

**Caria Ningsih : Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi
Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi**

**SINERGITAS INDUSTRI KREATIF BERBASIS PARIWISATA DENGAN
STRATEGI PEMBANGUNAN INDUSTRI NASIONAL MENUJU GLOBALISASI**

***THE SYNERGY OF TOURISM-BASED CREATIVE INDUSTRY WITH NATIONAL
INDUSTRY DEVELOPMENT STRATEGY TOWARD GLOBALIZATION***

Caria Ningsih

Dosen Program Studi Manajemen Industri Katering

ABSTRAK

Pemerintah Indonesia telah membuat rencana industry nasional, dimana Indonesia memiliki banyak potensi sumber daya alam dan budaya yang dapat mensupport pembangunan industry nasional. Industri Ekonomi Kreatif merupakan salah satu industry potensial di Indonesia, dimana industri pariwisata sangat berkaitan erat dengan industry kreatif. Perlu ada senergi antara industry kreatif yang berbasis pariwisata dengan pembangunan industry nasional secara menyeluruh. Kompetensi sumber daya manusia perlu dipersiapkan untuk disesuaikan dengan kebutuhan lapangan kerja dan industry.

Kata Kunci : Strategi, Nasional, Industri, Kreatif, Pariwisata.

ABSTRACT

The Indonesia Government has made National Strategies of Industries, in which Indonesia has such potential natural and cultural resources that can be supported national industries development. Creative Industry is one of the potential industries in Indonesia, whereas Tourism Industry products relate with Creative Industry closely. There is should be a synergist between Creative Industries base on Tourism with national industries development as a whole. Human resources competency must be prepared according with job field and industries requirement.

Keywords: National, Strategies, Industries, Creative, Tourism.

PENDAHULUAN

Isu-isu globalisasi dan liberalisasi ekonomi dunia terkait sektor industri bergerak begitu pesat. Secara jelas terlihat bahwa negara-negara maju cenderung lebih siap memanfaatkan peluang tersebut dibandingkan negara-negara berkembang. Oleh karena itu perlu ada proses industrialisasi untuk mendukung pembangunan ekonomi nasional, sekaligus mengantisipasi dampak negatif globalisasi dan liberalisasi ekonomi dunia. Sebuah negara harus menentukan arah dan kebijakan yang jelas, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Pemerintah Indonesia telah membuat Dokumen Industri Nasional. Kebijakan Industri Nasional tersebut mencakup Bangun Industri Nasional, Strategi Pembangunan Nasional dan Fasilitas Pemerintah. Kebijakan Industri Nasional disusun bersama seluruh pemangku kepentingan, yaitu Kamar Dagang dan Industri (KADIN), Lembaga Pendidikan, lembaga Litbang, daerah dan sebagainya (Lampiran Pepres No.28 Tahun 2008).

Industri dalam UU No. 5 Tahun 1984 tentang Perindustrian didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang mengolah bahan mentah, bahan baku, barang setengah jadi

dan/atau barang jadi menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi untuk penggunaannya, termasuk kegiatan rancang bangun dan perekayasaan industri. Industri Nasional yang tangguh ditujukan untuk mencakup kemampuan produksi nasional semua sektor (primer, sekunder dan tersier). Namun pada Pepres no. 28 Tahun 2008, lingkup kebijakan yang dirumuskan dibatasi hanya untuk sektor Industri Pengolahan (Manufaktur) Non-migas, beserta sektor industri jasa yang sangat erat terkait. Sektor industri migas diatur secara khusus dalam peraturan perundang-undangan bidang Energi dan Sumber Daya Alam, sedangkan sektor industri jasa lainnya diatur tersendiri dalam peraturan perundang-undangan di bidang sektoral. (ibid)

Potensi Sumber Daya Indonesia sebagai Pendukung Industri

Indonesia memiliki sumber daya alam yang sangat potensial untuk menumbuhkan-kembangkan industri berbasis sumber daya alam dan manusia. Sumber daya alam tersebut antara lain cadangan hutan produksi yang beragam dan perkebunan; potensi sumber daya kelautan dan perikanan; potensi migas sebagai bahan baku industri petrokimia dan industri lainnya; potensi mineral dan batubara dan lain sebagainya.

Selain sumber daya alam, secara geostrategis Indonesia memiliki posisi yang strategis dan berada di posisi silang antara benua dan samudera, sehingga dapat mengakomodasi kepentingan dan kerjasama saling menguntungkan dengan berbagai negara di sekelilingnya. Indonesia yang terdiri dari ribuan pulau yang tersebar lokasinya dan penduduk yang besar merupakan pasar yang besar bagi berbagai industri sandang, industri pangan, industri perkapalan, industri kedirgantaraan, industri kendaraan darat darat dan sebagainya. Faktor keragaman dan jumlah penduduk Indonesia yang besar pun menjadi modal tumbuh dan

berkembangnya industri (khususnya industri kecil dan menengah) yang berbasis tenaga kerja, namun juga berpeluang bagi tumbuhnya sektor industri yang berbasis padat ilmu pengetahuan dan pengetahuan (IPTEK) dan daya kreatif.

Pada tahun 2025, industri nasional diharapkan mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Lampiran Pepres No. 28 Tahun 2008):

- a. Industri manufaktur sudah Masuk Kelas Dunia (*World Class*);
- b. Potensi pertumbuhan dan struktur yang kuat, dan *Prime Mover* Ekonomi;
- c. Kemampuan yang seimbang dan merata antar Skala Usaha;
- d. Peranan dan kontribusi industri tinggi terhadap Ekonomi Nasional;
- e. Struktur industri dari berbagai aspek untuk mendukung pembangunan berkelanjutan.

Bangun industri masa depan dikembangkan terpadu dengan pengembangan sektor pertanian, kelautan, kehutanan, pertambangan, sumber daya manusia industrial serta pengembangan kemampuan penelitian dan pengembangan, termasuk pengembangan jasa pendukung, rancang bangun dan perekayasaan industri. Strategi Pembangunan Industri Nasional berbasis roadmap industri daerah.

Industri Kreatif

Industri kreatif saat ini cukup mendapat perhatian khusus, karena dianggap mampu berkontribusi secara pendapatan nasional maupun daerah dan cukup mampu menyerap tenaga kerja. Setidaknya ada 14 subsektor industri kreatif yakni fesyen, pasar seni dan barang antik; permainan interaktif; film, video dan fotografi; kerajinan; musik; desain; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; riset dan pengembangan; layanan komputer dan piranti lunak; penerbitan dan percetakan, serta arsitektur. Ke depan direncanakan subsektor kuliner akan masuk ke dalam subsektor industri kreatif.

Caria Ningsih : Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi

Gambar 1.1
Empat belas Subsektor Ekonomi Kreatif



Sumber : Studi Industri Kreatif Indonesia, 2009.

Setidaknya ada tiga pihak yang terlibat di dalam tiga pilar pendukung ekonomi kreatif, mulai mengimplementasi industri kreatif dengan menghasilkan *creativepreneur*, sehingga mereka dapat melakukan bisnisnya dengan baik. Terkait dengan hal tersebut, maka untuk dapat lebih mengkomersilkan ekonomi kreatif, maka pemerintah, dunia usaha, dan intelektual mulai harus bekerjasama, termasuk dengan lembaga perbankan, sambil juga memperhatikan aspek teknologi dan sumber daya, serta mengupayakan terjadinya ruang publik yang dapat menjadi ajang bagi kreasi. Termasuk di dalamnya juga adalah aspek pemasaran yang diharapkan juga dapat terjawab di dalam forum diskusi grup, yang melibatkan Bank Indonesia, Kementerian Keuangan, dan lembaga perbankan. Mari menambahkan, ada pemikiran apakah nantinya dimungkinkan Kredit Usaha rakyat (KUR) disalurkan melalui pengembangan ekonomi kreatif." (Mari Pangestu, 2010)

Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Pariwisata

Menurut Leiper (1981), pariwisata adalah suatu sistem terbuka dari unsur-unsur yang saling berinteraksi dalam suatu lingkungan yang luas, mulai dari unsure manusia seperti wisatawan, tiga unsur geografis: negara asal wisatawan, negara

yang dijadikan tempat transit dan daerah tujuan wisata, serta unsur ekonomi, yaitu industri pariwisata.

Walaupun di kalangan pakar masih banyak yang memperdebatkan apakah pariwisata merupakan suatu industri. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Robert Christie Mill and Alastair M. Morrison (1984:xvii) dalam buku "*The Tourism System: An Introduction Text*", menyatakan "Pariwisata merupakan suatu gejala atau fenomena yang sukar dijelaskan. Kita dapat salah mengartikan pariwisata sebagai suatu industri. Ide sebenarnya untuk memberikan satu kesatuan ide tentang pariwisata, sehingga dengan demikian kesannya dilihat dari sudut pandang politis dan ekonomis akan lebih menarik dan mendapat dukungan orang banyak." (Oka A. Yoeti :2008)

Namun demikian kondisi di lapangan menunjukkan produk pariwisata diperjualbelikan antarnegara melalui bursa pariwisata yang diselenggarakan tiap tahun, yaitu suatu forum yang mempertemukan permintaan dan penawaran, seperti ITB Berlin misalnya. Di mana secara realita ada kelompok perusahaan yang secara langsung memberikan layanan kepada wisatawan bila datang berkunjung ke daerah objek wisata tertentu. Masing-masing perusahaan yang membentuk industri pariwisata adalah perusahaan jasa (*service industry*) yang masing-masing bekerja sama menghasilkan produk (barang dan jasa) yang dibutuhkan wisatawan dalam perjalanan wisata. Oleh karena itu secara ekonomi, industri pariwisata disebut "*product lines*", di mana masing-masing produk melengkapi produk lain untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan. Adapun factor-faktor industri pariwisata meliputi kekayaan alam (*natural resources*), modal (*capital*), tenaga kerja (*man power*) dan keterampilan (*skill*). (Oka A. Yoeti : 2008) Industri pariwisata tidak dapat berdiri sendiri seperti industri baja dan tekstile, di mana industri pariwisata

merupakan industri yang bersifat tidak berwujud (intangible).

Seiring dengan perkembangannya, industri pariwisata berdampak positif terhadap perekonomian. Dimana 14 subsektor industri kreatif sangat berkaitan erat dan menjadi bagian yang beririsan dengan produk industri pariwisata.

Secara spesifik industry pariwisata harus terdiri dari unsure-unsur yang mendukung keberhasilan pariwisata sebagai sebuah industry, dimana unsure-unsur tersebut meliputi: akomodasi perhotelan, restoran, rumah makan dan lainnya, air line, bus, penyewaan mobil, taksi, biro perjalanan wisata, daya tarik wisata (*touristattraction*), unsure-unsur seni dan budaya, pusat-pusat rekreasi, taman nasional, *shopping center* dan *souvenirshop*, organisasi pariwisata (pemerintah dan swasta), yang dibangun sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. (Oka A Yoeti, 2008)

Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Pariwisata Sinergi dengan Strategi Industri Nasional

Saat ini telah tersusun 35 Roadmap Pengembangan Klaster Industri Prioritas, yakni (Kemenperin, 2012):

1. Industri Agro, terdiri atas: (1) Industri pengolahan kelapa sawit; (2) Industri karet dan barang karet; (3) Industri kakao; (4) Industri pengolahan kelapa; (5) Industri pengolahan kopi; (6) Industri gula; (7) Industri hasil Tembakau; (8) Industri pengolahan buah; (9) Industri furniture; (10) Industri pengolahan ikan; (11) Industri kertas; (12) Industri pengolahan susu.
2. Industri Alat Angkut, meliputi: (13) Industri kendaraan bermotor; (14) Industri perkapalan; (15) Industri kedirgantaraan; (16) Industri perkeretaapian.
3. Industri Elektronika dan Telematika: (17) Industri elektronika; (18) industri telekomunikasi; (19) Industri komputer dan peralatannya

4. Basis Industri Manufaktur, mencakup:
 - Industri Material Dasar: (20) Industri besi dan baja; (21) Industri Semen; (22) Industri petrokimia; (23) Industri Keramik
 - Industri Permesinan: (24) Industri peralatan listrik dan mesin listrik; (25) Industri mesin dan peralatan umum.
 - Industri Manufaktur Padat Tenaga Kerja: (26) Industri tekstil dan produk tekstil; (27) Industri alas kaki;
5. Industri Penunjang Industri Kreatif dan Kreatif Tertentu: (28) Industri perangkat lunak dan konten multimedia; (29) Industri fashion; (30) Industri kerajinan dan barang seni.
6. Industri Kecil dan Menengah Tertentu: (31) Industri batu mulia dan perhiasan; (32) Industri garam rakyat; (33) Industri gerabah dan keramik hias; (34) Industri minyak atsiri; (35) Industri makanan ringan.

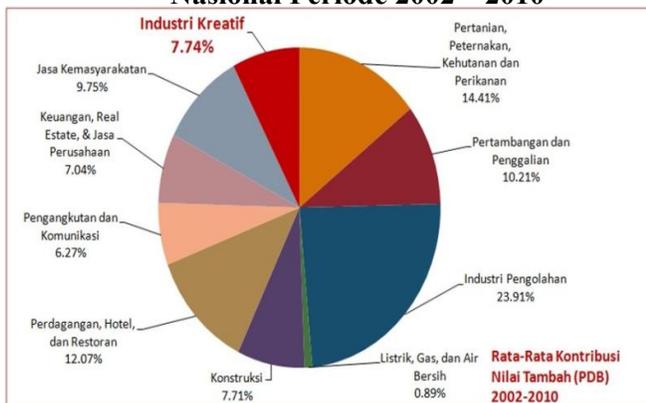
Dalam jangka panjang, pembangunan industri harus memberikan sumbangan sebagai berikut:

- a) Mampu memberikan sumbangan nyata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat.
- b) Membangun karakter budaya bangsa yang kondusif terhadap proses industrialisasi menuju terwujudnya masyarakat modern, dengan tetap berpegang pada nilai-nilai luhur bangsa;
- c) Menjadi wahana peningkatan kemampuan inovasi dan wirausaha bangsa di bidang teknologi industry manajemen, sebagai ujung tombak pembentukan daya saing industry nasional menghadapi era globalisasi/liberalisasi ekonomi dunia;
- d) Mampu ikut menunjang pembentukan kemampuan bangsa dalam pertahanan diri dalam menjaga eksistensi dan keselamatan bangsa, serta ikut menunjang penciptaan rasa aman dan tentram bagi masyarakat.

Caria Ningsih : Sinergitas Industri Kreatif Berbasis Pariwisata dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi

Pemerintah Indonesia telah melancarkan kegiatan Indonesia Kreatif 2009 sebagai salah satu implementasi dari cetak biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Unggulan 2009-2025. Ekonomi kreatif adalah wujud dari upaya untuk mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreatifitas serta iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki sumber daya yang terbarukan. Kegiatan dipayungi oleh Tahun Indonesia Kreatif meliputi kegiatan yang dilakukan Pemerintah (pusat dan daerah), intelektual dan inisiatif kegiatan oleh komunitas-komunitas kreatif di berbagai daerah (Deperindag, 2008; Depbudpar, 2009)

Gambar 1.2
Kontribusi Sektor-sektor Ekonomi Nasional Periode 2002 – 2010



Sumber : Simarmata, 2011

Berdasarkan gambar 1.2, maka di antara sektor-sektor ekonomi nasional sendiri, kontribusi nilai tambah industri kreatif sangat signifikan. Sektor Industri Kreatif menempati peringkat ke-6 dari 10 sektor perekonomian, di bawah sektor (1) Industri Pengolahan; (2) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan; (3) Perdagangan, Hotel dan Restoran; (4) Pertambangan dan Penggalian; dan (5) Jasa Kemasyarakatan. Kontribusi nilai tambah industri kreatif lebih tinggi dari kontribusi (1) Sektor Konstruksi (7,71%); (2) Keuangan; Real Estate & Jasa Perusahaan (7,04%), (3) Pengangkutan dan

Komunikasi (6,27%); serta (4) Listrik; Gas dan Air Bersih (0,89%). Bahkan dari sisi penyerapan tenaga kerja, sektor Industri Kreatif menempati peringkat ke-5 dari 10 sektor ekonomi nasional.

Namun demikian seringkali terjadi hubungan yang kontraproduktif antara industri pariwisata dengan industry yang lain. Di mana industri pengolahan atau industri umumnya memberikan dampak yang signifikan terhadap jasa wisata, seperti dampak pencemaran lingkungan oleh limbah industri berpengaruh negatif yang signifikan terhadap penurunan jumlah wisatawan yang cenderung akan mencari objek wisata yang aman, nyaman dan ramah lingkungan. Oleh karena itu banyak pihak yang menyatakan bahwa industri pengolahan selayaknya tidak berdekatan dengan sector jasa wisata, namun lebih dekat pada industri produk kreatif. (Iwan Nugroho : 2011)

Di sinilah diperlukan peran strategis dan sinergitas seluruh elemen penyokong industri, baik dari sisi ketersediaan bahan baku, sarana dan prasarana pendukung serta tenaga kerja berkualitas. Dimana secara kebutuhan SDM, maka perlu didorong adanya ketersediaan sarana pendidikan dan pelatihan bagi pengembangan SDM industri. Di sisi yang lain pemerintah pusat dan daerah perlu membuat roadmap dan pemetaan wilayah yang tepat dalam upaya pembangunan industri seluruh bidang prioritas secara berkesinambungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Iwan Nugraha, 2011, Ekowisata dan Pembangunan Berkelanjutan, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Kemendag, 2012, 14 Sektor Industri Kreatif, Departemen Perdagangan RI, Jakarta.
- Mari Pangestu, 2010, Sektor Kuliner Dipertimbangkan Masuk Pengembangan Industri Kreatif, Bussines News, Jakarta

Lampiran Peraturan Presiden RI Nomor 28 Tahun 2008, 2008, *tentang Kebijakan Industri Nasional*, Deputi Sekretaris Kabinet Bidang Hukum, Jakarta.

Oka A. Yoeti, 2008, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, PT Pradnya Paramita, Jakarta.

Oka A. Yoeti, 2008, *Ekonomi Pariwisata*, *Introduksi, Informasi dan*

Implementasi, Buku Kompas, Jakarta.

Peraturan Presiden RI Nomor 28 Tahun 2008, 2008, *tentang Kebijakan Industri Nasional*, Deputi Sekretaris Kabinet Bidang Hukum, Jakarta.

Rakesh Mohan, 2004, *Finance for Industrial Growth*, Reserve Bank of India Buletin edition March 2004, India.