Peluang dan Tantangan Pengembangan Industri Kreatif Kuliner dalam Pencapaian SDGs

Oleh:

¹ Faturachman Alputra Sudirman; ² Fera Tri Susilawaty; ³ Aenal Fuad Adam

^{1,2}. Program Studi Ilmu Pemerintahan, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Halu Oleo

³. Jurusan Ilmu Administrasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Musamus

Email. fatur@uho.ac.id

Abstrak

Industri kreatif salah satu industri yang mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian daerah, dan salah satu subsektor industri kreatif yang dapat menjadi industri kreatif unggulan ialah subsektor kuliner. Keberadaan industri ini juga selaras dalam upaya pencapaian agenda tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) pada tujuan ke 8 terkait dengan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif. Namun bagi suatu daerah, keberadaan industri kreatif kuliner memiliki tantangan dalam pengembangannya. Penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai peluang dan tantangan pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari serta kontribusinya dalam upaya pencapaian SDGs. Metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara dan dokumentasi. Hasil temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa peluang pengembangan industri kreatif kuliner dipicu oleh tumbuhnya minat kewirausahaan dan kreatifitas pelaku industri kreatif kuliner, hal ini mendapatkan momentumnya karena didorong oleh tren kuliner sebagai *lifestyle and leisure*, serta dukungan program pemerintah dalam pengembangan kuliner itu sendiri. Adapun tantangan yang dihadapi seperti modal usaha, perizinan, dan tempat/ruang usaha untuk pengembangan industri kreatif kuliner. Namun, secara keseluruhan keberadaan industri kreatif kuliner di Kota Kendari ternyata mampu untuk mendukung pencapaian SDGs 2030 pada tujuan ke 8 untuk penciptaan lapangan pekerjaan serta menyerap tenaga kerja usia muda.

Kata Kunci: Industri Kreatif ; Kuliner; Peluang; Tantangan; SDGs

Abstract

The creative industry is one of the industries that are able to contribute to the regional economy, and one of the creative industries sub-sectors that can become leading creative industries is the culinary subsector. The existence of this industry is also aligned to achieve the agenda of sustainable development goals (SDGs) on the 8th goal related to sustainable and inclusive economic growth. But for specific regions, the existence of the creative culinary industry has challenges in its development. This study aims to discuss the opportunities and challenges of developing a creative culinary industry in Kendari City and their contribution to the achievement of SDGs. The research method used is a qualitative research method using interviews and documentation of data collection techniques. The findings in this study indicate that the opportunities for culinary creative industry development are triggered by the growth of entrepreneurial interest and creativity of industry players, this has gained momentum because it is driven by culinary trends as lifestyle and leisure, as well as government support programs in culinary development itself. As for the challenges faced, such as venture capital, licensing, and place/business space for the development of creative culinary industries. However, overall the existence of the creative culinary industry in the city of Kendari was able to support the achievement of SDGs 2030 on the goal 8 to create jobs and absorb young workers.

Keywords: Creative Industry; Culinary; Opportunities; Challenges; SDGs.

PENDAHULUAN

Industri kreatif Indonesia berkembang dan meningkat secara signifikan setiap tahunnya sehingga perlu perhatian khusus dalam mengembangkannya, karena Industri kreatif sebagai suatu paradigma ekonomi baru yang mengandalkan suatu ide, gagasan, serta kreativitas dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam aktivitas ekonomi seperti yang tertuang pada instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009, tentang pengembangan ekonomi kreatif memberikan pesan bahwa aktivitas ekonomi yang dapat menyejahterakan masyarakat tidak hanya mengandalkan sumber daya alam tapi juga sumber daya manusianya.

Berdasarkan hasil Survey Ekonomi Kreatif (2017) terlihat bahwa Ekonomi kreatif mampu memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2015, sektor ini menyumbangkan 852 triliun rupiah terhadap PDB nasional (7.38 persen), menyerap 15.9 juta tenaga kerja (13.90 Persen), dan nilai ekspor US\$19.4 miliar (12.88 persen). Berdasarkan subsektor, Kuliner merupakan subsektor yang paling tinggi kontribusi bagi PDB yaitu sebesar 41.69%. selanjutnya fashion 18.15 persen, dan kriya 15.70 persen. Pada tahun 2015 total penduduk yang bekerja sebanyak 114.819.199 juta jiwa. Data tersebut menggambarkan kontribusi ekonomi kreatif yang meningkat dan signifikan terhadap perekonomian nasional dari tahun 2010-2015 yaitu sebesar 10,14 persen rata-rata per tahun. Hal ini membuktikan bahwa Ekonomi kreatif memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang.

Pengembangan ekonomi kreatif juga selaras dengan upaya dalam pencapaian agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan 2030 (SDGs) utamanya pada target pertumbuhan ekonomi, lapangan pekerjaan, dan pekerjaan yang layak, penurunan kesenjangan, perkotaan dan pemukiman, serta pola produksi dan konsumsi berkelanjutan. Pada bulan November 2019 Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB) mendeklarasikan *International Year of Creative Economy for Sustainable Development, 2021*. Indonesia merupakan negara yang memprakarsai resolusi PBB untuk ekonomi kreatif. Proposal ini mengakui kebutuhan untuk mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, termasuk industri kreatif. (Culture360.asef.org, 2019)

Howkins (2001) menemukan kehadiran gelombang ekonomi kreatif yang dapat ditelusuri sejak tahun 1996, Arfani & Ndadari, (2012). Menurutnya ekonomi baru telah muncul terkait dengan pengembangan industri kreatif yang dikendalikan oleh hukum kekayaan intelektual seperti hak cipta, merek, royalti dan desain. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menekankan bahwa ekonomi kreatif terkait dengan penciptaan nilai tambah berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Badan Ekonomi Kreatif, 2017). Pada perkembangannya kegiatan ekonomi kreatif di Indonesia mencakup 16 subsektor yaitu : 1) Aplikasi dan Pengembangan Permainan, 2) Arsitektur, 3) Desain Interior, 4) Desain Komunikasi Visual, 5) Desain Produk, 6) Fesyen, 7) Film, Animasi Dan Video , 8) Fotografi, 9)

Kriya (Kerajinan Tangan), 10) Kuliner, 11) Musik, 12) Penerbitan, 13) Periklanan, 14) Seni Pertunjukan, 15) Seni Rupa, 16) Televisi dan Radio. (Presiden Republik Indonesia, 2015).

Salah satu jenis industri kreatif yang banyak diminati ialah subsektor kuliner yang terus mendapatkan sentuhan inovasi dan kreativitas. Pada tahun 2015 kuliner merupakan salah satu subsektor yang berkontribusi paling tinggi bagi PDB yaitu sebesar 41.69%. (Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) & Badan Pusat Statistik (BPS), 2017). Hal ini, tentunya secara langsung akan berdampak pada pertumbuhan perekonomian daerah dan nasional pada umumnya.

Keberadaan otonomi daerah menuntut setiap daerah agar selalu berupaya mengembangkan potensi-potensi ekonomi yang dimiliki. Kota Kendari sebagai kota yang sedang berkembang juga perlu mengidentifikasi potensi-potensi industri kreatif yang ada. Namun sektor ekonomi kreatif di Kota Kendari termasuk industri kreatif subsektor kuliner belum dikembangkan secara optimal. Hal ini terlihat dari 5 provinsi penyumbang PDB Ekraf terbesar pada 2016 yang banyak berasal dari luar Sulawesi yaitu Yogyakarta 16.2 persen, Bali 12.57 persen, Jawa Barat 11.81 persen, Jawa Timur 9.37 persen, dan Sumatera Utara 4.77 persen. Adapun provinsi penyumbang nilai ekspor ekraf terbesar berasal yaitu provinsi Jawa Barat 33.56 persen, Jawa Timur 20.85 persen, Banten 15.66 persen, Jawa Tengah 14.02 persen, dan Jakarta 10.50 persen (Badan Ekonomi Kreatif, 2017).

Industri kreatif kuliner merupakan industri yang potensial dikembangkan di Kota Kendari mengingat kuliner sebagai kebutuhan dasar manusia, tidak berlebihan jika kuliner dikategorikan sebagai industri yang tetap eksis. Ditambah lagi, saat ini kuliner telah menjadi suatu *lifestyle* dan *leisure*. Fenomena ini, menjadikan kuliner sebagai Subsektor yang berkembang semakin pesat seiring waktu. Sebagai bentuk kepedulian Pemerintah Daerah terhadap pengembangan ekonomi kreatif menerbitkan Peraturan Daerah Kota Kendari Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Perlindungan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai bentuk upaya perlindungan dan pengembangan ekonomi kreatif dan pemberdayaan usaha kreatif dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi dan wahana penciptaan lapangan pekerjaan. (Walikota Kendari, 2018)

Kuliner didefinisikan sebagai kegiatan persiapan, pengolahan, penyajian profuk makanan dan minuman yang menekankan pada unsur kreativitas, estetika, tradisi, dan kearifan lokal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014a). Ruang lingkup subsektor kuliner terdiri dari restoran, warung makan, kedai makanan, penyediaan makanan keliling atau tempat tidak tetap, jasa boga untuk suatu event tertentu (*event catering*), penyediaan makanan lainnya, bar, kelab malam atau diskotik yang utamanya menyediakan minuman, rumah minum atau kafe, kedai minuman, rumah atau kedai obat tradisional, penyediaan minuman keliling atau tempat tidak tetap, pusat penjualan makanan dan minuman, dan penambahan industri makanan. (Badan Ekonomi Kreatif, 2017). Ruang lingkup kuliner kemudian terbagi dalam dua kategori utama yaitu jasa kuliner (*foodservice*) dan barang kuliner (*specialty foods*). Jasa kuliner ditinjau dari

aspek persiapan dan penyajiannya, dapat dibagi ke dalam dua kategori umum, yaitu restoran dan jasa boga. Sedangkan barang kuliner yang dimaksud adalah produk makanan hasil olahan atau kemasan. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, 2014b)

Pemerintah Daerah dapat turut serta dalam pencapaian pembangunan berkelanjutan melalui implementasi kebijakan yang mendukung agenda SDGs tersebut (Sudirman & Phradiansah, 2019). Perkembangan industri kreatif di bidang makanan/minuman berimplikasi terhadap pertumbuhan perekonomian daerah Winanti & Marzaman, (2013). Lebih jauh J. Fazlagić and R. Skikiewicz (2019) menekankan ekonomi kreatif relevan dengan isu berkelanjutan dan menekankan peran pemerintah lokal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Maka berdasarkan indikator ekonomi berbagai bukti bahwa industri kreatif mempromosikan pembangunan berkelanjutan secara komprehensif (Oyekunle, 2014). Tujuan kajian ini untuk mengetahui kondisi pendukung dan penghambat atau peluang dan tantangan dalam pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari serta keselarasannya pada upaya pencapaian SDGs dengan fokus pada sub sektor kuliner dalam dua kategori utama yaitu jasa kuliner (*foodservice*) dan barang kuliner (*specialty foods*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif untuk menganalisa kondisi pendukung dan penghambat sebagai peluang dan tantangan pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari. Agar data yang dikumpulkan dapat menjawab masalah tersebut maka teknik pengumpulan dalam penelitian menggunakan wawancara dan dokumentasi di mana beberapa informan dalam penelitian ini yaitu Kepala Bidang Pembangunan Sumber Daya Industri, Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari. Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan UKM, Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM. Pelaku usaha industri kreatif kuliner Kota Kendari, dan Ketua Organisasi *Triple K* (Komunitas Kuliner Kendari). Adapun teknik analisa data yang digunakan ialah analisis model interaktif yang terdiri dari cara pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan simpulan. Miles, Huberman, & Saldana, (2014)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Industri Kreatif Kuliner di Kota Kendari

Dua kategori dalam ruang lingkup subsector kuliner Indonesia yang ditinjau dari jenis produk yaitu jasa kuliner dan barang kuliner. Pada jasa kuliner (*foodservice*) terbagi menjadi dua kategori yaitu restoran dan jasa boga. Pada barang kuliner berupa produk makanan hasil olahan atau kemasan (*specialty foods*). Berikut kondisi industri kreatif kuliner di Kota Kendari pada dua kategori utama tersebut.

Subsektor Jasa Kuliner

Pada subsektor ini kuliner yang dimaksudkan adalah para pelaku usaha kuliner yang memproduksi kuliner siap saji dalam sehari dan telah memiliki tempat usaha

sendiri seperti warung, restoran, cafe atau kedai makan. pada subsektor jasa kuliner di Kota Kendari jumlah jenis usaha kuliner pada subsektor ini sejumlah 5 jenis usaha kuliner yaitu rumah makan, restoran, warung kopi/cafe, warung coto dan sop saudara, dan sari laut. Adapun komposisi jumlah industri jasa kuliner ialah rumah makan sebanyak 76 industri, restoran sejumlah 39 industri, Warung Kopi/Caffe sejumlah 31 industri, warung coto dan sop saudara sejumlah 17 industri, dan sari laut sejumlah 58 industri. Maka total jumlah industri jasa kuliner di Kota Kendari 221 sebanyak industri (Dinas Pendapatan Daerah Kota Kendari, 2019)

Industri Barang (*Speciality Food*)

Industri barang (*speciality food*) merupakan industri makanan yang menggunakan kemasan tertentu untuk membungkus produk makanan tersebut dan menyertakan informasi terkait produk. Industri makanan kemasan juga dapat bertahan dan dapat dikonsumsi dalam jangka waktu tertentu.

Industri pangan kemasan di Kota Kendari tercatat sejumlah 244 industri yang terdiri dari industri tahu tempe berjumlah 3 industri, industri abon, industri bakso dan siomay sebanyak 33 industri, industri kue kering dan basah berjumlah 83 industri, industri roti sejumlah 41 industri, industri mie sebanyak 3 industri, industri keripik/kerupuk berjumlah 39, industri jambu mente/aneka kacang berjumlah 5 industri, industri minuman kemasan berjumlah 13, industri coklat paralin sebanyak 3 industri, industri olahan kopi berjumlah 6 dan industri pengolahan/pengawetan makanan berjumlah 15 industri. (Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari, 2019).

Peluang dan Tantangan Perkembangan Industri Kreatif Kuliner di Kota Kendari

a. Peluang Perkembangan Industri Kreatif Kuliner

1. Minat Kewirausahaan Pelaku Industri Kuliner

Pada aspek ini diketahui bahwa bahwa pelaku usaha industri kuliner di Kota Kendari cukup banyak di mana jumlah industri kuliner jasa (*food service*) sejumlah 221 dan jumlah industri barang (*speciality food*) sebanyak 244. Hal ini berbanding lurus dengan tumbuhnya minat kewirausahaan dalam masyarakat terutama di kalangan anak muda. Dibuktikan bahwa semakin meningkatnya jumlah pengusaha kuliner baik yang menjual secara *offline* maupun *online*. Motivasi pelaku industri kuliner untuk berwirausahapun beragam. Ada pengusaha yang memulai usaha karena melihat peluang usaha makanan di cukup menjanjikan karena menganggap kuliner adalah kebutuhan primer bagi manusia.

Pengembangan industri kuliner tidak luput dari peran serta masyarakat, apalagi berkaitan dengan pengembangan wisata kuliner perlu adanya pemberdayaan masyarakat wilayah setempat. Dalam hal ini, perlunya menggandeng komunitas kuliner sebagai *partner* dalam pengembangan potensi kuliner di Kota Kendari. Salah satu organisasi kuliner yang ada di Kota Kendari bernama *Triple K (Komunitas Kuliner Kendari)*. Organisasi ini sudah ada sejak tahun 2015, merupakan perkumpulan para pelaku usaha kuliner. Saat ini anggota organisasi tersebut mencapai 167 brand kuliner. Banyaknya brand kuliner ini, mampu memperkaya jenis kuliner yang ada di Kota

Kendari. Tidak hanya menyajikan makanan tradisional, komunitas ini juga memiliki brand makanan kekinian, kuliner unik yang mampu menarik minat kaum milenials.

Organisasi ini bisa dikatakan organisasi yang mandiri. Mereka mampu mendapatkan kerjasama dari lembaga pemerintah maupun non pemerintah. Mereka telah bekerjasama dengan Bank Sultra dalam program mitrapreneur. Organisasi *Triple K* juga kerap bekerja sama dengan Pemprov Sultra dan Pemkot Kendari dalam mengikuti Halo Sultra dan Ulang tahun Kota Kendari. Tak hanya itu, organisasi *Triple K* juga turut berpartisipasi dalam acara yang diselenggarakan oleh lembaga swasta semisal Telkomsel dan Bakul Ramadhan Hotel Claro Kendari bahkan ini pernah ikut dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh FAO (*Food and Agriculture Organization*). Rusli, (2019)

Brand kuliner yang ada di organisasi ini adalah brand yang “matang” dalam artian brand kuliner yang tidak perlu adanya pendampingan khusus lagi. Mereka sudah siap untuk hadir meramaikan industri kuliner. Kehadiran komunitas *Triple K*, adalah sebuah peluang yang dapat dimanfaatkan sebagai potensi pengembangan kuliner. Sayangnya, komunitas *Triple K* hanya bisa hadir dalam *event-event* tertentu saja. Mereka lebih banyak berjualan *online* karena tidak ada lahan untuk berjualan. Memberikan ruang kepada komunitas *triple K* untuk berjualan dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat pecinta kuliner baik masyarakat lokal maupun wisatawan. Ruang yang diberikan dapat menjadi tempat wisata kuliner baru yang turut meramaikan industri kuliner di Kota Kendari. Selain itu, adanya komunitas ini dapat mendorong peningkatan perputaran perekonomian kota Kendari.

2. Kreatifitas Pelaku Usaha Industri Kuliner

Kreativitas yang dimaksud adalah aspek ide baru baik melalui kreasi resep, kreasi cara pengolahan, maupun kreasi cara penyajian yang memberikan nilai tambah pada sebuah makanan dan minuman. Kreativitas terkait dengan nilai tambah yang dihasilkan oleh suatu ide, proses kreativitas bisa merupakan pengembangan yang telah ada sebelumnya sehingga produknya dapat menarik di pasar dan memiliki nilai jual tinggi.

Kreatifitas terkait dengan inovasi pelaku usaha menyangkut karakteristik produk seperti bentuk, rasa, pemasaran, serta lokasi yang dapat menarik minat masyarakat. Kreatifitas dapat diberikan pada suatu produk yang memiliki ide atau inovasi dari pemiliknya yang membedakan dengan produk kuliner lainnya sehingga ada kekhasan produk yang membuat pelanggan menjadi familiar dengan karakteristik tersebut. Seperti, hadirnya berbagai industri kemasan olahan pangan lokal sagu dengan membuat keripik sehingga memunculkan rasa baru dan bentuk kemasan juga dikemas lebih menarik.

Kreatifitas juga terkait Estetika yang adalah aspek tampilan dari sebuah makanan dan minuman dengan memperhatikan unsur keindahan sehingga menjadikan produk kuliner tersebut memiliki nilai lebih dan mampu menggugah selera konsumen untuk menikmatinya. Kreatifitas sistem pemasaran pelaku usaha kuliner di kota Kendari sebagian telah menggunakan media sosial untuk promosi dan membangun hubungan

dengan konsumen. Beberapa pelaku usaha industri kuliner juga telah bergabung pada aplikasi *e-commerce* seperti produk Saguku yang sudah berjualan di Buka Lapak. Saguku merupakan produk binaan dari Dinas UKM dan Koperasi Kota Kendari juga Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari. Dikemas dalam bentuk yang menarik, merek Saguku mampu tampil dalam kemasan sugu yang “naik kelas” menjadi makanan yang lebih modern. Merek Saguku melakukan pengembangan pilihan produknya dengan melakukan diversifikasi dengan menghasilkan *chips* sugu daun kelor, dan biskuit sugu coklat.

Pada aspek pemasaran, Saguku telah banyak mengikuti pameran-pameran kuliner baik lokal maupun nasional, produk Saguku juga dapat dijumpai pada toko oleh-oleh khas Sulawesi Tenggara. Namun yang lebih menarik lagi, produk saguku juga dapat ditemukan di *e-commerce* Tokopedia, dan juga telah memiliki akun sosial media Instagram untuk penjualan online serta promosi. Hal ini dapat dikatakan bahwa Saguku mampu mengikuti tren industri kuliner 4.0. Usaha yang menerapkan digitalisasi akan mampu berkompetisi secara efisien dan efektif sehingga menang dalam persaingan usaha. Penguasaan ini menjadi penting agar usahanya beroperasi secara efektif dan efisien, serta produknya berkualitas baik dan bernilai harga bersaing. Kesempatan semakin terbuka bagi pelaku usaha untuk memperluas pasar dengan memanfaatkan perdagangan dari (*e-commerce*).

3. Kuliner sebagai *Lifestyle* dan *Leisure*

Pada perkembangannya menikmati ragam kuliner menjadi sebuah gaya hidup baru bagi masyarakat. Sebagian masyarakat Indonesia lebih meluangkan waktu dan mengeluarkan pendapatannya untuk kebutuhan *travelling* (ekonomi rekreasi) seperti destinasi untuk wisata kuliner. Wisata kuliner dipandang sebagai cara berwisata baru untuk mengenal suatu daerah dengan mencicipi makanan khas dari daerah tersebut karena dianggap sebagai salah satu representasi dan produk suatu daerah tertentu. Beberapa kuliner khas daerah di Kota Kendari yang ramai dicicipi seperti *sinonggi*, *lapa-lapa*, *sate pokeda*, *kabuto*, *kasoami*. Kuliner ini banyak disediakan di berbagai rumah makan ataupun restoran. Salah satu tempat wisata kuliner yang ramai dikunjungi di Kota Kendari yaitu Kampung Bakau merupakan salah satu tempat wisata kuliner dipinggir teluk Kota Kendari yang berkonsep *tracking mangrove* yang menyediakan tempat swafoto untuk koleksi Instagram, pengunjung yang datangpun sudah banyak baik pengunjung lokal, nasional, dan bahkan luar negeri. Penaslutra, (2019)

Wisatawan atau masyarakat terlebih anak muda saat ini menjadikan makanan sebagai bagian dari gaya hidup. Pemahaman tentang penggunaan media sosial kerap ingin menunjukkan dirinya dengan mengunggah aktivitas yang dilakukan termasuk makanan yang dikonsumsi. Hal ini menjadikan kuliner menjadi identik dengan gaya hidup yang menggeser pola konsumsi yang pada awalnya sebagai *basic needs* menjadi hiburan dan *leisure*. Hal ini seperti yang diungkapkan Fauzi, Punia, Kamajaya (2017) bahwa ada persepsi terhadap merebaknya kafe kerap dihubungkan menjadi bagian dari gaya hidup anak muda untuk memperoleh status sosial yang dianggap tinggi dan bagian

dari kebutuhan aktualisasi diri. Dan *food photography* di media sosial instagram ternyata memiliki pengaruh terhadap gaya hidup perilaku makan di luar (*eating out*) Nisak & Hariyanto,(2017).

4. Program Pemerintah dalam Pengembangan Kuliner

Kendari memiliki produksi kuliner lokal yang kalau dikelola dengan baik, mutu, kemasan dan pemasaran, maka akan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat. Untuk mencapai hal tersebut Pemerintah Daerah Kota Kendari berperan serta dalam mendampingi sub sektor kuliner ini dengan menyediakan fasilitas seperti pelatihan bisnis, akses permodalan, dan pendampingan pendirian usaha. Pemerintah juga akan berpartisipasi dalam mempromosikan kuliner Sulawesi Tenggara yang sangat beraneka ragam ini di pasar domestik maupun luar negeri. Pemerintah daerah memberikan banyak program terkait pengembangan industri kuliner. Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian memberikan banyak pelatihan-pelatihan seperti pelatihan pengemasan produk, pelatihan pemasaran, dan pelatihan usaha permodalan. Dinas Perdagangan, Koperasi dan UMKM juga memberikan pelatihan pemasaran bekerja sama dengan *Buka Lapak, Facebook dan Google*. Pelatihan-pelatihan ini diberikan sejalan dengan komitmen pemerintah daerah dalam mengimplementasikan Peraturan Daerah Kota Kendari Nomor 1 Tahun 2018 Tentang Perlindungan Dan Pengembangan Ekonomi Kreatif.

b. Tantangan Perkembangan Industri Kreatif Kuliner di Kota Kendari

1. Akses permodalan

Hambatan yang paling utama bagi pelaku usaha ialah keterbatasan permodalan. Tidak hanya bagi yang baru menggeluti usaha, masalah permodalan juga menjadi masalah bagi yang sudah lama merintis usaha kuliner. Motivasi untuk memperluas usaha kuliner terkendala karena modal yang tidak cukup. Anggaran yang tidak terlalu besar biasanya dibutuhkan oleh usaha yang berskala kecil dibanding dengan usaha dalam skala besar dalam menjalankan usahanya. Umumnya sumber dana pemilik usaha pun bisa beragam mulai dari bentuk pinjaman ataupun kredit usaha. sehingga, para pelaku usaha kuliner harus mengatur budget yang lebih efisien agar operasional usaha dapat berjalan lancar sebab banyak pelaku usaha pailit dan tidak mampu untuk membayar hutang.

Salah satu persoalan yang masih dihadapi pengusaha industri kreatif kuliner di Kota Kendari yaitu akses permodalan, pelaku usaha ekonomi kreatif di Kota Kendari sebagian besar tidak menggunakan akses permodalan dari Bank. Tidak sedikit pelaku usaha yang selalu tidak dapat terlayani oleh Bank disebabkan beberapa faktor seperti jaminan usaha, usaha yang dirintis belum kuat, serta persepsi pelaku usaha yang sebagian tidak mau menggunakan uang bank. Hal ini kemudian berimplikasi pada usaha yang dirintis oleh pelaku usaha industri kreatif kuliner yang berinisiasi menggunakan modal sendiri dalam merintis dan mengembangkan usaha, Asis & Ma'ruf, (2019). Ketua Organisasi Triple K menyatakan bahwa dalam merespon

kendala tersebut mereka diberikan pelatihan dari Bank Sultra terkait masalah permodalan.

2. Perizinan

Perizinan menjadi salah satu hal yang perlu diperbaiki agar dikelola dengan prinsip mudah dan efektif bagi pelaku industri kreatif kuliner. Pemerintah perlu memberikan panduan bagi pelaku usaha kuliner yang baru merintis dengan menawarkan berbagai pelatihan bisnis, informasi terkait perizinan, pendampingan hukum dalam proses pendirian bisnis atau usahanya. Proses perizinan yang berbelit-belit menjadi penghambat perkembangan usaha kuliner. Prosedur yang rumit, banyaknya aturan hingga pemberkasan dokumen yang lama Selain itu, dokumen perizinan semakin banyak yang harus dipenuhi hal ini seperti perizinan BPOM dan Izin Usaha

3. Tempat dan Ruang

Tidak tersedianya tempat dan ruang untuk membuka usaha juga menjadi kendala. Selain lokasi yang susah untuk didapatkan karena harga sewa tempat yang mahal dan sulit dibayar oleh para pelaku usaha. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Ketua Organisasi Kuliner Triple K Kota Kendari, Yusri bahwa tantangan dalam ketersediaan tempat atau lokasi untuk menjual diatasi dengan mengikuti berbagai acara seperti pameran, ekspo dan lain-lain yang diselenggarakan oleh Pemerintah Daerah ataupun pihak swasta, sehingga perlu ada satu lokasi yang disediakan pemerintah untuk menjual produk kuliner tersebut baik secara gratis atau dengan harga yang lebih terjangkau.

Industri Kreatif Kuliner Kota Kendari dan Pencapaian SDGs

Industri kreatif diharapkan mampu untuk mencapai target-target dalam tujuan agenda pembangunan berkelanjutan (SDGs) pada tahun 2030. Presiden telah mengeluarkan Perpres No 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yang menunjukkan keseriusan pemerintah Indonesia dalam pencapaian target-target SDGs untuk menghilangkan segala bentuk kemiskinan. Maka diharapkan agar seluruh pemangku kepentingan baik Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat sipil agar turut serta dalam pencapaian target-target SDGs tersebut.

Perkembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari secara tidak langsung dapat berkontribusi dalam memenuhi tujuan dan target SDGs utamanya tujuan ke 8 SDGs terkait dengan pertumbuhan ekonomi berkelanjutan dan inklusif. Fokus pada target 5, dan target 6 dalam tujuan ke 8 di mana pada dua target tersebut ada harapan agar tercapainya kondisi *full employment*, pekerjaan yang layak bagi perempuan dan laki-laki serta mengurangi proporsi usia muda yang tidak bekerja. Dalam hal pendapatan daerah Kota Kendari dalam 3 tahun terakhir (2015 – 2017) mengalami sedikit penurunan. Pada tahun 2015 berjumlah Rp. 1.156.242,860 pada tahun 2016 menurun menjadi Rp. 1.394.706,000 dan hanya sebesar Rp. 1.131.987,990 pada tahun 2017. Jenis pendapatan tersebut terdiri atas pendapatan asli daerah (pajak daerah, retribusi daerah, hasil BUMD dan pengelolaan kekayaan daerah, dan lain-lain), dana

perimbangan daerah, serta lain-lain pendapatan yang sah.(Badan Pusat Statistik Kota Kendari, 2018)

Tabel 1. Matriks relasi Industri kreatif kuliner kota Kendari dengan SDGs

Tujuan ke 8	Target SDGs	Industri Kreatif Kuliner Kota Kendari
Mempromosikan Pertumbuhan Ekonomi yang berkelanjutan dan Inklusif, lapangan kerja penuh dan produktif, serta pekerjaan yang layak untuk semua	Target 5. Pada tahun 2020 Tercapai kondisi full employment dan produktif serta pekerjaan yang layak bagi seluruh perempuan dan laki-laki, termasuk anak muda dan orang dengan disabilitas, juga kesetaraan upah bagi pekerjaan yang mempunyai nilai yang sama	Tumbuh dan berkembangnya jasa kuliner dan barang kuliner - Jumlah Industri jasa kuliner 221 - Jumlah industri barang (Speciality Food) sebanyak 244 - Jumlah tenaga kerja industry barang <i>speciality food</i> sebanyak 887 orang
	Target 6. Pada tahun 2020, secara substansi mengurangi proporsi usia muda yang tidak bekerja, tidak berpendidikan atau terlatih	

Sumber : diolah oleh penulis berdasarkan dokumen meta data SDGs (2017)

Kemudian pada jumlah angkatan kerja di Kota Kendari sebanyak 166.602 yang terdiri dari 101.522 laki-laki dan 65.080 perempuan. Jumlah angkatan kerja yang bekerja sebanyak 154.567 yang terdiri dari 95.003 laki-laki dan 59.564 perempuan. Adapun jumlah pengangguran sebanyak 12.035 orang yang terdiri dari 6.519 laki-laki dan 5.516 perempuan (Badan Pusat Statistik Kota Kendari, 2018). Dengan masih banyaknya jumlah angkatan kerja yang menganggur tersebut maka diharapkan keberadaan industri kreatif kuliner di Kota Kendari mampu menyerap tenaga kerja baik laki-laki maupun perempuan sehingga mengurangi pengangguran serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah seperti target dalam pencapaian SDGs tujuan ke 8. Diketahui keberadaan jumlah industri jasa kuliner dan barang kuliner sebanyak 465 yang terdiri dari jasa kuliner (food service) sebanyak 221 usaha, dan industri barang (speciality food) sejumlah 244 usaha. Hal ini kemudian berdampak pada penyerapan tenaga kerja di mana jumlah tenaga kerja pada industri barang (*speciality food*) sebanyak 887 orang. Hal ini sejalan yang dengan temuan Nasir dan Yuslinaini (2017) bahwa industri kreatif memiliki peran strategis dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mengurangi pengangguran.

KESIMPULAN

Industri kreatif kuliner telah tumbuh dan berkembang cukup pesat di Kota Kendari. Ruang lingkup Industri kreatif kuliner di Kota Kendari dibagi dalam dua yaitu industri jasa kuliner (*food service*) dan Industri barang (*speciality food*). Kota Kendari yang merupakan kawasan perkotaan di mana ruang lingkup industri kuliner paling banyak ditemui adalah industri jasa (*food service*) seperti warung makan, restoran dan cafe. Sementara untuk industri *speciality food* sebagian besar merupakan industri olahan produksi rumah tangga. Adapun peluang dan tantangan yang mempengaruhi industri kreatif kuliner di Kota Kendari seperti adanya minat kewirausahaan pelaku industri kreatif kuliner, kreatifitas pelaku usaha industri kreatif kuliner, kuliner sebagai *lifestyle and leisure*, serta dukungan program pemerintah dalam pengembangan kuliner. Sementara untuk tantangan yang dihadapi yaitu modal usaha, perizinan, dan tempat/ruang usaha. Namun terlepas dari tantangan tersebut, pertumbuhan industri kreatif kuliner sebagai dunia usaha di Kota Kendari juga turut berkontribusi dalam upaya pencapaian SDGs pada tujuan ke 8 terkait pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, lapangan kerja penuh dan produktif, serta pekerjaan yang layak untuk semua utamanya pada target 5 dan 6 terciptanya lapangan pekerjaan bagi laki-laki dan perempuan dan menyerap tenaga kerja usia muda.

Adapun saran berdasarkan hasil penelitian adalah pemerintah dapat mempermudah akses modal usaha bagi pelaku industri atau menyediakan anggaran stimulus pengembangan industri kreatif kuliner di Kota Kendari, selain itu mempermudah layanan proses izin usaha sehingga dapat memicu untuk melahirkan pelaku-pelaku usaha industri kreatif kuliner yang baru. Serta penyediaan infrastruktur di mana pemerintah daerah dapat bekerjasama dengan perusahaan melalui CSR untuk menyediakan dan mengembangkan kluster atau kawasan wisata kuliner yang dapat mengakomodir pelaku industri kreatif kuliner Kota Kendari dalam menjajakan usahanya.

DAFTAR PUSTAKA:

- Arfani, R. N., & Ndadari, G. L. 2012. Kota dan Globalisasi: Menuju Yogyakarta Kreatif. Yogyakarta: Institute of International Studies.
- Asis, P. H., & Ma'ruf, A. A. 2019. Ekonomi Kreatif di Kota Kecil (Studi Kasus Pelaku Industri Kreatif di Kota Kendari). Jurnal Ilmu Manajemen Sosial Humaniora, 1(2), 65–79. Retrieved from <https://docplayer.info/172376414-Issn-vol-1-no-2-februari-2019.html>
- Badan Ekonomi Kreatif. 2017. "OPUS" Outlook Ekonomi Kreatif 2017. Retrieved from <https://www.bekraf.go.id/berita/page/17/opus-badan-ekonomi-kreatif-outlook-2017>
- Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf), & Badan Pusat Statistik (BPS). 2017. Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif 2016. Retrieved from <https://www.bekraf>.

- go.id/pustaka/page/data-statistik-dan-hasil-survei-ekonomi-kreatif-2016
- Badan Pusat Statistik Kota Kendari. (2018). Kota Kendari dalam Angka 2018. Kendari: BPS Kota Kendari.
- Culture360.asef.org. 2019. UN declares 2021 as International Year of Creative Economy for Sustainable Development. Retrieved January 14, 2020, from culture360.asef.org website: <https://culture360.asef.org/news-events/un-declares-2021-international-year-creative-economy-sustainable-development/>
- Dinas Pendapatan Daerah Kota Kendari. 2019. Data Base Pajak Rumah Makan, Restoran, dan Hiburan. Kendari.
- Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari. 2019. Data Industri Perjenis Kota Kendari. Kendari: Dinas Tenaga Kerja dan Perindustrian Kota Kendari.
- Fauzi, A., Punia, I. N., & Kamajaya, G. 2017. Budaya Nongkrong Anak Muda di Kafe (Tinjauan Gaya Hidup Anak Muda di Kota Denpasar). *Jurnal Ilmiah Sosiologi (Sorot)*, 1(1). Retrieved from *Jurnal Ilmiah Sosiologi (Sorot)*
- Fazlagić, J., & Skikiewicz, R. 2019. Measuring sustainable development - the creative economy perspective. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*, 26(7), 635–645. <https://doi.org/10.1080/13504509.2019.1651418>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014a. EKONOMI KREATIF: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025. Retrieved from <https://dokumen.tips/government-nonprofit/ekonomi-kreatif-kekuatan-baru-indonesia-menuju-2025.html>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI. 2014b. Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025 Rencana Aksi Jangka Menengah 2015-2019. Retrieved from <https://www.slideshare.net/andrietrisaksono/rencana-aksi-jangka-menengah-ekonomi-ereatif-20152019>
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS). 2017. Meta Indikator Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (TBP)/Sustainable Development Goals (SDGs) Indonesia. Jakarta: Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS).
- Kompas.com. 2018. Bekraf: Kontribusi Ekonomi Kreatif ke PDB 2018 Lebih dari Rp 1.000 Triliun. Retrieved from Kompas.com website: <https://semarang.kompas.com/read/2018/08/01/170900726/bekraf--kontribusi-ekonomi-kreatif-ke-pdb-2018-lebih-dari-rp-1.000-triliun>
- Miles, M. B., Huberman, M. A., & Saldana, J. 2014. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. Washington D.C: Sage Publications, Inc.
- Nasir, N., & Yuslinaini, Y. 2017. Analisis Pemetaan Industri Kreatif Subsektor Kerajinan Serta Dampak Peningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Kabupaten Aceh Besar. *Jurnal Ekonomi Manajemen Teknologi (EMT) Kita*, 1(1), 12–17. <https://doi.org/10.35870/emt.v1i1.20>

- Nisak, K., & Hariyanto, D. 201). Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *Kanal (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 6(1), 31–40. <https://doi.org/https://doi.org/10.21070/kanal>
- Oyekunle, O. A. 2014. Building the Creative Industries For Sustainable Economic Development In South Africa. *OIDA International Journal of Sustainable Development*, 7(12),47–72.Retrieved from https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2573089
- Penasutra. 2019. Kampung Bakau, Wisata Kuliner yang Menawarkan Aneka Makanan. Retrieved September 23, 2019, from penasutra.com website: <https://penasutra.com/kampung-bakau-wisata-kuliner-yang-menawarkan-aneka-makanan/>
- Presiden Republik Indonesia. 2015. Peraturan Presiden (PERPRES) tentang Perubahan atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015 tentang Badan Ekonomi Kreatif. Retrieved from Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI website: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/41815/perpres-no-72-tahun-2015>
- Sudirman, F. A., & Phradiansah. 2019. Tinjauan Implementasi Pembangunan Berkelanjutan: Pengelolaan Sampah Kota Kendari. *Sospol: Jurnal Sosial Politik*,5(2),293–308.<https://doi.org/https://doi.org/10.22219/sospol.v5i2.9821>
- Walikota Kendari. 2018. Peraturan Daerah (PERDA) No 1 Tahun 2018 tentang Perlindungan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif. Retrieved November 18, 2019, from Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum (JDIH) Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) RI website: <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/82378/perda-kota-kendari-no-1-tahun-2018>
- Winanti, P. S., & Marzaman, A. P. 2013. Pemetaan Potensi Industri Kreatif Kuliner dan Pengembangan Ekonomi Lokal (p. 87). p. 87. Yogyakarta: Pusat Studi Perdagangan Dunia UGM.