

MODEL PENGUATAN KELEMBAGAAN INDUSTRI KREATIF KULINER SEBAGAI UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI DAERAH

INSTITUTIONAL STRENGTHENING MODEL ON CULINARY CREATIVE INDUSTRY AS A REGIONAL ECONOMIC DEVELOPMENT EFFORT

Muzakar Isa

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Jl. A. Yani Pabelan Kartasura
Surakarta 57102*

E-mail : muzakar.isa@ums.ac.id

Abstract

Industri kreatif menjadi pokok bahasan penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta. Industri kreatif di Kota Surakarta diyakini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian daerah. Salah satu bidang yang cukup menarik perhatian adalah industri kreatif pada sektor kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model penguatan kelembagaan industri kreatif sebagai upaya pengembangan ekonomi daerah. Pengumpulan data dilakukan melalui in-depth interview dan penyelenggaraan focused group discussion (FGD). Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan industri kreatif Kota Surakarta melibatkan peran berbagai elemen seperti pemerintah, lembaga keuangan, asosiasi, mass media, agen (agen wisata dan event organizer), serta lembaga pendidikan dan pelatihan. Setiap elemen memiliki peran yang berbeda beda dalam mendukung berkembangnya sektor industri kreatif di Kota Surakarta. Peran dari semua stakeholder dalam pengembangan industri kreatif Kota Surakarta saling terkait dan bersinergi.

Kata Kunci: *Industri Kreatif, Industri Kuliner, Kelembagaan, Model*

Abstract

The creative industry become an important subject in an effort to boost economic growth in Surakarta. Creative industries in Surakarta is significantly believed to contribute to the regional economy. One area of considerable interest is the creative industry in the culinary sector. This study aims to create a model for institutional strengthening of the creative industries as a regional economic development efforts. Data collected through in-depth interviews and holding focused group discussion (FGD). This study concluded that the development of creative industries Surakarta involves various elements such as government, financial institutions, associations, mass media, agents (travel agents and event organizer), as well as education and training institutions. Each element has a role that is different in supporting the development of the creative industries sector in Surakarta. The roles of all stakeholders in the development of creative industries Surakarta are interrelated and synergistic.

Keywords: *Creative Industries, Culinary Industrial, Institutional, Model*

Pendahuluan

Industri kreatif menjadi pokok bahasan penting dalam upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah Kota Surakarta. Industri kreatif merupakan sektor penggerak yang dapat menciptakan daya saing bagi sektor lainnya maupun daya saing daerah. Industri kreatif di Kota Surakarta diyakini dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian daerah.

Industri kreatif didefinisikan sebagai penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Sumber daya utamanya adalah kreativitas (*creativity*) yang didefinisikan sebagai kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, menciptakan solusi dari suatu masalah atau melakukan sesuatu yang berbeda dari pakem (*thinking outside the box*). Kreativitas merupakan faktor yang menggerakkan lahirnya inovasi (*innovation*) dengan memanfaatkan penemuan (*invention*) yang sudah ada.

Kota Surakarta sebagai daerah yang tidak memiliki sumberdaya alam memadai, dalam menjaga pertumbuhan ekonomi daerah perlu mengoptimalkan industri kreatif sebagai sektor yang dapat meningkatkan perekonomiannya. Kota Surakarta sebagai salah satu pusat ekonomi kreatif mewakili Propinsi Jawa Tengah memiliki kekayaan budaya dan insan kreatif yang sangat besar. Setiap kecamatan memiliki sumberdaya kreatif dan produk kreatif yang sangat mungkin untuk dikembangkan. Potensi tersebut mendorong tumbuhnya ekonomi kreatif yang berdampak pada tingginya sumbangan sektor sektor ekonomi kreatif terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Surakarta.

Saat ini pemerintah Indonesia telah menetapkan 15 jenis usaha kreatif. Dari 15 jenis usaha kreatif tersebut, Kota Surakarta telah menetapkan 5 jenis industri yang menjadi unggulan kota Surakarta, yaitu seni pertunjukkan, desain, kerajinan, kuliner dan fesyen. Penetapan 5 jenis unggulan ini tidak terlepas dari Kota Surakarta sebagai kota yang memiliki banyak warisan budaya.

Tabel 1.
PDRB Kota Surakarta Tahun 2015

Kategori	Uraian	Nilai PDRB	Pertb.	Kontr.
A	Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	182,751.51	1.80	0.52
B	Pertambangan dan Penggalian	770.26	-2.62	0.00
C	Industri Pengolahan	3,002,990.09	3.66	8.58
D	Pengadaan Listrik dan Gas	61,213.06	-3.79	0.17
E	Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	55,285.78	1.77	0.16
F	Konstruksi	9,410,744.97	5.36	26.90
G	Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	7,893,738.82	4.17	22.56
H	Transportasi dan Pergudangan	932,398.98	8.08	2.67
I	Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	2,015,814.83	6.18	5.76
J	Informasi dan Komunikasi	3,715,658.93	6.67	10.62
K	Jasa Keuangan dan Asuransi	1,326,074.81	6.69	3.79
L	Real Estate	1,436,443.80	7.22	4.11
M,N	Jasa Perusahaan	272,952.59	9.28	0.78
O	Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	2,086,163.83	6.46	5.96
P	Jasa Pendidikan	1,877,495.85	6.85	5.37
Q	Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	385,675.46	6.26	1.10
R,S,T,U	Jasa lainnya	326,200.52	3.09	0.93
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO		34,982,374.09	5.44	100.00

Sumber: BPS Kota Surakarta, 2016

Kota Surakarta merupakan daerah yang bertumpu pada industri kreatif dengan basis budaya, dengan ini Kota Surakarta memiliki potensi yang baik dalam mengembangkan industri kreatif. Salah satu bidang yang cukup menarik perhatian dan potensial secara ekonomi adalah industri kreatif pada sub sektor kuliner. Dalam struktur perekonomian, usaha kuliner merupakan bagian dari sector penyediaan akomodasi dan makan minum, dimana sector tersebut mampu memberikan sumbangan 5,76% pada Perekonomian Kota Surakarta tahun 2015.

Untuk mewujudkan tumbuhnya industri kreatif, khususnya industri kuliner perlu adanya suatu rerangka model pengembangan. Penelitian ini bertujuan untuk menyusun model penguatan kelembagaan industri kreatif pada sektor kuliner dan implikasinya terhadap penguatan perekonomian lokal.

Metode Pelaksanaan

Penyusunan model penguatan kelembagaan industri kreatif pada sektor kuliner Kota Surakarta ini menggunakan pendekatan *mixed method*, yaitu perpaduan antara pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pendekatan kualitatif yang digunakan adalah pendekatan *conventional content analysis*, seperti dikemukakan oleh Hsieh dan Shannon (2005). Pendekatan ini biasanya dipergunakan untuk mendeskripsikan sebuah fenomena. Proses analisis data yang dilakukan adalah menganalisis isi dari hasil rekaman dan transkrip *indepth interview* dan FGD yang dilakukan terhadap pelaku ekonomi kreatif dan stakeholders terkait. Pendekatan kuantitatif yang digunakan adalah metode survei. Dalam pendekatan ini, informasi dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Metode survei menurut Singarimbun (1989), adalah mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Oleh karena itu, dalam kegiatan ini dilaksanakan dengan menggunakan kuesioner terstruktur. Alat analisis yang digunakan adalah diskriptif.

Hasil Penelitian

Kota Surakarta merupakan daerah yang potensial untuk tumbuh dan kembangnya industri kreatif. Ada 4 hal yang mendasari kota ini untuk layak tumbuh dan berkembangnya industri kreatif.

1. Potensi Pasar. Potensi pasar industri kreatif sangat besar dan memiliki kecenderungan untuk terus berkembang. Secara umum permintaan terhadap industri kreatif dipengaruhi oleh 2 faktor utama:
 - a. Peningkatan daya beli masyarakat yang mendorong peningkatan permintaan produk yang memiliki elastisitas pendapatan tinggi termasuk produk kreatif.
 - b. Pertumbuhan jumlah penduduk. Peningkatan jumlah penduduk merupakan potensi bagi pemasaran produk kreatif. Keterbukaan informasi menjadikan produk kreatif menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dari semua lapisan usia.
2. Potensi Orang Kreatif. Kota Surakarta merupakan kota dengan jumlah penduduk 515.372 jiwa. Generasi muda merupakan sumber daya yang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif ke depan dan sebaiknya tidak hanya diarahkan pada sektor-sektor dengan produktivitas dan nilai tambah yang rendah, tetapi harus

lebih diarahkan pada sektor-sektor dengan produktivitas dan nilai tambah tinggi sehingga generasi muda ini menjadi lebih produktif dan berdaya saing.

3. Potensi industri dan budaya sebagai Sumber Inspirasi Kreatif. Surakarta terkenal sebagai kota Budaya. Potensi industri kreatif masih begitu besar untuk dapat digarap oleh pelaku bisnis Indonesia khususnya yang ada di Kota Surakarta. Produk kerajinan yang potensial, di antaranya furnitur ukir, rotan, ukiran kaca, kulit, keris, dan batik, dan animasi. Kota Surakarta masuk sebagai Kota Kreatif dengan kategori kota desain. Setelah ditetapkan menjadi Kota Kreatif oleh Kemenparekraf, selanjutnya Surakarta akan didaftarkan ke UNESCO sebagai Kota Kreatif Dunia. Batik Tulis Surakarta sudah diekspor ke mancanegara dan menjadi lambang khas Indonesia. Bahkan di Kota Surakarta, sentra industri batik dengan berbagai skala kini terus tumbuh, seperti Kampoeng Batik Laweyan, Kauman, Tegalsari, Tegalayu, Tegalrejo, Sondakan, Batikan, dan Jongke. Industri kreatif juga secara nyata dapat mengurangi angka pengangguran. Industri kreatif sendiri naik sekitar 7% setiap tahunnya.
4. Potensi Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi. Secara umum teknologi informasi dan komunikasi berkembang terus menerus sehingga akan berdampak dalam perkembangan industri kreatif.

Kota Surakarta memiliki potensi industri kreatif yang besar dan posisinya tersebar di beberapa subsektor lapangan usaha, seperti (1) sektor industri pengolahan, (2) sektor perdagangan, hotel dan restoran serta (3) sektor jasa-jasa. Industri kreatif di Kota Surakarta berdasarkan (1) sumbangannya sebagai sumber penghasilan masyarakat Kota Surakarta dan (2) ketersediaan potensi sumberdaya ekonomi kreatif dan pengembangannya dapat dikelompokkan menjadi 3 kelompok, yaitu prioritas pengembangan pertama, kedua dan ketiga. Prioritas ini merupakan urutan prioritas pengembangannya.

Dari 15 sektor ekonomi kreatif yang ada di Kota Surakarta, terdapat 5 sektor ekonomi kreatif yang masuk prioritas pertama dan merupakan sektor penting untuk dikembangkan di Kota Surakarta, yaitu seni pertunjukan, desain, kerajinan, makanan dan feshen.

Kuliner merupakan salah satu unggulan industri kreatif Kota Surakarta. Kota Surakarta terkenal dengan berbagai macam kulinernya. Para wisatawan yang

datang ke Kota Surakarta merasa belum lengkap jika belum menikmati aneka jajanan dan makanan khas Kota ini. Kuliner di Kota Surakarta yang sangat terkenal dan perlu dikembangkan adalah nasi liwet, timlo, serabi notosuman, tengkleng, dan jamu tradisional.

Perkembangan industri kreatif tidak terlepas dari peran sektor pariwisata. Wisatawan baik domestik maupun asing yang berkunjung sebagai dampak adanya daya panggil dari Industri pariwisata. Dari hasil survei dapat dijelaskan bahwa daya panggil wisatawan untuk datang ke Solo salah satunya kuliner.

Perkembangan ekonomi kreatif – kuliner tidak terlepas dari peran sektor pariwisata. Wisatawan baik domestik maupun asing yang berkunjung sebagai dampak adanya daya panggil dari Industri pariwisata. Dari hasil survei dapat dijelaskan bahwa daya panggil wisatawan dapat dikelompokkan menjadi 5 (lima) yaitu Even, kuliner, kerajinan/ sovenir/ barang antik, feshen, tempat / lokasi wisata.

Tabel 2.
Daya Panggil Kota Surakarta Bagi Wisatawan

Jenis Industri Kreatif	:	Produk Industri Kreatif
1. Even	:	Pertunjukan Tari (SIPA), Pertunjukan drama (Matahati), IBMF, SBC, Solo City Jazz, Solo Menari, Batik Solo, Kerajinan, MICE, dll.
2. Kuliner	:	Tengkleng, Nasi Liwet, Timlo, Serabi Notosuman
3. Kerajinan, Barang antik, sovenir	:	Mebel, keris, aneka souvenir
4. Lokasi / Tempat wisata	:	Kraton, Bangunan sejarah, Kebun binatang, Pasar barang antik
5. Batik / fashion	:	Laweyan, Kauman, Klewer, dan PGS

Sumber, Data Primer (2015)

Bundling product (penggabungan produk) adalah strategi yang dilakukan dengan menjual dua atau lebih produk dalam satu paket. Tujuan dari *Bundling product* adalah untuk meningkatkan keterampilan antar subsektor industri kreatif. Hal ini terkait dengan strategi untuk mendapatkan multiplier effect dari bundling itu sendiri. Dengan adanya bundling ekonomi kreatif tersebut akan mendorong pengenalan subsektor yang lain.

Tabel 3.
Bundling Ekonomi Kreatif Kota Surakarta

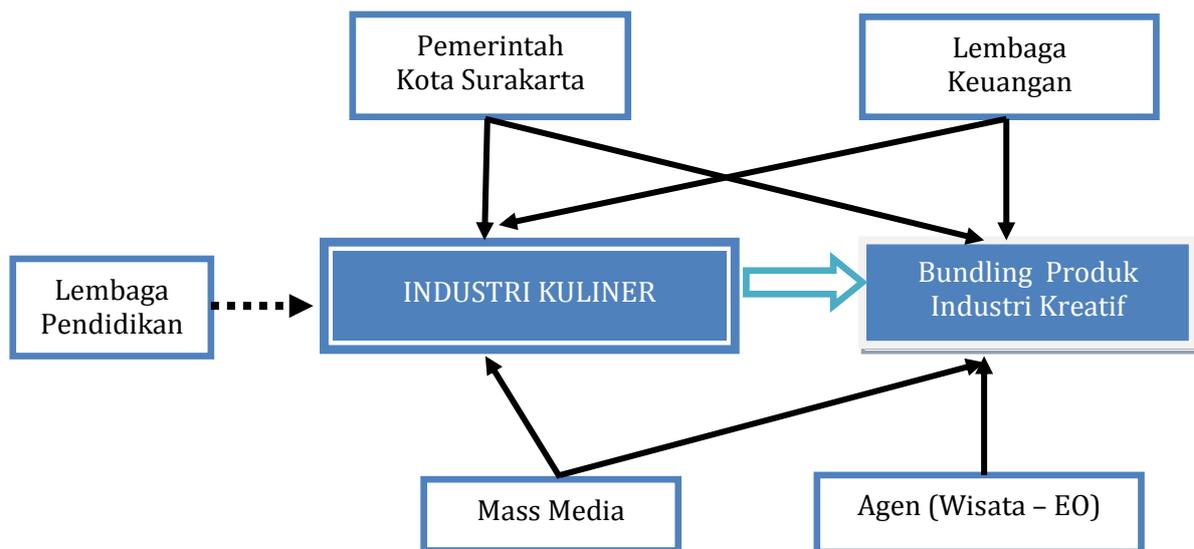
No	Bundling Ekonomi Kreatif
1	Paket Wisata Batik dan Makanan
2	Paket Wisata Ngarsopuro

	(kerajinan, kuliner dan seni pertunjukan)
3	Paket even (SBC, SIPA, MICE, dll) dan kuliner
4	Paket wisata benteng (fashion, kerajinan dan makanan)

Sumber: Hasil Indepth interview, (2015)

Terdapat 4 paket bundling produk terkait kuliner yang diperoleh dari hasil in-depth interview untuk pengembangan industri kreatif Kota Surakarta. Paket wisata desain (produk batik) dan makanan merupakan paket yang paling diminati. Paket wisata wisata ngarsopuro yang memadukan kerajinan, kuliner dan seni pertunjukan berada di nomor kedua. Untuk paket nomor tiga dan empat adalah paket even (SBC, SIPA, MICE, dll) dan kuliner serta paket wisata benteng (fashion, kerajinan dan makanan).

Gambar 1.
Model Pengembangan Industri Kreatif – Kuliar di Kota Surakarta



Model pengembangan industri kreatif Kota Surakarta ini dapat dijelaskan melalui berbagai peran lembaga pendukung di bawah ini.

1. Peran Media (Cetak, Elektronik dan Lembaga Promosi)

Media cetak dan elektronik memiliki peran dalam menginformasikan dan mempromosikan industri kreatif di Kota Surakarta. Sebesar 52,5% pelaku industri kreatif memandang media cetak dan elektronik masih kurang dalam mempromosikan tentang ekonomi kreatif di Kota Surakarta, sebesar 45% menyatakan perannya besar dan sebesar 2,5% menyatakan perannya tidak ada.

Pelaku industri kreatif mengharapkan ada rubrik khusus tentang industri kreatif di media cetak dan liputan khusus dalam media elektronik yang ditayangkan secara rutin dan berkala. Hal ini dinilai sangat mendukung dalam mempromosikan ekonomi kreatif.

Lembaga promosi memiliki peran dalam pengembangan ekonomi kreatif. Sebesar 60% pelaku industri kreatif memandang lembaga promosi masih kurang dalam mempromosikan ekonomi kreatif di Kota Surakarta, sebesar 37,5% menyatakan perannya besar dan sebesar 2,5% menyatakan perannya tidak ada.

Selain media cetak (koran), media elektronik (TV) dan lembaga promosi, media website, media sosial (Blog, Facebook dan tweeter) juga dinilai sangat membantu dalam mempromosikan produk atau kelompok pelaku ekonomi kreatif. Selanjutnya iklan luar ruang (baliho) juga penting untuk menjadikan informasi daya tarik wisatawan.

2. Agen atau Peran Biro Perjalanan

Biro perjalanan memiliki peran dalam pengembangan industri kreatif yaitu dalam membuat paket wisata atau lokasi kunjungan wisata. Sebesar 57,5% pelaku ekonomi kreatif memandang biro perjalanan masih kurang dalam mempromosikan ekonomi kreatif di Kota Surakarta, sebesar 37,5% menyatakan perannya besar dan sebesar 5% menyatakan perannya tidak ada.

3. Peran lembaga keuangan

Lembaga keuangan memiliki peran yang besar dalam pengembangan usaha industri kreatif di Kota Surakarta. Sampai saat ini, pelaku ekonomi kreatif memandang lembaga keuangan berperan dalam memberikan pendanaan meskipun dalam banyak hal yang belum sesuai dengan harapannya. Peran dari lembaga keuangan adalah sebagai penyedia dana untuk kebutuhan peningkatan usaha ataupun untuk penyelenggaraan even – even ekonomi kreatif.

Harapan pelaku ekonomi kreatif terhadap lembaga keuangan antara lain: (1) memberikan kemudahan fasilitas kredit, (2) melakukan sosialisasi secara berkala di tingkat pelaku usaha atau asosiasi/paguyuban, (3) menawarkan paket kerjasama untuk pelaku ekonomi kreatif sebagai anak angkat (4) pada saat pemberian kredit, diikuti dengan pendampingan,

4. Peran Pemerintah Kota Surakarta

Peran pemerintah sangat penting dalam pengembangan industri kreatif di Kota Surakarta. Program pemerintah pun seiring sejalan, dengan slogan waras, wasis, wareg, mapan, dan papan juga tidak lepas dari semangat adaptabilitas dan fleksibilitas untuk mempertahankan hidup dan kehidupan yang dimiliki masyarakat Kota Surakarta dalam melestarikan dan menjaga sumber-sumber kreatif. Berbagai kegiatan telah dilakukan oleh pemerintah untuk meningkatkan kinerja industri kreatif.

Penutup

Penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) tengkleng, nasi liwet, timlo, serabi notosuman merupakan produk kuliner yang paling diminati wisatawan dan masyarakat Kota Surakarta, (2) promosi produk industri kreatif tersebut dapat dilakukan melalui bundling produk dengan paket wisata di Kota Surakarta, dan (3) pengembangan industri kreatif kuliner Kota Surakarta melibatkan peran berbagai elemen seperti pemerintah, lembaga keuangan, asosiasi, mass media, agen (agen wisata dan event organizer), serta lembaga pendidikan dan pelatihan. Setiap elemen memiliki peran yang berbeda-beda dalam mendukung berkembangnya sektor industri kreatif di Kota Surakarta. Peran dari semua stakeholder dalam pengembangan industri kreatif Kota Surakarta saling terkait dan bersinergi.

Berdasarkan hasil simpulan di atas dapat direkomendasikan bahwa promosi produk kuliner sebaiknya dilakukan melalui bundling produk dengan paket wisata dan pengembangan industri kuliner juga harus melibatkan stakeholders terkait dan saling bersinergi.

Daftar Pustaka

- _____. 2008. *"Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025"*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- _____. 2008. *"Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2025"*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2008.
- _____. 2009. *"Studi Industri Kreatif Indonesia 2009"*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia. Depdag RI, 2009.
- _____. 2014. *"Profil Ekonomi Kreatif Kota Surakarta"*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Surakarta. 2014. Bappeda, 2014.
- _____. 2015. *"Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Surakarta"*. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Surakarta. 2015. Bappeda, 2015.
- Pangestu, ME. 2008. *"Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025"*. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.

Pusparini, H. 2011. "*Strategi Pengembangan Industri Kreatif Di Sumatra Barat*". Pasca Sarjana Universitas Andalas Padang.

Fandy, Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta: ANDI