

Bab 10

Dampak Pariwisata pada Industri Kreatif

10.1 Pendahuluan

Pariwisata merupakan komoditi non migas yang memiliki kontribusi bagi peningkatan ekonomi bagi negara (Henry and De Bruin, 2011). Sebagai sektor unggulan, pariwisata mampu merangkum seluruh aktivitas masyarakat terkait ekonomi, sosial budaya maupun lingkungan menjadi satu kegiatan ekonomi kreatif yang basisnya adalah Industri Kreatif. Tumbuhnya jaringan masyarakat dan ekonomi pengetahuan menyebabkan meningkatnya intensitas tentang peran kreativitas dan inovasi bagi daerah atau kota dalam melakukan inovasi untuk menarik minat turisme. Daya tarik wisata yang menjual potensi daerah memberikan peluang bagi kota yang dilaluinya untuk turut pula dikembangkan menggunakan konsep baru dengan jaringan kontemporer atau masyarakat pengetahuan. Realitas ini pada akhirnya menciptakan suatu persaingan kota untuk menampilkan kekhasan melalui industri kreatif.

Industri kreatif memiliki peran bagi keberlanjutan pariwisata. Keberhasilan pariwisata dalam memicu faktor ekonomi telah menciptakan suatu fenomena baru yaitu persaingan antar kota secara globalisasi. Dari sini kemudian muncul sisi kompetitif untuk menjual daya tarik wisata dan produk pendukungnya. Pada

akhirnya setiap daerah dengan muatan budaya, sosial saling mengisi untuk menciptakan potensi untuk mengisi peluang ekonomi.

Industri kreatif sebagai basis yang diharapkan dapat menghasilkan profit yang disebut dengan ekonomi kreatif. Industri kreatif menjadi sasaran penting bagi penggerak roda wisata. Upaya pemerintah untuk terus menggenjot pariwisata dengan mengoptimalkan industri pariwisata diharapkan dapat memiliki dampak secara ekonomi yang melibatkan aspek sosial dan budaya bagi masyarakat setempat (Russell and Faulkner, 2004). Pariwisata dan industri kreatif telah dikaji secara mendalam. Dalam banyak literatur, kerap dibahas dampak yang ditimbulkan oleh keberadaan Pariwisata. Dampak tersebut meliputi, dampak secara ekonomi, dampak terhadap sosial Budaya, dampak terhadap lingkungan. Pada bahasan ini mengkaji tentang dampak Pariwisata baik positif dan negatif bahasan ekonomi kreatif dengan basis industri kreatif bagi masyarakat terkait aktivitas pariwisata.

10.2 Ekonomi Kreatif dan Industri Kreatif

Konsep “ekonomi kreatif” pertama kali dikemukakan oleh John Howkins dalam studinya tentang hubungan antara kreativitas dan ekonomi, telah berkembang pesat menjadi konsep multi disiplin termasuk ekonomi, teknologi dan bisnis, dan bahkan menjadi fokus pengembangan ekonomi potensial (Howkins, 2002).

Industri kreatif ditandai dengan munculnya era digital, industri budaya dan kreativitas. Istilah ekonomi kreatif berasal dari industri kreatif yang berangkat dari industri budaya. Konsep ekonomi kreatif memperluas kreativitas diseluruh perekonomian termasuk sosial ekonomi, sosial ekonomi dan proses organisasi. Ekonomi kreatif menekankan pada kreativitas dan inovasi. Ekonomi kreatif meliputi jабaran dari budaya kreatif, bahkan industri kreatif meliputi gagasan pengembangan kota kreatif (Moore, 2014).

Ekonomi kreatif Indonesia diimplementasikan oleh Badan Ekonomi kreatif (Bekraf) merupakan lembaga non kementerian bertanggung jawab kepada Presiden melalui menteri yang membidangi urusan pariwisata. Bekraf menekankan eksplorasi kreatif yang bersumber dari nilai-nilai budaya, ilmu pengetahuan dan teknologi yang pada gilirannya dapat menjadi nilai tambah dari kekayaan intelektual. Inti dari pelaksanaan Bekraf adalah menggabungkan antara budaya, pengetahuan dan teknologi. Bekraf menggagas industri

digitalisasi untuk dapat menjual pariwisata dimata dunia. Pada akhirnya ini akan menjadi sentralisasi kajian dan kegiatan parekraf yang berfokus pada teknologi revolusi industri dengan konsentrasi pada bidang bioteknologi, semikonduktor, komputer kuantum, serta teknologi penyimpanan energi. Pertimbangan ini dilakukan untuk mewujudkan teknopreneur baru.(RI, 2021) Hal ini sejalan dengan *United nations Conferences on Trade Development Report* (UNTAD) yang melaporkan bahwa Kreativitas dan pengetahuan yang didasarkan pada teknologi menjadi modal dasar bagi terciptanya lapangan kerja dan teknologi dan inovasi sosial, terlepas dari krisis yang memengaruhi ekonomi dunia. Interpretasi bahwa Industri kreatif mengandung usaha mikro yang tinggi, individualisme kreatif, meliputi usaha kecil menengah serta dapat memunculkan ragam komersialisasi aktivitas seperti musik dan teater dan diharapkan akan mendatangkan kunjungan turis yang signifikan.

10.3 Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Pariwisata telah lama diselaraskan dengan praktik kreatif, hal ini sejalan dengan sejarah awal munculnya aktivitas tersebut di Inggris, untuk kemudian meningkat menjadi industri pariwisata pada awal abad kesembilan belas. 'Fase kunci dalam pariwisata' adalah pendidikan, ilmiah, dan eksplorasi artistik sebagai hal yang utama dalam aktivitas pariwisata (Waite and Gibson, 2014). Pada masa itu prioritas pariwisata menekankan pada apresiasi pada benda-benda antik Romawi dan barang Yunani yang klasik berikut seni dan arsitektur Renaisans. Tour pariwisata saat ini juga merupakan pola lama yaitu destinasi wisata yang merupakan usaha kreatif dengan konsumsi emosi, norma/ tatanan masyarakat setempat disertai apresiasi terhadap alam bebas yang indah dan luhur sebagai daya tarik untuk mendatangkan wisatawan.

Arus pariwisata terjadi disebabkan karena ada pergerakan antara titik asal dan destinasi yang akan dituju. Faktor-kondisi daerah tujuan yang kondusif menjadi alasan bagi frekuensi, intensitas kedatangan wisatawan yang merupakan akumulasi dari pengaruh baik dari destinasi yang akan menjadi tujuan (Prideaux, Laws and Faulkner, 2003). Hal inilah yang kemudian mendorong individu untuk bepergian dengan mengidentifikasi kemungkinan opsi yang akan dijadikan tujuan dengan pertimbangan perbedaan budaya, iklim, dan atraksi di tempat tujuan. Ini juga berarti bahwa turisme akan membelanjakan nominal yang akan dibuang dari perjalanan tersebut dan volume perjalanan akan semakin

meningkat. Daya tarik akan faktor tersebut merupakan atribut spesifik yang membedakan masing-masing destinasi, yang nantinya menentukan akan kemana seseorang menentukan tujuannya. .

Keterkaitan antara daya tarik estetika karya kreatif dan pariwisata merupakan bagian penting untuk mempertahankan arus kelompok wisata tertentu ke tujuan tertentu yang dibantu dengan visualisasi grafis melalui imajinasi geografis. Interpretasi sinergi antara Industri 'Kreatif' dan pariwisata pada masa kontemporer lebih merupakan hubungan antara kreativitas dan pariwisata yang dikonfigurasi ulang melalui gagasan industri kreatif. Bahkan oleh Watts ini disebut sebagai bagian yang terpisah dari ekonomi kapitalis karena didedikasikan untuk produksi periklanan, arsitektur, desain busana, kerajinan tangan, lukisan, perhiasan, musik, film, televisi, furniture, perangkat lunak komputer, perangkat lunak rekreasi interaktif dan desain (Roberts and Townsend, 2016). Seluruh produksi ini mengakomodir banyak kegiatan 'seni' tradisional, dan dianggap mampu memperluas konsep kerja kreativitas ke dalam berbagai sektor yang semakin beragam dalam ekonomi kontemporer. Fokus penting yang harus dicermati dalam ekonomi kontemporer adalah menekankan pada inovasi, estetika dan 'budaya'. Jika aktivitas ini dijadikan sebagai ekonomi kreatif maka kolaborasi ini akan menjadi semakin berpengaruh dalam pertumbuhan kapitalis.

10.4 Industri Kreatif dalam aktivitas Pariwisata

Industri kreatif dimaknai sebagai perluasan dari sektor kebudayaan termasuk di dalamnya sektor multimedia dan mengikuti perubahan struktural karena pertumbuhan dan perkembangan teknologi baru (Howkins, 2002). Definisi Asli dari istilah ini adalah industri yang bersumber dari kreativitas, bersandar pada keterampilan dan bakat individu yang sarat akan kekayaan pengetahuan untuk dapat menciptakan lapangan kerja dengan melakukan eksploitasi kekayaan intelektual (Lazzeretti, Domenech and Capone, 2009). Industri kreatif merupakan subsektor dari ekonomi kreatif

Industri kreatif pada destinasi pariwisata muncul dan terkonsentrasi pada tempat-tempat tertentu atau justru kedua hal ini secara serentak lalu terjadi hubungan yang sinergis? Allen Scott seorang pemikir industri kreatif terkemuka

menekankan jika kawasan perkotaan berperan sebagai 'mesin' industri kreatif (Suciu, 2009). Dikatakan demikian karena melalui kota, Industri kreatif dapat dipertahankan melalui kontak tatap muka, jaringan sosial, terbukanya pasar tenaga kerja yang beragam, kepercayaan kerja sama dan infrastruktur formal dan informal (museum, galeri, studio, restoran dan kafe). Industri kreatif cenderung mengelompok untuk mendapatkan keuntungan secara aglomerasi. Ragam atribut berbasis tempat tertentu justru dijadikan sebagai tempat penting untuk mempertahankan kreativitas, di mana keragaman sosial, toleransi dan keterbukaan saling bertemu. Dari sini kemudian timbul akibat konsekuensi logis atas dampak yang ditimbulkan akan kedua hubungan tersebut.

Optimalisasi industri ini akan menarik minat dan akan meningkatkan skala permintaan akan produk kreatif yang dapat mewakili karakteristik daerah yang dituju (Ratnawati, 2016). Di tempat yang dituju ini diharapkan kreativitas pengelolaan lokasi dan pendukungnya dapat beroleh manfaat berupa peningkatan pendapatan dari kearifan lokal yang dimiliki masyarakat setempat.

Peluang pariwisata memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai penggerak perekonomian yang bersifat multiplier effect salah satunya adalah dengan aktivitas kreatif mengelola sumber daya yang dimiliki baik berupa barang ataupun jasa. Terdapat tiga kategori produk pariwisata yaitu 1). Kekhasan yang dimiliki daerah tujuan wisata berikut realitas imaji yang dibangun sebagai tawaran kepada wisatawan 2). Sarana yang di tempat wisata 3). Aksesibilitas yang menunjang kemudahan wisatawan 4). Barang/ Produk maupun jasa wisata yang mewakili karakter daerah wisata. Semua aspek ini berdampak pada munculnya industri kreatif sebagai sub sektor sebagaimana telah dikelompokkan oleh Kemenparekraf yang terbagi kedalam industri yaitu (1) Arsitektur, (2) Desain (3) Interior, (4) Desain Komunikasi Visual, (5) Desain Produk, (6) Film, Animasi dan Video, (7) Fotografi, Kriya, (8) Kuliner, (9) Musik, (10) Fashion (11) Aplikasi dan Game Developer, (11) Riset dan Pengembangan (12) Penerbitan Periklanan, (13) Televisi dan Radio, (14) Seni dan pertunjukan, (15) Seni Rupa. (Kreatif, 2014) Sementara pengelompokan industri kreatif yang dikategorikan menjadi produk unggulan dan prioritas yaitu, Kriya, Kuliner, Fashion, Alas Kaki, sebagai produk Unggulan dan Film, Animasi Video, Aplikasi Permainan/ Game dan Musik sebagai kelompok industri prioritas. (Kreatif, 2020)

10.5 Kreativitas sebagai Kunci Penting Industri Kreatif

Kreativitas merupakan elemen sentral dalam kapitalisme kontemporer setelah praktik industri digulirkan. (Remoaldo and Cadima-Ribeiro, 2019). Kreativitas diperlukan sebagai kunci penting bagi pengembangan pariwisata untuk menciptakan industri kreatif yang produktif. Kreativitas menjadi semakin penting untuk perkembangan pariwisata di kota-kota dalam beberapa tahun terakhir. (Suciu, 2009). Kreativitas telah menjadi salah satu elemen esensial bagi masyarakat transformasi pariwisata budaya tradisional menjadi wisata kreatif yang menjelma menjadi kreativitas pariwisata kreatif. Hal ini dibuktikan bahwa jenis pariwisata terbukti mampu memainkan peran khusus dalam tumbuh kembang dari beberapa wilayah baik daerah dan kota kecil. Memungkinkan transisi dari budaya tak benda memungkinkan wisatawan terlibat lebih dalam pada aktivitas sehari-hari dari tujuan yang dikunjungi.

Hal ini dimungkinkan terjadi karena beragam upaya yang dilakukan oleh pelaku bisnis agar bersaing dengan bisnis lainnya. Seiring dengan tumbuhnya persaingan antar kota, semakin berupaya untuk membedakan diri melalui strategi kota kreatif dan industri kreatif. Menurut Florida memupuk kreativitas membutuhkan konteks yang dinamis, membutuhkan kebijakan sosial yang dapat merangkul kesetaraan dan perbedaan, seni/ musik yang hidup, dan wadah untuk melakukan interaksi sosial dan rekreasi (Waitt and Gibson, 2014).

Di bidang pariwisata, bagaimanapun, strategi semacam itu mungkin bisa dibidang kontraproduktif, karena perlombaan untuk menghasilkan perbedaan sering kali mengakibatkan kota-kota mengadopsi model pengembangan kreatif yang serupa. Hal ini menciptakan dampak pada munculnya uniformitas pada tampilan kota maupun produk bisnis pariwisata. Peran kreativitas disini adalah untuk menciptakan ide-ide baru yang lebih kreatif menawarkan varian yang inovatif yang mampu menjadi ciri dari produk yang dapat dijual sebagai komoditi pariwisata. Sebagaimana ini terjadi pada beberapa kasus dimana terjadi pengadopsian pada bentuk 'kebijakan cepat' dengan menyalin ide dari 'kota kreatif' lain, demi menghasilkan reproduksi serial yang justru tidak menarik bagi berbagai kota turis yang ingin menarik minat pendatang.

10.6 Aktivitas Industri Kreatif dan Arus Wisatawan

Budaya Pop melanda Cina, Jepang dan negara-negara Asia Selatan lainnya. Fenomena ini menimbulkan berbagai dampak ekonomi dan sosial budaya. Gelombang Korea ini menimbulkan antusiasme di kalangan muda tentang budaya baru, budaya yang digandrungi, dijadikan trend. Segala sesuatu hal yang berbau Korea segera mudah diterima. Demam Korea adadi mana-mana, serentak dunia mengidolakan artis yang dikaguminya, meniru cara berbusananya, dan pernak-pernik lain yang digunakannya, seperti pada contoh Gangnam Style, gaya artis tersebut telah menimbulkan keingintahuan oleh kaum muda Amerika untuk mengenal idolanya lebih dekat dengan mengunjungi negara idolanya tersebut. Gelombang Korea ini mencontohkan ekonomi kreatif, di mana aktivitas dapat menjadi aktivitas ekonomi (Chung et al., 2015). Dampaknya adalah semua yang berbau Korea menjadi sesuatu yang kala itu sangat diminati, diinginkan dan untuk dimiliki. Pengunjung terbanyak ke Korea dalam kurun waktu akhir 2008 adalah negara-negara Asia. Jutaan turis dari Asia menurut Jeong telah berkembang pesat sejak tahun 2008 dan menghabiskan hampir tiga kali lipat dari US \$ 3,3 miliar pada tahun 2007 menjadi sekitar US \$ 9,7 miliar pada tahun 2012. Fenomena ini menunjukkan meningkatnya kunjungan wisata ke negara Korea, hanya karena aktivitas kreativitasnya (Chung et al., 2015). Gelombang Korea sebagai abstraksi budaya tak berwujud menciptakan manfaat ekonomi dengan turis yang terikat. Realitas ini menggeser model konvensional pariwisata (misalnya massa pariwisata) ke model baru (misalnya wisata budaya) secara kreatif.

Melihat pada aktivitas industri kreatif di Indonesia, pemerintah melalui Kemenparekraf menekankan pentingnya eksplorasi budaya sebagai ide dasar dalam pengembangan produk kreatif. Sebagaimana yang disampaikan oleh Mari Elka Pangestu bahwa kekayaan budaya Indonesia menjadi modal bagi penciptaan produk yang memiliki karakter bangsa. (Kreatif, 2014) Indonesia memerlukan sumber daya manusia yang unggul dan dapat berkompetisi untuk menghasilkan produk kreatif berteknologi yang dapat bersaing dengan negara lain. Tentu saja hal ini harus didukung oleh kebijakan yang tepat.

10.7 Dampak Sinergis Pariwisata dan Industri Kreatif

Pariwisata dan Industri kreatif dipercaya sebagai tulang punggung ekonomi bangsa. (Henry and De Bruin, 2011) Meskipun sinergi terjadi antara keduanya namun terdapat potensi masalah yang memiliki dampak pada aspek kehidupan. (Waitt and Gibson, 2014). Terkait hal tersebut perlu kiranya mengacu pada pendapat Cohen yang menjabarkan dampak yang ditimbulkan oleh Pariwisata yaitu, dampak pada penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga-harga, distribusi, kepemilikan dan kontrol, pembangunan secara umum, pendapatan pemerintah (Cohen, 2004). Berangkat dari hal tersebut jika dikaitkan dengan hubungan sinergis antara pariwisata dan ekonomi kreatif di mana Bekraf menjadi wadah bagi pelaksanaan industri kreatif memiliki tujuan maka dapat dirumuskan dampak yang ditimbulkan adalah sebagai berikut:

10.7.1 Dampak Terhadap Perekonomian Nasional

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya bahwa pariwisata dan industri kreatif merupakan aktivitas sinergis yang dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan devisa, pendapatan daerah juga pemerintah. Hal ini dimungkinkan karena pemerintah melalui Kemenparekraf dan Bekraf telah mengupayakan agar industri kreatif yang bermodalkan SDM yang berpengetahuan intelektual dapat melakukan kreativitas dan inovasi. Realisasinya adalah pada penciptaan produk dan perusahaan/ startup. Implikasinya adalah pemerintah dapat meningkatkan nilai ekspor atas produk dan jasa .

10.7.2 Dampak Terhadap Tenaga Kerja

Adanya industri kreatif diharapkan mampu menyerap kebutuhan lapangan kerja dengan indikator Kinerja Utama dari target 17,20 juta orang mengalami peningkatan sebanyak 19,01 juta orang sehingga capaiannya sebesar 11.05%. Peningkatan yang signifikan berdasarkan data BPS tahun 2019 telah menyerap 19,01 juta orang tenaga kerja. Jika tenaga kerja di bidang ekonomi kreatif secara nominal semakin besar maka akan berdampak berkurangnya angka pengangguran nasional. Ini menunjukkan jika target strategis untuk penyerapan tenaga kerja dapat tercapai (Kreatif, 2020).

10.7.3 Dampak terhadap meningkatnya HKI

Meningkatnya pendaftaran Hak atas kekayaan Intelektual (HKI) yang bekerja sama dengan pemerintah pusat dan daerah dengan asosiasi terkait. Peroleh Hak atas kekayaan intelektual dapat meningkatkan kualitas level ekonomis dari produk ciptaan anak bangsa tanpa harus dirugikan. Meningkatnya HKI yang diperoleh dari kreativitas yang dihasilkan dari kemampuan intelektual dapat mendorong inovasi, membangun industri yang pada gilirannya berkontribusi bagi pembangunan ekonomi bangsa.

10.7.4 Dampak munculnya Start Up

Industri kreatif dengan bantuan pemerintah mendorong setiap individu kreatif dengan kreativitas dan pengetahuan intelektual yang dimiliki untuk berusaha membangun bisnis jangka panjang berbasis digital. Hasil Riset tahun 2019 oleh BPS (Badan Pusat statistik) menunjukkan kontribusi PDB sekitar 5,10% dan menyumbang nilai ekspor sebesar 22,07 Miliar USD dari sektor ekonomi kreatif melalui peningkatan nilai tambah startup (Kreatif, 2020).

10.7.5 Dampak meningkatnya nilai ekspor produk

Semakin banyak startup yang muncul maka akan berdampak pada semakin besar meningkatnya PDB ekonomi kreatif, kondisi ini sangat menguntungkan bagi devisa nasional. Indikatornya nilai ekspor produk kreatif meningkat adalah ketika telah mencapai target outcome, di mana indikator nilai kerja ekspor kreatif masuk kedalam prioritas yaitu meningkatnya nilai tambah/ efisiensi jasa produktif.

10.7.6 Dampak terhadap Pelestarian Budaya

Kreativitas dalam mengemas konten kreatif dapat memotivasi timbulnya semangat untuk melestarikan nilai-nilai moral dan juga dapat memberikan dampak sosial yang nyata di tengah masyarakat. Masyarakat akan merasa bangga dan mengapresiasi dengan turut serta melestarikan budaya bangsa yang sarat dengan kearifan lokal. .

10.7.7 Dampak terhadap Toleransi Sosial

Kecerdasan mengemas produk lokal bercita rasa global, membuka peluang baru bagi masyarakat dan pelaku industri untuk bersama-sama membangun potensi

daerah dalam menghasilkan produk inovasi. Pada gilirannya akan dapat menekan laju urbanisasi, memberikan kesempatan kerja bagi pengangguran di daerah. Selain itu, industri kreatif telah memberi peluang bagi kesetaraan gender dengan membuka kesempatan seluasnya kepada perempuan di daerah untuk berpartisipasi untuk mengenalkan karya mereka di industri kreatif . Sebagaimana dari Indonesia dikenal pengusaha kain lewat karyanya dengan memiliki brand yang telah mendunia, demikian juga dengan pelaku seni suara Anggun Cipta Sasmi dan pelaku dalam industri Film Christine Hakim yang mengenalkan nama Indonesia di mata dunia (Kreatif, 2014).

10.8 Kesimpulan

Pariwisata memberikan peluang bagi pengembangan industri kreatif untuk memungkinkan terjadinya penciptaan entrepreneur dan technopreneur yang berkarakter budaya. Berikut ini dampak positif dan negatif yang ditimbulkan dari aktivitas pariwisata dan industri kreatif

10.8.1 Dampak positif

Pariwisata memberikan dampak positif jika dimaknai sebagai penghasil ekonomi dan dilakukan berdasarkan kesadaran masyarakat dan dukungan infrastruktur dan kebijakan yang baik untuk mencapai kesejahteraan bangsa:

Memberikan kesempatan yang luas untuk melakukan inovasi bagi individu yang kreatif dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat. Mendorong upaya kreativitas anak bangsa dalam mengenalkan karakter budaya bangsa melalui produk kreatif yang mencerminkan karakter budaya bangsa. Mencermati hal tersebut diperlukan prinsip yang dapat dijadikan landasan ekonomi kreatif ke depan yaitu:

1. Pemberdayaan Sumber daya kreatif yang berpengetahuan sebagai dasar syarat dibutuhkan untuk memperoleh ilmu teknologi dan penguasaan teknologi sebagai dasar pengembangan ekonomi kreatif.
2. Pelestarian seni dan budaya sebagai inspirasi dalam berkarya untuk penciptaan daya saing, menghasilkan keunikan untuk menggerakkan kepada inovasi.

3. Penguatan citra positif dan identitas Indonesia dimata dunia. Berdampak pada sosial tercermin pada kualitas hidup, peningkatan kesejahteraan dan peningkatan sosial dalam masyarakat.
4. Meningkatnya ekonomi negara ditandai dengan meningkatnya pasar ekspor global. Meningkatnya konsumsi terhadap karya kreatif dalam pasar lokal terutama dalam segi aspek desain.

10.8.2 Dampak Negatifnya:

Masyarakat menjadi konsumtif akan produk produk kreatif dan teknologi

1. Munculnya persaingan yang ketat antar industri kreatif baik lokal maupun global, jika tidak dapat beradaptasi dan menciptakan varian baru akan sangat mustahil untuk bertahan dan sangat mungkin akan cepat tergerus oleh waktu.
2. Meningkatnya peniruan atas produk dan jasa kreatif bahkan mungkin dapat menciptakan uniformitas dalam produk rekayasa desain sehingga menciptakan kebosanan.
3. Munculnya massifikasi destinasi wisata sehingga menghilangkan karakteristik asli daerah, hal ini dapat diatasi dengan penciptaan konsep kreativitas ide-ide baru yang dapat membedakannya dari tempat lain.