelasan dan data yang dari pihak Bankaltim yang disampaikan melalui media korankaltim.com, bahwa hingga kahir tahun 2022, sudah ada 250 debitur yang memenuhi syarat dan menerima pencairan kredit tanpa agunan juga bunga lewat program Kredit Kukar idaman dari Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara yang bekerjasama dengan Bankaltimtara Cabang Tenggarong sebagai pihak penyalur.

Dan pada tahun 2023 berdasarkan sumber dari Bankaltimtara dan bagian Perekonomian Sekab Kutai Kartanegara terdapat 598 pelaku usaha di Kutai Kartanegara yang telah mendapatkan permodalan, dengan total penyaluran Kredit Kukar Idaman mencapai Rp.9.893.500.000,- atau sekitar 52,07% dari target.

Pelaku usaha terbanyak adalah Sektor perdagangan yang mengajukan program KKI ini, namun terdapat 5 sektor yang mengajukan diantaranya Perdagangan, Pertanian, Perikanan, Jasa dan Pengolahan.

Penyaluran kredit memang sedikit lambat, hal ini dikarenakan ada beberapa proses yang harus dilalui sebelum dilakukan pencairan kepada debitur, karena juga verifikasinya dilakukan oleh dua Lembaga atau pihak terkait yang dalam hal ini rekomendasi dari Dinas Koperasi dan UKM Kutai Kartanegara serta Bankaltimtara Cabang Tenggarong.

6. Dukungan komunitas juga memainkan peran penting. Adanya kelompok pengrajin, koperasi wanita, dan komunitas kuliner membantu para pelaku dalam berbagi informasi, sumber daya, dan kerja sama pemasaran.
7. Faktor teknologi juga mulai berperan, walaupun masih terbatas. Beberapa pelaku usaha yang sudah memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok, berhasil meningkatkan penjualan dan menjangkau pelanggan di luar daerah.

### **Faktor Penghambat**

Di sisi lain, terdapat berbagai faktor penghambat yang secara signifikan membatasi pertumbuhan subsektor ini, terutama dalam hal daya saing dan keberlanjutan usaha yaitu:

1. Rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha, khususnya pelaku generasi tua. Banyak pelaku yang belum memahami cara mengoptimalkan platform digital untuk promosi, penjualan, maupun pencatatan keuangan.
2. Terbatasnya akses pembiayaan. Mayoritas pelaku usaha tidak memiliki jaminan atau catatan keuangan yang layak untuk mengakses kredit dari bank atau lembaga keuangan, sehingga kesulitan memperbesar usaha.
3. Minimnya inovasi produk dan desain. Produk yang ditawarkan sebagian besar masih tradisional dan belum banyak mengalami pembaruan, baik dari sisi rasa, kemasan, maupun tampilan visual yang menarik untuk pasar modern.
4. Akses pasar masih terbatas. Pelaku usaha umumnya hanya menjual di sekitar tempat tinggal atau mengandalkan pasar lokal seperti pasar mingguan. Tidak banyak yang memiliki saluran distribusi yang lebih luas seperti gerai retail, reseller, atau toko oleh-oleh modern.
5. Tidak adanya sistem pendampingan berkelanjutan. Program pemerintah seringkali bersifat proyek sekali jalan tanpa monitoring jangka panjang. Ini membuat peningkatan kapasitas pelaku usaha kurang optimal.
6. Masih terbatasnya infrastruktur pendukung, terutama di desa-desa, masih menjadi kendala dalam distribusi produk, pelatihan daring, dan koneksi ke pasar luar Kukar.

7. Masih terbatasnya informasi dan data yang update secara berkelanjutan, hal ini cukup menjadi kendala dalam hal pemetaan dan pemantauan perkembangan ekonomi kreatif.
8. Belum terlaksananya secara optimal program pendampingan dan monitoring pelaku usaha ekonomi kreatif dari pihak terkait, hal ini seharunya bisa jadi salah satu kegiatan utama yang bisa dijalankan dalam upaya agar bisa terus mendorong pelaku ekraf tetap eksis sekaligus meningkatkan pendapatan dan kesejateraan pelaku.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sektor ekonomi kreatif di Kabupaten Kutai Kartanegara menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan signifikan selama periode 2021–2024, ditandai dengan peningkatan jumlah pelaku usaha hingga mencapai 4.386 unit, dengan subsektor kuliner dan kriya sebagai penggerak utama. Subsektor kuliner berperan dominan dengan 3.101 pelaku usaha yang berkontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan masyarakat, meskipun masih terdapat kesenjangan dalam kepemilikan sertifikat halal yang baru mencapai 336 pelaku. Sementara itu, subsektor kriya yang melibatkan 287 pelaku usaha menunjukkan peran strategis dalam pelestarian budaya, pemberdayaan komunitas, dan penciptaan lapangan kerja berbasis keterampilan tradisional. Kedua subsektor ini memperlihatkan inklusivitas ekonomi kreatif yang mampu melibatkan perempuan, pemuda, serta kelompok rentan dalam aktivitas ekonomi produktif. Hasil penelitian menegaskan bahwa keberhasilan perkembangan ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara tidak lepas dari dukungan pemerintah daerah melalui program pelatihan, fasilitasi legalitas usaha, promosi event daerah, serta pembiayaan melalui program Kredit Kukar Idaman. Namun demikian, sejumlah kendala masih dihadapi, seperti rendahnya literasi digital, keterbatasan akses permodalan, dan minimnya pendampingan berkelanjutan. Oleh karena itu, disarankan agar pemerintah daerah bersama pemangku kepentingan memperkuat ekosistem ekonomi kreatif melalui peningkatan kapasitas SDM, pengembangan infrastruktur pendukung seperti co-working space dan sentra kriya, serta perluasan sertifikasi halal dan akses digitalisasi pemasaran. Penelitian lanjutan direkomendasikan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk mengukur kontribusi subsektor ekonomi kreatif terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) daerah, membandingkan kinerja antar-subsektor, serta menilai dampak pembangunan Ibu Kota Nusantara (IKN) terhadap transformasi ekonomi kreatif di Kutai Kartanegara.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adetokunbo, A., & Edioye, O. (2020). Response of economic growth to the dynamics of service sector in nigeria. *Future Business Journal*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s43093-020-00018-9>
- Agboola, M., Bekun, F., Osundina, O., & Kırıkkaleli, D. (2020). Revisiting the economic growth and agriculture nexus in nigeria: evidence from asymmetric cointegration and frequency domain causality approaches. *Journal of Public Affairs*, 22(1). <https://doi.org/10.1002/pa.2271>
- Agustina, Y., Winarno, A., Pratikto, H., Narmaditya, B., & Filianti, F. (2020). A creative economy development strategy: the case of trenggalek creative network for trenggalek regency, indonesia. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, 7(12), 1111–1122. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no12.1111>
- Aziz, A., & Naima, U. (2021). Rethinking digital financial inclusion: evidence from bangladesh. *Technology in Society*, 64, 101509. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2020.101509>

- Baroroh, K., Wahjoedi, W., Wahyono, H., Utomo, S., & Lestari, F. (2021). Incorporating village tourism into “community economy” course: a project-based learning method in university. *International Journal of Instruction*, 14(4), 567–584. <https://doi.org/10.29333/iji.2021.14433a>
- Boix, R., Capone, F., Propris, L., Lazzeretti, L., & Sánchez-Serra, D. (2016). Comparing creative industries in europe. *European Urban and Regional Studies*, 23(4), 935–940. <https://doi.org/10.1177/0969776414541135>
- Borodina, O., & Prokopa, I. (2019). Inclusive rural development: a scientific discourse. *Economy and Forecasting*, 2019(1), 67–82. <https://doi.org/10.15407/econforecast2019.01.067>
- Cahyaningrum, D., Widodo, E., & Arvitrida, N. (2018). Classification of sub-sectors in creative industry for regional economic development. *Matec Web of Conferences*, 204, 01009. <https://doi.org/10.1051/matecconf/201820401009>
- Campi, M., Dueñas, M., & Ciarli, T. (2023). Do creative industries enhance employment growth? regional evidence from colombia. *Regional Studies*, 58(3), 425–441. <https://doi.org/10.1080/00343404.2023.2210620>
- Dewi, R., & Santoso, S. (2023). A comprehensive analysis of the creative economy’s value addition in lebak regency, indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(6), 176–188. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v12i6.2833>
- Gruia, A., Pintilii, R., & Marin, M. (2018). Creative economies and their role in territorial systems development. *Annals of Valahia University of Targoviste Geographical Series*, 18(2), 127–135. <https://doi.org/10.2478/avutgs-2018-0014>
- Khan, A., Bibi, S., Li, H., Fubing, X., Jiang, S., & Hussain, S. (2023). Does the tourism and travel industry really matter to economic growth and environmental degradation in the us: a sustainable policy development approach. *Frontiers in Environmental Science*, 11. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2023.1147504>
- Khanam, D., Mohiuddin, M., Hoque, A., & Weber, O. (2018). Financing micro-entrepreneurs for poverty alleviation: a performance analysis of microfinance services offered by brac, asa, and proshika from bangladesh. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 8(1). <https://doi.org/10.1186/s40497-018-0114-6>
- Klein, M., Gutowski, P., Gerlitz, L., & Gutowska, E. (2021). Creative and culture industry in baltic sea region condition and future. *Sustainability*, 13(8), 4239. <https://doi.org/10.3390/su13084239>
- Krisciukėnė, D., & Pilinkienė, V. (2023). Theoretical presumptions of the creative industries innovation productivity performance. *Creativity Studies*, 16(1), 91–107. <https://doi.org/10.3846/cs.2023.15958>
- Kurniawati, S., & Lestari, N. (2020). Do labor and openness affect the performance of the creative industries? *Gatr Journal of Business and Economics Review*, 5(3), 80–85. [https://doi.org/10.35609/jber.2020.5.3\(1\)](https://doi.org/10.35609/jber.2020.5.3(1))
- Lei, Z. (2020). Tourism, institutions, and poverty alleviation: empirical evidence from china. *Journal of Travel Research*, 60(7), 1543–1565. <https://doi.org/10.1177/0047287520947792>
- Lei, Z., & Xin, X. (2019). Tourism and poverty reduction: empirical evidence from china. *Tourism Economics*, 26(2), 233–256. <https://doi.org/10.1177/1354816619863266>

- Liu, Q., Li, J., & Kang, N. (2024). The impact of digital economy on employment in countries along the belt and road. *Global Journal of Emerging Market Economies*, 17(1), 73–91. <https://doi.org/10.1177/09749101241256088>
- Mangifera, L. (2019). Stakeholders analysis for creative industry development. *Jurnal Ekonomi Pembangunan Kajian Masalah Ekonomi Dan Pembangunan*, 19(2). <https://doi.org/10.23917/jep.v19i2.5467>
- Moiseienko, I. (2022). Using the potential of the creative economy to restore ukraine. *International Journal of Management and Economics*, 58(4), 381–392. <https://doi.org/10.2478/ijme-2022-0022>
- Muchson, M., Anas, M., & Forijati, R. (2024). Analyzing economic growth through creative economic development strategy in east java, indonesia. *Qubahan Academic Journal*, 4(2), 382–399. <https://doi.org/10.48161/qaj.v4n2a603>
- Normantienė, A., & Snieška, V. (2014). Role of creative industries in lithuanian economy development. *Economics and Management*, 19(2). <https://doi.org/10.5755/j01.em.19.2.5869>
- Nugent, B., & Deacon, K. (2022). Seen and heard: the long-term impact of arts projects on young people living in poverty. *Young*, 30(5), 511–524. <https://doi.org/10.1177/11033088221089183>
- Oyekunle, O., & Fillis, I. (2016). The role of handicraft micro-enterprises as a catalyst for youth employment. *Creative Industries Journal*, 10(1), 59–74. <https://doi.org/10.1080/17510694.2016.1247628>
- Pan, C., & Mo, X. (2024). *Impact of digital financial inclusion development on rural income levels*. 274–281. [https://doi.org/10.2991/978-94-6463-408-2\\_31](https://doi.org/10.2991/978-94-6463-408-2_31)
- Parekh, N. (2024). Creative industries and economic value: a review of innovation, impact, and policy support. *IOSR Journal of Business and Management*, 26(11), 39–49. <https://doi.org/10.9790/487x-2611013949>
- Prabowo, F., Oktavian, M., & Hidayatullah, D. (2022). The effect of market orientation, learning orientation and product innovation agility on fashion msmses business performance at trunojoyo area, bandung city. *Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.36624/jisora.v5i2.83>
- Putra, A. (2018). Peran umkm dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat kabupaten blora. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 5(2). <https://doi.org/10.20961/jas.v5i2.18162>
- Rosyadi, S., Haryanto, A., Kusuma, A., & Fitrah, E. (2020). *The role of creative economy in promoting sustainable rural development*. <https://doi.org/10.2991/icstcsd-19.2020.23>
- Ruf, A. (2019). Sharia finance literacy and determinants on creative economy. *International Journal of Economics Business and Management Studies*, 6(1), 19–25. <https://doi.org/10.20448/802.61.19.25>
- Setiadi, B., & Suparmin, M. (2017). *Providing space for creative industry sub-sectors to meet the labor market for vocational school graduates*. <https://doi.org/10.2991/ictvt-17.2017.53>
- Sukma, M., Hartono, D., & Prihawantoro, S. (2018). The impacts analysis of creative-products export on the economy. *Jejak*, 11(1), 92–107. <https://doi.org/10.15294/jejak.v11i1.11337>

Suryanata, I. (2018). Poverty strategy by extension of expanding creative economy. *International Research Journal of Management IT and Social Sciences*. <https://doi.org/10.21744/irjmis.v5n6.375>

Yang, J., Wu, Y., Wang, J., Wan, C., & Wu, Q. (2021). A study on the efficiency of tourism poverty alleviation in ethnic regions based on the staged dea model. *Frontiers in Psychology*, 12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.642966>

© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the



Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).