PARIWISATA KREATIF; STRATEGI MENGHADAPI MASYARAKAT EKONOMI ASEAN (MEA)

Sri Rahayu
Dosen Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Universitas Samawa
Email: rahmaayu272@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peluang, tantangan, dan resiko yang dihadapi masyarakat dalam menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN agar masyarakat mampu menghadapi persaingan pasar global, dengan metode conceptual paper, dengan kajian yang bersifat kualitatif melalui pengumpulan jurnal deskriptif dan literatur. Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi negara-negara berkembang, dan Asia Tenggara adalah salah satu yang terdaftar di antara tujuan utama pariwisata dunia. "Pariwisata Kreatif" memfasilitasi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman otentik melalui keterlibatan dalam pembelajaran partisipatif dalam seni, budaya, warisan atau tempat dengan karakter khusus, Industri kreatif yang sudah dikampanyekan pemerintah sangat sesuai dengan konsep pariwisata kreatif yang sedang menjadi *trend* di dunia pariwisata. Industri kreatif akan menjadi salah satu andalan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean. Beberapa negara di kawasan Asean bekerjasama dengan berbagai badan dunia telah mulai menyiapkan diri menghadapi era pariwisata kreatif dengan membentuk jaringan kota kreatif, kota warisan, kota desain dan pusat sains. Kota Sumbawa memiliki peran penting untuk mendukung pariwisata kreatif dengan menggali, menemukan, dan merevitalisasi budaya yang sudah ada dengan kreasi-kreasi baru yang memiliki nilai komersial dan nilai estetik, salah satunya diwujudkan dengan even "Festival Moyo". Wisata kreatif yakni di mana wisatawan yang berkunjung tidak hanya sekedar memahami, tetapi mencoba untuk mempelajari budaya setempat lebih dalam dan menjadi bagian dari manusia kreatif yang dapat berkolaborasi dengan budaya setempat.

Kata Kunci : Pariwisata, Kreatif, Strategi

PENDAHULUAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan salah satu bentuk integrasi ekonomi ASEAN yang akan membuka peluang juga tantangan bagi masyarakat Indonesia. Indonesia dan beberapa negara ASEAN telah menyepakati perjanjian sebagai bentuk kerjasama melalui Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) atau ASEAN Economic Community (AEC).

Era globalisasi ditandai dengan adanya MEA menuntut tersedianya sumberdaya manusia yang mampu menjawab tantangan zaman dan mampu bersaing, dalam menghadapi MEA Indonesia mengantisipasi melalui optimalisasi pengembangan sumber daya alam yang akan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat nasional maupun regional, memanfaatkan lahan yang ada dengan kondisi iklim yang mendukung dengan berbagai tanaman yang dibutuhkan masyarakat, pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat menjadi kekuatan untuk menghadapi serangan produk luar masuk, mekanisme pasar domestik akan mampu menghidupkan dan memperkuat kondisi ekonomi dalam negeri, kultur dan budaya yang konsumtif merupakan anugerah yang perlu disyukuri karena kebutuhan untuk meningkatkan daya beli akan timbul dan merupakan dorongan alami dari masyarakat dan menjadi kekuatan pasar domestik. Untuk mengantisipasi hal tersebut, perusahaan-perusahaan Indonesia harus mempersiapkan diri dan mengembangkan potensi yang dimiliki, baik di sektor ekonomi dan sumberdaya manusia, maupun sektor-sektor lainnya.

Ketersediaan sumberdaya manusia yang terampil dan profesional sangat dibutuhkan sehingga mampu menjawab tantangan global melalui Masyarakat Ekonomi Asean.

Abad 21 disebut sebagai abad *millenium* atau era globalisasi. Pada era ini perkembangan informasi dan teknologi sangat pesat. Perusahaan dan individu dituntut untuk selalu menyesuaikan diri dengan perubahan dan perkembangan yang ada agar tetap eksis dan unggul dalam berkompetisi di dunia global. Globalisasi yang berasal dari kata *globe* berarti bulat, bundar seperti bola, apabila diartikan secara bebas artinya dunia tanpa batas antara satu negara dengan negara lain. Dunia menjadi *borderless world* menurut Kehnich Ohmae. Pasar akan terbuka bebas karena terjadi liberalisasi perdagangan dan investasi, sebagai konsekuensinya hubungan dan persaingan antar negara terbuka bebas. Perusahaan yang ada tidak hanya bersaing dengan perusahaan-perusahaan lokal, melainkan juga bersaing dengan perusahaan-perusahaan yang datang dari berbagai negara seASEAN bahkan negara Internasional. Memasuki era *millennium*, terjadi perubahan-perubahan yang cukup signifikan yang membuka peluang sekaligus ancaman bagi para pebisnis maupun UKM (Usaha Kecil Menengah) dalam negeri. Perubahan-perubahan tersebut menjadi faktor pendorong bagi perusahaan dan UKM untuk melakukan berbagai perubahan dan penyesuaian internal sehingga dapat mengantisipasi berbagai perubahan kondisi eksternal. Perubahan maupun penyesuaian internal tersebut dimaksudkan untuk bersikap proaktif dalam mengantisipasi kondisi persaingan globalisasi dalam menghadapi MEA di masa kini dan masa yang akan datang.

Gelombang globalisasi dan persaingan bisnis makin seru seiring makin cepatnya aliran investasi dan kemudahan bertransaksi menembus batas-batas waktu dan negara. Masyarakat Indonesia sudah harus menghadapi kancah pertarungan yang makin "ganas", melalui MEA, persaingan tak hanya antar perusahaan, UKM tapi juga antar negara, terlepas dari itu semua, salah satu faktor penentu agar mampu bersaing dalam perekonomian global adalah peningkatan efisiensi dan peningkatan kemampuan berkompetisi serta kemampuan memproduksi produk-produk unggul berbasis budaya lokal.

Michael E Porter (Barney & Wright, 1998; Dessler, 2000), menekankan bahwa upaya mempertahankan keunggulan bersaing (*competitive advantage*) dengan mengandalkan faktor murah tenaga kerja atau skala ekonomi sekalipun adalah sudah usang. Saat ini dan di masa yang akan datang, untuk unggul di kancah globalisasi hanya dapat ditempuh melalui proses inovasi dan pengembangan yang tiada henti. Kesuksesan suatu perusahaan yang mencerminkan unggul dalam persaingan global ini sangat dipengaruhi oleh pengelolaan aset yang dimiliki. Sumberdaya manusia yang dimiliki perusahaan diyakini sebagai salah satu aset utama yang dapat digunakan sebagai modal dalam pencapaian keunggulan bersaing tersebut.

Sumberdaya manusia dalam jumlah atau kuantitas yang cukup dan penguasaan pengetahuan serta teknologi yang berkualitas, merupakan salah satu faktor pendorong untuk menjadi yang terunggul, masalah sumberdaya manusia adalah persoalan seluruh bangsa dan negara Indonesia. Semua perusahaan yang bergerak di dunia bisnis, mempunyai tingkat kebutuhan yang sama di bidang sumberdaya manusia, pengusaha ataupun pebisnis bahkan UKM sekalipun tentu tak mau digeser begitu saja oleh pesaing-pesaing dari negara-negara tetangga di Asia Tenggara maupun perusahaan pesaing domestik lainnya di negara ASEAN. Mempertahankan keunggulan di era globalisasi dalam menghadapi MEA perlu disadari bahwa kita tidak hanya mengandalkan fungsi pendidikan semata, semangat dan kemampuan untuk terus berinovasi dan mengembangkan diri, harus dimotori dan ditunjang oleh sarana dan fasilitas serta teknik-teknik tertentu serta memanfaatkan budaya lokal melalui pariwisata kreatif dalam rangka mencapai keunggulan bersaing menghadapi MEA. Sumberdaya manusia merupakan faktor penentu dalam pencapaian keunggulan bersaing di era persaingan globalisasi menjawab tantangan MEA. Setiap perusahaan atau UKM menginginkan tenaga penjualan yang produktif dan termotivasi untuk belajar, memiliki ketrampilan yang *up to date*, dan mampu mempelajari ketrampilan baru secara cepat sesuai

dengan perubahan tuntutan konsumen, suatu perusahaan dituntut untuk memiliki keunggulan dalam hal pengelolaan sumber daya manusia. Dengan demikian, sumber daya manusia yang dimiliki akan berkualitas, sehingga pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi pencapaian keunggulan bersaing perusahaan. Pencapaian SDM yang berkualitas tersebut dapat dilalui dengan pemberian pelatihan dan pengembangan karyawan *training and development* yang sesuai dengan kebutuhan. Noe (2000).

MEA akan dijadikan sebagai kawasan yang memiliki perkembangan ekonomi yang merata, dengan memprioritaskan pada Usaha Kecil Menengah (UKM). Kemampuan daya saing dan dinamisme UKM akan ditingkatkan dengan memfasilitasi akses pelaku UKM terhadap informasi terkini, informasi terkait kondisi pasar, informasi mengenai pengembangan sumber daya manusia dalam hal peningkatan kemampuan dan keuangan serta teknologi. MEA akan diintegrasikan secara penuh terhadap perekonomian global, dengan membangun sebuah industri untuk meningkatkan koordinasi terhadap negara-negara anggota ASEAN dan meningkatkan partisipasi negara di kawasan Asia Tenggara pada jaringan pasokan global melalui pengembangan paket bantuan teknis kepada negara Anggota ASEAN yang kurang berkembang. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kemampuan industri dan produktivitas sehingga tidak hanya terjadi peningkatan partisipasi pada skala regional namun juga memunculkan inisiatif untuk terintegrasi secara global. Masyarakat Indonesia sebagai bagian dari komunitas ASEAN maka dengan sendirinya akan menjadi bagian dari sistem globalisasi. Globalisasi memiliki kekuatan yang dapat mempengaruhi pola pikir dan tindakan masyarakat global dan ditanggapi secara positif. Efek globalisasi terhadap keberadaan budaya lokal atau budaya etnik ditanggapi secara beragam, masyarakat menganggap bahwa globalisasi akan menyebabkan homogenisasi dan dapat menghilangkan budaya lokal, globalisasi memunculkan anggapan pencampuran budaya antara budaya lokal dan budaya global, globalisasi dapat menimbulkan konflik budaya dan kehilangan identitas atau konflik budaya demi mempertahankan identitas budaya dalam menghadapi ekonomi dan budaya global bukanlah pilihan yang bijak. Pencampuran budaya merupakan fenomena global yang terjadi di berbagai kawasan terutama negara-negara bekas jajahan Barat.

Asia Tenggara merupakan kawasan strategis yang memiliki kesamaan sejarah, kawasan ini menjadi perlintasan budaya-budaya besar diantaranya, India, Cina, Arab, dan Eropa. Negara kawasan Asia Tenggara telah lama menjadi tempat pertemuan antara budaya lokal dengan budaya-budaya Asia Tenggara. Persilangan budaya yang terjadi di kawasan Asia Tenggara atau negara ASEAN bisa menjadi modal utama dalam menghadapi MEA yang terintegrasi dengan ekonomi global. Masyarakat Indonesia juga memiliki potensi yang besar untuk menjadi pelaku industri kreatif dan mampu bersaing secara global. Kaum intelektual bersama para pengusaha dan pemerintah merupakan *Triple Helix* yang secara bersama-sama membangun fondasi industri kreatif nasional yang kuat, jika kebersamaan ketiga unsur tersebut dapat dilakukan dengan baik maka Indonesia tidak akan menjadi objek dari industri kreatif global.

Industri kreatif memiliki posisi yang strategis dalam menghadapi dan menjawab tantangan MEA, karena produk kreatif berbasis elektronik paling mudah disebarluaskan melalui media elektronik, melalui media elektronik juga Indonesia dapat memperkenalkan potensi berbasis budaya lokal, dengan jumlah penduduk terbesar di kawasan Asia Tenggara menjadi pasar yang potensial bagi pemasaran produk kreatif global. Indonesia memiliki beragam budaya yang dapat bernilai jual tinggi di pasar global dalam menghadapi MEA. Masyarakat Indonesia juga memiliki potensi yang besar untuk menjadi pelaku industri kreatif, salah satunya diwujudkan melalui pariwisata kreatif. Pariwisata merupakan sektor yang sangat penting bagi Asia Tenggara atau negara-negara berkembang, dan Asia Tenggara adalah salah satu yang terdaftar di antara beberapa negara tujuan utama pariwisata dunia. Chairatana, 2012. Pariwisata Kreatif memfasilitasi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman otentik melalui keterlibatan dalam pembelajaran partisipatif dalam seni, budaya, warisan atau tempat dengan karakter khusus. Pendapat ini juga sejalan

dengan cetak biru Masyarakat Ekonomi Asean yang telah membentuk Komunitas Asean terdiri dari tiga pilar, *ASEAN Community* meliputi *ASEAN Economic Community*, *ASEAN Security Community* dan *ASEAN Socio-Cultural Community*. (Yani, 2008).

Industri kreatif yang dikampanyekan pemerintah sangat sesuai dengan konsep pariwisata kreatif yang sedang menjadi *trend* di dunia pariwisata, industri kreatif akan menjadi salah satu produk unggulan dalam menghadapi MEA. Beberapa negara di kawasan negara ASEAN bekerjasama dengan berbagai badan dunia untuk menyiapkan diri dalam menghadapi era pariwisata kreatif dengan membentuk jaringan kota kreatif dan kota warisan serta kota desain dan pusat sains. Chairatana, 2012. *The British Council* (UK) melalui proyek *The British Council Creative Cities Project* sejak tahun 2008 telah meluncurkan kota-kota di Asean sebagai “Creative hub” yaitu Bandung (Indonesia) untuk kriya, Cebu City (Philipina) untuk mebel, dan Chiang Mai (Thailand) untuk perangkat lunak dan kriya.

Indonesia terdapat kekayaan yang melimpah berbasis budaya lokal, kota-kota kreatif yang ada di Indonesia memiliki warisan budaya tradisi yang kaya seperti kota Yogyakarta, Bali dan kota Surakarta sebagai kota tujuan wisata yang dapat mengembangkan pariwisata kreatif yang merupakan warisan budaya dan sebagai usaha dengan konsep nostalgia, adapun beberapa kota yang belum masuk sebagai destinasi wisata utama namun tetap memiliki peran yang sangat penting untuk mendukung pariwisata kreatif guna menggali, menemukan dan merevitalisasi budaya yang sudah ada dengan kreasi-kreasi dan karya-karya baru dan inovatif yang memiliki nilai komersial dan nilai estetika, salah satu kota yang berhasil menjadi perhatian dunia adalah kota Jember dengan even *Jember Fashion Carnival*, tak terkecuali kota Sumbawa yang saat ini mulai diperhitungkan dalam pasar global melalui even Festival Moyo. Festival Moyo merupakan momentum yang sangat penting dan tidak boleh disia-siakan oleh pemerintah daerah serta masyarakat Sumbawa karena merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kegiatan Festival Moyo sangat strategis, karena sektor pariwisata saat ini sangat menjanjikan dalam pembangunan masyarakat Sumbawa dan NTB. Festival Moyo dihayatkan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Sumbawa serta menjadi ajang promosi wisata daerah Sumbawa, selain sebagai ajang promosi wisata dan budaya Kabupaten Sumbawa khususnya dan NTB umumnya, Festival Moyo bertujuan agar pariwisata Sumbawa lebih dikenal masyarakat luas hingga mancanegara sehingga even Festival Moyo mampu menjawab dan menghadapi tantangan MEA. Oleh karenanya, diperlukan sinergitas dari seluruh pihak untuk memperkuat kualitas penyelenggaraan Festival Moyo setiap tahunnya agar terjadi peningkatan sehingga keberadaannya mencapai tujuan sebagai sebuah festival wisata seni dan budaya yang mampu bersaing secara global dalam menghadapi MEA.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode conceptual paper yang merupakan analisis mendalam sesuatu idea yang masih fresh dan boleh mengundang persoalan atau pendapat dari pelbagai sudut, dengan kajian yang bersifat kualitatif melalui pengumpulan jurnal deskriptif dan literature. Metode dengan kajian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut juga sebagai metode etnographi, karena pada awalnya metode ini lebih banyak digunakan untuk penelitian bidang antropologi budaya; disebut sebagai metode kualitatif, karena data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kualitatif. (Sugiono, 2014). Sugiono (2003) juga mengemukakan, penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema, dan gambar.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini, menurut Arikunto (2006) “Dokumentasi adalah mencari dan mengumpulkan data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, notulen, rapat, agenda dan sebagainya.” Studi Dokumen: Teknik pengumpulan data dengan menggunakan dokumen

merupakan dokumen berisi catatan, tulisan gambar atau foto dan karya-karya monumental seseorang, dokumentasi digunakan karena:

- 1) Dokumen merupakan sumber yang stabil, kaya dan mendorong
- 2) Berguna sebagai alat bukti kejadian
- 3) Memiliki sifat yang alamiah, sesuai dengan konteks
- 4) Mudah ditemukan

Untuk pengumpulan data dengan menggunakan dokumen peneliti melakukan dengan cara menelaah pustaka, jurnal deskriptif dan literatur seperti majalah atau buku dan media sosial. Metode pengumpulan data selanjutnya, adapun Sutrisno Hadi (1986) dalam Sugiono (2014) mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari pelbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dari segi proses pelaksanaan dapat dibedakan menjadi *participant observation* (observasi berperan serta) dan *non participant observation*, selanjutnya dari segi instrumentasi yang digunakan, maka observasi dapat dibedakan menjadi observasi terstruktur dan tidak terstruktur. Adapun instrumentasi yang digunakan peneliti yaitu observasi tidak terstruktur, hal ini dikarenakan peneliti dapat melakukan pengamatan bebas, mencatat apa yang tertarik, melakukan analisis dan kemudian membuat kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Ekonomi ASEAN adalah bentuk integrasi ekonomi regional yang direncanakan untuk dapat mencapai kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Dengan pencapaian tersebut maka negara ASEAN akan menjadi pasar tunggal dan basis produksi karena terjadi arus barang dan jasa, investasi serta tenaga terampil yang bebas serta aliran modal yang lebih bebas. Adanya aliran komoditi dan faktor produksi tersebut diharapkan membawa negara ASEAN menjadi kawasan yang makmur dan kompetitif dengan perkembangan ekonomi yang merata serta menurunnya tingkat kemiskinan dan perbedaan sosial-ekonomi masyarakat di kawasan ASEAN. Namun untuk mencapai MEA diperlukan kerja keras baik internal masing-masing negara anggota ASEAN dalam melaksanakan komitmen bersama. Keterlibatan semua pihak di seluruh negara anggota ASEAN mutlak diperlukan agar upaya dalam mewujudkan ASEAN sebagai kawasan yang kompetitif bagi kegiatan investasi dan perdagangan bebas dapat memberikan manfaat dan keuntungan bagi seluruh negara ASEAN.

Bagi Indonesia, peluang integrasi ekonomi regional tersebut harus dapat dimanfaatkan dengan semaksimal mungkin. Jumlah populasi, luas dan letak geografi, dan nilai PDB terbesar di ASEAN harus menjadi aset agar Indonesia bisa menjadi pemain besar dalam MEA dalam kaitannya dengan pasar bebas tenaga kerja, dimana tenaga kerja Indonesia harus mampu bersaing dengan tenaga kerja dari negara ASEAN lainnya untuk itu, diperlukan pelatihan kerja maka itu, hendaknya pemerintah tidak mengabaikan dan hendaknya pemerintah lebih memperhatikan masyarakat terutama potensi yang ada di seluruh daerah yang ada di nusantara untuk menarik investasi namun yang perlu dilakukan adalah dengan meminimalisir biaya logistik dan menurunkan suku bunga. MEA dapat berdampak positif juga dapat berdampak negatif untuk itu Indonesia harus memaksimalkan potensi yang ada diantaranya adalah kekayaan sumber daya alam dan kekayaan budaya dalam hal ini Indonesia dapat menjadikan SDA dan kekayaan budaya sebagai salah satu keunggulan dibandingkan dengan anggota ASEAN lain, dalam menghadapi MEA kekayaan budaya tidak boleh terlupakan mengenai kearifan lokal berbasis pariwisata kreatif, justru dalam menghadapi MEA harus bisa mempertahankan kearifan lokal melalui pariwisata kreatif sebagai identitas nasional, selain itu masih banyak dampak dari sektor perekonomian yang akan terkena dampak dari di berlakukannya MEA salah satunya adalah pada sektor UKM untuk itu, perlunya langkah-langkah strategis yang dilakukan pemerintah dalam mengangkat UKM ditengah adanya MEA sehingga UKM dapat bersaing global dan dapat mengatasi tantangan serta resiko yang mungkin akan

muncul dalam Masyarakat Ekonomi ASEAN dilakukan dengan membekali diri dengan ilmu pengetahuan, menanamkan rasa cinta terhadap produk dalam negeri, serta mempertajam *soft skill* dan *hard skill* masyarakat, hal ini akan terwujud disertai dukungan pemerintah dan kerjasama pelaku usaha.

Kabupaten Sumbawa merupakan salah satu dari sepuluh kabupaten/kota di Provinsi Nusa Tenggara Barat, Kabupaten Sumbawa terdiri dari 24 kecamatan, 8 kelurahan, 157 desa dan 576 dusun. Luas wilayah keseluruhan mencapai 11.556,44 km² (45,52% NTB), yang terdiri dari daratan 6.643,98 km², dan lautan 4.912,46 km². Dengan luasan tersebut menjadikan kabupaten Sumbawa memiliki potensi sumberdaya alam cukup besar dengan posisi geostrategis Kabupaten Sumbawa pada jalur lalu lintas perdagangan Surabaya-Waingapu dan berada pada koridor lima Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI), yang berorientasi pada pembangunan pariwisata, pertanian, perikanan dan peternakan. Terletak pada sentral pulau Sumbawa, yakni pada posisi 116°42' sampai dengan 118°22' Bujur Timur dan 8°8' sampai dengan 9°7' Lintang Selatan serta memiliki luas wilayah 6.643,98 km². Di sebelah barat Kabupaten Sumbawa berbatasan dengan Kabupaten Sumbawa Barat, di sebelah timur dengan Kabupaten Dompu, di sebelah utara dengan laut Flores dan di sebelah selatan dengan Samudera Indonesia. Secara geografis Kabupaten Sumbawan memiliki lokasi yang cukup strategis karena dari segi ekonomi terletak pada lintas perdagangan yang menghubungkan antara pusat perdagangan yaitu Surabaya dan Makassar maupun Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Di samping itu, Kabupaten Sumbawa juga terletak pada lintas pariwisata yaitu Bali, Pulau Lombok, Taman Nasional Komodo dan Tana Toraja di Sulawesi Selatan. Dengan lokasi yang strategis tersebut, Kabupaten Sumbawa sangat berpotensi untuk menjadi salah satu pusat pertumbuhan Ekonomi dalam menghadapi MEA melalui “pariwisata kreatif” di Kawasan Timur Indonesia.

Departemen perdagangan Republik Indonesia (2008) merumuskan ekonomi kreatif sebagai upaya pembangunan ekonomi secara berkelanjutan melalui kreativitas dengan iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbaru. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri kecil menengah. Salah satu alasan dari pengembangan industri kreatif adalah adanya dampak positif yang berpengaruh pada kehidupan sosial, pada iklim bisnis, pada peningkatan ekonomi, dan berdampak pada citra suatu kawasan/wilayah tersebut. Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata dapat sejalan sehingga menjadi sebuah proyek yang mendatangkan banyak wisatawan. Ekonomi kreatif dapat dijadikan sebagai penggerak sektor wisata. Kabupaten Sumbawa memiliki daya tarik wisata dan potensi yang cukup besar untuk mengembangkan ekonomi masyarakat dalam menghadapi MEA. Predikat sebagai daerah madu dan daerah susu kuda liar, merupakan dua *idiom* yang sangat mudah dilekatkan sebagai identitas Sumbawa. Madu dan susu kuda liar. Kini identitas lain muncul seiring dengan terungkapnya banyak potensi terpendam di Kabupaten Sumbawa. Identitas tersebut yakni Sumbawa sebagai daerah penghasil bahan tambang, emas, tembaga, atau oleh orang-orang tua Sumbawa menyebut Sumbawa sebagai Tanah Intan Bulaeng.

Gairah menggali potensi tradisi dan kekayaan budaya Sumbawa saat ini seakan menemukan ruangnya. Ragam kekayaan tradisi dan keindahan alam Sumbawa mulai dikenal masyarakat nasional bahkan internasional. Kunjungan wisatawan mancanegara, lebih khusus para selebriti dunia menjadikan Pulau Moyo sebagai destinasi favorit. Dari mulai atlet dunia, aktor/aktris serta sosialita dunia baik itu pangeran hingga negarawan. Nampaknya ada kemilau lain di Sumbawa, Tanah Intan Bulaeng. Seiring dengan Program Visit Lombok Sumbawa, gairah mementaskan kekayaan tradisi dan menggali potensi alam juga menemukan ruangnya. Atraksi Barapan Kerbau (Kerapan Kerbau), dan Main Jarang (Pacuan Kuda) sebagai aset tradisi Sumbawa menjadi kalender tetap bagi dunia pariwisata nusantara. Hal ini merupakan peluang besar untuk masyarakat dalam menghadapi MEA. Kabupaten Sumbawa memiliki potensi dan menjadikan “Festival Moyo” sebagai even pariwisata kreatif dalam rangka menggairahkan tradisi dan menjadikan sektor pariwisata

sebagai alternatif pengungkit ekonomi, menjadi agenda Pemerintah Kabupaten Sumbawa dalam mengembangkan ekonomi masyarakat dan menjawab tantangan MEA. Pilihan ini tidak sekedar motif ekonomi akan tetapi agar identitas tradisi Sumbawa tidak hilang dalam memori kolektif masyarakat Sumbawa dan melalui even “Festival Moyo” masyarakat mampu mengembangkan potensi, kreatifitas, inovatif dan mampu bersaing dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean.

Ditahun 2012 di pulau Moyo Sumbawa, sebuah pulau di bagian utara Pulau Sumbawa dan masuk dalam wilayah administrasi Kabupaten Sumbawa, pernah dikunjungi oleh dua selebritis dunia, yaitu penyanyi Rock Mick Jagger dan petenis wanita dunia Maria Sharapova. Bahkan di 1993 Putri Diana istri dari Pangeran Charles dari Inggris pernah berkunjung ke Pulau Moyo. Di pulau tersebut terdapat sebuah resort kelas dunia, *Amanwana Resort*. Ini menunjukkan bahwa Sumbawa telah masuk dalam peta dunia pariwisata dan alternatif destinaasi global dalam menghadapi MEA. Ini merupakan peluang sekaligus tantangan dan kesempatan yang harus bisa dimanfaatkan oleh pelaku pariwisata lokal dn regional serta pemerintah daerah Provinsi. Harus ada proses dan tahapan yang sistematis agar nama besar Pulau Moyo dengan *Amanwana Resort* -nya berdampak pada pariwisata daratan Pulau Sumbawa. Kehadiran para selebritis dunia serta negarawan dunia di Pulau Moyo merupakan garansi akan kualitas lokasi tersebut. Namun dalam menghadapi MEA tidak terlepas dari tantangan bahwa penanganan dunia pariwisata Sumbawa berbasis pariwisata kreatif melalui “Festival Moyo” butuh sentuhan kreatif dan inovatif masyarakat Sumbawa umumnya, pelaku UKM dan para pengusaha khususnya.

Kabupaten Sumbawa, minimal ada 3 (tiga) festival yang layak untuk dijadikan sebagai kalender permanen oleh pemangku Program Visit Lombok Sumbawa. Pertama, Festival Moyo dengan menonjolkan Moyo (Pulau Moyo) sebagai *icon* pariwisata internasional, sebagai *starting point*, tentu kekuatan dan kekayaan kreativitas di Sumbawa harus terus di rawat, di jaga dan di lestarikan. Kedua, Festival Muharram yang akan di adakan setiap tahun dengan motor penggeraknya Lembaga Adat Tana Samawa (LATS). Festival ini relatif unik dan menarik. Melalui mitos dan ritus serta kekuatan Muharram sebagai tahun baru Hijriah coba di lembagakan oleh LATS. Dari sekian banyak ragam yang disuguhkan, Festival Murarram menyuguhkan parade 24 sandro (dukun) dari 24 kecamatan yang membuat berbagai khasiat Minyak Sumbawa. Minyak Sumbawa mendampingi Madu Sumbawa dan Susu Kuda Liar Sumbawa. di jadikan sebagai *branding*. Ketiga, Festival Pabiring yang merupakan identitas bagi masyarakat pesisir Utara Sumbawa yang didominasi oleh etnis Bugis, Bajo, Selayar maupun Bira. Festival ini juga menyuguhkan atraksi masyarakat pesisir yang berbeda dengan festival masyarakat daratan.

Untuk menarik minat wisatawan mancanegara, “Festival Moyo” akan menjadi kalender permanen dalam dunia pariwisata Sumbawa. Sebuah langkah awal yang mesti diambil sebagai bekal untuk memggairahkan dunia pariwisata Sumbawa dan sebagai jawaban atas tantangan dalam menghadapi Masyarakat Ekonomi ASEAN melalui pariwisata kreatif dengan berbagai kegiatan yang dapat menjadi pilihan para wisatawan domestik dan mancanegara di “Festival Moyo”. Menyeleman (*diving*) disekitar Pulau Moyo, Barapan Kebo (Kerapan Kerbau), Main Jaran (Pacuan Kuda), Jelajah Wisata Motor, Berburu, Sepeda Gunung, Menyaksikan Kebo Nange (Kerbau barenang dari daratan ke Gili Rakit) serta Pekan Budaya Sumbawa. Disamping itu wisatawan juga dapat mengunjungi berbagai situs bersejarah di Kabupaten Sumbawa. Sumbawa memiliki 53 obyek wisata, obyek yang bertaraf internasional dan lokal. Seperti *Amanwana Resort* dan *Samawa Seaside*. Dalam menghadapi tantangan MEA Sumbawa juga dianugerahi banyak semenanjung dengan teluk-teluk yang menawan butuh tangan trampil di dunia pariwisata. Seperti lokasi Tanjung Menangis dengan cerita dan mitologi lokal yang kuat dapat menjadi obyek wisata baru dengan segitiga Tanjung Menangis, obyek wisata Istana Tua Dalam Loka, Bala Kuning, Desa Tradisional Tepal dengan komoditi Kopi khas Tepal, dapat menjadi obyek wisata yang menarik bagi dunia dalam berdaya saing global menghadapi MEA.

SIMPULAN

Dengan hadirnya ajang Masyarakat Ekonomi ASEAN, Indonesia umumnya dan Kabupaten Sumbawa khususnya memiliki peluang untuk memanfaatkan keunggulan skala ekonomi dalam negeri dan potensi daerah berbasis budaya lokal melalui pariwisata kreatif sebagai basis memperoleh keuntungan. Namun demikian, Indonesia masih memiliki banyak tantangan dan risiko-risiko yang akan muncul seperti masuknya beragam budaya asing. Oleh karena itu, para *risk professional* diharapkan dapat lebih peka terhadap fluktuasi yang akan terjadi sehingga dapat mengantisipasi berbagai risiko yang muncul dengan tepat serta kolaborasi yang tepat antara otoritas negara dan para pelaku usaha diperlukan, infrastruktur baik secara fisik dan sosial, hukum dan kebijakan pemerintah perlu dibenahi, serta perlu adanya peningkatan kemampuan serta daya saing tenaga kerja dan perusahaan di Indonesia.

SARAN

1. Hendaknya pemerintah pusat maupun daerah melakukan sosialisasi lebih mendalam kepada masyarakat mengenai program Masyarakat Ekonomi ASEAN.
2. Pemerintah pusat maupun daerah seharusnya lebih memperhatikan UKM sehingga mampu bersaing dengan pasar global baik ASEAN maupun Internasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Metodelogi penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara.
- Bappeda Kabupaten Sumbawa, 2012. *Rekam Jejak Pembangunan Samawa Mampis Rungan*.
- Barney, J.B. & Wright, P.M (1998), On becoming a strategic partner: the role of human resources in gaining competitive advantage, *Human Resources Management*, 37 (1): 31-46
- Black, J.S. & Mendenhall, M (1990), Cross-cultural training effectiveness: A review and a theoretical framework for future research, *Academy of Management Review*, 15 (1): 113-136.
- Blackburn, R. & Rosen, B (1993), Total quality and human resources management: Lessons learned from Bardrige award-winning companies, *Academy of Management Excecutive*, 7 (3): 49-66.
- Dessler, G (2000), *Human Resources Management*, 8th ed, Prentice-Hall, Inc: New Jersey.
- Noe, R.A (2000), *Employee Training & Development*, McGraw-Hill Co: Singapore.
- Porter, M.E (1994), *Keunggulan Bersaing, Menciptakan dan Mempertahankan Kinerja Unggul*, Binarupa Aksara: Jakarta.
- Rainbird, H (1994), The changing role of the training function: A test for the integration of human resource and business strategies, *Human Resources Management Journal*, 5 (1): 72-90.
- Schuller, R.S & Jackson, S.E (1987), Linking competitive strategies with human resources management practices, *Academy of Management Excecutive*, 1 (3): 207-219.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas.
- Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta, Bandung.