

# Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Kuliner Khas Suku Dayak Kalimantan Tengah

Rinto Alexandro<sup>1\*</sup>, Tonich Uda<sup>1</sup>, Laba Lastaida Pane<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Palangka Raya, Indonesia

## ARTICLE INFO

### Article history:

Received 07 May 2020

Accepted 22 June 2020

Available online 30 June 2020

### Kata Kunci:

Ekonomi kreatif,  
Kearifan Lokal, Kuliner  
Suku Dayak

### Keywords:

Creative Economy, Local  
Wisdom, Dayak Culinary  
Culinary

## ABSTRAK

Ekonomi kreatif di era digital saat ini semakin berkembang, selain menawarkan peluang, namun juga memunculkan persaingan, misalnya dalam dunia kuliner yang memberikan tantangan tersendiri bagi Kota Palangka Raya yaitu bagaimana mengangkat dan mengembangkan kuliner khas daerah di tengah maraknya kuliner modern. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengembangan ekonomi kreatif di Kota Palangka Raya khususnya pada sektor kuliner oleh-oleh khas Suku Dayak Kalimantan Tengah. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang dianalisis menggunakan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu dihimpun dari observasi, wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi, kemudian dilakukan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles, Huberman dan Saldana menggunakan empat alur kegiatan dalam analisis data yaitu, pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menemukan bahwa pengembangan ekonomi kreatif oleh-oleh

kuliner khas Kalimantan Tengah di MEFs Food & Snacks berjalan dengan baik dan berpotensi unggul di tengah persaingan yang ketat terutama dengan kuliner modern. Selain itu, hal ini berimplikasi pada perilaku ekonomi produsen yaitu semakin termotivasi untuk mengeksplor makanan khas Kalimantan Tengah yang dapat di angkat dan diperkenalkan ke luar daerah.

## ABSTRACT

The creative economy in the digital era is currently growing, in addition to offering opportunities and giving rise to competition, for example, in the culinary world, which presents its challenges for the City of Palangka Raya, namely how to elevate and develop regional culinary delights in the modern culinary boom. The purpose of this study was to analyze and discover the development of the creative economy in the City of Palangka Raya, especially in the culinary sector of souvenirs typical of the Dayaks of Central Kalimantan. This type of research is a qualitative research that is analyzed using descriptive methods. Data collection techniques used in research are compiled from observation, in-depth interviews, a study of literature, and documentation. Data analysis techniques were developed by Miles, Huberman, and Saldana using four data analysis activities: data collection, data condensation, data presentation, and conclusion drawing. Research has found that the development of a creative economy souvenirs typical of Central Kalimantan in MEFs Food & Snacks runs well and can excel amid intense competition, especially with modern culinary. Besides, this has implications for the economic behavior of producers that is increasingly motivated to explore Central Kalimantan's special foods that can be picked up and introduced to other regions.

Copyright © Universitas Pendidikan Ganesha. All rights reserved.

\*Corresponding author.

E-mail addresses: [rintoalexandro@fkip.upr.ac.id](mailto:rintoalexandro@fkip.upr.ac.id)

## 1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif telah lama dicanangkan sebagai gerakan ekonomi yang bersumber dari masyarakat lokal sebagai pelaku ekonomi, sehingga masyarakat dituntut untuk memiliki kreativitas dan ketekunan yang optimal untuk dapat mencapai tujuan pertumbuhan nasional. Selama ini produk ekonomi kreatif dikembangkan oleh UMKM yang diupayakan oleh pemerintah sebagai pewarisan jati diri bangsa. Sumbangan sektor ekonomi kreatif bagi pembangunan perekonomian Indonesia antara lain berupa peningkatan PDB, penyerapan tenaga kerja, peningkatan ekspor, pembukaan lapangan usaha baru dan terbarukan serta menciptakan dampak bagi sektor lainnya (Be Kraf, 2016). Secara universal, ekonomi kreatif juga memberikan dampak sosial seperti peningkatan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan dan peningkatan toleransi sosial. Dampak yang lain yang ditimbulkan oleh ekonomi kreatif adalah menciptakan pembaharuan sumber daya yang berbasis pengetahuan, komunitas dan *green community* (Be Kraf, 2016). Melihat perkembangan aktivitas kreatif yang semakin marak digulirkan di berbagai wilayah disertai dengan semakin tingginya antusias berbagai kota dan daerah untuk menjadi kota kreatif turut mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif telah mengambil peran dalam aktivitas perekonomian nasional. Setiap daerah/wilayah pada umumnya memiliki potensi produk yang bisa di angkat dan dikembangkan termasuk di dunia pendidikan (Sukardi, 2017). Keunikan atau kekhasan produk lokal itulah yang mesti menjadi intinya lalu ditambah unsur kreatifitas dengan sentuhan teknologi. Selain itu perlu ada pelatihan khusus yang bisa meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan idenya (Moenada & Riofita, 2018).

Berdasarkan pemetaan industri kreatif yang telah dilakukan oleh Departemen Perdagangan Republik Indonesia terdapat 14 subsektor industri kreatif di Indonesia, yakni periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, fashion, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio serta riset dan pengembangan. Pertumbuhan ekspor industri kreatif tahun 2006-2009 tercatat sebesar 2,9 % kemudian ditahun 2015 telah meningkat menjadi 16 subsektor yaitu kuliner, fashion, kriya atau kerajinan tangan, televisi dan radio, penerbitan, arsitektur, aplikasi dan *game developer*, periklanan, musik, fotografi, seni pertunjukan, desain produk, seni rupa, desain interior, film, serta desain komunikasi visual (Be Kraf, 2016).

Badan Pusat Statistik (BPS) telah bekerjasama dengan Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) sejak tahun 2016 dalam rangka pengembangan *big data* ekonomi kreatif dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi dan peluang ekonomi kreatif di Indonesia. Kerjasama tersebut menghasilkan penyusunan data base statistik ekonomi kreatif yang memuat informasi seputar data indikator Makro Ekonomi Kreatif 2010-2015 dan hasil Survey Khusus Ekonomi Kreatif (SKEK) 2016. Produk Domestik Bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif pada tahun 2015 adalah sebesar 852 triliun rupiah, sedangkan tahun 2014 sebesar 784,82 triliun rupiah, selain itu diketahui bahwa PDB sektor ekonomi kreatif sejak tahun 2014 sampai dengan tahun 2015 tumbuh meningkat sebesar 4,38%. Ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,38% terhadap total perekonomian nasional (Be Kraf, 2016).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002, pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Menurut Sumarno menjelaskan "pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pemerintah Daerah telah membuat peraturan daerah yaitu Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah telah menetapkan 16 subsektor industri kreatif yang dikembangkan yaitu 1) periklanan, 2) arsitektur, 3) pasar barang seni, 4) kerajinan, 5) desain, 6) mode, 7) video, film dan fotografi, 8) permainan interaktif, 9) musik, 10) seni pertunjukan, 11) penerbitan dan percetakan, 12) layanan komputer dan piranti lunak, 13) televisi dan radio, 14) riset dan pengembangan, 15) kuliner dan 16) herbal (Sumarno, 2012). Pengembangan subsektor yang dikelola UMKM berjumlah lebih

kurang 300 untuk wilayah Kota Palangka Raya, namun pendataan secara lengkap belum pernah dilakukan, sehingga jumlah UMKM bervariasi antara data produk ekonomi kreatif dari Dinas Koperasi dan UMKM dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kalimantan Tengah. Dari Bekraf yang bekerja sama dengan BPS, belum ada survey lanjutan untuk pendataan lengkap tentang produk ekonomi kreatif secara khusus di Kalimantan Tengah. Dinas Koperasi dan UMKM Kota Palangka Raya ada bekerjasama dengan pihak telkomsel untuk membantu pengembangan produk ekonomi kreatif terutama dari sisi promosi yaitu melakukan pemetaan lokasi usaha kreatif melalui aplikasi yang bernama Siromi. Aplikasi ini mendefinisikan secara singkat produk kreatif yang dibuat oleh masing-masing unit usaha dan memberikan alamat lengkap berupa peta denah lokasi dan petunjuk arah untuk pelanggan atau pembeli yang berminat pada produk kreatif yang dihasilkan khususnya di Kota Palangka Raya.

Pertumbuhan perekonomian nasional di Indonesia sebenarnya telah berkembang melalui ekonomi kreatif, salah satunya melalui bidang kuliner dari berbagai daerah yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Indonesia. Kuliner berkaitan erat dengan proses dalam menyiapkan makanan atau memasak yang merupakan kegiatan dasar manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Beberapa antropolog memercayai bahwa kegiatan memasak sudah ada sejak 250 tahun lalu pada saat tungku pertama kali ditemukan. Sejak saat, teknik memasak terus mengalami perkembangan dari setiap daerah dipejuru dunia memiliki teknik memasak dan variasi makanan tersendiri. Hal ini menjadikan makanan sebagai suatu hal yang memiliki fungsi sebagai produk budaya. Berangkat dari pemahaman tersebut, kuliner dijadikan sebuah komoditas industri kreatif berbasis budaya (Bayumi & Jaya, 2018). Hal ini yang mendorong terciptanya subsektor kuliner menjadi salah satu dari lima belas subsektor ekonomi kreatif di Indonesia (mengutip dari buku Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019). *Culinary arts* yang digunakan di Mississippi menurut buku Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia menuju 2015, Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019 yaitu: *Subset of the food preparation industry in which aesthetics and creative content are what attracts customers and generates higher prices* (bagian dari industri penyedia makanan yang mana estetika dan kreativitas merupakan hal utama yang menarik konsumen serta menyebabkan penetapan harga yang tinggi mungkin untuk dilakukan), oleh karena itulah Indonesia memiliki kesempatan mengembangkan kulinernya menjadi ekonomi kreatif yang bersinergi dengan tujuan pertumbuhan ekonomi nasional.

Ekonomi kreatif merupakan komponen ekonomi keterampilan, kreativitas dan bakat yang ditandai dengan inovasi dan orisinalitas merupakan inputnya dan kekayaan intelektual adalah outputnya. Ciri dari produk ekonomi kreatif antara lain, memiliki siklus hidup yang singkat, risiko yang relatif tinggi keanekaragaman, dan mudah ditiru sehingga diperlukan hak kekayaan intelektual untuk melindunginya (Boston's Creative Economy, 2011). Ekonomi kreatif pada hakekatnya adalah kegiatan ekonomi yang mengutamakan pada kreativitas berpikir untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda yang memiliki nilai dan bersifat komersial, sebagaimana yang diungkapkan oleh UNCTAD dalam *Creative Economy Report, 2008 Creativity in this context refers to formulations of new ideas to produce original works of art and cultural products, functional creations, scientific inventions and technological innovations. There is thus an economics aspect to creativity, observable in the way it contributes to entrepreneurship, fosters innovation, enhances productivity and promotes economic growth*. Yang artinya, Kreativitas dalam konteks ini mengacu pada formulasi ide-ide baru untuk menghasilkan karya seni asli dan produk budaya, kreasi fungsional, penemuan ilmiah dan inovasi teknologi. Dengan demikian ada aspek ekonomi pada kreativitas, yang dapat diamati dalam cara berkontribusi pada kewirausahaan, mendorong inovasi, meningkatkan produktivitas, dan mendorong pertumbuhan ekonomi (Suryana, 2011).

Pengembangan ekonomi kreatif dalam lima tahun kedepan akan difokuskan pada pemantapan pengembangan ekonomi kreatif dengan menekankan pencapaian daya saing kompetitif berlandaskan keunggulan sumber daya alam dan sumber daya manusia berkualitas serta

kemampuan ilmu dan teknologi yang harus meningkat. Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreatifitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Makna kreatifitas yang terkandung dalam pendefinisian ekonomi kreatif dapat dilihat sebagai kapasitas atau daya upaya dalam menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari kebiasaan. Inovasi dan penemuan adalah bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kreatifitas. Kreatifitas merupakan faktor pendorong munculnya inovasi atau penciptaan karya kreatif dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada. Ekonomi kreatif dapat menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan karena ide dan kreatifitas adalah sumber daya yang senantiasa dapat diperbaharui (Putri et al., 2019).

Mengacu pada rencana induk pengembangan ekonomi kreatif, ekonomi kreatif akan dikembangkan menjadi kekuatan baru bagi perekonomian daerah. Untuk dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang tinggi, diperlukan transformasi ekonomi dari perekonomian yang mengandalkan pada eksploitasi sumber daya alam sebagai barang mentah, tenaga kerja murah dengan tingkat pendidikan rendah, dan kualitas iptek yang relatif rendah, menjadi perekonomian yang memperoleh nilai tambah tinggi dari pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, industri pengelolaan dan jasa yang didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas dan mempunyai daya saing, serta didukung oleh sumber daya manusia yang berkualitas mempunyai daya saing, serta didukung kualitas iptek yang terus meningkat. Ketersediaan sumber daya manusia usia produktif dalam jumlah yang besar di satu sisi dan jumlah konsumen yang besar, Khususnya kelompok pendapatan menengah menjadi kekuatan pengembangan ekonomi kreatif (Susilo, 2017).

Penelitian sebelumnya Yusadi tentang rencana pengembangan industri kreatif kuliner berbasis media online di kota Malang menemukan bahwa dalam mengembangkan usaha perlu melakukan kerjasama dengan *delivery online*, memperluas jaringan pemasaran dan promosi online, kerjasama dengan swasta dan pemerintah (Yusadi, et al., 2018). Selain itu penelitian yang selaras yang dilakukan oleh Kartika tentang pemetaan ekonomi kreatif subsektor kuliner di Kota Pontianak menunjukkan bahwa ekonomi kreatif subsektor kuliner di kota Pontianak belum sepenuhnya memenuhi semua unsur kreatifitas dimana dari 5 sisi kreatifitas (melibatkan juru masak terlatih, menghasilkan menu baru secara rutin, mengandung makanan lokal, memberikan pengalaman kuliner, dan telah menggunakan teknologi) hanya sisi memberikan pengalaman kuliner bagi konsumen yang persentasenya diatas 50% (Hendarmin & Kartika, 2018). Sehingga berbeda dengan studi yang dilakukan di Kota Palangka Raya, karena industri kuliner yang dilakukan masih menjadi industri yang hanya tergolong sederhana, karena dari segi pemasaran dan kerjasama masih seputar Kota Palangka Raya. Hal tersebut tentunya membuat ide kreatif pengolahan snack dari makanan khas suku dayak menjadi suatu ide yang pasif atau kurang berkembang, sehingga dibutuhkan analisis lebih mendalam terkait pengembangan yang akan dilakukan.

Kalimantan Tengah sebenarnya adalah daerah yang memiliki potensi untuk memaksimalkan ekonomi kreatif dengan kearifan lokal yang dimilikinya, namun dalam praktiknya Kalimantan Tengah belum optimal menggaungkan ciri khas daerahnya di kancah nasional khususnya dalam bidang industri kuliner. Bidang kuliner Kalimantan Tengah merupakan salah satu bidang yang memiliki keanekaragaman yang bisa diangkat dan diperkenalkan lebih luas ke luar Kalimantan Tengah. Produk yang dihasilkan dalam ekonomi kreatif di Kalimantan Tengah umumnya bersumber dari nilai-nilai kearifan lokal yang dianut masyarakat khususnya masyarakat Suku Dayak yang mendiami Provinsi Kalimantan Tengah. Kota Palangka Raya yang merupakan ibukota Provinsi Kalimantan Tengah memiliki berbagai kuliner khas daerah yang sangat unik dan menggugah selera, misalnya seperti Juhu Rotan, Juhu Asem, Oseng Kalakai (Pakis), Kandas, Ikan Bakar, Wadi, Tumbuk Daun Singkong, Terong Bapapui, dll. Sedangkan Oleh-oleh/Cemilan yang terkenal dari Kota Palangka Raya berupa Lemang, Amplang Ikan Pipih/Haruan, Keripik Kelakai, Lempok Dahuyan, Saluang Goreng, Abon Ikan

Pipih dan lain-lain. Saat ini, kuliner tersebut hanya dapat ditemui di kalangan tertentu dan dinikmati dalam waktu tertentu saja. Dengan demikian sesuai dengan analisis gap di atas maka penelitian ini bertujuan untuk menganalisis lebih mendalam pengembangan ekonomi kreatif sektor kuliner khas suku dayak di Kalimantan Tengah. Tujuan penelitian ini juga untuk merealisasikan potensi ekonomi daerah menjadi pertumbuhan ekonomi yang tinggi, yang menghasilkan lapangan pekerjaan yang layak dan meningkatkan kemandirian perekonomian masyarakat melalui upaya-upaya yang akan ditemukan melalui analisis penelitian ini.

## 2. Metode

Penelitian ini berlokasi di Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah tepatnya yaitu di MEFs Food & Snacks Oleh-oleh Kuliner Khas Kalimantan Tengah Kota Palangka Raya yang berada di Jalan Merak No.04. Peneliti menemukan keadaan sebenarnya dari objek yang diteliti untuk mendapatkan data yang valid, akurat dan benar-benar diperlukan dalam penelitian ini. Penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiyono, 2016).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman yaitu menggunakan 4 (empat) alur kegiatan dalam analisis data yaitu, pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Data dan informasi yang akurat dan representatif tentunya didapatkan melalui teknik pengumpulan data yang dipandang tepat, dimana peneliti bertindak sebagai instrumen utama (*key instrument*) yang menyatu dengan sumber data dalam situasi yang alamiah (*natural setting*)(Sugiyono, 2016) . Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian yaitu dihimpun dari observasi, wawancara mendalam, studi literatur dan dokumentasi. Setelah itu data yang terkumpul kemudian di klasifikasikan sesuai dengan hasil observasi dan wawancara, kemudian data disajikan dengan sistematis sesuai alur penelitian dan akhirnya ditarik kesimpulan sesuai dengan keadaan yang terjadi (Bungin, 2013).

Subjek penelitian memberi batasan subjek penelitian sebagai benda, hal atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat, dan yang di permasalahan (Arikunto, 2013). Dalam sebuah penelitian, subjek penelitian mempunyai peran yang sangat strategis karena pada subjek penelitian, itulah data tentang variabel yang penelitian amati. Pada penelitian kualitatif responden atau subjek penelitian disebut dengan istilah informan, yaitu orang memberi informasi tentang data yang diinginkan peneliti berkaitan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Adapun subjek dalam penelitian ini adalah informan yang diuraikan pada Tabel 1.

**Tabel 1.** Subjek Penelitian

No	Nama	Jabatan	Subjek
1.	Ratna Rosaria Indah	Ketua	Informan 1
2.	Nindita Nareswari	Sekretaris	Informan 2
3.	Sri Indah Fajar Wati	Bendahara	Informan 3
4.	Lia Purnama Sari	Kord. Produksi	Informan 4
5.	Elis Monalisa	Kord. Pemasaran	Informan 5
6.	Nenny Yepriana	Kord. Pengembangan Produk	Informan 6
7.	Untung Mirza Putra	Anggota	Informan 7
8.	Yuni Astutik	Anggota	Informan 8
9.	F.X. Marvin Setiawan	Anggota	Informan 9
10.	Tedi Prabowo	Anggota	Informan 10
11.	Sarinah C.K.	Anggota	Informan 11

Subjek penelitian di atas dipilih sebagai informan karena memenuhi kriteria pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu semua orang yang bekerja di MEFs Food & Snacks serta memiliki tugas dan peran masing-masing dalam melakukan kegiatan ekonomi pengolahan makanan khas suku dayak Kalimantan Tengah.

### 3. Hasil dan Pembahasan

MEFs Food & Snacks merupakan salah satu industri pengolahan dan pemasaran hasil perikanan yang berdiri sejak tahun 2012. Usaha ini berlokasi di jalan Merak No.04, Kota Palangka Raya Provinsi Kalimantan Tengah. Usaha ini merupakan industri kecil menengah yang berawal dari 3 orang yang memiliki hobi mengolah makanan dan menjualnya secara online melalui media sosial dengan sistem pemasaran (*by order*). Setelah 3 tahun berjalan, MEFs singkatan dari *ME and Friends* (saya dan teman-teman), akhirnya usaha ini fokus pada pengolahan hasil perikanan. Sejak mengantongi ijin P-IRT pada tahun 2015, MEFs mulai memproduksi aneka abon dan wadi ikan secara massal, serta memperluas jaringan pemasaran. Pada tanggal 9 Januari 2016, atas kesepakatan dan komitmen bersama untuk membuat jenis olahan ikan, dibentuklah Kelompok Pengolahan Hasil Perikanan MEFs Food & Snacks yang beranggotakan 11 orang dan berkembang menjadi sebuah usaha kelompok.

Usaha ini tumbuh dan berkembang bersama untuk membuahkan hasil berupa peningkatan skala industri dan taraf ekonomi keluarga. Usaha kelompok ini memiliki visi dan misi yang sangat kuat yaitu: visi, tumbuh dan berkembang bersama untuk membuahkan hasil berupa peningkatan skala industri dan taraf ekonomi keluarga. Sedangkan misi dari usaha kelompok ini adalah: 1) meningkatkan kualitas dan kuantitas produksi; 2) memperluas jaringan pemasaran produk; 3) meningkatkan omset dan skala industri rumah tangga menjadi skala industri yang lebih besar lagi; 4) melestarikan nilai kekhasan kuliner tradisional melalui inovasi produk modern agar mampu bertahan dan bersaing dengan jenis kuliner lainnya di era MEA, dan 5) membuka lapangan pekerjaan dan membangun semangat *entertrepreneurship* generasi muda.

Pengembangan usaha oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah merupakan tujuan untuk dikembangkannya ekonomi kreatif yakni untuk mengakui, menghargai dan mengembangkan budaya dari perbedaan kondisi ekonomi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan riil dari suatu masyarakat dan lingkungan sekitarnya untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan pengentasan kemiskinan. Ini sejalan dengan program pemerintah yang tertuang dalam aturan pemerintah daerah Kalimantan Tengah tentang ekonomi kreatif (Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Tengah, 2013)

Pengembangan ekonomi kreatif tersebut didasarkan pada pengembangan akan potensi sumber daya manusia untuk mencapai kondisi ekonomi yang ideal dengan tetap memperhatikan nilai-nilai sosial, kemajuan budaya dan keberlanjutan lingkungan. Perbedaan kondisi ekonomi maupun budaya yang dimiliki oleh komunitas sosial tertentu bukanlah menunjukkan bahwa suatu komunitas tersebut memiliki eksklusifitas dibandingkan dengan komunitas lainnya (Wulandari, 2016).

Namun perbedaan ini harus dimaknai sebagai nilai positif dalam rangka menciptakan usaha-usaha kreatif yang mampu menunjukkan produk-produk baru yang bernilai ekonomis. Prinsip dasar yang melandasi pengembangan ekonomi kreatif yakni industri kultural dan industri kreatif. Pengembangan ini tidak terlepas dari nilai-nilai kreatifitas (Purnomo, 2016).

Provinsi Kalimantan Tengah adalah Ibu Kota Palangka Raya yang dikenal sebagai Kota Cantik yang, mengalami perkembangan baru dalam kreasi makanan. Salah satu usaha yang menjalankan industri kreatif berbasis budaya atau kearifan lokal adalah MEFs Foods & Snacks yang merupakan usaha kelompok pengolahan daging ikan, kulit dan juga tulang ikan yang sangat tergantung pada Kreasi, Imajinasi, dan keterampilan pengolahannya. Kegiatan ekonomi kreatif atau usaha yang dilakukan di MEFs Food & Snacks yaitu pengolahan berbagai jenis daging ikan, selain pengolahan

daging ikannya, usaha ini juga memanfaatkan kulit dan tulang ikan dan mengolah nya secara kreatif untuk mengurangi limbah, bahkan kelompok usaha pengolahan daging ikan ini dalam pengolahannya hampir tidak ada limbah industri yang dihasilkan. Ini merupakan bagian lain dari industri kreatif yakni pelestarian lingkungan (Hayati & Wijayanti, 2019).

Pengolahan dari berbagai jenis ikan menghasilkan produk ekonomi kreatif industri kuliner yaitu, aneka abon dan wadi ikan, amplang, pempek, keripik saluang crispy dan lais goreng dan olahan siap saji berbahan ikan lainnya. Usaha ini dilakukan oleh kelompok yang berjumlah 11 orang dan setiap anggota memiliki hak dan kewajiban dalam mengembangkan usaha kuliner oleh-oleh khas Kalimantan Tengah dengan bahan utama yaitu pengolahan daging ikan. Pengolahan dan pengawetan ikan dilakukan secara tradisional warisan budaya turun-temurun atau berbasis kearifan lokal. Dalam kegiatan usaha ini kelompok memiliki kegiatan rutin yaitu, berkumpul membahas tentang perkembangan usaha, kendala, inovasi produk hingga pemasaran baru. Ini selalu dilakukan sebagai upaya untuk menjaga masyarakat tetap produktif (Widiastuti & Kartika, 2017).

Dalam proses pengembangan industri oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah ini, ada beberapa kendala yaitu kesulitan dalam mendapatkan bahan baku produksi karena tergantung musim, dan kesulitan dalam hal pemasaran atau distribusi yang bergantung dengan daya beli masyarakat, kesulitan atau hambatan lain adalah kesulitan dalam mendapatkan kemasan produk yang terbatas, modal yang sedikit dan juga akses informasi yang kurang sehingga proses produksi masih kurang berjalan dengan baik atau kurang sesuai dengan yang diharapkan. Oleh karena itu penting bantuan dan dukungan dari pemerintah dalam bentuk alih teknologi, karena dengan itu bisa mempercepat proses produksi termasuk juga pemasaran (Permassanty & Muntiani, 2018).

### 3.1 Produksi

Proses produksi adalah urutan-urutan pekerjaan mulai dari bahan mentah sampai menjadi bahan siap dipasarkan atau barang jadi. Selain bahan mentah yang berupa bahan baku dan bahan penolong, diperlukan juga peralatan dan proses.

**Tabel 2.** Sarana dan Prasarana Produksi Yang digunakan

No	Nama Barang	Jumlah (unit)	Sumber Barang	Tahun	Kondisi Sekarang
1	Wajan Besar	2	Kelompok	2012	Baik
2	Wajan Kecil	2	Kelompok	2012	Baik
3	Kompor gas	2	Kelompok	2015	Baik
4	Panci Kukus	2	Kelompok	2012	Baik
5	Alat press minyak manual	1	Kelompok	2012	Baik
6	Hand sealer	1	Kelompok	2015	Baik
7	Lemari pengering ikan	1	Kelompok	2015	Baik
8	Blender	1	Kelompok	2012	Baik
9	Kulkas	1	Kelompok	2015	Baik
10	Penggiling daging manual	1	Kelompok	2015	Baik
11	Alat penggiling mie/pangsit manual	1	Kelompok	2012	Baik
12	Chest Freezer	1	Kelompok	2015	Baik
13	Chest Freezer	2	Bantuan Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Palangka Raya	2016	Baik
14	Coolbox	2	Bantuan Kementerian Kelautan dan	2016	Baik

			Perikanan melalui Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Palangka Raya		
15	Keranjang berlubang	2	Bantuan Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Palangka Raya	2016	Baik
16	Keranjang tanpa lubang	2	Bantuan Kementerian Kelautan dan Perikanan melalui Dinas Perikanan dan Peternakan Kota Palangka Raya	2016	Baik
17	Mesin Pemisah Tulang Ikan	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
18	Mesin Mixer Abon Ikan	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
19	Mesin Penggiling Bumbu	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
20	Mesin Suwir Abon	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
21	Mesin Giling Daging	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
22	Mesin Deep Fryer	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
23	Mesin Spinner	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
24	Mesin Pembuat Tepung Tulang Ikan	1	Bantuan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) melalui Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Kalimantan Tengah	2017	Baik
25	Vacuum sealer	1	Bantuan Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Palangka Raya	2017	Baik

Tabel 2 menjelaskan beberapa macam peralatan dan sarana produksi, selain dari kelompok usaha ada beberapa sarana yang di bantu atau diberikan oleh Dinas Perindustrian dan perdagangan, dan bantuan dari Program Sosial Bank Indonesia

**Tabel 3. Jenis-jenis Produk**

No	Nama Produk	Jenis
1.	Abon	- Ikan Haruan - Ikan Patin - Ikan Nila - Ikan Tenggiri - Ikan Lele
2.	Amplang	- Ikan Pipih - Ikan Tenggiri
3.	Wadi	- Ikan Nila - Ikan Patin
4.	Saluang Goreng Crispy	- Ikan Saluang
5.	Lais Goreng	- Ikan Lais

Tabel 3 menjelaskan jenis produk yang di hasilkan atau di produksi di MEFs Foods & Snacks yaitu aneka abon yang terdiri dari abon Ikan Haruan, abon Ikan Patin, abon Ikan Nila, abon Ikan Tenggiri dan abon Ikan Lele. Untuk jenis produk amplang terdiri dari amplang ikan pipih dan amplang ikan tenggiri. Untuk jenis produk wadi ada wadi nila dan wadi patin. Untuk jenis produk saluang goreng crispy ada ikan saluang, untuk produk lais goreng adalah ikan lais. Terdapat dua produk yang lebih disukai konsumen atau yang lebih banyak di beli oleh konsumen yaitu produk abon, dan amplang. Untuk memperluas pemasaran tentunya perlu dilakukan berbagai strategi khusus dan dukungan dari berbagai pihak terutama pemerintah daerah (Wulandari, 2016)

### 3.2 Pemasok/supplier

MEFs Foods & Snacks termasuk sebagai pemasok produk oleh-oleh khas Kalimantan Tengah dan MEFs memasok produk nya ke Toko-toko, *Mini market* Kalimantan Tengah dan diluar daerah seperti di Jawa

### 3.3 Distributor

MEFs Foods & Snacks merupakan sebagai distributor Oleh-oleh Kuliner Khas Kalimantan Tengah yang menyalurkan produknya diwilayah Kalimantan dan juga luar Kalimantan dan MEFs Foods & Snacks juga memasarkan ke warung atau toko, melalui *by order*, dan *online*. Usaha ini juga memiliki keinginan yang besar untuk mengembangkan jaringan pemasaran karena usaha ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan.

### 3.4 Harga Pokok Penjualan

MEFs Food & Snacks adalah usaha kelompok dan merupakan skala industri dan taraf ekonomi keluarga yang bergerak dibidang ekonomi kreatif kuliner yang kegiatan pokoknya yaitu mengolah daging ikan menjadi produk kuliner khas Kalimantan Tengah dan kemudian di jual belikan. Berikut ini merupakan harga jual yang ditawarkan oleh kelompok usaha MEFs seperti terlihat pada Tabel 4.

**Tabel 4.**  
Harga Jual Produk Oleh-oleh Khas Kalimantan Tengah di MEFs Food & Snacks

No	Nama Produk	Jenis	Berat	Harga Jual
1	Abon	- Ikan Haruan	70 gram	Rp. 40.000
		- Ikan Patin	70 gram	Rp. 30.000
		- Ikan Nila	70 gram	Rp. 27.500
		- Ikan Tenggiri	70 gram	Rp. 40.000
		- Ikan Lele	70 gram	Rp. 30.000
2	Amplang	- Ikan Pipih	1 kg	Rp. 200.000
		- Ikan Tenggiri	1 kg	Rp. 150.000
		- Ikan Haruan	1 kg	Rp. 200.000
3	Wadi	- Ikan Nila	70 gram	Rp. 27.500
		- Ikan Patin	70 gram	Rp. 30.000
4	Saluang Goreng Crispy	- Ikan Saluang	100 gram	Rp. 25.000
5	Lais Goreng	- Ikan Lais	100 gram	Rp. 30.000

Tabel 4 menjelaskan harga jual produk yang ditawarkan MEFs Foods & Snacks Palangka Raya yang diketahui harga jual produk olahan daging ikan seperti produk abon sebesar Rp.27.500-40.000 per 70 gram, untuk produk amplang harga jual sebesar Rp.150.000-200.000 per kg, untuk harga produk wadi sebesar Rp.27.500-30.000 per 70 gram, untuk produk Saluang Goreng Crispy harga jual nya sebesar Rp.25.000 per 100 gram, untuk produk Lais Goreng harga jual sebesar Rp.30.000 per 100 gram.

### 3.5 Omset

Omset merupakan pendapatan yang dihasilkan dari penjualan produk/jasa yang ditawarkan pada kurun waktu tertentu. Untuk mengetahui apakah dalam setiap bulannya mengalami kenaikan produksi dan penjualan produk olahan daging ikan oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah data yang didapat untuk penjualan dan pendapatan pada tahun 2018, pada bulan Januari sampai bulan Agustus untuk jumlah produksi dan pendapatan mengalami fluktuatif (tidak stabil) sedangkan, pada bulan September sampai bulan desember mengalami kenaikan yang drastic seperti terlihat pada Tabel 5.

**Tabel 5.** Laporan Hasil Produksi Poklaksar MEFs Foods & Snacks tahun 2018

No	Bulan	Produksi (Kg)	Pendapatan	Keterangan
1	Januari	155	16.330.000	Olahan basah & kering
2	Februari	150	14.020.000	Olahan basah & kering
3	Maret	165	15.460.000	Olahan basah & kering
4	April	180	15.785.000	Olahan basah & kering
5	Mei	171	15.020.000	Olahan basah & kering
6	Juni	150,5	14.698.000	Olahan basah & kering
7	Juli	120	10.072.000	Olahan basah & kering
8	Agustus	115	10.400.000	Olahan basah & kering
9	September	234	31.096.000	Olahan basah & kering
10	Oktober	287,5	47.655.000	Olahan basah & kering
11	November	331,9	48.850.000	Olahan basah & kering
12	Desember	333,1	58.330.000	Olahan basah & kering
Jumlah		2,393	298.364.000	

### 3.6 Laba Bersih

Laba bersih adalah selisih antara seluruh pendapatan dan seluruh beban yang dihasilkan oleh perusahaan. Dalam hal ini MEFs menetapkan laba bersih 50% dari laba kotor. Berikut ini dipaparkan dalam Tabel 6.

**Tabel 6.** Laba Bersih Usaha Kelompok MEFs Foods & Snacks

No	Bulan	Produksi (Kg)	Laba Kotor (Rp)	Beban Usaha (Rp)	Laba bersih (Rp)
1	Januari	155	16.330.000	8.165.000	8.165.000
2	Februari	150	14.020.000	7.010.000	7.010.000
3	Maret	165	15.460.000	7.730.000	7.730.000
4	April	180	15.785.000	7.892.500	7.892.500
5	Mei	171	15.020.000	7.510.000	7.510.000
6	Juni	150,5	14.698.000	7.349.000	7.349.000
7	Juli	120	10.072.000	5.036.000	5.036.000
8	Agustus	115	10.400.000	5.200.000	5.200.000
9	September	234	31.096.000	15.548.000	15.548.000
10	Oktober	287,5	47.655.000	23.827.000	23.827.000
11	November	331,1	48.850.000	24.425.000	24.425.000
12	Desember	333,1	58.330.000	29.165.000	29.165.000
Jumlah		2.393	298.364.000	149.182.000	149.182.000

Tabel 6. di atas menjelaskan laba bersih yang didapat pada bulan januari sebesar Rp. 8.165.000, bulan february sebesar Rp.7.010.000, bulan maret sebesar Rp. 7.730.000, bulan april sebesar Rp.7.892.000, bulan mei sebesar Rp.7.510.000, bulan juni sebesar Rp.7.349.000, bulan juli

sebesar Rp.5.036.000, bulan agustus sebesar Rp. 5.200.000, bulan september sebesar Rp.15.548.000, bulan oktober sebesar Rp. 23.827.000, bulan november sebesar Rp.24.425.000, bulan desember sebesar Rp.29.165.000, dan pendapatan atau laba bersih yang didapatkan oleh MEFs Foods & Snacks per tahun sebesar Rp.149.182.000.

### *3.7 Analisis Pengembangan Ekonomi Kreatif Oleh-oleh Kuliner Khas Kalimantan Tengah di MEFs Foods & Snacks*

Industri Kecil Menengah (IKM) dengan nama Me and Friends (MEFs) ini merupakan sebuah industri rumahan yang bergerak di bidang kuliner pengolahan hasil perikanan yang berdiri sejak tahun 2012 dengan produk andalan aneka abon dan wadi ikan, dan memuat terobosan baru untuk memanfaatkan tulang dan kulit ikan. Tulang dan kulit ikan yang selama ini hanya dibuang begitu saja bahkan kadang diberikan untuk kucing, namun tidak demikian yang dilakukan di Palangka Raya Kalimantan Tengah. Tulang dan kulit ikan ternyata bisa bernilai ekonomi dan dapat dimanfaatkan.

Sesuai dengan Perda Provinsi Kalimantan Tengah No. 1 Tahun 2013 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, Industri kreatif yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu atau kelompok masyarakat untuk menciptakan kesejahteraan dengan pemanfaatan daya kreasi dan daya individu atau kelompok tersebut maka masyarakat Kalimantan Tengah dapat memanfaatkan ekonomi kreatif sebagai sumber pendapatan yang dapat mensejahterakan kehidupan.

Dengan demikian MEFs merupakan pelaku ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas dan pengetahuan melalui pemanfaatan daging, tulang dan kulit ikan dalam menggerakkan ekonomi. Dan dalam hal ini MEFs merupakan industri kecil menengah (IKM) yang masuk dalam ranah industri kreatif, sehingga sektor ini memaksimalkan potensi yang dimiliki anggota MEFs secara keseluruhan (Sumar'in et al., 2017).

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan 1, MEFs ini berada dibawah binaan Dinas perikanan Palangka Raya sejak tanggal 9 Januari 2016 silam dan MEFs juga didukung oleh Bank Indonesia dan Dinas Perindustrian dan Perdagangan, dibimbing oleh Penyuluh Perikanan Kecamatan Jekan Raya sehingga terbentuk MEFs Foods & Snacks yang cukup banyak dikenal masyarakat Palangka Raya. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Purnomo dalam bukunya Pilar Ekonomi Kreatif di Indonesia yang menjelaskan bahwa lembaga atau institusi terkait berperan dalam pengembangan industri kreatif, baik dalam pendanaan, fasilitas maupun binaan lainnya (Purnomo, 2016). Selain mendukung dan membina usaha MEFs, lembaga tersebut juga membantu dalam mempromosikan produk yang dihasilkan oleh MEFs dalam kegiatan-kegiatan seperti Kalteng Expo. Lembaga Dinas Kelautan dan Perikanan Kalimantan Tengah dalam kegiatan Kalteng Expo mengajak dan memperkenalkan kepada masyarakat secara bersama-sama mewujudkan masyarakat gemar makan ikan, agar sehat dan kuat menuju Kalteng Berkah, hal ini merupakan partisipasi lembaga yang turut untuk mengembangkan dan meningkatkan IKM tersebut. Lembaga lain seperti Bank Indonesia dan Desperindag mendukung dan membantu dalam penyediaan sarana dan prasarana produksi untuk membantu proses pengolahan dan produksi daging ikan.

Berdasarkan data hasil wawancara, MEFs merupakan produsen, distributor dan pemasok, dalam hal ini MEFs memproduksi berbagai jenis produk yang diolah dari daging, tulang dan kulit ikan, serta menyajikannya dalam bentuk kemasan dan dijual atau dipasarkan ke toko-toko serta mini market lainnya. Hal ini didukung oleh teorinya Indri & Darmawansyah (2013) dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif yang menjelaskan bahwa Ekonomi Kreatif adalah sistem individu dan atau kelompok masyarakat yang berkaitan dengan produksi, distribusi dan pertukaran barang dan jasa yang diciptakan dari ide dan kreasi melalui penggunaan kreativitas dan teknologi dari SDM yang bernilai kultural. Hal ini sudah pernah dilakukan di Kalimantan Barat dalam bentuk kuliner olahan nanas (Agato, 2016).

Berdasarkan data hasil wawancara, mengenai pengembangan usaha oleh-oleh Kuliner Khas Kalimantan Tengah, MEFs menjalankan strategi untuk mengembangkan usaha kelompoknya yaitu, menjamin ketersediaan pasokan bahan baku untuk pengolahan dan produksi daging ikan, meningkatkan jumlah produk, menyediakan mesin dan teknologi untuk mengolah bahan baku makanan, membuat akses pembiayaan fasilitas dan modal dari perbankan, Menawarkan lebih dari sebuah makanan yang disajikan atau yang di produksi seperti aneka abon ikan, wadi, amplang dan produk lainnya. Namun dalam menjalankan strategi tersebut, MEFs masih mengalami hambatan dan kendala dalam mengembangkan usahanya. Sedangkan dalam penelitian Hutabarat yang berjudul Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif adalah kolaborasi antara pilar Model Pengembangan Ekonomi Kreatif yaitu: a) strategi dalam aspek Industri, b) strategi dalam aspek teknologi, c) strategi dalam aspek sumber daya, d) strategi dalam aspek institusi, e) strategi aspek lembaga keuangan (Hutabarat, 2015). Strategi ini dapat dikembangkan di Kota Palangka Raya karena sesuai dengan permasalahan yang dihadapi. Maka terdapat lima strategi pengembangan analisis sebagai berikut. Pertama, strategi dalam aspek Industri, hal ini dapat dikembangkan dari berbagai jenis makan khas suku dayak kalimantan tengah yang dapat di olah menjadi jajanan (*snack*) yang menarik dan unik bagi pasar. Kedua, strategi dalam aspek teknologi, aspek teknologi yang dimaksud bisa dalam hal pengemasan yang dapat dikemas menjadi lebih kreatif dan menarik agar menjadi sesuatu yang *eyecatching* bagi konsumen, sehingga ini menjadi hal pertama yang membuat orang tertarik membelinya. Selain itu, pemasaran industri juga menjadi poin paling penting karena di era digital dewasa ini segala sesuatu selalu berkaitan dengan internet. Ketiga, strategi dalam aspek sumber daya, hal ini terkait sumber daya yang ada di dalam industri maka sumber daya yang ada dapat dikembangkan atau dibekali dengan bimtek agar menjadi lebih kompeten dibidangnya. Keempat, strategi dalam aspek institusi, industri dapat mengembangkan usaha melalui perluasan usaha yaitu membentuk reseller-reseller di berbagai daerah kabupaten yang ada di Kalimantan Tengah agar pasar tidak hanya berada di satu tempat saja. Kelima, strategi aspek lembaga keuangan, hal ini berkaitan dengan lembaga-lembaga di bidang keuangan yang dapat dijadikan sebagai tempat industri mengelola keuangan, agar tetap terjaga transparansinya, misalnya di Bank.

Selain strategi pengembangan dalam internal pengusaha kuliner itu sendiri, dibutuhkan juga peran dari ke 3 aktor penggerak dalam *Triple Helix*, yaitu: a) Pihak Akademik (*Intellectuals*), pihak akademis dapat dijadikan mitra dalam pengembangan produk MEFs karena dapat memberikan kontribusi dalam hal analisis pasar dan usaha, b) Pihak Pebisnis (*Business*), tentunya hal ini agar terjalin kerjasama antara sesama pebisnis terutama dapat saling bertukar pikiran tentang pengembangan bisnis, 3) Pihak Pemerintah (*Government*), hal ini sangat penting bagi segala industri kreatif daerah karena dengan melibatkan Pemerintah maka dapat membantu industri mendapatkan bantuan-bantuan dalam pengelolaan industri baik dari segi regulasi maupun teknis pengembangan usaha (Rabiatul Adawiyah et al., 2017). Dengan demikian maka akan semakin jelas strategi-strategi yang akan dilakukan MEFs dalam mengembangkan kuliner khas suku dayak Kalimantan Tengah, melalui beberapa indikator tersebut juga dapat menjadi peluang bagi MEFs sehingga dapat meningkatkan perekonomiannya. Hasil penelitian ini juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah yaitu bahwa ekonomi kreatif yang dilaksanakan memiliki efek *multyplier* terhadap masyarakat, karena telah berkontribusi bagi masyarakat, selain itu juga dapat mengembalikan nilai kearifan lokal, antara lain integrasi sektor ekonomi, terciptanya peluang usaha dan peningkatan pendapatan (Azizah & Muhfiatun, 2018).

Jadi dengan adanya MEFs Kota Palangka Raya ini juga memberikan efek *multyplier* yang berdampak pada masyarakat Kalimantan Tengah, walaupun masih perlu pengembangan yang *continue* sampai usaha ini mampu menjadi produk yang dapat lebih bersaing dengan produk nasional baik dari segi *pacakaging*, cita rasa dan keunikan yang otentik. Ini menjadi ciri khas dari ekonoi kreatif yang selalu memiliki nilai lebih dari yang lainnya (Sa'adah, 2015).

#### 4. Simpulan dan Saran

Langkah-langkah yang telah dilakukan oleh MEFs dalam pengembangan ekonomi kreatif oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah adalah menjamin ketersediaan pasokan bahan baku untuk pengolahan dan produksi produk, meningkatkan jumlah atau variasi produk, menyediakan mesin dan teknologi baru untuk mengolah bahan baku, membuat akses pembiayaan fasilitas dan modal dari perbankan dan dari lembaga terkait, menawarkan lebih dari sebuah makanan yang disajikan atau yang diproduksi. Dalam pengembangan ekonomi kreatif oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah di MEFs Food & Snacks belum berkembang secara maksimal sehingga omset penjualan ditahun 2018 pada bulan januari sampai bulan agustus mengalami peningkatan yang fluktuatif, sedangkan pada bulan September sampai bulan desember mengalami peningkatan drastic Masih kurangnya perhatian dan kontribusi pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif sektor kuliner usaha khususnya dari lembaga-lembaga terkait seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan, Dinas Perikanan, Program Sosial Bank Indonesia dan Dinas UMKM Kalimantan Tengah. Hendaknya kelompok usaha MEFs Food & Snacks mampu untuk mengembangkan usaha oleh-oleh kuliner khas Kalimantan Tengah dengan model pengembangan ekonomi kreatif sebagai berikut: Industri (*industry*), Dalam aspek industri kuliner usaha MEFs ini memiliki intensitas persaingan yang tinggi dibandingkan kuliner masa kini. Daya tawar *customer* dan *supplier* dapat dikatakan tinggi karena dilihat dari frekuensi kedatangan pelanggan tetap maupun baru serta sumber bahan baku dari pasar setempat. Maka diharapkan pemilik usaha MEFs ini agar selalu menciptakan inovasi produk yang baru, baik itu dalam hal cita rasa yang lebih bervariasi, bentuk packaging maupun pilihan jenis produk. Memang saat ini usaha MEFs ini sudah memanfaatkan zaman modern ini dalam hal pemasaran produk melalui jaringan internet, tetapi jaringan dan pemasarannya sebaiknya dapat lebih ditingkatkan lagi agar menjadi lebih luas. Pemerintah juga sebaiknya dapat memberikan koneksi internet agar dapat membantu para UMKM kuliner di klaster kuliner ini mempromosikan produknya memanfaatkan teknologi sosial media yang ada.

#### Daftar Rujukan

- Agato, K. L. B. (2016). Kulineri Olahan Nenas Bagi Kelompok Masyarakat Desa Dema Kalimantan Barat. *Teknologi Pangan: Media Informasi dan Komunikasi Ilmiah Teknologi Pertanian*.7(2), 57-61. <https://doi.org/10.35891/tp.v7i2.505>
- Arikunto, Suharsimi. (2013). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, S. N., & Muhfiatun, M. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus Handicraft dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (Study Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. 17(2), 63-78. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i2.1273>
- Bayumi, M. R., & Jaya, R. A. (2018). Building Integration And Interconnection In Islamic Economic System To Create Islamic Solutions In Solving Social Problems. *Share: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*. 7(1), 59-80. <https://doi.org/10.22373/share.v7i1.2293>
- Be Kraf. (2016). *Survei BPS dan Bekraf*. [www.bekraf.go.id/](http://www.bekraf.go.id/). <https://www.bekraf.go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif-2016>
- Boston's Creative Economy. (2011). Boston's Creative Economy. *BRA/Research*. <http://www.bostonplans.org/getattachment/01decb82-3ba5-4dea-a8d1-fdeaa39495d6/>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi, Edisi. Pertama*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hayati, M., & Wijayanti, D. E. (2019). Peran Dan Model Inkubator Bisnis Teknologi Terhadap Pengembangan Umkm Di Madura. *Agriekonomika*. 8(2), 219-228. <https://doi.org/10.21107/agriekonomika.v8i2.6012>

- Hendarmin, H., & Kartika, M. (2018). Pemetaan Ekonomi Kreatif Subsektor Kuliner di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*. 7 (1):58-71. <https://doi.org/10.26418/jebik.v7i1.24578>
- Hutabarat, L. R. F. W. M. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi dan Studi Pembangunan*. 7 (1),12-20. <http://journal.um.ac.id/index.php/jesp/article/view/5312>
- Indri, Limbong Allo, Darmawansyah., A. H. (2013). *Studi Kualitas Pelayanan Kesehatan Bagi Pasien Rawat Inap Peserta Asuransi Kesehatan Di Rumah Sakit Elim Rantepao Tahun 2013*. <https://adoc.tips/studi-kualitas-pelayanan-kesehatan-bagi-pasien-rawat-inap-pe.html>
- Moeneda, M. S., & Riofita, H. (2018). Pelatihan Kewirausahaan Ekonomi Kreatif Karang Taruna Tanah Putih Kabupaten Rokan Hilir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*. <https://doi.org/10.21009/jpmm.002.1.04>
- Peraturan Daerah Provinsi Kalimantan Tengah Nomor 1 Tahun 2013 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Tengah, Pub. L. No. Nomor 1 Tahun 2013 (2013).
- Permassanty, T. D., & Muntiani, M. (2018). Strategi Komunikasi Komunitas Virtual dalam Mempromosikan Tangerang Melalui Media Sosial. *Jurnal Penelitian Komunikasi*. 2(1), 44-62. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.523>
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. <http://www.nulisbuku.com/>  
<http://www.nulisbuku.com/>
- Putri, S. I., Yuliyardi, P. M., Al Gezon, Q., Febriani, M., & Putri, R. R. (2019). Peran Banyumas Kreatif dalam Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*. 3(1), 80-90. <https://doi.org/10.25077/jakp.3.1.80-90.2017>
- Rabiatul Adawiyah, W., Praptapa, A., & Mafudi. (2017). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Rural Tourism) Di Desa Papringan. *Prosiding Seminar Nasional dan Call for Paper*. 17 -18 November 2017. Purwokerto.
- Sa'adah, Z. (2015). Jati Diri Bangsa Dan Potensi Sumber Daya Konstruktif Sebagai Aset Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *Jurnal Economia*. 11(2), 150-160. <https://doi.org/10.21831/economia.v11i2.8239>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi, S. (2017). Efektivitas Model Prakarya dan Kewirausahaan Berbasis Ekonomi Kreatif Berdimensi Industri Keunggulan Lokal terhadap Keinovatifan Siswa. *Jurnal Cakrawala Pendidikan*. 36(2), 267 - 279 <https://doi.org/10.21831/cp.v36i2.12335>
- Sumar'in, S., Andiono, A., & Yuliansyah, Y. (2017). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan (JEBIK)*, 6(1), 1 - 17. <http://dx.doi.org/10.26418/jebik.v6i1.20721>
- Sumarno, A. (2012). *Penelitian Kausalitas Komparatif*. Surabaya: Elearning Unesa.
- Suryana. (2011). *Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Susilo, A. (2017). Analisis Perkembangan dan Peran Sektor Ekonomi Kreatif bagi Perekonomian Indonesia. *Seminar Nasional Pendidikan II 2017 (Pendidikan Akuntansi FKIP UMS) Implementasi Pendidikan Karakter Dalam Pembelajaran Ekonomi Untuk Menghasilkan Masyarakat Yang Berkarakter* *Ekonomi Ke-Indonesiaan*. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/8886?show=full>. 17 Juli 2017.
- Widiastuti, N., & Kartika, P. (2017). Penerapan Model Kelompok Usaha Kreatif Islami (Kukis) Dalam Pemberdayaan Perempuan Berbasis Pondok Pesantren. *Empowerment*. 6(2), 20-29. <https://doi.org/10.22460/empowerment.v6i2p20-29.546>
- Wulandari, N. S. (2016). *Analisis Perkembangan Industri Kreatif di Indonesia* [Universitas Sebelas Maret]. <https://digilib.uns.ac.id/dokumen/download/52955/MjI1NTc4/Analisis-Usaha-Industri-Kreatif-Di-Kota-Surakarta-abstrak.pdf>

Yusadi, Rofifah, Waluyo, Budi, & Deni Setyono. (2018). Rencana Aksi Pengembangan Industri Kreatif Kuliner Berbasis Media Online Di Kota Malang. *Jurnal Tata Kota dan Daerah*. 10 (2), 91-98 .<https://doi.org/10.21776/ub.takoda.2018.010.02.4>