



Dampak Pariwisata Pada Industri Kreatif: Suatu Kajian Literatur

Edi Irawan

Universitas Teknologi Sumbawa

Alamat: Jl.Olat Maras Moyo Hulu Kabupaten Sumbawa

Korespondensi penulis: edi.irawan@uts.ac.id

Abstract. *Based on the results of the discussion in this study, it can be concluded that in order to examine more deeply the impact of tourism on the creative industry, it can be seen from two aspects, namely the creative industry. As for the creative industry aspect in tourism activities, it can be seen from the skills and talents of individuals who are full of a wealth of knowledge able to create jobs by exploiting intellectual property. Then in the aspect of the impact of the synergy of tourism and the creative industry can be seen in several things, namely: (1) Impact on the national economy, (2) Impact on the workforce, (3) Impact on increasing IPR, (4) Impact on the emergency of start ups, (5) Impact of increasing product export value, (6) Impact on cultural preservation, (7) Impact on social tolerance.*

Keywords: *Tourism, Creative Industry.*

Abstrak. Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa untuk dapat mengkaji lebih dalam terhadap dampak pariwisata pada industri kreatif dapat dilihat dari dua aspek yaitu Industri Kreatif dalam aktivitas Pariwisata dan Dampak Sinergis Pariwisata dan Industri Kreatif. Adapun pada aspek industri kreatif dalam aktivitas pariwisata dalam dilihat pada keterampilan dan bakat individu yang sarat akan kekayaan pengetahuan untuk dapat menciptakan lapangan kerja dengan melakukan eksploitasi kekayaan intelektual. Kemudian pada aspek dampak sinergitas pariwisata dan industri kreatif dapat dilihat pada beberapa hal yaitu: (1) Dampak Terhadap Perekonomian Nasional, (2) Dampak terhadap tenaga kerja, (3) Dampak terhadap meningkatnya HKI, (4) Dampak munculnya start Up, (5) Dampak meningkatnya nilai ekspor produk, (6) Dampak terhadap pelestarian budaya, (7) Dampak terhadap Toleransi Sosial.

Kata kunci: Pariwisata, Industri Kreatif.

LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan komoditi non migas yang memiliki kontribusi bagi peningkatan ekonomi bagi negara (Henry and De Bruin, 2011). Sebagai sektor unggulan, pariwisata mampu merangkum seluruh aktivitas masyarakat terkait ekonomi, sosial budaya maupun lingkungan menjadi satu kegiatan ekonomi kreatif yang basisnya adalah Industri Kreatif. Tumbuhnya jaringan masyarakat dan ekonomi pengetahuan menyebabkan meningkatnya intensitas tentang peran kreativitas dan inovasi bagi daerah atau kota dalam melakukan inovasi untuk menarik minat turisme. Daya tarik wisata yang menjual potensi daerah memberikan peluang bagi kota yang dilaluinya untuk turut pula

Received Juli 20, 2023; Revised Agustus 20, 2023; Accepted September 19, 2023

**Corresponding author: edi.irawan@uts.ac.id*

dikembangkan menggunakan konsep baru dengan jaringan kontemporer atau masyarakat pengetahuan. Realitas ini pada akhirnya menciptakan suatu persaingan kota untuk menampilkan kekhasan melalui industri kreatif.

Industri kreatif memiliki peran bagi keberlanjutan pariwisata. Keberhasilan pariwisata dalam memicu faktor ekonomi telah menciptakan suatu fenomena baru yaitu persaingan antar kota secara globalisasi. Dari sini kemudian muncul sisi kompetitif untuk menjual daya tarik wisata dan produk pendukungnya. Pada akhirnya setiap daerah dengan muatan budaya, sosial saling mengisi untuk menciptakan potensi untuk mengisi peluang ekonomi.

Industri kreatif sebagai basis yang diharapkan dapat menghasilkan profit yang disebut dengan ekonomi kreatif. Industri kreatif menjadi sasaran penting bagi penggerak roda wisata. Upaya pemerintah untuk terus menggenjot pariwisata dengan mengoptimalkan industri pariwisata diharapkan dapat memiliki dampak secara ekonomi yang melibatkan aspek sosial dan budaya bagi masyarakat setempat (Russell and Faulkner, 2004). Pariwisata dan industri kreatif telah dikaji secara mendalam. Dalam banyak literatur, kerap dibahas dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan Pariwisata. Dampak tersebut meliputi, dampak secara ekonomi, dampak terhadap sosial Budaya, dampak terhadap lingkungan. Pada bahasan ini mengkaji tentang dampak Pariwisata baik positif dan negatif bahasan ekonomi kreatif dengan basis industri kreatif bagi masyarakat terkait aktivitas pariwisata.

Industri kreatif dalam aplikasinya senantiasa mengandalkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi. Ekonomi kreatif yang mencakup industri kreatif diyakini dapat memberikan kontribusi bagi perekonomian bangsanya secara signifikan. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi serta gaya hidup, membuat pertumbuhan ekonomi kreatif Indonesia semakin berkembang dengan baik melalui berbagai pengembangan produk yang kreatif dan inovatif. Dalam hal ini teknologi dapat mendukung proses pengembangan produk-produk yang kreatif dan inovatif, baik dalam proses produksi, distribusi maupun pemasarannya.

Industri kreatif dalam melakukan aktivitasnya mengedepankan ide, kreativitas, dan talenta dari pelaku usahanya (Shofa & Nugroho (2018, hal. 76); Haerisma (2018, hal. 92). Selain itu industri kreatif juga dapat mengatasi masalah pengangguran dan mengurangi

angka kemiskinan (Sunanik (2013, hal. 21); Nugraha, Amaruli, & Darwanto (2017, hal. 31). Dengan modal keragaman budaya dan bonus demografi diharapkan industri kreatif dapat tumbuh dan berkembang serta dapat menciptakan banyak lapangan kerja seiring kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi (Ningsih, 2014, hal. 60). Selain itu dengan dukungan Knowledge Creative (Pengetahuan yang kreatif), Skilled Worker (pekerja yang berkemampuan), Labor Intensive (kekuatan tenaga kerja), maka industri kreatif akan semakin berkembang (Diana, Suwena, & Wijaya, 2017, hal. 85).

Perencanaan yang dibuat oleh Kemenparekraf untuk industri kreatif tahun 2009-2025 pengembangannya menitikberatkan pada industri berbasis (1) lapangan usaha kreatif dan budaya (creative cultural industry), (2) lapangan usaha kreatif (creative industry), dan (3) hak kekayaan intelektual (Pangestu, 2008a: 1). Creative cultural industry yang lebih dikenal dengan istilah industri budaya merupakan industri yang menggabungkan penciptaan, produksi dan komersialisasi suatu bentuk kreativitas dengan memanfaatkan sumber daya budaya secara luas, yang dalam prakteknya banyak dilakukan pada bidang percetakan, penerbitan dan multimedia, audiovisual, rekaman suara, produksi sinematografi, kerajinan dan desain. Istilah industri kreatif mencakup lebih luas dari kegiatan yang termasuk industri budaya ditambah semua produksi budaya atau seni, baik hidup atau diproduksi sebagai unit individu. Sementara, hak kekayaan intelektual merupakan hasil olah pikir atau kreatifitas manusia yang menghasilkan suatu ciptaan, baik itu pada bidang ilmu pengetahuan, seni, sastra dan teknologi. Pengembangan industri kreatif merupakan alternatif yang dapat ditempuh oleh negara Indonesia untuk menyelesaikan berbagai persoalan-persoalan tersebut. Pada konteks ini, industri kreatif sebagai industri yang mengintensifkan informasi dan kreativitas melalui pengembangan ide, keahlian dan keterampilan manusia dapat menjadi industri yang dalam jangka panjang mampu menjadi pilar penyangga perekonomian Indonesia dengan mendayagunakan sumber daya alam dan budaya yang tersedia di Indonesia.

Aktivitas ekonomi yang berbasis pada kreativitas semakin mengalami peningkatan tajam sejalan dengan berubahnya kondisi serta gaya hidup konsumerisme yang semakin kompleks. Kreativitas usaha yang semakin tak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak bernilai jual menjadi memiliki nilai ekonomis yang tinggi. Di sisi lain pertumbuhan ekonomi kreatif

mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru, membentuk segmen pasar baru yang dapat mempengaruhi ekspektasi pasar akibat dari adanya perubahan cara mengkonsumsi (Sari et al., 2020). Industri kreatif dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian, baik untuk penciptaan nilai tambah, lapangan kerja, peluang bisnis dan keterkaitan antar sektor (Aysa, 2020). Salah satu sektor yang terkait yaitu pariwisata. Aktivitas pariwisata yang mendatangkan tamu lintas daerah serta antar negara memunculkan beragam penawaran maupun permintaan akan fasilitas, pelayanan yang tersedia serta produk-produk yang dihasilkan di masing-masing daerah maupun negara. Konsumsi untuk memenuhi kebutuhan tersebut tentunya memiliki ciri khasnya masing-masing yang memberikan kesan dan keunikan tersendiri kepada setiap wisatawan. Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata secara literatur yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan ekonomi secara global.

KAJIAN TEORITIS

Ekonomi Kreatif Dan Industri Kreatif

Konsep “ekonomi kreatif” pertama kali dikemukakan oleh John Howkins dalam studinya tentang hubungan antara kreativitas dan ekonomi, telah berkembang pesat menjadi konsep multi disiplin termasuk ekonomi, teknologi dan bisnis, dan bahkan menjadi fokus pengembangan ekonomi potensial (Howkins, 2002).

Industri kreatif ditandai dengan munculnya era digital, industri budaya dan kreativitas. Istilah ekonomi kreatif berasal dari industri kreatif yang berangkat dari industri budaya. Konsep ekonomi kreatif memperluas kreativitas diseluruh perekonomian termasuk sosial ekonomi, sosial ekonomi dan proses organisasi. Ekonomi kreatif menekankan pada kreativitas dan inovasi. Ekonomi kreatif meliputi jабaran dari budaya kreatif, bahkan industri kreatif meliputi gagasan pengembangan kota kreatif (Moore, 2014).

Ekonomi kreatif Indonesia diimplementasikan oleh Badan Ekonomi kreatif (Bekraf) merupakan lembaga non kementerian bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pariwisata. Bekraf menekankan eksplorasi

kreatif yang bersumber dari nilai-nilai budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi yang pada gilirannya dapat menjadi nilai tambah dari kekayaan intelektual. Inti dari pelaksanaan Bekraf adalah menggabungkan antara budaya, pengetahuan dan teknologi. Bekraf menggagas industri digitalisasi untuk dapat menjual pariwisata dimata dunia. Pada akhirnya ini akan menjadi sentralisasi kajian dan kegiatan parekraf yang berfokus pada teknologi revolusi industri dengan konsentrasi pada bidang bioteknologi, semikonduktor, komputer kuantum, serta teknologi penyimpanan energi. Pertimbangan ini dilakukan untuk mewujudkan teknopreneur baru.(RI, 2021) Hal ini sejalan dengan United nations Conferences on Trade Development Report (UNTAD) yang melaporkan bahwa Kreativitas dan pengetahuan yang didasarkan pada teknologi menjadi modal dasar bagi terciptanya lapangan kerja dan teknologi dan inovasi sosial, terlepas dari krisis yang mempengaruhi ekonomi dunia. Interpretasi bahwa Industri kreatif mengandung usaha mikro yang tinggi, individualisme kreatif, meliputi usaha kecil menengah serta dapat memunculkan ragam komersialisasi aktivitas seperti musik dan teater dan diharapkan akan mendatangkan kunjungan turis yang signifikan.

METODE PENELITIAN

Metode penulisan artikel ilmiah ini adalah dengan metode kualitatif dan studi literatur atau library research. Mengkaji dan menelaah buku-buku literatur sesuai dengan teori yang dibahas khususnya dampak pariwisata terhadap industri pariwisata. Dalam penelitian kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Artinya harus digunakan secara induktif sehingga tidak mengarahkan pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Salah satu alasan utama untuk melakukan penelitian kualitatif yaitu bahwa penelitian tersebut bersifat eksploratif, (H.Ali & Limakrisna, 2013)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata telah lama diselaraskan dengan praktik kreatif, hal ini sejalan dengan sejarah awal munculnya aktivitas tersebut di Inggris, untuk kemudian meningkat menjadi industri pariwisata pada awal abad kesembilan belas. 'Fase kunci dalam pariwisata' adalah pendidikan, ilmiah, dan eksplorasi artistik sebagai hal yang utama dalam aktivitas

pariwisata (Waitt and Gibson, 2014). Pada Masa itu prioritas pariwisata menekankan pada apresiasi pada benda-benda antik Romawi dan barang Yunani yang klasik berikut seni dan arsitektur Renaisans. Tour pariwisata saat ini juga merupakan pola lama yaitu destinasi wisata yang merupakan usaha kreatif dengan konsumsi emosi, norma/ tatanan masyarakat setempat disertai apresiasi terhadap alam bebas yang indah dan luhur sebagai daya tarik untuk mendatangkan wisatawan.

Arus pariwisata terjadi disebabkan karena ada pergerakan antara titik asal dan destinasi yang akan dituju. Faktor-kondisi daerah tujuan yang kondusif menjadi alasan bagi frekuensi, intensitas kedatangan wisatawan yang merupakan akumulasi dari pengaruh baik dari destinasi yang akan menjadi tujuan (Prideaux, Laws and Faulkner, 2003). Hal inilah yang kemudian mendorong individu untuk bepergian dengan mengidentifikasi kemungkinan opsi yang akan dijadikan tujuan dengan pertimbangan perbedaan budaya, iklim, dan atraksi di tempat tujuan. Ini juga berarti bahwa turisme akan membelanjakan nominal yang akan dibuang dari perjalanan tersebut dan volume perjalanan akan semakin meningkat. Daya tarik akan faktor tersebut merupakan atribut spesifik yang membedakan masing-masing destinasi, yang nantinya menentukan akan kemana seseorang menentukan tujuannya.

Keterkaitan antara daya tarik estetika karya kreatif dan pariwisata merupakan bagian penting untuk mempertahankan arus kelompok wisata tertentu ke tujuan tertentu yang dibantu dengan visualisasi grafis melalui imajinasi geografis. Interpretasi sinergi antara Industri 'Kreatif' dan pariwisata pada masa kontemporer lebih merupakan hubungan antara kreativitas dan pariwisata yang dikonfigurasi ulang melalui gagasan industri kreatif. Bahkan oleh Watts ini disebut sebagai bagian yang terpisah dari ekonomi kapitalis karena didedikasikan untuk produksi periklanan, arsitektur, desain busana, kerajinan tangan, lukisan, perhiasan, musik, film, televisi, furniture, perangkat lunak komputer, perangkat lunak rekreasi interaktif dan desain (Roberts and Townsend, 2016). Seluruh produksi ini mengakomodir banyak kegiatan 'seni' tradisional, dan dianggap mampu memperluas konsep kerja kreativitas ke dalam berbagai sektor yang semakin beragam dalam ekonomi kontemporer. Fokus penting yang harus dicermati dalam ekonomi kontemporer adalah menekankan pada inovasi, estetika dan 'budaya'. Jika

aktivitas ini dijadikan sebagai ekonomi kreatif maka kolaborasi ini akan menjadi semakin berpengaruh dalam pertumbuhan kapitalis.

Industri Kreatif dalam aktivitas Pariwisata

Industri kreatif dimaknai sebagai perluasan dari sektor kebudayaan termasuk di dalamnya sektor multimedia dan mengikuti perubahan struktural karena pertumbuhan dan perkembangan teknologi baru (Howkins, 2002). Definisi Asli dari istilah ini adalah industri yang bersumber dari kreativitas, bersandar pada keterampilan dan bakat individu yang sarat akan kekayaan pengetahuan untuk dapat menciptakan lapangan kerja dengan melakukan eksploitasi kekayaan intelektual (Lazzeretti, Domenech and Capone, 2009). Industri kreatif merupakan subsektor dari ekonomi kreatif.

Industri kreatif pada destinasi pariwisata muncul dan terkonsentrasi pada tempat-tempat tertentu atau justru kedua hal ini secara serentak lalu terjadi hubungan yang sinergis? Allen Scott seorang pemikir industri kreatif terkemuka menekankan jika kawasan perkotaan berperan sebagai 'mesin' industri kreatif (Suciu, 2009). Dikatakan demikian karena melalui kota, Industri kreatif dapat dipertahankan melalui kontak tatap muka, jaringan sosial, terbukanya pasar tenaga kerja yang beragam, kepercayaan kerja sama dan infrastruktur formal dan informal (museum, galeri, studio, restoran dan kafe). Industri kreatif cenderung mengelompok untuk mendapatkan keuntungan secara aglomerasi. Ragam atribut berbasis tempat tertentu justru dijadikan sebagai tempat penting untuk mempertahankan kreativitas, di mana keragaman sosial, toleransi dan keterbukaan saling bertemu. Dari sini kemudian timbul akibat konsekuensi logis atas dampak yang ditimbulkan akan kedua hubungan tersebut.

Optimalisasi industri ini akan menarik minat dan akan meningkatkan skala permintaan akan produk kreatif yang dapat mewakili karakteristik daerah yang dituju (Ratnawati, 2016). Di tempat yang dituju ini diharapkan kreativitas pengelolaan lokasi dan pendukungnya dapat beroleh manfaat berupa peningkatan pendapatan dari kearifan lokal yang dimiliki masyarakat setempat. Peluang pariwisata memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai penggerak perekonomian yang bersifat multiplier effect salah satunya adalah dengan aktivitas kreatif mengelola sumber daya yang dimiliki baik berupa barang ataupun jasa. Terdapat tiga kategori produk pariwisata yaitu 1). Kekhasan yang dimiliki daerah tujuan wisata berikut realitas imaji yang dibangun sebagai tawaran kepada

wisatawan 2). Sarana yang di tempat wisata 3). Aksesibilitas yang menunjang kemudahan wisatawan 4). Barang/ Produk maupun jasa wisata yang mewakili karakter daerah wisata. Semua aspek ini berdampak pada munculnya industri kreatif sebagai sub sektor sebagaimana telah dikelompokkan oleh Kemenparekraf yang terbagi kedalam industri yaitu (1) Arsitektur, (2) Desain (3) Interior, (4) Desain Komunikasi Visual, (5) Desain Produk, (6) Film, Animasi dan Video, (7) Fotografi, Kriya, (8) Kuliner, (9) Musik, (10) Fashion (11) Aplikasi dan Game Developer, (11) Riset dan Pengembangan (12) Penerbitan Periklanan, (13) Televisi dan Radio, (14) Seni dan pertunjukan, (15) Seni Rupa. (Kreatif, 2014) Sementara pengelompokan industri kreatif yang dikategorikan menjadi produk unggulan dan prioritas yaitu, Kriya, Kuliner, Fashion, Alas Kaki, sebagai produk Unggulan dan Film, Animasi Video, Aplikasi Permainan/ Game dan Musik sebagai kelompok industri prioritas. (Kreatif, 2020).

Kreativitas merupakan elemen sentral dalam kapitalisme kontemporer setelah praktik industri digulirkan. (Remoaldo and Cadima-Ribeiro, 2019). Kreativitas diperlukan sebagai kunci penting bagi pengembangan pariwisata untuk menciptakan industri kreatif yang produktif. Kreativitas menjadi semakin penting untuk perkembangan pariwisata di kota-kota dalam beberapa tahun terakhir. (Suciu, 2009). Kreativitas telah menjadi salah satu elemen esensial bagi masyarakat transformasi pariwisata budaya tradisional menjadi wisata kreatif yang menjelma menjadi kreativitas pariwisata kreatif. Hal ini dibuktikan bahwa jenis pariwisata terbukti mampu memainkan peran khusus dalam tumbuh kembang dari beberapa wilayah baik daerah dan kota kecil. Memungkinkan transisi dari budaya tak benda memungkinkan wisatawan terlibat lebih dalam pada aktivitas sehari-hari dari tujuan yang dikunjungi. Hal ini dimungkinkan terjadi karena beragam upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis agar bersaing dengan bisnis lainnya. Seiring dengan tumbuhnya persaingan antar kota, semakin berupaya untuk membedakan diri melalui strategi kota kreatif dan industri kreatif. Menurut Florida memupuk kreativitas membutuhkan konteks yang dinamis, membutuhkan kebijakan sosial yang dapat merangkul kesetaraan dan perbedaan, seni/ musik yang hidup, dan wadah untuk melakukan interaksi sosial dan rekreasi (Waitt and Gibson, 2014).

Di bidang pariwisata, bagaimanapun, strategi semacam itu mungkin bisa dibilang kontraproduktif, karena perlombaan untuk menghasilkan perbedaan sering kali

mengakibatkan kota-kota mengadopsi model pengembangan kreatif yang serupa. Hal ini menciptakan dampak pada munculnya uniformitas pada tampilan kota maupun produk bisnis pariwisata. Peran kreativitas disini adalah untuk menciptakan ide-ide baru yang lebih kreatif menawarkan varian yang inovatif yang mampu menjadi ciri dari produk yang dapat dijual sebagai komoditi pariwisata. Sebagaimana ini terjadi pada beberapa kasus dimana terjadi pengadopsian pada bentuk ‘kebijakan cepat’ dengan menyalin ide dari ‘kota kreatif’ lain, demi menghasilkan reproduksi serial yang justru tidak menarik bagi berbagai kota turis yang ingin menarik minat pendatang.

Dampak Sinergis Pariwisata dan Industri Kreatif

Pariwisata dan Industri kreatif dipercayai sebagai tulang punggung ekonomi bangsa. (Henry and De Bruin, 2011) Meskipun sinergi terjadi antara keduanya namun terdapat potensi masalah yang memiliki dampak pada aspek kehidupan. (Waite and Gibson, 2014). Terkait hal tersebut perlu kiranya mengacu pada pendapat Cohen yang menjabarkan dampak yang ditimbulkan oleh Pariwisata yaitu, dampak pada penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga-harga, distribusi, kepemilikan dan kontrol, pembangunan secara umum, pendapatan pemerintah (Cohen, 2004). Berangkat dari hal tersebut jika dikaitkan dengan hubungan sinergis antara pariwisata dan ekonomi kreatif di mana Bekraf menjadi wadah bagi pelaksanaan industri kreatif memiliki tujuan maka dapat dirumuskan dampak yang ditimbulkan adalah sebagai berikut:

Dampak Terhadap Perekonomian Nasional. Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa pariwisata dan industri kreatif merupakan aktivitas sinergis yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan devisa, pendapatan daerah juga pemerintah. Hal ini dimungkinkan karena pemerintah melalui Kemenparekraf dan Bekraf telah mengupayakan agar industri kreatif yang bermodalkan SDM yang berpengetahuan intelektual dapat melakukan kreativitas dan inovasi. Realisasinya adalah pada penciptaan produk dan perusahaan/ startup. Implikasinya adalah pemerintah dapat meningkatkan nilai ekspor atas produk dan jasa.

Dampak Terhadap Tenaga Kerja. Adanya industri kreatif diharapkan mampu menyerap kebutuhan lapangan kerja dengan indikator Kinerja Utama dari target 17,20 juta orang mengalami peningkatan sebanyak 19,01 juta orang sehingga capaiannya sebesar 11.05%. Peningkatan yang signifikan berdasarkan data BPS tahun 2019 telah

menyerap 19,01 juta orang tenaga kerja. Jika tenaga kerja di bidang ekonomi kreatif secara nominal semakin besar maka akan berdampak berkurangnya angka pengangguran nasional. Ini menunjukkan jika target strategis untuk penyerapan tenaga kerja dapat tercapai (Kreatif, 2020).

Dampak terhadap meningkatnya HKI. Meningkatnya pendaftaran Hak atas kekayaan Intelektual (HKI) yang bekerja sama dengan pemerintah pusat dan daerah dengan asosiasi terkait. Peroleh Hak atas kekayaan intelektual dapat meningkatkan kualitas level ekonomis dari produk ciptaan anak bangsa tanpa harus dirugikan. Meningkatnya HKI yang diperoleh dari kreativitas yang dihasilkan dari kemampuan intelektual dapat mendorong inovasi, membangun industri yang pada gilirannya berkontribusi bagi pembangunan ekonomi bangsa.

Dampak munculnya Startup. Industri kreatif dengan bantuan pemerintah mendorong setiap individu kreatif dengan kreativitas dan pengetahuan intelektual yang dimiliki untuk berusaha membangun bisnis jangka panjang berbasis digital. Hasil Riset tahun 2019 oleh BPS (Badan Pusat statistik) menunjukkan kontribusi PDB sekitar 5,10% dan menyumbang nilai ekspor sebesar 22,07 Miliar USD dari sektor ekonomi kreatif melalui peningkatan nilai tambah startup (Kreatif, 2020).

Dampak meningkatnya nilai ekspor produk. Semakin banyak startup yang muncul maka akan berdampak pada semakin besar meningkatnya PDB ekonomi kreatif, kondisi ini sangat menguntungkan bagi devisa nasional. Indikatornya nilai ekspor produk kreatif meningkat adalah ketika telah mencapai target outcome, dimana indikator nilai kerja ekspor kreatif masuk kedalam prioritas yaitu meningkatnya nilai tambah/ efisiensi jasa produktif.

Dampak terhadap Pelestarian Budaya. Kreativitas dalam mengemas konten kreatif dapat memotivasi timbulnya semangat untuk melestarikan nilai-nilai moral dan juga dapat memberikan dampak sosial yang nyata di tengah masyarakat. Masyarakat akan merasa bangga dan mengapresiasi dengan turut serta melestarikan budaya bangsa yang sarat dengan kearifan lokal.

Dampak terhadap Toleransi Sosial. Kecerdasan mengemas produk lokal bercita rasa global, membuka peluang baru bagi masyarakat dan pelaku industri untuk bersama-

sama membangun potensi daerah dalam menghasilkan produk inovasi. Pada gilirannya akan dapat menekan laju urbanisasi, memberikan kesempatan kerja bagi pengangguran di daerah. Selain itu, industri kreatif telah memberi peluang bagi kesetaraan gender dengan membuka kesempatan seluasnya kepada perempuan di daerah untuk berpartisipasi untuk mengenalkan karya mereka di industri kreatif . Sebagaimana dari Indonesia dikenal pengusaha kain lewat karyanya dengan memiliki brand yang telah mendunia, demikian juga dengan pelaku seni suara Anggun Cipta Sasmi dan pelaku dalam industri Film Christine Hakim yang mengenalkan nama Indonesia di mata dunia (Kreatif, 2014).

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa untuk dapat mengkaji lebih dalam terhadap dampak pariwisata pada industri kreatif dapat dilihat dari dua aspek yaitu Industri Kreatif dalam aktivitas Pariwisata dan Dampak Sinergis Pariwisata dan Industri Kreatif. Adapun pada aspek industri kreatif dalam aktivitas pariwisata dalam dilihat pada keterampilan dan bakat individu yang sarat akan kekayaan pengetahuan untuk dapat menciptakan lapangan kerja dengan melakukan eksploitasi kekayaan intelektual. Kemudian pada aspek dampak sinergitas pariwisata dan industri kreatif dapat dilihat pada beberapa hal yaitu: (1) Dampak Terhadap Perekonomian Nasional, (2) Dampak terhadap tenaga kerja, (3) Dampak terhadap meningkatnya HKI, (4) Dampak munculnya start Up, (5) Dampak meningkatnya nilai ekspor produk, (6) Dampak terhadap pelestarian budaya, (7) Dampak terhadap Toleransi Sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Ali, H., & Lima Krisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi, Tesis, dan Disertasi)*. Deepublish:Yogyakarta.
- Aysa, I. R. (2020). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif di Era Digital. *Jurnal AtTamwil: Kajian Ekonomi Syariah*, 2(2), 121–138.
- Cohen, E. (2004) 'Contemporary tourism', *Tourism: The nature and structure of tourism*, 1, p. 351.

- Diana, P., Suwena, I., & Wijaya, N. (2017). Peran dan Pengembangan Industri Kreatif Dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 84-92.
- Howkins, J. (2002) *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin UK.
- Haerisma, A. S. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran. *Jurnal Al-Amwal*, 10(1), 91-104.
- Henry, C. and De Bruin, A. (2011) *Entrepreneurship and the creative economy: process, practice and policy*. Edward Elgar Publishing.
- Pangestu, Mari Elka. 2008b. (Buku 2). *Rencana Pengembangan 14 Sub Sektor Industri Kreatif 2009:2015*. Jakarta: Kelompok Kerja Indonesia Design Power: Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Prideaux, B., Laws, E. and Faulkner, B. (2003) 'Events in Indonesia: exploring the limits to formal tourism trends forecasting methods in complex crisis situations', *Tourism management*, 24(4), pp. 475–487.
- Kreatif, K. E. dan E. (2014) *Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia 2025*. Jakarta: Kementerian pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Available at: https://www.slideshare.net/andrietrusaksono/ekonomi-kreatif-kekuatanbaru-indonesia-menuju-2025?from_action=save.
- Kreatif, K. P. Dan E. (2020) *Buku Panduan Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Berbasis Pendampingan*. Direktorat Pengembangan Sdm Pariwisata Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Deputi Bidang Sumber Daya Dan Kelembagaan Gedung Film.
- Lazzeretti, L., Domenech, R. B. and Capone, F. (2009) *Why Do Creative Industries Cluster?: An Analysis of the Determinants of Clustering of Creative Industries*. Institut d'Estudis Regionals i Metropolitans de Barcelona Barcelona.
- Moore, I. (2014) 'Cultural and Creative Industries concept—a historical perspective', *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, pp. 738–746.
- Ningsih, C. (2014). Sinergitas Industri kreatif Berbasis Pariwisata Dengan Strategi Pembangunan Industri Nasional Menuju Globalisasi. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure*, 11(1), 59-64.
- Nugraha, H. S., Amaruli, R. J., & Darwanto. (2017). Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Sebagai Sektor Unggulan Daerah. *Jurnal Dialektika Publik*, 2(1), 30-43.
- Remoaldo, P. and Cadima-Ribeiro, J. (2019) 'Creative tourism as a New challenge to the development of destinations: The Portuguese case study', in *Cultural and creative industries*. Springer, pp. 81–99.
- Ratnawati, A. T. (2016) 'Strategi pengembangan industri kreatif sebagai penggerak destinasi pariwisata di Kabupaten Semarang'.

- RI, K. (2021) Rencana Silicon Valley Indonesia, Diharapkan Mampu Mendorong Inovasi Digital Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Tourism management*. Availableat:<https://kemenparekraf.go.id/ragamekonomi-kreatif/Rencana-Silicon-Valley-Indonesia%2C-DiharapkanMampu-Mendorong-Inovasi-Digital-Sektor-Pariwisata-dan-EkonomiKreatif->.
- Roberts, E. and Townsend, L. (2016) 'The contribution of the creative economy to the resilience of rural communities: exploring cultural and digital capital', *Sociologia Ruralis*, 56(2), pp. 197–219.
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A. R., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., Marit, E. L., Killa, M. F., Purba, B., & Lifchatullaillah, E. (2020). *Ekonomi Kreatif*. Yayasan Kita Menulis.
- Shofa, I., & Nugroho, D. (2018). Pertumbuhan dan Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Malang. *Jurnal Pangripta*, 1(1), 75-85.
- Suciu, M.-C. (2009) 'CREATIVE ECONOMY AND CREATIVE CITIES.', *Romanian Journal of Regional Science*, 3(1).
- Sunanik. (2013). Penguatan Ekonomi Kreatif dan Inovatif berbasis Sumber Daya Desa Besuki di Kecamatan Besuki Tulung Agung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20-27.
- Waite, G. and Gibson, C. (2014) 'Tourism and creative economies', The Wiley Blackwell Com.