

LAMPIRAN  
 PERATURAN MENTERI PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
 NOMOR PM.35/UM.001/MPEK/2012  
 TENTANG  
 RENCANA STRATEGIS KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF  
 TAHUN 2012-2012

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 KONDISI UMUM

#### 1.1.1 KETERKAITAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

Berdasarkan Perpres No. 92 Tahun 2011 yang dikeluarkan pada tanggal 21 Desember 2011, maka Kemenparekraf secara resmitelah terbentuk, yang terdiri dari 8 unit eselon satu dan didukung oleh 4 staf ahli, yaitu: Ditjen Pengembangan Destinasi Pariwisata; Ditjen Pemasaran Pariwisata; Ditjen Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Seni dan Budaya; Ditjen Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Media, Desain, dan Iptek; Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; Sekretariat Jenderal, Inspektorat Jenderal; Staf Ahli Bidang Perlindungan Keanekaragaman Karya Kreatif; Staf Ahli Bidang Jasa Ekonomi; Staf Ahli Bidang Hubungan Antar Lembaga; dan Staf Ahli Bidang Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Kemenparekraf memiliki tanggungjawab terhadap pengembangan sektor kepariwisataan dan ekonomi kreatif dengan berkoordinasi dengan seluruh instansi pemerintah terkait, baik di pusat maupun di daerah.

Berdasarkan UU No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, kepariwisataan didefinisikan sebagai keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Keberhasilan pemangku kepariwisataan bergantung pada keunggulan daya tarik wisata, kualitas sarana dan prasarana di destinasi wisata, dan keberadaan industri pariwisata. Industri pariwisata didefinisikan sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata yang dimaksudkan adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata meliputi: (1) Usaha daya tarik wisata; (2) Usaha kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata; (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Penyediaan akomodasi; (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan

rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata lila; dan (13) Spa.

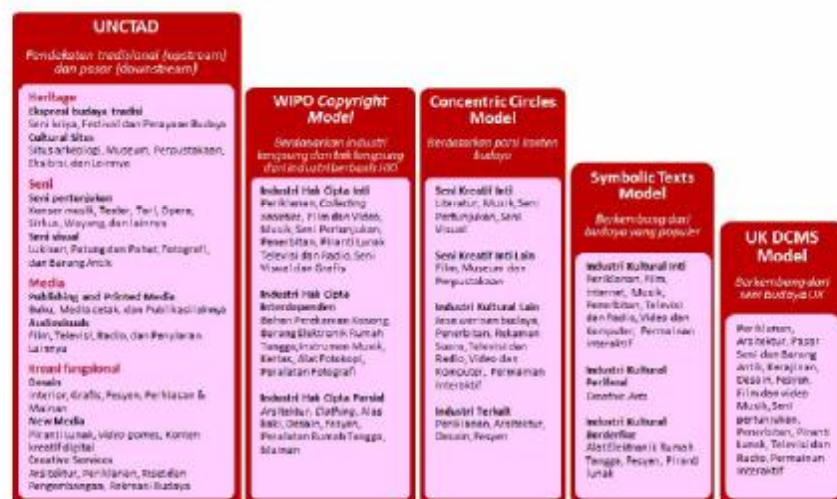
Berbeda dengan sektor kepariwisataan, ekonomi kreatif merupakan sektor baru yang diangkat oleh pemerintah untuk dikelola hingga tingkat Kementerian. Sebelumnya, sektor ekonomi kreatif belum dikelola secara terkoordinasi di tingkat Kementerian tetapi tersebar di beberapa Kementerian yang terkait. Diangkatnya sektor ekonomi kreatif hingga di tingkat Kementerian oleh pemerintah, disebabkan oleh karena sektor ekonomi kreatif memiliki nilai strategis bagi Indonesia, yaitu: kontribusi ekonomi yang signifikan, penciptaan iklim bisnis yang positif, mengangkat citra dan identitas bangsa, menggunakan sumber daya terbarukan, mendorong terciptanya inovasi, dan memberikan dampak sosial yang positif.



**Bagan 0-1 Fungsi Strategis Ekonomi Kreatif**

Klasifikasi dan ruang lingkup ekonomi kreatif yang berkembang di dunia maupun di Indonesia, masih sering diperdebatkan di kalangan akademis maupun praktisi. Tetapi walaupun demikian, ekonomi kreatif diyakini sebagai salah satu fokus pembangunan yang potensial bagi negara maju maupun negara berkembang. Indonesia telah mengangkat ekonomi kreatif sebagai salah satu sektor pembangunan yang ditunjukkan dengan dikeluarkannya cetak biru pengembangan ekonomi kreatif Indonesia pada tahun 2008, dan Instruksi Presiden No.6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif yang menginstruksikan kepada seluruh instansi dan lembaga pemerintah yang terkait pengembangan ekonomi kreatif untuk mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia yang terdiri dari 14 subsektor industri kreatif.

Berdasarkan laporan UNCTAD, *Creative economy: "A Feasible Development Option"*, model pengembangan ekonomi kreatif di negara maju maupun di negara berkembang dapat dikelompokkan menjadi: *UNCTAD Model*, *WIPO Copyright Model*, *Concentric Circles Model*, *Symbolic Texts Model*, dan *UK DCMS Model*<sup>4</sup>. *UNCTAD Model* mengelompokkan industri kreatif berdasarkan pada kreativitas yang bernilai ekonomi dan memiliki *intellectual property*. *WIPO Copyright Model* mengelompokkan industri kreatif berdasarkan pada peran industri kreatif. Peran ini dikelompokkan menjadi *core*, *partial*, *interdependent* dan *non-dedicated*<sup>2</sup>. *Concentric Circles Model* mengelompokkan industri kreatif berdasarkan pada porsi budaya dari sebuah produk kreatif, dimana semakin besar konten budayanya maka akan semakin unik. *Symbolic Texts Model* mengelompokkan industri kreatif berdasarkan pada besar kecilnya pengaruh seni terhadap perkembangan sosial dan politik. Sedangkan *UK DCMS Model* mengutamakan ekonomi berbasis kreativitas dan inovasi sebagai dasar klasifikasi, yang dikembangkan pertama kali oleh *UK Department of Culture, Media, and Sport* (UK DCMS) pada akhir tahun 1990-an untuk bersaing dalam ekonomi global.



**Bagan 0-2 Konsep dan Klasifikasi Ekonomi Kreatif di Dunia**

Sumber: Creative Economy Report 2010, UNCTAD

<sup>1</sup> Creative Economy Report 2010, "Creative Economy: A Feasible Development Option", UNCTAD, 2010.

\*Core: industri kreatif; Partial: industri yang memiliki unsur kreatif sebagai unsur minor produksi; Interdependent: industri yang mendukung proses produksi industri kreatif; Non-dedicated: industri yang tidak bertujuan langsung dengan industri kreatif, tetapi diusahakan untuk keperluan umum.

Di Indonesia, ekonomi kreatif merupakan sebuah era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandakan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya<sup>3</sup>. Ekonomi kreatif ini digerakkan oleh industri kreatif yang didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

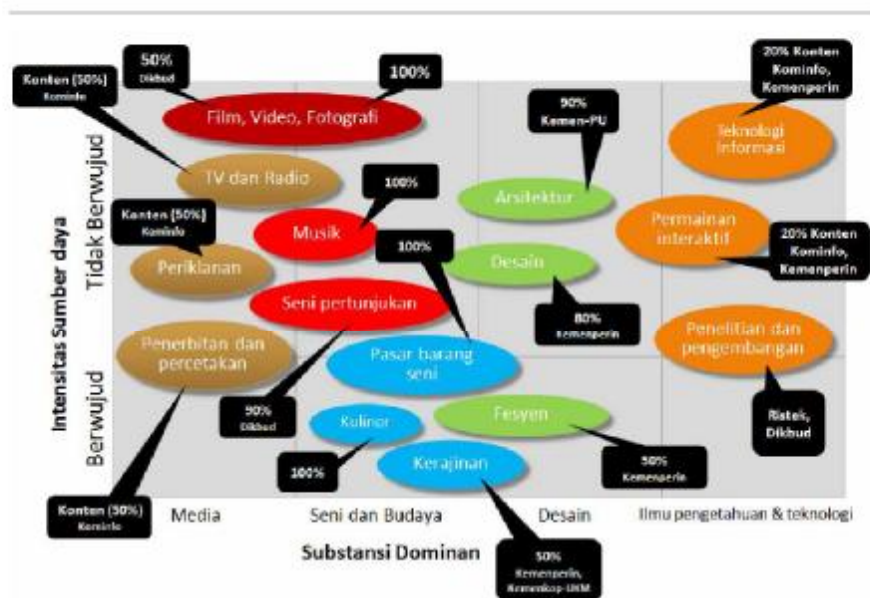


Bagan 0-3 Pergeseran Era Ekonomi

Mengacu pada Inpres No. 6 Tahun 2009 tentang Ekonomi Kreatif, maka ekonomi kreatif Indonesia dikelompokkan menjadi: (1) Arsitektur; (2) Desain; (3) Fesyen (Mode); (4) Film, Video, dan Fotografi; (5) Kerajinan; (6) Musik; (7) Pasar Seni dan Barang Antik; (8) Penerbitan dan Percetakan; (9) Periklanan; (10) Permainan Interaktif; (11) Penelitian dan Pengembangan; (12) Seni Pertunjukan; (13) Teknologi Informasi dan Piranti Lunak; dan (14) Televisi dan Radio. Sektor ke-15, kuliner, merupakan sektor tambahan yang akan dikembangkan oleh Kemenparekraf mempertimbangkan kekayaan kreativitas dan kearifan lokal didalamnya, serta kaitannya yang erat dengan pariwisata.

Kontribusi peran Kemenparekraf pada setiap kelompok usaha dalam industri kreatif berbeda-beda, karena pada dasarnya usaha di industri kreatif bukanlah jenis usaha yang baru. Perbedaan kontribusi peran ini ditunjukkan pada Bagan 1-4 berikut.

<sup>3</sup> Celak Ritu Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015



Bagan 0-4 Pembagian Tanggungjawab Pengembangan Usaha dalam Industri Kreatif

Kepariwisata dan ekonomi kreatif terdiri dari berbagai kelompok usahanya yang memiliki keterkaitan dan saling mendukung serta memperkuat keberadaan usaha itu sendiri. Keterkaitan antara sektor kepariwisataan dan ekonomi kreatif dapat dilihat pada Bagan 1-5.



Bagan 0-5 Keterkaitan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Keterkaitan kepariwisataan dengan ekonomi kreatif dapat dijabarkan secara mendetail sebagai berikut:

a. Penguatan kualitas kepariwisataan