

## Produk Industri Kreatif Sebagai Penunjang Pariwisata (*Creative Industry as a Support for Touris*)

I Ketut Muka Pendet<sup>1)</sup>, Ni Made Rai Sunarini<sup>2)</sup>

Program Studi Kriya, FSRD, ISI Denpasar  
[ketutmuka@isi-dps.ac.id](mailto:ketutmuka@isi-dps.ac.id), [raisunarini@gmail.com](mailto:raisunarini@gmail.com)

### Abstrak

Era kreatif yang lahir ditandai dengan tumbuh dan berkembangnya industri kreatif menggunakan ide, keterampilan dan inovasi sebagai modal utama. John Howkins dalam *The Creative Economy*, menyebutkan bahwa ide merupakan hal yang penting dalam mengembangkan produk. Praktik pengembangan industri kreatif, berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif dan pada tanggal 20 Januari 2015 Presiden Joko Widodo membentuk lembaga resmi khusus menangani ekonomi kreatif, (BEKRAF) Badan Ekonomi Kreatif. Bekraf membidangi 16 subsektor industri kreatif. Dalam praktiknya industri kreatif yang berkembang saat ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat, yakni masyarakat kreatif yang senantiasa berusaha untuk memproduksi suatu produk kreatif inovatif untuk memenuhi kebutuhan pariwisata. Dalam era ekonomi kreatif diharapkan masyarakat lebih memilih menjadi masyarakat kreatif yang dapat menguatkan perekonomian keluarga, masyarakat maupun negara. Melalui pendekatan metoda kualitatif pengamatan pada produk industri kreatif yang tumbuh dan berkembang di Bali ditunjang dengan teknik pengumpulan data antara lain kepustakaan, observasi serta wawancara secara lisan melalui tanya jawab.

**Kata Kunci:** Industri Kreatif, Produk, Pariwisata.

### Abstract

*The creative era that was born was marked by the growth and development of the creative industry using ideas, skills and innovation as the main capital. John Howkins in Creative Economy, said that ideas are important in products developing. The developing of creative industries, based on the Republic of Indonesia Presidential Regulation Number 6 of 2015 concerning the Creative Economy Agency and on January 20, 2015 President Joko Widodo formed an official institution specifically dealing with the creative economy, (BEKRAF) in charge of 16 sub-sectors of the creative industry. Creative industry that developing today is influenced by people's lifestyles, namely the creative community that always strives to produce an innovative product to fill to needs of tourism sector or become a consumer society that thinks pragmatically. In the era of the creative economy, it is hoped that people will prefer creative society that can strengthen economy in their families and the community around the country.*

**Keywords:** Creative Industries, Products, Tourism.

## PENDAHULUAN

Dewasa ini sudah banyak masyarakat yang bergerak dalam bidang usahaindustri kreatif, walaupun secara nyata tidak pernah disadari usaha yang digeluti masuk dalam tataran industri kreatif. Perkembangan teknologi saat ini menunjang masyarakat untuk mengasah kreatifitas untuk melakukan inovasi dan perubahan. Industri Kreatif saat ini sedang marak di sebagian besar belahan dunia, banyak perusahaan yang mulai menekuni usaha ini karena hasilnya sangat menjanjikan bahkan menguntungkan. Industri kreatif merupakan sektor industrial yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreativitas individu, keterampilan, dan bakat yang mempunyai potensi kekayaan serta penciptaan peluang pekerjaan melalui janaan dan eksploitasi harta intelek.

Industri kreatif diwacanakan saat Pekan Produk Budaya Indonesia di JCC 2007, pameran menampilkan berbagai produk kerajinan adalah peluang sekaligus tantangan untuk berkreativitas. Eksistensi industri kerajinan yang diharapkan berpeluang dapat mengatasi tantangan harus dilihat dari dua sisi. Sebagai entitas yang berimplikasi pada warisan nilai kebudayaan tradisi (*local genius*), dan sisi lain dalam kanvas berbagai fenomena modern. Kreatif kemampuan menciptakan sesuatu dgn nilai kebaruan yang bermanfaat untuk kebutuhan orang banyak, baik primer maupun sekender. Nilai kebaruan tidak lepasdari keragaman seni budaya yang dijadikan inspirasi para kreator dan disainer dalam menciptakan produk kerajinan (bahan,motif, dan teknik pengerjaan).

**Konsep Produk**



Industri kreatif dalam aplikasinya senantiasa mengandalkan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, sebagaimana pandangan Saputra (2010: 22) bahwa ilmu pengetahuan dan teknologi merupakan input utama dalam mendorong pembangunan ekonomi guna menciptakan pertumbuhan ekonomi yang baik. 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.

Perencanaan yang dibuat oleh Kemenparekraft 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 praktiknya banyak dilakukan pada bidang pencetakan, 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 fikir 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 kreatifitas 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.

### MATERI DAN METODA

Penulisan artikel ini pada dasarnya menekankan konsep industri kreatif secara umum dengan beraneka macam bentuk materi serta material yang bisa dikembangkan. Penelitian ini menggunakan metoda kualitatif dengan melakukan pengamatan pada produk industri kreatif yang tumbuh dan berkembang di Bli. Adapun teknik pengumpulan data antara lain kepustakaan dengan mencari beberapa sumber pustaka terkait; obsevasi melalui pengamatan dan mengkomparasi beberapa objek yang relevan; serta wawancara secara lisan melalui tanya jawab. Data yang diperoleh selanjutnya dianalisis dengan pendekatan teori bentuk dan fungsi.

Teori bentuk mengacu pada teori Clive Bell, bentuk (*significant form*) bentuk bermakna. Menurut Bell sistem estetik mulai dari pengamatan pribadi akan terjadinya emosi, karekteristik emosi estetik yang ditimbulkan adalah hasil dari penangkapan berbagai hubungan antara unsur bentuk, warna, garis dan bidang yang membangun struktur tertentu. Emosi estetik sifatnya penilaian subyek terhadap karya seni. Sedangkan teori fungsi mengacu pada pendapat Feldman yang membagi fungsi seni menjadi tiga yakni; fungsi personal (*personal function*), fungsi fisik (*phisycal function*), dan fungsi soaial (*social function*). Terkait dengan fungsi fisik merupakan produk ciptaan yang dapat berfungsi sbagai tempat atau “wadah”. Fungsi fisik seni, kerajinan dan desain dihubungkan dengan penggunaan benda yang efektif sesuai dengan kreteria kegunaan dan efisiensi baik tampilan maupun tuntutananya (Feldman, 1976: 128)

### JENIS IDUSTRI KREATIF

Banyak ragam jenis industri kreatif kalau diteliti sesuai kegiatan dan media bahan yang digunakan. Misalnya periklanan, kegiatan kreatif yang berkaitan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan. Demikian juga berkaitan dengan arsitektur, kegiatan kreatif yang dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro sampai dengan level mikro. Serta pasar barang seni, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli, unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni tinggi melalui lelang, galeri, toko, pasar swalayan, serta pasar on line.

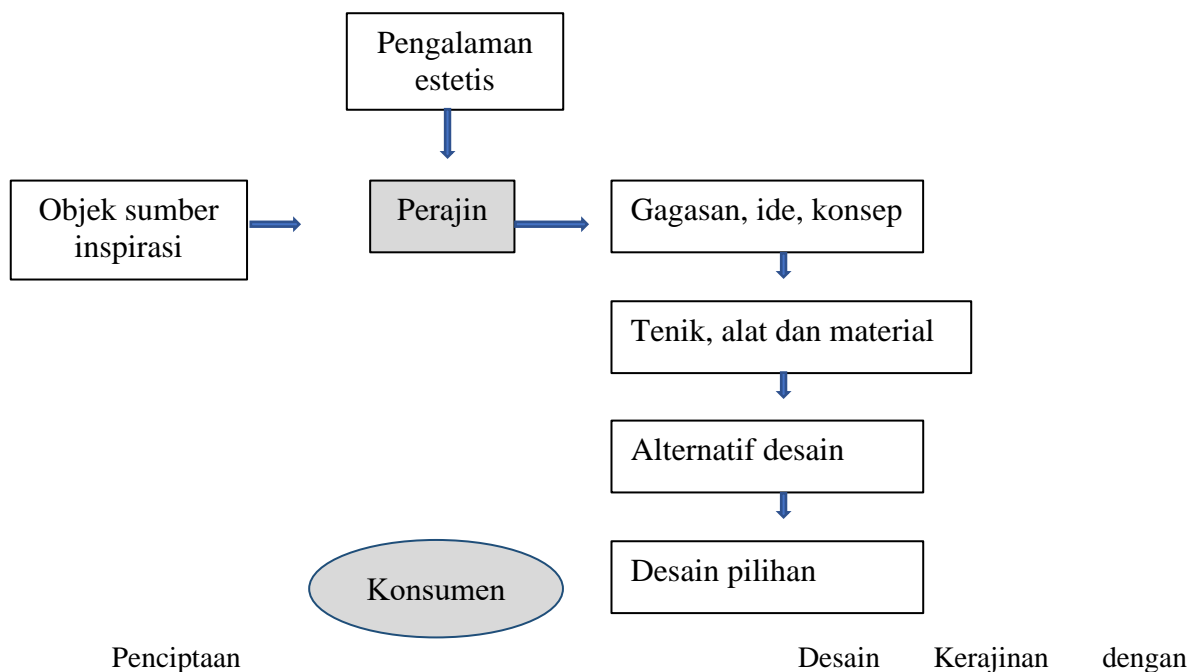
Kerajinan, kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dihasilkan oleh tenaga perajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian. Produk kerajinan meliputi barang kerajinan dari baik dari bahan alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam kayu, kaca, porselin, kain, marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relatif kecil. Subsektor industri kreatif di bidang kriya atau kerajinan sejalan dengan yang dikemukakan Pangestu (2008: 98) merupakan suatu kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang diciptakan oleh perajin. Perkembangan kerajinan yang ada di Indonesia tidak lepas dari adanya perkembangan industri budaya yang memanfaatkan modal serta potensi budaya untuk menjadi sesuatu yang memiliki nilai guna dan bersifat ekonomis. Industri budaya dalam hal ini dapat dipahami sebagai salah satu wujud yang tersusun dari banyak bentuk produksi budaya komersial, dimana praktik keseluruhan dalam industri budaya mentransfer motif kapital ke dalam bentuk-bentuk budaya (Lawrence dan Philips dalam Suyanto, 2013:117).

Kerajinan yang dihasilkan dari ide-ide kreatif sebagaimana dikemukakan Farchany, dkk (2011) yang mengembangkan bunga pajangan berbasis limbah tumbuhan kering menjelaskan bahwa industri kreatif bunga pajangan berbasis limbah tumbuhan kering memiliki kekuatan yakni dapat dimanfaatkan menjadi penghias ruangan karena di dukung oleh adanya kebutuhan konsumen terhadap estetika sebagai penyaluran akan kebutuhan seni. Melalui pemanfaatan limbah kering ini, masyarakat mendapatkan penghasilan guna memenuhi kebutuhannya. Demikian pula halnya dengan pengolahan limbah batu padas sebagai bahan baku sangat menginspirasi, bahwa limbah tersebut bisa diolah menjadi berbagai bentuk patung batu padas dengan teknik cor atau *casting*. Manfaat pengolahan limbah tersebut selain mendatangkan keuntungan ekonomi juga berdampak pada lingkungan yang semakin bersih. Industri kreatif subsektor kerajinan tidak saja berdampak bagi manusia, juga memberikan manfaat positif terhadap lingkungan. Contoh gambar/foto produk kerajinan batu padas dengan memanfaatkan bahan daur ulang serbuk padas.



Gambar 1 relief batu padas.

Desain, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain kerajinan. Desain sebagaimana yang dikemukakan Pangestu (2008: 132) bersifat multidimensional dan kompleks, dimana ide, gagasan tidak saja bersifat objektif namun juga bersifat subjektif yang disesuaikan dengan kepentingan dibuatnya suatu desain pada suatu produk. Desain sebagai hal yang penting di dalam pengembangan suatu produk diungkapkan Arsa dan Laba (2014), karena melalui desain yang kreatif dapat berimplikasi pada penjualan produk tersebut. Semakin menarik desain suatu produk yang dibuat, maka semakin berminat konsumen untuk membeli produk tersebut. Proses desain dalam penciptaan produk kerajinan dapat dilihat pada gambar di bawah.



Pertimbangan Estetis, Sumber: Arsa, 2014

Berdasarkan gambar di atas dapat dipahami betapa pentingnya desain terhadap suatu produk. Industri kreatif pada subsektor desain produk maupun kerajinan lainnya menjadi potensial untuk dikembangkan. Tuntutan terhadap desain yang menarik berimplikasi juga terhadap berkembangnya sekolah-sekolah desain dan komunikasi visual di Indonesia yang memiliki visi untuk mencetak manusia yang mampu berpikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan produk. Tampilan suatu produk yang menjadi hal penting untuk diperhatikan menyebabkan industri di bidang desain akan mampu mendukung perkembangan produk industri lainnya, seperti halnya desain kaplampu pada industri kerajinan, sebagaimana yang terlihat pada contoh gambar di bawah ini.



Gambar 2 Desain kap lampu bahan bamboo

Mode, kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, aksesoris, produksi, distribusi dan lainnya. Subsektor industri kreatif di bidang mode sebagai gaya hidup memiliki definisi sangat luas, sehingga produk yang dapat dikembangkan menjadi sangat beragam dan kompleks. Namun bila dilihat dari pandangan yang lebih sempit yakni suatu kegiatan kreatif yang terkait dengan desain pakaian, desain alas kaki, desain aksesoris, dalam praktiknya terdapat kegiatan produksi mode dan aksesoris, serta distribusi produk mode. Industri mode dalam penerapannya di Indonesia telah memberikan manfaat ekonomi bagi banyak pihak, diantaranya asosiasi perancang, asosiasi sepatu, asosiasi penyamak kulit, peneliti bahan baku dan teknologi produksi. Industri mode saat ini berkembang sangat pesat seiring dengan kebutuhan stakeholder akan bentuk-bentuk baru kekinian yang diinformasikan dan di promosikan lewat media cetak maupun elektronik. Dampak ekonomi yang ditimbulkan dapat dirasakan oleh masyarakat menengah ke bawah yang menekuni pekerjaan sebagai tukang jarit. Bahkan di Bali setelah dikeluarkan kebijakan Gubernur dengan menetapkan setiap hari Kamis dan Purnama, Telem untuk berpakaian adat Bali banyaknya hari raya yang menuntut umatnya untuk menggunakan pakaian adat, telah berimplikasi terhadap perkembangan mode dan penjual kain kebaya maupun (*daster /udeng*).

**Pertimbangan konsep produk unggulan**

D E S A I N	Size
	Material
	Finishing
	Quality Produk
	Packaging
	Trend
	Fungsi
	Price

### INDUSTRI KREATIF DITENGAH MASYARAKAT MASA KINI

Produk industri kreatif sebagai sebuah pilihan seseorang yang memiliki jiwa kreatif atau memilih untuk bersikap pragmatis. Perkembangan industri kreatif memberikan dua jenis pilihan bagi setiap individu, yakni menjadi produsen yang selalu berpikir menciptakan produk kreatif dan inovatif. Bahkan bisa saja menjadi masyarakat atau wisatawan yang senantiasa mengonsumsi berbagai produk industri kreatif yang tidak saja digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup, melainkan juga sebagai gaya hidup. Hakikat hidup manusia adalah kerja, kerja adalah identitas dalam artian tanpa kerja manusia tidak bisa menjadi manusia yang seutuhnya. Salah satu tujuan manusia bekerja adalah mendapatkan uang untuk memenuhi kebutuhan hidup baik sebagai individu dan kebutuhan keluarga. Jika dikaitkan dengan industri kreatif, hakikat manusia sebagai makhluk ekonomi menyebabkan manusia senantiasa mampu melihat berbagai peluang yang dapat menjadi sumber ekonomi. Beragam produk yang dibutuhkan masyarakat wisatawan secara luas berimplikasi pada munculnya ide-ide kreatif dalam memproduksi barang yang sesuai dengan selera pasar. Pemikiran di atas memicu inspirasi untuk menciptakan atau mendapatkan pekerjaan tidak hanya karena kebutuhan hidup, namun sangat berkaitan pula dengan penyerapan berbagai ideologi.

Berlakunya ideologi pasar mengakibatkan pasar menjadi arena sosial yang paling menentukan untuk pemenuhan kebutuhan hidup. Begitupula penguatan sistem ekonomi pasar yang disertai dengan penyerapan berbagai *isme* yang menyertai ideologi pasar, yakni konsumerisme, dan lain-lain mengakibatkan manusia sering kali tidak bisa membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Pada konteks ini, manusia mengonsumsi sesuatu sering kali tidak berdasarkan pertimbangan rasional, melainkan lebih menekankan pada pemenuhan hasrat atau keinginan. Industri kreatif yang terbuka bagi siapapun tanpa memperhitungkan status sosial ekonomi seseorang telah menjadi alternatif bagi semua lapisan masyarakat untuk mengembangkan idenya yang kreatif dan inovatif sebagai penunjang pariwisata yang memiliki nilai ekonomi. Dalam hal ini bagi mereka yang memiliki modal kuat baik itu modal ekonomi, budaya maupun seni maka mereka pun dapat mengembangkan industri kreatif yang masuk pada sektor formal, sementara mereka yang memiliki keterbatasan modal dapat mengembangkan industri kreatif pada sektor informal. Memahami industri kreatif sebagai multipeluang, dalam penerapannya setiap individu yang terlibat di dalamnya juga dituntut untuk memiliki kompetensi tertentu. Kompetensi merupakan pengetahuan khusus atau keterampilan yang dimiliki seseorang sebagai dasar pertimbangan dalam memilih suatu pekerjaan. Dalam hal ini kompetensi merupakan kemampuan manusia di dalam berperilaku sebagai prasyarat yang diberikan oleh suatu jenis pekerjaan.

Produk industri kreatif yang dikembangkan tidak saja dianalisis berdasarkan ketersediaan bahan baku, melainkan lebih menitikberatkan pada gaya konsumsi masyarakat yang saat ini dipengaruhi oleh gaya hidup. Sebagaimana yang dikemukakan (Piliang, 2006: 399), "Globalisasi ekonomi, informasi, dan budaya telah mempengaruhi berbagai aktivitas manusia, termasuk aktivitas konsumsi makanan. Pergaulan antar manusia dan antar budaya, yang melewati batas-batas geografi, negara, budaya dan agama telah meningkatkan intensitas dan kompleksitas konsumsi makanan itu sendiri". Dalam praktiknya makanan kini tidak saja untuk membuat perut kenyang sehat, melainkan melalui pemilihan jenis makanan, tempat makan, aktivitas makan dapat juga diartikan sebagai penanda status sosial, ekonomi dan budaya seseorang di dalam masyarakat. Demikian halnya produk mode dalam industri kreatif dapat diartikan secara luas, tidak sekedar pakaian, desain, dan aksesoris, melainkan industri kreatif yang tumbuh dan berkembang seiring dengan berkembangnya pariwisata dan gaya hidup masyarakat. Suatu produk harus ada pembeli, oleh karenanya penciptaan suatu produk harus disesuaikan dengan selera pasar. Namun demikian untuk menguatkan perekonomian kerakyatan, diharapkan masyarakat memilih untuk menjadi produsen yang mampu menciptakan produk baik berupa barang maupun jasa yang kreatif inovatif dapat dijual, baik dalam lingkup lokal, nasional maupun internasional.

### SIMPULAN

Industri kreatif yang bermodalkan gagasan-gagasan kreatif dapat ditekuni oleh siapapun yang mampu berpikir kreatif dan inovatif. Industri kreatif sebagai industri yang menekankan pada kreatifitas manusia dengan mengembangkan serta mengolah bahan baku seiring dengan perkembangan teknologi, informasi, dan gaya hidup. Gaya hidup yang terjadi pada masyarakat dari waktu ke waktu terus mengalami perubahan sejalan dengan perkembangan trend yang dipromosikan melalui media cetak maupun elektronik berimplikasi semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat.

Salah satu produk yang dapat menunjang gaya hidup dan kebutuhan pariwisata adalah produk kerajinan dan desain mode. Kerajinan dan desain mode tidak hanya berupa suevenir dan pakaian, namun produk yang dapat menunjang gaya hidup antara lain, mobil, peralatan interior eksterior rumah, barang kerajinan, bentuk kartu undangan hand phon dan bentuk asesoris lainnya. Semakin meningkat gaya hidup dan pertumbuhan pariwisata akan berimplikasi terhadap perkembangan produk kerajinan dan seni maupun desain mode dengan berbagai media yang kreatif inovatif

Dalam praktiknya industri kreatif memiliki dua kecenderungan yakni masyarakat sebagai konsumen yang bertindak pragmatis mengkonsumsi produk kreatif, sedangkan masyarakat produsen bertindak kreatif memproduksi. Namun demikian masyarakat diharapkan lebih memilih sebagai kreator yang mampu memproduksi produk dapat dijual tidak saja dalam lingkup lokal, namun juga dapat bersaing ditingkat nasional bahkan internasional. Harapan kedepan produk industri kreatif dapat meningkatkan perekonomian kerakyatan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Arsa, I Ketut Sida. I Nyoman Laba. 2014. *Inovasi Kerajinan Perhiasan Melalui Pemanfaatan Limbah Kuningan di Desa Celuk, Sukawati, Gianyar, Bali*. Penelitian Hibah Bersaing. Denpasar: Institut Seni Indonesia.
- Farchany, Sitta Azmi. Ayu Arthuria R. Tati Husniyati. 2011. *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Bunga Pajangan Berbasis Limbah Tumbuhan Kering Sebagai Solusi Mengatasi Permasalahan Ekonomi Dan Lingkungan Indonesia*. PKM GT. Bogor: Institut Pertanian Bogor.
- Feldman, Edmund Burka. 1976. *Art as Image and Idea*. New Jersey: Prentice Hall, Inc, diterjemahkan oleh SP Gustami (1991).
- Pilliang, Yasraf Amir. 2006. *“Imagologi dan Gaya Hidup :Membingkai Tanda dan Dunia”*. Dalam Alfathri Aldin Resistensi Gaya Hidup :*Teori dan Realitas*. Bandung: Jelasutra.
- 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.
- Suyanto Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Moderenisme*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Soemarsono, Djoko. 2012. *Seni Menurut Clive Bell* di <http://lukman-punya.blogspot.com/2012/03/seni.bagian2.html> (diakses 22 Mei 2019).