

PENGEMBANGAN MODEL WISATA EDUKASI-EKONOMI BERBASIS INDUSTRI KREATIF BERWAWASAN KEARIFAN LOKAL UNTUK MENINGKATKAN EKONOMI MASYARAKAT

Anak Agung Gede Agung

Jurusan Teknologi Pendidikan FIP UNDIKSHA
Singaraja, Indonesia

E-mail: agung2056@yahoo.co.id

Abstrak

Eksistensi industri kreatif sampai saat ini belum banyak melakukan kiat untuk mengedukasi para konsumen agar kelak mereka mampu menjadi kreator-kreator baru pembuka lapangan kerja di masa depan. Jika harapan itu terwujud, maka persentase angka pengangguran dapat ditekan dan angka pekerja produktif semakin meningkat. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat. Populasi penelitian ini merupakan kelompok usaha kecil bidang industri kreatif yang tersebar di seluruh kabupaten di provinsi Bali. Sampel penelitian diambil secara purposif, didasarkan pada tingkat perkembangan industri kreatif di daerah Bali yaitu maju, sedang berkembang dan baru tumbuh. Data penelitian dikumpulkan melalui studi lapangan, studi dokumen, observasi, angket, dan wawancara, dan selanjutnya dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa usaha industri kreatif di Bali pada umumnya: (1) sangat tergantung pada kemampuan bekerjasama (sinergisitas) dengan pihak terkait, kemampuan merangkaikan ide-ide kreatif, kemampuan mengkaitkan dengan kebutuhan pasar (konteks) dan menciptakan nilai tambah, melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru, memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya, bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali, memiliki potensi daya tarik wisata untuk di kunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari, (2) mengalami masalah terkait dengan sumber daya insani, (3) iklim dan dukungan dari pihak terkait terhadap usaha industri kreatif cukup baik, (4) mendapat sambutan positif dari masyarakat, namun kurang dalam hal keberlanjutan program, publikasi dan promosi.

Kata kunci: ekonomi kreatif, usaha industri kreatif, wisata edukasi, kearifan lokal.

Abstract

The purpose of this article is to present the results of a field study research entitled Development of Economic and Education Tourism Model Based on Local Wisdom oriented Creative Industries. The study population was groups of creative industry businesses scattered throughout the district in the province of Bali. Samples were

taken purposively, based on the level of development of the creative industries are developed, developing and emerging. The research data were collected through field studies, study documents, observations, questionnaires, and interviews, and then analyzed descriptively. The results showed that the creative industry businesses in Bali in general: (1) is highly dependent on the ability to cooperate (synergy) with the related parties, the ability to weave creative ideas, the ability to relate to the needs of the market (the context) and the ability to create added value, make adjustments to environment and new technology, attention to the preservation of natural and cultural environment, characterized by cultural wisdom and the nature of Bali, has the potential tourist attraction to visit, to be bought and once learned, (2) having problems related to human resources, (3) support of the creative industries related to business pretty well, (4) received a positive response from the public, but less in terms of sustainability programs, publications and promotional.

Keywords: creative economy, creative industries businesses, educational tourism, local wisdom.

PENDAHULUAN

Perilaku kreatif menjadi tuntutan dalam menghadapi persaingan hidup pada era globalisasi. Telah diakui pula bahwa kreativitas merupakan modal utama dalam menghadapi tantangan global pada abad ke 21 ini. Kreativitas adalah pola pikir (mental model), sikap (*character*) dan aksi (action) yang merangsang inovasi, komitmen, originalitas dan transformasi untuk membangun diri (*self actualization dan living organization*) secara berkesinambungan dalam berbagai aspek kehidupan demi peningkatan kualitas kehidupan. Kreativitas dalam segala bidang, termasuk dalam bentuk-bentuk ekonomi kreatif, yang selalu tampil dengan nilai tambah yang khas, menciptakan "pasar" baru yang luar biasa, dan berhasil menyerap tenaga kerja serta pemasukan ekonomis yang menjanjikan.

Departemen Perdagangan Republik Indonesia memanfaatkan momentum ini dengan menyusun Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-

2015. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif, diperlukan sejumlah SDM yang berkualitas dengan daya inovatif dan kreativitas yang tinggi. Namun, di samping kebutuhan akan SDM yang berkualitas, pengembangan ekonomi kreatif juga membutuhkan ruang atau wadah sebagai tempat penggalian ide, berkarya, sekaligus aktualisasi diri dan ide-ide kreatif.

Walaupun tidak menghasilkan produk dalam jumlah banyak, industri kreatif mampu memberikan kontribusi positif yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Departemen Perdagangan (2008) mencatat bahwa kontribusi industri kreatif terhadap PDB di tahun 2002 hingga 2006 rata-rata mencapai 6,3% atau setara dengan 152,5 trilyun jika dirupiahkan. Industri kreatif juga sanggup menyerap tenaga kerja hingga 5,4 juta dengan tingkat partisipasi 5,8%. Dari segi ekspor, industri kreatif telah membukukan total ekspor 10,6% antara tahun 2002 hingga 2012.

Merujuk pada angka-angka tersebut di atas, ekonomi kreatif sangat potensial dan penting untuk dikembangkan di Indonesia. Pangestu (2008) dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 menyebutkan beberapa alasan mengapa industri kreatif perlu dikembangkan di Indonesia. Alasan yang dimaksud antara lain: (1) memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, (2) menciptakan iklim bisnis yang positif, (3) membangun citra dan identitas bangsa, (4) berbasis kepada sumber daya yang terbarukan, (5) menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa, (6) memberikan dampak sosial yang positif (Simposium Nasional Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif 2010: 55).

Hampir semua daerah di Indonesia, dengan sejumlah keunikannya, memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai kota-kota kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan seiring dengan pengembangan wisata.

Bali sebagai salah satu tujuan wisata utama di Indonesia sebenarnya telah memiliki cukup banyak ruang kreatif, yaitu zona-zona wisata itu yang terkenal. Juga memiliki atraksi wisata berbasis budaya unggulan yang dapat menjadi sumber ide-ide kreatif yang tidak akan pernah habis untuk dikembangkan. Proses kreativitas seperti pembuatan souvenir dapat menjadi atraksi wisata tersendiri yang memberikan nilai tambah. Sementara di sisi lain, pasar yang menyerap produk ekonomi kreatif telah tersedia, yaitu melalui turis atau wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata.

Wisatawan yang datang ke Bali dalam empat tahun terakhir mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Wisatawan yang datang ke Bali Tahun 2010 sebanyak 4.646.343, Tahun 2011 sebanyak 5.675.121, dan Tahun 2012 sebanyak 6.063.558 (Dinas Pariwisata Propinsi Bali, 2012). Data tersebut menunjukkan bahwa Bali mempunyai daya tarik tinggi sehingga perlu dijaga, dikembangkan, dan dilestarikan. Produk, pengelolaan, dan layanan pariwisata pada destinasi-destinasi di Bali perlu dioptimalisasi sehingga memberi dampak kepada semua pihak, terutama pada pertumbuhan ekonomi.

Ditengah besarnya harapan terhadap potensi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata di Indonesia terutama dalam rangka untuk meningkatkan perekonomian rakyat, masih ditemukan banyak masalah yaitu:

1. Lemahnya koordinasi, untuk meningkatkan komitmen, sinergi, dan keterpaduan langkah para pemangku kepentingan dalam mengembangkan produk budaya Indonesia sebagai kekuatan ekonomi nasional yang handal;
2. Lemahnya pemahaman masyarakat dan pemangku kepentingan terhadap industri kreatif, apresiasi terhadap kreativitas, koordinasi pengembangan, lemahnya jejaring kreatif serta entrepreneurship kreatif;
3. Kurangnya media informasi dan sosialisasi, yang menginformasikan perkembangan dunia kreatif Indonesia, serta mensosialisasikan pentingnya jiwa *entrepreneur* dalam setiap insan kreatif untuk dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan

- menyerap tenaga kerja demi kesejahteraan bangsa;
4. Kurangnya media apresiasi dan promosi, yang memberikan apresiasi terhadap insan kreatif berprestasi dengan memanfaatkan kearifan lokal, baik budaya lokal maupun bahan baku, serta mempromosikan kandungan nilai kreativitas yang tinggi yang dihasilkan para insan kreatif Indonesia;
 5. Kurangnya media jejaring dan kolaborasi, yang membuka peluang jejaring dan kolaborasi antar sesama pelaku kreatif, serta dengan elemen lainnya, termasuk komunitas;
 6. Kurangnya media edukasi dan advokasi yang memberikan pelatihan-pelatihan untuk memulai usaha di bidang kreatif, serta memberikan advokasi untuk memajukan usaha di bidang kreatif;

Untuk memecahkan masalah tersebut di atas, dan dalam rangka memberikan sumbangan pikiran ilmiah yang berbasis data, maka sangat mendesak diadakan penelitian yang berjudul: Pengembangan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat”, dengan tujuan khusus penelitian pada tahap awal dari penelitian yang rencananya selama dua tahun adalah untuk melakukan eksplorasi, dalam konteks melakukan pemetaan terhadap *output* dan *outcome* segenap kreativitas yang muncul dan tumbuh kembang di Bali terutama dalam pemilahan 14 subsektor ekonomi kreatif yang potensial sebagai penggerak wisata edukasi-ekonomi yang berwawasan kearifan local.

METODE

Secara keseluruhan sesuai dengan tujuan umum penelitiannya maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian pengembangan yang menggunakan siklus mulai analisis, desain, evaluasi, dan revisi (Plomp, 2010). Namun untuk penelitian pada tahap awal di tahun pertama metode studi lapangan dengan tujuan melakukan pemetaan terhadap *output* dan *outcome* segenap kreativitas yang muncul dan tumbuh kembang di Bali terutama dalam pemilahan 14 subsektor ekonomi kreatif yang potensial sebagai penggerak wisata edukasi-ekonomi berbasis industri kreatif yang berwawasan kearifan lokal. Subjek penelitian dalam hal ini adalah kelompok masyarakat pelaku industri kreatif, tokoh masyarakat, pimpinan desa dinas dan adat, dinas pariwisata dan kebudayaan kabupaten, dinas pendidikan di propinsi Bali.

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Bali, di 9 kabupaten/kota yaitu Denpasar, Badung, Gianyar, Klungkung, Bangli, Karangasem, Buleleng, Tabanan dan Jembrana. Hal ini dilakukan karena potensi Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal tersebar merata di seluruh kabupaten/kota di Bali. Populasi penelitian merupakan kelompok usaha kecil bidang industri kreatif yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di provinsi Bali. Sampel penelitian diambil dengan teknik purposif didasarkan atas pertimbangan daerah yang industri kreatifnya tergolong **maju** seperti Kabupaten Gianyar dan Denpasar, **sedang** berkembang seperti Kabupaten Klungkung dan Bangli, sedangkan daerah yang **baru tumbuh** seperti

Kabupaten Buleleng. Berhasil dipilih 11 Kelompok Industri Kreatif yang tersebar di kabupaten tersebut yang bergerak di bidang agrowisata, kerajinan bambu, kosmetik herbal, wisata alam, seni pertunjukkan, kerajinan tenun, kerajinan ukir kayu, dan kerajinan tangan. Data penelitian dikumpulkan melalui studi lapangan, studi dokumen, observasi, angket, dan wawancara, dan selanjutnya dianalisis secara deskriptif.

Jenis data berupa (1) Karakteristik Usaha, (2) Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Insani, (3) Iklim dan Dukungan Lingkungan, dan (4) Apresiasi Kreativitas Insani yaitu empat kunci utama pengembangan keunggulan Model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif dalam rangka meningkatkan ekonomi masyarakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, yang dilanjutkan dengan observasi, dan wawancara.

Data penelitian ini dalam bentuk kualitatif dan kuantitatif. Data ini dianalisis secara deskriptif, dengan rangkaian kegiatan yaitu reduksi data, penyajian data, penafsiran data, dan menarik kesimpulan (Miles dan Huberman, 1992). Dalam analisis data

ini dilakukan penggolongan dalam kategori, konsep, proposisi atau tema-tema tertentu. Setelah itu diadakan interpretasi, yakni memberikan makna dan menjelaskan kategori, pola dan mencari keterkaitan dalam upaya menjawab masalah penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kuesioner terhadap ke empat aspek yang menjadi fokus penelitian yaitu (1) Karakteristik Usaha, (2) Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Insani, (3) Iklim dan Dukungan Lingkungan, dan (4) Apresiasi Kreativitas Insani, dapat dicermati pada tabel 1. Dari tabel tersebut dapat dijelaskan bahwa jumlah responden terdiri atas 11 perusahaan industri kreatif skala kecil yang mewakili daerah kabupaten/kota kategori maju, sedang berkembang dan baru tumbuh, yang bergerak di bidang agrowisata, kerajinan bambu, kosmetik herbal, wisata alam, seni pertunjukkan, kerajinan tenun, kerajinan ukir kayu, dan kerajinan tangan. Angka dalam tabel menyatakan prosentase jumlah responden kelompok industri kreatif yang menyatakan "ya" atau kesetujuan mereka terhadap kondisi mereka sebenarnya.

Tabel 1. Data tentang Karakteristik Usaha, Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Insani, Iklim dan Dukungan Lingkungan, serta Apresiasi Kreativitas Insani

| No | Pernyataan | Ya |
|----|--|-----|
| | I. Karakteristik Usaha | % |
| 1. | Bidang usaha kami sangat ditentukan oleh kemampuan dalam bekerjasama (sinergisitas) dengan pihak terkait | 91 |
| 2. | Bidang usaha kami sangat ditentukan oleh kemampuan melakukan sintesis (merangkaikan) ide-ide kreatif | 100 |
| 3. | Bidang usaha kami sangat ditentukan oleh kemampuan mengkaitkan dengan kebutuhan pasar (konteks) dan menciptakan nilai tambah | 100 |

| No | Pernyataan | Ya % |
|--|--|------|
| I. Karakteristik Usaha | | |
| 4. | Bidang usaha kami sangat ditentukan oleh kemampuan melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru | 91 |
| 5. | Bidang usaha kami sangat memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya | 100 |
| 6. | Bidang usaha kami sangat berkaitan dan bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali | 100 |
| 7. | Bidang usaha kami memiliki potensi daya tarik wisata untuk di kunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari | 100 |
| II. Kualitas dan Kuantitas Sumber Daya Insani | | |
| 8. | Staf dan karyawan kami umumnya termasuk manusia yang pekerja keras | 91 |
| 9. | Staf dan karyawan kami umumnya termasuk manusia yang kreatif | 82 |
| 10. | Staf dan karyawan kami masih memerlukan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan produktivitas | 22 |
| 11. | Kami masih kekurangan tenaga terampil yang kreatif dan produktif | 100 |
| 12. | Kami tahu tempat pelatihan atau lembaga pendidikan yang cocok untuk meningkatkan keterampilan staf dan karyawan kami | 73 |
| 13. | Kami tidak merasa kesulitan mendapatkan staf dan tenaga terampil untuk mendukung kami dalam mengembangkan ide-ide kreatif kami | 64 |
| 14. | Kami berpendapat bahwa lembaga pendidikan maupun sekolah belum berhasil mencetak tenaga lulusan yang terampil dan kreatif | 91 |
| III. Iklim dan Dukungan Lingkungan | | |
| 15. | Dukungan akses jalan dan transportasi cukup baik untuk usaha kami | 100 |
| 16. | Usaha kami sangat didukung oleh pemerintah untuk mendapat perizinan | 100 |
| 17. | Dukungan berupa perlindungan pemerintah terhadap karya kreatifitas cukup baik bagi usaha kami | 91 |
| 18. | Dukungan berupa penggunaan teknologi modern peralatan kerja cukup memadai bagi usaha kami | 64 |
| 19. | Dukungan berupa penggunaan teknologi komunikasi dan informasi cukup baik bagi usaha kami | 73 |
| 20. | Dukungan berupa akses permodal-an, perbankan, dan jasa keuangan cukup baik bagi usaha kami | 64 |
| 21. | Dukungan aparat dan perangkat pemerintahan, serta | 100 |

| No | Pernyataan | Ya |
|-----|---|-----|
| | I. Karakteristik Usaha | % |
| | masyarakat di lingkungan usaha kami cukup baik | |
| 22. | Dukungan para pihak terhadap usaha kami dalam meraih akses pasar cukup baik | 100 |
| | IV. Apresiasi Kreativitas Insani | |
| 23. | Usaha kami mendapat sambutan positif dari masyarakat | 100 |
| 24. | Usaha kami telah atau pernah mendapatkan penghargaan dari pemerintah | 55 |
| 25. | Usaha kami telah atau pernah mendapatkan penghargaan dari lembaga non pemerintah | 64 |
| 26. | Usaha kami pernah dikunjungi oleh pejabat pemerintah terkait | 91 |
| 27. | Usaha kami pernah atau sedang mendapatkan bantuan pembinaan | 91 |
| 28. | Usaha kami pernah mendapatkan kunjungan dari tamu domestik maupun manca negara | 100 |
| 29. | Usaha kami pernah mendapat kunjungan dari lembaga pendidikan, sekolah maupun perguruan tinggi | 100 |
| 30. | Keberhasilan usaha kami pernah dipublikasikan di media, seperti majalah, koran atau televisi lokal, nasional atau luar negeri | 82 |

Definisi ekonomi kreatif hingga saat ini masih belum dapat dirumuskan secara jelas. Kreativitas, yang menjadi unsur vital dalam ekonomi kreatif sendiri masih sulit untuk dibedakan apakah sebagai proses atau karakter bawaan manusia. Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan. Definisi yang lebih jelas disampaikan oleh UNDP (2008) yang merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif dapat mencakup banyak

aspek. Departemen Perdagangan (2008) mengidentifikasi setidaknya 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif yang terdiri atas:

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

Bila dilihat luasan cakupan ekonomi kreatif tersebut, sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar. Tidak seperti industri manufaktur yang berorientasi pada kuantitas produk, industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah. Sebagai contoh, adalah industri kreatif berupa *distro* yang sengaja memproduksi desain produk dalam jumlah kecil. Hal tersebut lebih memunculkan kesan eksklusifitas bagi konsumen sehingga produk *distro* menjadi layak untuk dibeli dan bahkan dikoleksi. Hal yang sama juga berlaku untuk produk garmen kreatif lainnya, seperti Dagadu dari Jogja atau Joger dari Bali. Kedua industri kreatif tersebut tidak memproduksi dalam jumlah besar namun eksklusivitas dan kerativitas desain produknya digemari konsumen.

Walaupun tidak menghasilkan produk dalam jumlah banyak, industri kreatif mampu memberikan kontribusi positif yang cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Depertemen Perdagangan (2008) mencatat bahwa kontribusi industri kreatif terhadap PDB di tahun 2002 hingga 2006 rata-rata mencapai 6,3% atau setara dengan 152,5 trilyun jika dirupiahkan. Industri kreatif juga sanggup menyerap tenaga kerja hingga 5,4 juta dengan tingkat partisipasi 5,8%. Dari segi ekspor, industri kreatif telah membukukan total ekspor 10,6% antara tahun 2002 hingga 2006.

Pariwisata didefinisikan sebagai 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 (UNESCO, 2009). Sedangkan menurut UU No.10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Seseorang atau lebih yang melakukan perjalanan wisata serta melakukan kegiatan yang terkait dengan wisata disebut Wisatawan. Wisatawan dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Wisatawan nusantara adalah wisatawan warga negara Indonesia yang melakukan perjalanan wisata sementara wisatawan mancanegara ditujukan bagi wisatawan warga negara asing yang melakukan perjalanan wisata. Untuk mengembangkan kegiatan wisata, daerah tujuan wisata setidaknya harus memiliki komponen-komponen sebagai berikut (UNESCO, 2009). (1) objek/atraksi dan daya tarik wisata, (2) transportasi dan infrastruktur, (3) akomodasi (tempat menginap), (4) usaha makanan dan minuman, (5) jasa pendukung lainnya (hal-hal yang mendukung kelancaran berwisata misalnya biro perjalanan yang mengatur perjalanan wisatawan, penjualan cinderamata, informasi, jasa pemandu, kantor pos, bank, sarana penukaran uang, internet, wartel, tempat penjualan pulsa, salon, dll).

Departemen Pariwisata dan Kebudayaan Indonesia sebelumnya telah menetapkan program yang disebut dengan Sapta Pesona. Sapta Pesona mencakup tujuh aspek yang harus diterapkan untuk memberikan pelayanan yang baik serta menjaga keindahan dan kelestarian alam dan budaya di daerah kita. Program Sapta Pesona ini mendapat dukungan dari UNESCO (2009) yang menyatakan bahwa Sapta Pesona harus dimiliki oleh sebuah daerah tujuan wisata untuk membuat wisatawan betah dan ingin terus kembali ke tempat wisata yaitu: (1) Aman; (2) Tertib; (3) Bersih; (4) Sejuk; (5) Indah; (6) Ramah; dan (7) Kenangan. Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan paradigma wisata dari sekedar “melihat” menjadi “merasakan pengalaman baru”, maka produk-produk kreatif melalui sektor wisata mempunyai potensi yang lebih besar untuk dikembangkan. Ekonomi

kreatif tidak hanya masuk melalui *something to buy* tetapi juga mulai merambah *something to do* dan *something to see* melalui paket-paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal. Penerapan strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata ini telah diterapkan di beberapa wilayah. Beberapa yang cukup sukses dan populer di antaranya adalah Kanazawa (Jepang), New Zealand, dan Singapura. Daerah Kanazawa, Jepang menawarkan paket wisata ke tempat pembuatan kerajinan (*handicraft*) warga setempat. Produk kerajinan (*handicraft*) Kanazawa merupakan bentuk kerajinan tradisional, seperti keramik dan sutra. Para pengrajin bekerja sekaligus menjual serta memamerkan hasil produksinya di sekitar kastil Kanazawa (Kanazawa City Tourism Association, 2010).

New Zealand mengadakan paket wisata berikut pelatihan kerajinan tanah liat, pelatihan membuat kerajinan perak, dan pembuatan anggur (*wine*). Dalam paket wisata tersebut, wisatawan dapat berpartisipasi aktif dan membawa pulang hasil kerajinannya sebagai memorabilia pribadi (Yozcu dan İçöz, 2010). Sementara Singapura mengembangkannya ekonomi kreatif melalui pusat perbelanjaan sehingga dikenal sebagai daerah tujuan wisata belanja (Ooi, 2006).

Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata yang dijelaskan lebih lanjut oleh Yozcu dan İçöz (2010), kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding

dengan daerah tujuan wisata lainnya. Dari sisi wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai souvenir. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan melibatkan individual dan pengusaha *enterprise* bersentuhan dengan sektor budaya. Persentuhan tersebut akan membawa dampak positif pada upaya pelestarian budaya dan sekaligus peningkatan ekonomi serta estetika lokasi wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden kelompok usaha industri kreatif pada umumnya mengakui bahwa ketergantungan mereka terhadap (1) kemampuan bekerjasama (sinergisitas) dengan pihak terkait, (2) merangkaikan ide-ide kreatif, (3) mengkaitkan dengan kebutuhan pasar (konteks) dan menciptakan nilai tambah, (4) melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru, (5) memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan budaya, (6) bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali, (7) memiliki potensi daya tarik wisata untuk dikunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari. Kesadaran pelaku usaha industri kreatif di Bali (responden) terhadap ketujuh pokok utama tersebut di atas, yang dapat dijadikan karakteristik pengembangan industri sangat mengembirakan. Hal ini sesuai dengan tuntutan perkembangan abad IPTEKS yang menjadikan kreativitas sebagai motor penggerak kemajuan ekonomi bangsa, sebagai komplemen, kemajuan ekonomi yang selama ini diraih melalui sumber-sumber daya alam, yang makin lama, keberadaanya semakin terbatas. Kesadaran akan

kerakteristik, potensi, dan peluang Industri Kreatif dalam menjadi penggerak pendapatan ekspor non migas dari tahun ke tahun semakin tinggi sangat mengembirakan, seperti didukung oleh data dari Departemen Perdagangan berikut.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa untuk mendukung karakteristik industri kreatif yang mereka tekuni, mereka mengalami masalah terkait dengan sumber daya insani, seperti kekurangan tenaga terampil yang kreatif dan produktif, kekurangan tempat pelatihan untuk industri kreatif, kesulitan dalam mencari sumber daya manusia yang mau bekerja keras, kesulitan dalam mencari lembaga pendidikan dan pelatihan yang menghasilkan lulusan untuk industri kreatif. Hal ini hendaknya menjadi tantangan bagi kalangan pemerintah, lembaga dan institusi pendidikan, serta lembaga masyarakat pada umumnya, bahwa kuantitas dan kualitas sumber daya kreatif kita masih rendah, sehingga perlu tindakan nyata yang bersifat segera. Misalnya dengan memberikan dukungan kepada lembaga dan institusi pendidikan untuk mengembangkan penelitian, pengembangan kurikulum, jurusan dan program studi yang berorientasi pada sumber daya kreatif insani. Hal ini sesuai dengan data kebutuhan tenaga kerja kreatif yang dikeluarkan Dinas Perdagangan RI sebagai berikut.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa iklim dan dukungan terhadap usaha mereka seperti infrastruktur jalan, perizinan, dukungan aparat pemerintah cukup baik, namun dirasakan masih kurang dalam akses permodalan, perbankan, dan jasa

keuangan, kurang dalam konsultasi dan perlindungan pemerintah terhadap karya kreativitas, kurang dalam dukungan penggunaan teknologi modern peralatan kerja, teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini hendaknya menjadi tantangan bagi pemerintah dan lembaga perbankan dan keuangan untuk membuat kebijakan dan regulasi nyata yang berpikah pada industri kreatif, memberikan kemudahan dan pembinaan misalnya melalui program Corporate Sosial Responsibility yang dimiliki oleh lembaga perbankan atau jasa keuangan tersebut.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa sambutan dari masyarakat sangat positif, pernah mendapat kunjungan dari tamu domestik dan mancanegara, dari lembaga pendidikan, sekolah maupun perguruan tinggi, pernah atau sedang mendapatkan bantuan pembinaan dari pemerintah, namun sebagian menyatakan bahwa kurang keberlanjutan program pemerintah, kurang bantuan publikasi dan promosi.

PENUTUP

Dari hasil pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Bahwa para pengelola/pengusaha UKM masih memiliki ketertarikan mereka terhadap kemampuan untuk bekerjasama (sinergisitas) dengan pihak terkait, merangkaikan ide-ide kreatif, mengkaitkan dengan kebutuhan pasar (konteks) dan menciptakan nilai tambah, melakukan penyesuaian terhadap lingkungan dan teknologi baru, memperhatikan kelestarian lingkungan alam dan

budaya, bercirikan kearifan budaya lokal dan alam Bali, memiliki potensi daya tarik wisata untuk di kunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari.

2. Bahwa untuk mendukung karakteristik industri kreatif yang mereka tekuni, mereka mengalami masalah terkait dengan sumber daya insani, seperti kekurangan tenaga terampil yang kreatif dan produktif, kekurangan tempat pelatihan untuk industri kreatif, kesulitan dalam mencari sumber daya manusia yang mau bekerja keras, kesulitan dalam mencari lembaga pendidikan dan pelatihan yang menghasilkan lulusan untuk industri kreatif.
3. Bahwa iklim dan dukungan terhadap usaha mereka seperti infrastruktur jalan, perizinan, dukungan aparatur pemerintah cukup baik, namun dirasakan masih kurang dalam akses permodalan, perbankan, dan jasa keuangan, kurang dalam konsultasi dan perlindungan pemerintah terhadap karya kreativitas, kurang dalam dukungan penggunaan teknologi modern peralatan kerja, teknologi informasi dan komunikasi.
4. Bahwa sambutan dari masyarakat sangat positif, pernah mendapat kunjungan dari tamu domestik dan mancanegara, dari lembaga pendidikan, sekolah maupun perguruan tinggi, pernah atau sedang mendapatkan bantuan pembinaan dari pemerintah, namun sebagian menyatakan bahwa kurang keberlanjutan program pemerintah, kurang bantuan publikasi dan promosi.

5. Disarankan kepada Kementerian Perindustrian dan Perdagangan cq. Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Bali dan Kabupaten/Kota se-Bali, agar merancang program-program pengembangan industri kreatif yang terintegrasi dengan pendidikan serta mengarah kepada pertumbuhan industri kreatif yang sekaligus berdampak terhadap tumbuhkembangnya ekonomi masyarakat.
6. Disarankan kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, khususnya Dinas Pendidikan, Pemuda dan Olahraga Provinsi dan Kabupaten/Kota, agar produk unggulan penelitian berupa: "Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat" ini, dapat dijadikan dasar untuk menetapkan satu kebijakan yang paling tepat dalam mengembangkan kompetensi vokasional peserta didik di SMK khususnya dan SMA pada umumnya dalam rangka menumbuhkembangkan industri kreatif melalui wisata edukasi yang berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.
7. Disarankan kepada teoretisi/pakar dan atau praktisi pendidikan, agar temuan hasil penelitian ini dapat dijadikan acuan atau rujukan dalam pengembangan teori-teori dan praktek-praktek kependidikan vokasional, khususnya tentang model Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat,

yang menekankan pada pengembangan kompetensi siswa secara utuh, dinamis dan berkelanjutan. Temuan hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pendidikan, berupa sumbangan informasi dan kajian ilmiah tentang Wisata Edukasi-Ekonomi Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal untuk Meningkatkan Ekonomi Masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *"Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009 – 2025"*.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2012. *The Number of Domestic Tourists Arrival to Bali by Month 2004 – 2012*, tersedia pada <http://www.disparda.baliprov.go.id/informasi/2010/11/tabanan-regency-0>, diakses hari 9 Desember 2013.
- Direktorat Jenderal Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya. 1999. *Garis Besar Pedoman Pengembangan Ekowisata Indonesia*, tersedia pada <http://www.Ekowisata.info>, diakses hari Kamis, 12 April 2012.
- DJPKKH. 2001. *Kriteria Ekowisata*. Jakarta: Badan Pengendalian Dampak Lingkungan Kemetrian Lingkungan Hidup.
- Huberman, A.B dan Miles M.B. 1992. *Analisis Data Kualitatif, (Terjemahan)*. Jakarta: UI Press.
- Kanazawa City Tourism Association, 2010, *"Trip to Kanazawa, City of*

- Crafts 2010 Dates: Jan. 1-March 31, 2010," accessed on May 12, 2010 from http://www.kanaza-wa-tourism.com/eng/campaign/images/VJY_winter.pdf.*
- Kemdikbud. 2012. *Pengembangan Kurikulum 2013*. Jakarta: Kemdikbud.
- META. 2002. *Planning for Marine Ecotourism in the UE Atlantic Area*. Univ. of The West England: Bristol.
- Ooi, Can-Seng (2006). "Tourism and the Creative Economy in Singapore"
- Pangestu, Mari Elka. 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025", disampaikan dalam *Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015* yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008, JCC, 4 -8 Juni 2008.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali No. 16 tahun 1999 tentang Rencana Umum Tata Ruang*. Denpasar: Pemda Provinsi Bali.
- Plomp, Tjeerd. 2010. *Educational Design Research: an Introduction*. In *Tjeerd Plomp and Nienke Nieveen (Ed). An Introduction to Educational Design Research* (9-36) Netherlands: Netzdruk, Enschede an.
- Prasiasa, D. P. Oka. 2013. *Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Rachmawati, Rini. 2010. "Pokok-pokok Pikiran Menuju Kesuksesan Pengembangan Sumberdaya Ekonomi Lokal Kabupaten Purworejo" *Makalah*: Disajikan pada Simposium Nasional Menuju Purworejo Dinamis dan Kreatif yang diselenggarakan DPPM-UII tanggal 11 Juli 2010.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata. Jakarta: Kementerian Pari-wisata dan Ekonomi Kreatif.
- UNDP. 2008. "Creative Economy Report 2008".
- UNESCO. 2009. *Panduan Dasar Pelaksanaan Ekowisata*.
- Warta Ekspor 2011 Edisi September 2012*. Didownload dari http://www.nafed.go.id/docs/wartaekspor/file/Warta_Ekspor_2011_09.pdf.