

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif.

Menurut Dewandaru dan Purnamaningsih (2016:173) menyatakan bahwa “Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*), lingkungan pengembangan (*nurturance environment*), pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*)”.

Definisi menurut *Institute For Development Economy and Finance* dalam Azizah dan Muhfiatun (2017:67) menyatakan bahwa “Ekonomi kreatif merupakan proses peningkatan nilai tambah hasil dari eksploitasi kekayaan intelektual berupa kreativitas, keahlian, dan bakat individu menjadi suatu produk yang dapat dijual”.

Dari beberapa definisi di atas dapat diartikan bahwa ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan ekonomi yang timbul dari adanya kreatifitas, di mana dari berbagai kreatifitas, inovasi, bakat, ide, gagasan, sebagai wujud nyata dari kreatif tersebut dan kekayaan intelektual merupakan sumber utama dari ekonomi kreatif serta ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan.

Industri kreatif merupakan penggerak penciptaan nilai pada ekonomi kreatif. Dalam proses penciptaan nilai kreatif, industri kreatif tidak hanya menciptakan transaksi ekonomi, tetapi juga transaksi sosial dan budaya. Proses umum yang terjadi dalam rantai nilai kreatif adalah kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun setiap kelompok industri kreatif memiliki rantai nilai kreatif yang berbeda.

Menurut Yoeti dalam Andiono, dkk (2017: 2) mendefinisikan “Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy*. *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”. Tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Lingkup kegiatan dari ekonomi kreatif dapat mencakup banyak aspek. Departemen Perdagangan mengidentifikasi setidaknya 14 sektor yang termasuk dalam ekonomi kreatif, yaitu: 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 Bisa dilihat luasan cakupan.

2.2 Kerajinan

Menurut Wiyadi, dkk (Falashifa, 2013:7) mendefinisikan bahwa “Kerajinan adalah semua kegiatan dalam bidang industri atau pembuatan barang sepenuhnya dikerjakan oleh sifat rajin, terampil, ulet serta kreatif dalam upaya pencapaiannya”.

Sedangkan menurut Narjoko, dkk (2015:8) mendefinisikan bahwa “Kerajinan (Kriya) merupakan bagian dari seni rupa terapan yang merupakan titik temu antara seni dan desain yang bersumber dari warisan tradisi atau ide kontemporer yang hasilnya dapat berupa karya seni, produk fungsional, benda hias dan dekoratif, serta dapat dikelompokkan berdasarkan material dan eksplorasi alat teknik yang digunakan, dan juga dari tematik produknya”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa Kerajinan adalah suatu karya seni yang proses pembuatannya menggunakan keterampilan tangan manusia, biasanya hasil dari sebuah kerajinan dapat menghasilkan suatu hiasan cantik, benda dengan sentuhan seni tingkat tinggi dan benda siap pakai.

Adapun macam-macam barang kerajinan yang ada meliputi kerajinan kayu, logam, keramik, kulit, dan tekstil seperti tenun, batik, sulam, bordir, dan lain sebagainya. Berbagai macam kerajinan yang ada semuanya mempunyai warna, motif, dan bentuk yang beraneka ragam dan memiliki karakteristik atau ciri khas tersendiri. Hasil dari barang-barang kerajinan dapat berupa benda terapan (fungsional) maupun benda hias, seperti barang-barang kerajinan yang

dibuat dengan teknik tenun. Tenun dapat dibuat menjadi benda fungsional misalnya baju, tirai, tas, dan benda hias seperti hiasan dinding.

2.3 Kearifan Lokal

Menurut UU No. 32 Tahun 2009 tentang perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup pada pasal 1 ayat 30, “Kearifan lokal adalah nilai-nilai luhur yang berlaku dalam tata kehidupan masyarakat untuk antara lain melindungi dan mengelola lingkungan hidup secara lestari”.

Sementara Moendardjito dalam Azizah dan Muhfaitun (2017:67), mengatakan bahwa “Unsur budaya daerah potensial sebagai *local genius* karena telah teruji kemampuannya untuk bertahan sampai sekarang. Kearifan lokal berasal dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*) secara umum maka *local wisdom* (kearifan setempat) dapat dipahami sebagai gagasan-gagasan setempat (*local*) yang bersifat bijaksana penuh kearifan, bernilai baik yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya”.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kearifan lokal merupakan produk budaya masa lalu yang patut secara terus-menerus dijadikan pegangan hidup. Meskipun bernilai lokal tetapi nilai yang terkandung di dalamnya dianggap sangat *universal*. Kearifan lokal terbentuk sebagai keunggulan budaya masyarakat setempat maupun kondisi geografis dalam arti luas.

Ciri-ciri kearifan lokal menurut Saragih dalam Prastowo dan Budiana (2016:47) adalah “Mampu bertahan terhadap budaya luar, memiliki kemampuan mengintegrasikan unsur budaya luar ke dalam budaya asli, mempunyai kemampuan mengendalikan, dan mampu memberi arah pada perkembangan budaya”.

Dalam bidang pariwisata, kearifan lokal diharapkan mampu mengembangkan pariwisata yang mengangkat budaya lokal untuk diperkenalkan ke seluruh dunia sebagai identitas negara.

2.4 Pariwisata

2.4.1 Pengertian Pariwisata

Istilah kepariwisataan berasal dari akar kata wisata seperti halnya yang tercantum dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata,an,

Kepariwisataan adalah 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.

2.4.2 Pengertian Daya Tarik Wisata

Menurut Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut Abdillah (2016:50) mendefinisikan “Daya tarik wisata adalah sifat yang dimiliki oleh suatu obyek berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, lain dari pada yang lain memiliki sifat yang menumbuhkan semangat dan nilai bagi wisatawan”.

Sedangkan menurut Warpani dalam Qayyimah (2017:11) bahwa “Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memicu seseorang dan/atau sekelompok orang mengunjungi suatu tempat karena sesuatu itu memiliki makna tertentu, misalnya: lingkungan alam, peninggalan atau tempat sejarah, peristiwa tertentu”.

Berdasarkan pengertian diatas, dapat kita simpulkan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki sifat langka, indah dan unik pada daerah yang dikunjungi wisatawan.

2.4.3 Jenis Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di suatu daerah atau negara yang ditimbulkan oleh unsur-unsur geografi yang timbul karena proses alami dan proses budayawi, adapun jenis-jenis daya tarik wisata antara lain: (Arjana, 2015:90-91).

a. Daya Tarik Wisata Budaya (*Cultural Attraction*)

Budaya merupakan hasil rekayasa manusia yang dalam bentuk rasa, cipta dan karsa manusia. Budaya dibedakan menjadi tiga wujud yakni gagasan, aktivitas dan artefak.

1. Gagasan, merupakan kumpulan ide, nilai, norma atau peraturan yang bersifat abstrak, tidak dapat diraba atau disentuh. Contoh karya sastra biasa disimpan di museum.
2. Aktivitas, kebudayaan sebagai suatu tindakan berpola dari manusia dalam suatu komunitas yang saling berinteraksi dan menjadi tradisi.
3. Artefak, adalah semua wujud kebudayaan berupa fisik, hasil dari aktivitas dan hasil karya manusia merupakan berupa benda-benda yang dapat dilihat dan diraba sifatnya konkret.

b. Daya Tarik Wisata Buatan (*Artificial Attractions*)

Daya tarik wisata buatan, banyak terdapat di perkotaan yang sengaja dibangun untuk tempat rekreasi warga kota seperti museum, taman-taman kota, taman hiburan, taman riang, taman nostalgia, kolam pemandian.

c. Daya Tarik Wisata yang ditimbulkan oleh *event* atau peristiwa tertentu.

Daya tarik wisata ini muncul karena adanya peristiwa tertentu yang ada di suatu daerah, biasanya *event* yang diselenggarakan menjadi ciri khas dan keunikan daerah tersebut, adapun diantaranya: *traditional institution, traditional life style, ritual ceremonies, religion activities, historical heritages, sports event, arts creation.*

2.4.4 Syarat – Syarat Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Maryani dalam Kirom, dkk (2016:537) bahwa “Ada syarat-syarat yang harus dipenuhi untuk menjadi daya tarik daerah tujuan wisata. Suatu daya tarik daerah tujuan wisata, bisa menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan ketika bisa memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut:

a. *What to see*

Pada tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda yang dipunyai di daerah lain.. dengan kata lain bahwa daerah tersebut harusnya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai *entertainment* bagi wisatawan. *What to see* terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

b. *What to do*

Di tempat wisata, selain banyak yang bisa dilihat dan disaksikan, tentunya juga harus disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata itu.

c. *What to buy*

Tempat tujuan wisata harus ada beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal wisatawan tersebut.

d. *What to arrived*

Pada bagian ini ada yang termasuk aksesibilitas, yaitu bagaimana kita mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut. Kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama kita bisa tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. *What to stay*

Merupakan bagaimana wisatawan akan bisa tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Maka untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, maka sangat perlu untuk mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sebagainya.

Menurut Mariotti dan Yoeti dalam Sunaryo (2013:28) dikemukakan bahwa “Daya tarik dari suatu destinasi merupakan faktor yang paling penting dalam rangka mengundang wisatawan untuk mengunjunginya”. Agar suatu destinasi dapat menarik wisatawan untuk mengunjunginya, paling tidak harus memenuhi tiga syarat utama, yaitu:

- a. Destinasi tersebut harus mempunyai apa yang disebut dengan “*something to see*”. Maksudnya destinasi tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang bisa dilihat oleh wisatawan, disamping itu juga harus mempunyai atraksi wisata yang dapat dijadikan sebagai “*entertainments*” bila orang datang untuk mengunjunginya.
- b. Selanjutnya destinasi tersebut juga harus mempunyai “*something to do*”. Selain banyak yang dilihat dan disaksikan, harus juga disediakan beberapa fasilitas rekreasi atau *amusements* dan tempat atau wahana yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk beraktivitas seperti olahraga, kesenian maupun kegiatan yang lain yang dapat membuat wisatawan menjadi berah tinggal lebih lama.
- c. Kemudian destinasi juga harus mempunyai “*something to buy*”. Dimana tempat tersebut harus tersedia barang-barang cindermata (*souvenir*) seperti halnya kerajinan rakyat setempat yang bisa dibeli wisatawan sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal masing-masing.

2.4.5 Dimensi Daya Tarik Wisata

Terdapat tujuh dimensi dalam daya tarik menurut Avenzora dalam Qayyimah (2017:13) yaitu:

- 1) Keunikan : Aspek keunikan menggambarkan nilai eksistensi suatu obyek atau *event* dalam konteks kepariwisataan.
- 2) Kelangkaan : Aspek kelangkaan merupakan representasi komparatif dari *intangible value* suatu obyek wisata terhadap obyek sejenis lainnya.
- 3) Keindahan : Aspek keindahan merupakan *extrinsic values* dan *intrinsic values* yang dimiliki oleh suatu obyek wisata dalam menyediakan kepuasan wisatawan dalam melihat benda tersebut.
- 4) Seasonitas : Aspek seasonalitas menggambarkan waktu ketersediaan suatu obyek untuk bisa diakses wisatawan dalam hal memenuhi kepuasan berwisatanya.
- 5) Aksesibilitas : Aspek aksesibilitas menggambarkan tentang kondisi dan proses yang harus dilakukan wisatawan dalam mendatangi suatu obyek wisata tersebut berada.
- 6) Sensitifitas : Aspek sensitivitas merupakan representasi tata nilai *sustainable tourism* dalam menilai pengaruh kegiatan wisata terhadap keberlanjutan obyek itu sendiri maupun elemen lingkungan sekitarnya; dan
- 7) Fungsi Sosial : Aspek sosial penting karena adanya potensi dampak sosial dalam kegiatan wisata.

2.5 Kearifan Lokal sebagai Daya Tarik Wisata

Budaya dan kearifan lokal menjadi salah satu pilihan strategi untuk meminimalisir dampak globalisasi dan menjadi *counter culture* dominasi budaya massa yang dikuasai oleh negara-negara maju dan berpengaruh besar terhadap pola pikir dan “budaya” masyarakat negara-negara berkembang, daya tarik unsur-unsur budaya dan kearifan lokal sebagai dasar pengembangan budaya dalam era global berdasarkan alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Menurut Fakhri dalam Fitriana dan Ridlwan (2018:273) menyatakan bahwa “Dari perspektif strategi kebudayaan, meningkatnya pengaruh globalisasi telah mereduksi nilai-nilai budaya nasional. Budaya lokal memiliki potensi dan peran sebagai budaya tandingan (*counter culture*) bagi dominasi budaya global yang dimitoskan sebagai sesuatu tidak bisa dielakkan”.

Budaya lokal dapat menjadi sumber kearifan lokal, sebagai salah satu sumber sikap kritis terhadap globalisasi. Munculnya kecenderungan gaya

hidup baru yang berakar pada seni tradisi merupakan indikasi positif bangkitnya nilai-nilai lokal dalam kehidupan masyarakat. Seni tradisi yang masih bertahan dan masih dipertahankan oleh masyarakat di berbagai memiliki nilai filsafat yang tinggi.

- b. Menurut Thoyibi dalam Fitriana dan Ridlwan (2018:273) menyatakan bahwa “Dari perspektif desentralisasi atau otonomi daerah, maka daerah dapat menggali dan mengembangkan budaya lokal sebagai modal social dan budaya pembangunan masyarakat setempat”.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu sangat penting sebagai dasar pemikiran dan acuan dalam pembuatan skripsi ini. Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang akan mengarahkan penelitian ini. Beberapa diantaranya yang telah diteliti dapat dilihat dalam table 2.1.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

| No. | Judul Penelitian | Penulis | Metode | Hasil |
|-----|---|---|--|--|
| 1. | Strategi dalam memajukan industri kreatif dan pengembangan ekonomi lokal sebagai daya tarik wisata (studi pada kesenian Jaranan di Kota Kendiri). | Bothy Dewandaru dan Nining Purnamaningsih (2016). | Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesenian Jaranan memiliki daya tarik besar di masyarakat Kota Kediri, sehingga di setiap pertunjukkan banyak pedagang kecil yang berjualan serta semakin bertambahnya pengrajin perlengkapan Jaranan yang hidup dari daya tarik kesenian Jaranan. |
| 2. | Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus <i>Handicraft</i> dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif Ekonomi Syariah (<i>Study</i> | Siti Nur Azizah dan Muhfiatun (2017). | Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, <i>interview</i> dan analisis data. | Hasil analisis menyatakan bahwasanya <i>handycraft</i> memiliki efek <i>multiplier</i> terhadap masyarakat, karena anyaman pandanus telah berkontribusi menggerakkan sektor perdagangan jasa dan pertanian. Serta mampu mengembalikan nilai-nilai kearifan lokal masyarakat baik dari sisi integrasi sektor ekonomi maupun |

| | | | | |
|----|--|---|--|---|
| | Case di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta) | | | integrasi bidang sosial yang meliputi ukhuwah islamiyah dan terciptanya solidaritas sosial. |
| 3. | Pengembangan Ekowisata Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal di Palangkaraya | Evi Fitriana dan M. Khoiri Ridlwan (2017) | Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, angket dan wawancara. | 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) mengaitkan dengan kebutuhan pasar 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, (7) memiliki potensi daya tarik wisata untuk dikunjungi, untuk dibeli dan sekaligus dipelajari. |

Adapun yang menjadi pembeda antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat dari Tabel 2.2 dan Tabel 2.3 seperti berikut:

Tabel 2.2
Perbedaan Penelitian Terdahulu

| Nama Penulis | Judul Penelitian | Metode Penelitian |
|---|---|--|
| Bothy Dewandaru dan Nining Purnamaningsih (2016). | Strategi dalam memajukan industri kreatif dan pengembangan ekonomi lokal sebagai daya tarik wisata (studi pada kesenian Jaranan di Kota Kendiri). | Penelitian ini menggunakan metode analisis data deskriptif kualitatif. |
| Siti Nur Azizah dan Muhfiatun (2017). | Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Pandanus <i>Handicraft</i> dalam Menghadapi Pasar Modern Perspektif | Menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan metode pengumpulan data observasi, <i>interview</i> dan analisis |

| | | |
|---|--|--|
| | Ekonomi Syariah (<i>Study Case</i> di Pandanus Nusa Sambisari Yogyakarta) | data. |
| Evi Fitriana dan M. Khoiri Ridlwan (2017) | Pengembangan Ekowisata Berbasis Industri Kreatif Berwawasan Kearifan Lokal di Palangkaraya | Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, angket dan wawancara. |

Tabel 2.3
Penelitian Sekarang

| Nama Peneliti | Judul Penelitian | Metode Penelitian |
|---------------------------|---|---|
| Dita Mutiara Indah (2019) | Kearifan Lokal Pada Industri Kerajinan Kain Tradisional Palembang di Tuan Kentang Sebagai Daya Tarik Wisata | Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif dengan Teknik <i>Accidental Sampling</i> menggunakan skala likert dengan analisis SWOT. |

Perbedaan antara penelitian terdahulu dengan sekarang yaitu dilihat dari sisi metode penelitian, lokasi penelitian maupun waktu penelitian.