

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Indonesia sebagai salah satu negara berpenduduk terbanyak didunia. Dan juga sebagai penghasil sumber daya alam yang melimpah , terutama di sektor pertanian dan perkebunan , kedua sektor ini merupakan salah satu pintu subsektor kebutuhan primer manusia, dimana seharusnya kedua faktor tadi yaitu sumber daya alam dan sumber daya manusia bisa menjadi penggerak perekonomian utama negara Indonesia.

Namun tidak menutup kemungkinan bahwa banyak sekali sumber daya alam kita diekspor ke negara lain secara besar besaran dengan harga yang relatif murah dan kembali ke negara kita dengan sedikit perubahan dengan harga yang mahal . Dari kasus tersebut bisa kita simpulkan bahwa poin utama dari kasus tersebut adalah Indonesia masih kekurangan industri pengolahan khususnya dibidang industri kreatif pangan atau kuliner

Ekonomi kreatif dapat menjadi sebagai alternatif penggerak roda perekonomian Indonesia . Jika dilihat dari pengertiannya Menurut John Howkins dalam The Creative Economy: How People Make MoneyFrom Ideas, ”ekonomi kreatif diartikan sebagai segala kegiatan ekonomi yang menjadikan kreativitas (kekayaan intelektual), budaya dan warisan budaya maupun lingkungan sebagai tumpuan masa depan” ,

maka seharusnya sangatlah tepat jika Indonesia khususnya Kota Bandung mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penopang perekonomian Kota Bandung .

Jika dilihat arti dari industri kuliner sendiri menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (DPRI) (2008) berdasarkan pada definisi dari *UK Department of Culture, Media and Sport Task force* adalah 1998 sebagai berikut :“Industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut” maka tepatlah Kota Bandung menempatkan industrinya ke arah industri kreatif .

Inilah yang dinamakan era ekonomi baru yang mengutamakan informasi dan kreativitas yang populer dengan sebutan industri kreatif atau ekonomi kreatif yang digerakkan oleh sektor industri yang bersangkutan di bidangnya. Industri kreatif sendiri merupakan pengembangan konsep berdasarkan modal kreativitas yang dapat berpotensi meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, pergeseran dari era pertanian ke era industrialisasi, disusul dengan era informasi yang disertai dengan banyaknya penemuan baru di bidang teknologi informasi maupun globalisasi ekonomi, telah membawa peradaban baru bagi manusia.

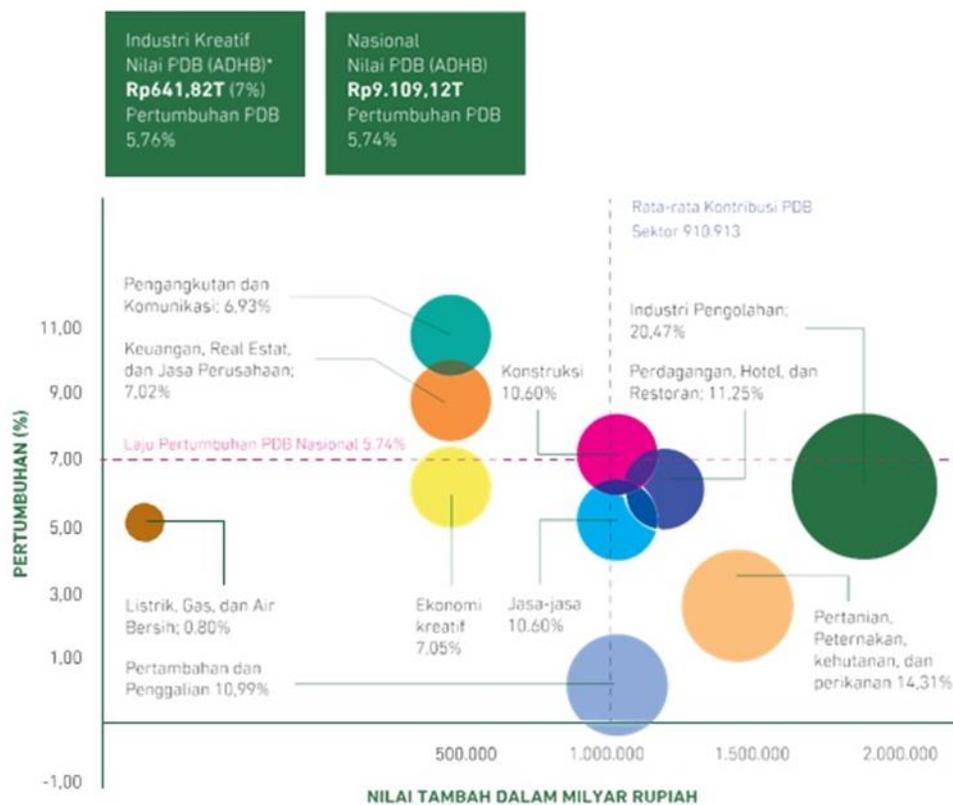
Secara umum kontribusi industri kreatif dalam perekonomian Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2010 nilai PDB ekonomi kreatif mencapai 185 triliun rupiah, jumlah ini terus meningkat dengan rata-rata pertumbuhan 5% per tahun dalam kurun waktu 2010-2013 sehingga pada tahun 2013 mencapai 215 triliun rupiah. Pada periode 2010-2013 industri kreatif rata-rata dapat menyerap tenaga kerja sekitar

10,6% dari total angkatan kerja nasional. Hal ini didorong oleh pertumbuhan jumlah usaha di sektor industri kreatif pada periode tersebut sebesar 1%, sehingga jumlah industri kreatif pada tahun 2013 tercatat sebanyak 5,4 juta usaha yang menyerap angkatan kerja sebanyak 12 juta. Bagi Indonesia, sejauh ini ekonomi kreatif tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga berperan dalam penguatan citra dan identitas bangsa, mengembangkan sumber daya yang terbarukan, mendorong terciptanya inovasi, dan yang tidak kalah pentingnya membawa dampak sosial yang positif, termasuk peningkatan kualitas hidup, pemerataan kesejahteraan dan peningkatan toleransi sosial dalam masyarakat.

Hingga kini permintaan terhadap karya kreatif terus meningkat. Di pasar global, pertumbuhan impor produk kreatif dunia meningkat 6,6% per tahun selama kurun waktu 2003-2012. Di dalam negeri, pertumbuhan konsumsi terhadap karya kreatif meningkat rata-rata 10,5% per tahun selama kurun waktu 2010-2013. Kecenderungan ini akan terus berlangsung selama pendapatan masyarakat dan jumlah penduduk makin bertambah, pendapatan penduduk yang semakin tinggi, dan konsumen yang lebih memperhatikan aspek desain dan estetika.

Dari perhitungan Badan Pusat Statistik tersebut diketahui bahwa ekonomi kreatif, selama periode 2010-2013, secara rata-rata menyumbang 7,8% terhadap pendapatan domestik bruto Indonesia. Kontribusi sektor ekonomi kreatif masih relatif lebih rendah dibandingkan kontribusi sektor pertanian, industri pengolahan, perdagangan dan restoran, ataupun sektor jasa, namun lebih tinggi dibandingkan sektor pertambangan dan penggalian, keuangan, serta pengangkutan dan informasi.

Nilai tambah yang dihasilkan oleh ekonomi kreatif juga mengalami peningkatan setiap tahun. Berdasarkan perhitungan Badan Pusat Statistik, nilai tambah ekonomi kreatif mencapai Rp 641,8 triliun pada tahun 2013 dengan pertumbuhan sekitar 5,76%, di atas pertumbuhan sektor listrik, gas, dan air bersih; pertambangan dan penggalian; pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan; jasa-jasa; dan industri pengolahan. Pertumbuhan PDB industri kreatif juga di atas pertumbuhan PDB nasional.



Gambar 1.1
(Nilai Tambah, Kontribusi, dan Pertumbuhan PDB Ekonomi Kreatif)
 Sumber : Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Berdasarkan gambar diatas, PDB ekonomi kreatif disumbang sebagian besar dari subsektor kuliner (32,5%); mode (28,3%); kerajinan (14,4%); dan penerbitan dan percetakan (8,11%). Walaupun demikian, terdapat beberapa subsektor ekonomi kreatif yang secara pencatatan nilai ekonomi cenderung *overvalued* ataupun *undervalued*. Subsektor yang masih lemah dalam penghitungan kontribusi ekonomi ini adalah subsektor ekonomi kreatif yang bersifat jasa atau subsektor yang menghasilkan karya-karya yang bersifat tak benda (*intangible*), seperti: animasi, periklanan, arsitektur, desain, seni rupa, permainan interaktif, teknologi informasi, radio dan televisi ataupun penelitian dan pengembangan.

Tabel 1.1
Kontribusi Sub-sektor Ekonomi Kreatif
Terhadap PDRB Kota Bandung Tahun 2014

No.	Sub-sektor Kreatif	Kontribusi Terhadap PDRB
1	Arsitektur	0.015%
2	Penelitian dan pengembangan	0.005%
3	Desain	0.119%
4	Fesyen	7.361%
5	Film, Video, dan Fotografi	0.035%
6	Penerbitan dan percetakan	0.045%
7	Periklanan	0.461%
8	Permainan interaktif	0.005%
9	Teknologi informasi dan piranti lunak	0.035%
10	Televisi dan radio	0.303%
11	Kerajinan	2.505%
12	Musik	0.015%
13	Pasar Seni dan Barang Antik	0.104%
14	Seni pertunjukan	0.010%
15	Kuliner	2.783%

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Bandung yang merupakan salah satu kota yang memiliki potensi yang cukup besar sebagai kota kreatif. Sejak dulu Bandung sudah dikenal sebagai pusat tekstil, mode, seni dan budaya. Bandung juga dikenal sebagai kota pendidikan dan juga daerah tujuan wisata. Berdasarkan hasil pra penelitian bahwa, hal tersebut mendukung misi Bandung sebagai Kota Kreatif. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap produk domestik regional bruto (PDRB) Kota Bandung tergolong baik.

Hal ini tidak lain karena berkembang baiknya industri kuliner di Kota Bandung sehingga ekonomi kreatif beserta industri didalamnya dapat menjadi salah satu penggerak roda perekonomian Kota Bandung itu sendiri juga sebagai penyedia lapangan kerja yang dapat menyerap tenaga kerja yang tersedia di Kota Bandung yang dapat dilihat dari data berikut :

Tabel 1.2
Kontribusi Lapangan Usaha Ekonomi Kreatif Terhadap PDRB Kota Bandung Tahun 2014

No.	Lapangan Usaha Kreatif	Proporsi Jumlah Usaha (%)	Kontribusi Lapangan Usaha Total (%)	Kontribusi Lapangan Usaha Kreatif (%)
1.	Jasa profesional, ilmiah, dan teknik	0,14	0,77	0,001 ≈ 0
2.	Industri Pengolahan	54,21	21,49	11,65
3.	Informasi dan komunikasi	6,40	9,05	0,58
4.	Kebudayaan, hiburan, dan rekreasi	19,09	3,37	0,64
5.	Perumahan, akomodasi dan perediaan makan minum	20,17	4,63	0,93

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Dari data yang di sediakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung bahwa sektor ekonomi kreatif menyumbang 13,8% lapangan usaha pada

PDRB Kota Bandung hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif ini menjadi satu sektor yang seharusnya diperhatikan dan di kembangkan terus oleh Kota Bandung untuk terus menggerakkan roda perekonomian Kota Bandung itu sendiri

Tabel 1.3
Potensi Kepariwisata Kota Bandung

No	Komponen	Potensi	Sub Potensi	Jenis	Keterangan
1.		Buatan Manusia	Wisata Minat Khusus	Wisata Kuliner	Sepanjang Jl.Dago, Burangrang/Cilaki, PLN Dan Gardujati; R.M. Khas Daerah, Brownies Kukus Kartikasari, karyaumbi, Oncomraos, (RM: 219 buah), dll.

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Diolah)

Dari data di atas bahwa sebenarnya Kota Bandung telah merencanakan tata letaknya bahwa sentra kuliner Kota Bandung terletak di sepanjang Jl.Dago, Burangrang/Cilaki dan Gardujati. Maka dari itu, untuk mengetahui sejauh mana nilai bisnis yang dihasilkan dari industri kuliner berbasis ekonomi kreatif di Kota Bandung, kemudian bagai mana penentuan jenis, asal dan besaran input produksi yang di serap oleh industri kuliner berbasis ekonomi kreatif serta nilai kreatif yang dihasilkan adanya industri kuliner berbasis ekonomi kreatif, maka penulis tertarik untuk mengambil topik **“Dampak Perkembangan Industri Kuliner Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Bandung (Studi Kasus Sentra Kuliner JL.Burangrang, Kota Bandung)”**

1.2. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka fokus penelitian ini yaitu ingin melihat berapa nilai bisnis yang di hasilkan dari industri kuliner berbasis ekonomi kreatif di JL.Burangrang , Kota Bandung, kemudian apa saja jenis , asal dan besaran input produksi yang di serap oleh industri kuliner berbasis ekonomi kreatif di JL.Burangrang , Kota Bandung dan yang terakhir untuk mengidentifikasi manfaat dan biaya yang di tanggung dengan adanya industri kuliner berbasis ekonomi kreatif di JL.Burangrang , Kota Bandung.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka rumusan masalah yang ingin penulis teliti adalah sebagai berikut :

1. Berapa besar nilai bisnis yang di hasilkan di sentra kuliner JL.Burangrang , Kota Bandung?
2. Berapa besar , jenis , asal dan input produksi yang di serap di sentra kuliner JL.Burangrang , Kota Bandung?
3. Berapa besar nilai kreatif yang dihasilkan ?

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui nilai bisnis yang dihasilkan di sentra kuliner JL.Burangrang , Kota Bandung
2. Untuk mengetahui jenis , asal , dan besaran input produksi di sentra kuliner JL.Burangrang , Kota Bandung
3. Untuk mengetahui nilai kreatif yang dihasilkan di sentra kuliner JL.Burangrang , Kota Bandung

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Teoretis

Adapun manfaat teoretis dalam penelitian ini adalah memperkaya penelitian sejenis yang telah dilakukan oleh pihak lain dalam hal pendalaman informasi dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam studi ilmu Ekonomi Pembangunan, khususnya terkait perencanaan daerah dalam memperkuat sentra kuliner JL.Burangrang Kota Bandung.

1.5.2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi para pembuat keputusan atau para perumus kebijakan khususnya pemerintah daerah Kota Bandung dalam hal strategi pengembangan sentra industri kuliner sebagai salah satu daya saing perekonomian daerah.