

# **PERTUMBUHAN EKONOMI KREATIF SEBAGAI PENGGERAK INDUSTRI PARIWISATA**

*Sumarno Dwi Saputra*  
**Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta**

## **ABSTRAK**

*Modal utama dalam menghadapi era globalisasi adalah kreatifitas. Untuk membentuk nilai tambah yang khas, maka diperlukan adanya penampilan ekonomi kreatif., sehingga bisa menciptakan pasar di dunia global. Penyusunan perencanaan ekonomi kreatif dari pihak pemerintah melalui Departemen Perdagangan sangat bernilai demi pengembangan ekonomi kreatif, yang bisa dilakukan oleh UMKM. Dengan demikian dibutuhkan SDM yang kreatif yang ada dalam pengelolaan UMKM tersebut Ide ide kreatif inilah yang berlu dibentuk oleh UMKM, dengan dimotori oleh pemerintah dan personil dari Perguruan tinggi. Pengembangan di dalam ekonomi kreatif harus di fokuskan ke daerah daerah, perkotaan serta pada sentra sentra industri di setiap kota kabupaten. Di Indonesia yang banyak keunikan di masing masing kota dan masing masing kabupaten perlu dikembangkan UMKM melalui dengan cara pengembangan ekonomi Kreatif. Khusus daerah daerah wisata, seperti pantai, pegunungan, air terjun sangat menarik untuk dikembangkan di Indonesia, untuk menarik pada wisatawan. Pasar yang telah “ menanti” hasil ekonomi kreatif, yang telah di buat oleh pelaku UMKM sangat dibutuhkan pengembangannya oleh pelaku ekonomi dan di pandu pemerintah. Para turislah yang bisa dipakai sebagai “lahan basah” pasar, di era globalisasi ASIA.*

*Kata Kunci : kerajinan, ekonomi kreatif, pariwisata.*

## **PENDAHULUAN**

Indonesia yang sedang dalam gencar-gencarnya membangun, baik pembangunan ekonomi, pembangunan sosial budaya, politik dan keamanan, selalu berpacu dalam kemajuan bersama dengan rakyatnya. Pertumbuhan dengan memacu, sekitar 5,9 persen merupakan perwujudan, dan hasil kerja kita bersama. Dan bahkan diperkirakan akan bertumbuh dengan 6,2 persen tahn 2014 ini. Hal demikian juga di dukung oleh belanja pemerintah pusat yang terus-menerus mengalami peningkatan dari tahun demi tahun. Bahkan belanja dari pemerintah pusat tahun 2014, dengan RAPBN 1.230,3 triliun, pada hal pada tahun 2013 APBN dari pusat hanya 1.196,8.

Selain perkembangan RAPBN, maka pertumbuhan ekonomi nasional, juga ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, pada hal perekonomian daerah juga sangat bergantung pada Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Usaha yang masuk dalam kategori kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah merupakan urat nadi perekonomian daerah dan nasional. UMKM berjumlah sekitar 99 % dari populasi unit usaha, hal ini mampu untuk menampung lebih dari 92 % jumlah tenaga kerja. Bahkan sumbangan terhadap pertumbuhan ekonomi dari UMKM sebesar 3,0 persen, dan ini merupakan kemajuan pesat dan bahkan lebih tinggi dari laju pertumbuhan usaha besar.

Dengan perkembangan ini berarti bahwa UMKM merupakan sesuatu yang strategis untuk membina, mengembangkan dan mengembangkan UMKM (dan koperasi) Juga UMKM merupakan usaha yang “tahan banting” untuk menghadapi segala situasi, termasuk dalam kondisi krisis. UMKM menjadi usaha yang tangguh di tengah krisis ekonomi. UMKM akan memiliki efek multiplier yang cukup besar dalam perekonomian nasional. Diperkirakan 60% PDB terkait dengan sektor UMKM.

Sejalan dengan program pemerintah, sehingga pemerintah telah memberikan upaya-upaya pemberdayaan berupa kebijaksanaan, program dan kegiatan, sehingga akan semakin menguatkan sektor UKM ini, namun upaya tersebut masih bisa diupayakan sehingga menjadi optimum, yang akan mampu bersaing di era globalisasi dunia ini. Kini UMKM merupakan usaha yang masih sangat banyak peluang untuk berkembang, dan dengan perkembangannya akan mampu memberikan hasil yang optimal.

Produk-produk UMKM Indonesia dapat dijadikan andalan dalam perdagangan internasional, diantaranya produk kerajinan, produk hasil pertanian, tekstil, dan produk lainnya. Jawa Tengah yang merupakan daerah yang merupakan salah satu provinsi yang terkenal kaya akan budaya mampu menghasilkan berbagai macam kerajinan yang kreatif. Hal ini dapat disebutkan, seperti :tekstil, hasil pabrik, barang kulit, kayu dan anyam-anyaman serta barang dari batu. Barang-barang ini merupakan barang unggulan untuk ekspor, dan mampu untuk bersaing di kancah internasional. Produk tersebut merupakan hasil

UMKM yang bisa menyaingi produk dari pesaingnya. Produk tersebut merupakan produk yang harus dikembangkan dengan kreatif, dan dengan inovatif, serta diupayakan untuk meningkatkan kualitas usaha.

## **PEMBAHASAN**

### **A. Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)**

Pada era sekarang ini, maka perdagangan global merupakan satu hal yang tidak bisa dielakkan dari kemajuan teknologi. Teknologi informasi dan komunikasi bisa membuat batas wilayah sangat tidak terlihat. Batas daerah sering tidak bisa menghambat atas batas wilayah geografis. Keadaan teknologi yang maju dengan pesat, mengharuskan kita untuk mampu meningkatkan daya saing pada tingkat global. Dalam konteks globalisasi maka daya saing merupakan kunci utama agar bisa bersaing dan bertahan. Peningkatan daya saing tersebut, akan membutuhkan kreatifitas pelaku UMKM dan kualitas produk, serta kualitas manajemennya. Dengan kreatifitas tinggi akan mampu menciptakan produk dengan daya saing yang prima.

Dengan pengembangan ekonomi kreatif akan mampu untuk menjadikan pesaing akan terkikis dan hancur karenanya, karena ekonomi kreatif mampu untuk meyerap tenaga kerja, penambambahan pendapatan daerah, dan bahkan sampai dengan pencitraan wilayah di tingkat global (internasional). Pencitraan wilayah akan muncul ketika wilayah menjadi terkenal karena produk kreatif yang dihasilkan oleh daerah tersebut. Sebagai contohnya adalah daerah wilayah Klaten menghasilkan bibit Srikoyo Jumbo.

Perlu di jelaskan sebagai istilah dari Ekonomi Kreatif adalah : merupakan upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.(Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2008).Pengertian lain dapat disampaikan sebagai berikut:

Ekonomi kreatif: merupakan bagian integral dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Kegiatan ekonomi kreatif mencakup aspek berikut ini:

1. Periklanan
2. Arsitektur
3. Pasar barang seni
4. Kerajinan (handicraft)
5. Desain
6. Fashion
7. Film, video, dan fotografi
8. Permainan interaktif
9. Musik
10. Seni pertunjukan
11. Penerbitan dan percetakan
12. Layanan komputer dan piranti lunak
13. Radio dan televisi
14. Riset dan pengembangan.

Industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia, yang lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah.

Mengapa Ekonomi Kreatif perlu dikembangkan. Mari Elka Pangestu menyebutkan beberapa alasannya, sebagai berikut:

1. Memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan
2. Menciptakan iklim bisnis yang positif
3. Membangun citra dan identitas bangsa
4. Berbasis pada sumber daya yang terbarukan
5. Menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa.
6. Memberikan dampak sosial yang positif.

Pemahaman demi pemahaman atas pengembangan ekonomi kreatif menjelaskan bahwa dengan pengembangan ekonomi kreatif di setiap daerah, di Indonesia, akan mampu untuk menunjukkan di kancah internasional, karena

dimungkinkan bahwa masing-masing daerah memiliki keunggulan masing-masing yang mampu bertumbuh. Hal demikian sangat bergantung para pelaku bisnis (UMKM), pemerintah, dan pihak perguruan tinggi yang akan mampu memadukan sehingga ekonomi kreatif bisa dikembangkan di setiap daerah, di setiap kabupaten, kota dan provinsi. Dan bahkan melalui kegiatan sosial pun ekonomi kreatif akan bisa dikembangkan, dengan “ mempengaruhi “ masyarakat melalui kegiatan sosialnya. Negara Indonesia yang terkenal beragam suku dan budayanya sehingga bisa memungkinkan untuk mengembangkan ekonomi kreatif.

#### B. Ekonomi Kreatif dan Pengembangannya di Indonesia

Satu hal yang bisa dikembangkan melalui pengembangan wisata adalah dengan memulai memberikan pengertian atas Pariwisata itu sendiri. Pariwisata menurut UNESCO, 2009, adalah sebuah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan tujuan lainnya . dan Pemerintah Daerah.

Menurut UU No 10/2009 tentang Kepariwisata. Pariwisata adalah merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan dukungan oleh berbagai macam fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah.

Pelaku wisata adalah wisatawan. Ada wisatawan nusantara dan wisatawan manca negara.

Adapun komponen komponen kegiatan wisata seperti berikut ini.

1. Obyek dan daya tarik wisata
2. Transportasi dan infrastruktur
3. Akomodasi (tempat penginapan)
4. Usaha makanan dan minuman

5. Jasa pendukung lainnya, (contohnya biro perjalanan, penjualan cinderamata, informasi, jasa pemandu, kantor pos, bank, sarana penukaran uang, internet, wartel, tempat penjualan pulsa, salon, dan lain sebagainya).

Ada sapta pesona yang di canangkan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, yang setidaknya ada enam pesona, yaitu:

1. Aman
2. Tertib
3. Bersih
4. Indah
5. Ramah
6. dan Kenangan.

Pengembangan daerah wisata akan bisa dikembangkan dengan baik asalkan di kelola dengan sungguh-sungguh dan dengan kegigihan, sehingga akan merupakan kegiatan yang aman, tertib, bersih, indah ramah pelayannya,- sehingga ada kenangan yang tak terlupakan. Dan jika di sarikan harus memiliki tiga faktor

1. ada sesuatu yang bisa di lihat
2. ada sesuatu yang dapat dikerjakan
3. ada sesuatu yang dapat di beli.

Pemahaman dan persiapan demi berkembangnya ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata, maka diperlukan strategi seperti berikut ini.

1. meningkatkan peran seni dan budaya pariwisata
2. memperkuat keberadaan kluster-kluster industri kreatif
3. mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif
4. melakukan pemetaan aset yang dapat mendukung munculnya ekonomi kreatif
5. mengembangkan pendekatan regional, yaitu membangun jaringan antar kluster-kluster industri kreatif
6. mengidentifikasi kepemimpinan (*leadership*) untuk menjaga keberlangsungan dari ekonomi kreatif, termasuk dengan melibatkan unsur birokrasi sebagian dari *leadership* dan *fasilitator*

7. membangun dan memperluas jaringan di seluruh sektor
8. mengembangkan dan mengimplementasikan strategi, termasuk mensosialisasikan kebijakan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan pengembangan wisata wisata kepada pengrajin. Pengrajin harus mengetahui apakah ada insentif bagi pengembang ekonomi kreatif, ataupun pajak ekspor jika diperlukan.

#### C. Model pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam menggerakkan Sektor Wisata

Dalam penggerakan wisata akan di sinergikan dari ke tiga hal berikut ini

1. Cendekiawan, seperti Memberantas tiga buta:buta bahasa Inggris,- buta komputer,- buta internet.
2. Pemerintah, sebagai fasilitator dalam promosi, melakukan revitalisasi bahan baku, dan mengintensifkan bantuan modal usaha, melakukan pelatihan, kewirausahaan , pemasaran, dan menggiatkan riset
3. Bisnis (mengembangkan kapasitas usaha dengan cara mengikuti sosialisasi, workshop, produksi,- serta melakukan sistem lokomotif gerbong dari pengusaha besar ke pengusaha kecil.

#### D. Pengembangan Ekonomi Kreatif

Bagi UMKM dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata, bisa dilakukan pada antara lain:

1. Wisata alam gua
2. Air terjun
3. Wisata buatan
4. Wisata budaya
5. Wisata bangunan bersejarah
6. Masjid
7. Dan lain sebagainya.

Untuk pengembangannya ada banyak tantangan yang harus di hadapinya, seperti misalnya:

1. Manajemen ekonomi kreatif yang harus di sinergikan dengan sektor wisata.

2. Hal demikian maka diperlukan kualitas produk (pelayanan, enam aspek dari tujuh /sapta wisata.
3. Manajemen keuangan,- yang diperlukan kucuran dana untuk mengungkit dari pemerintah, yang sering masih menjadi tantangan.
4. Manajemen pemasaran, untuk membantu dalam promosi ke luarneгри, yang harus di fasilitasi oleh pemerintah.
5. Pelatihan dan pembentukan karakter dari pelaku bisnis(pelaku UMKM), yang selalu harus di pelopori/di fasilitasi oleh pemerintah.

### **KESIMPULAN**

Dalam mpengembangan sektor swasta, UMKM sangat diperlukan sinergi antara pemerintah, perguruan tinggi dan pelaku bisnis (pelaku UMKM). Pemerintah sebagai fasilitator dalam promosi, revitalisasi bahan baku, dan mengintensifkan bantuan modal usaha, dan memberikan pelatihan kewirausahaan dan mengikuti pelatihan-pelatihan,- dan UKMK (pelaku UKMK). Bisnis akan mengembangkan kapasitas usaha, self development. Para cendekiawan membantu meningkatkan kualitas pelaku UMKM.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) Pengembangan EkonomiKreatif Indonesia 2025 :Rencana pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025
- Pangestu, Mari Elka (2008) "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025" Disampaikan dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-20015 yang diselenggarakan pada Pekan Produksi Budaya Indonesia Indonesia.
- UNDP (2008) " Creative Economy Report 2008"