

TAJUK RENCANA

Menunggu Nasib Sritex

KABAR putusan Pengadilan Niaga Semarang bahwa PT Sri Rejeki Isman Tbk (Sritex) pada 20 Oktober 2024 telah menimbulkkan berbagai kekhawatiran berbagai pihak. Tidak hanya bagi puluhan kerja karyawan dan warga sekitar pabrik yang selama ini mengandalkan sumber ekonomi dari Sritex, tetapi juga Pemerintah Kabupaten Sukoharjo.

Hal itu bisa dimaklumi, karena Sritex selama ini memang berperan sangat besar bagi tenaga kerja dan kontribusi terhadap pendapatan daerah. Bahkan Sritex pernah berjaya sebagai eksportir tekstil dan pakaian doreng seragam militer ke berbagai negara. Namun juga perlu diakui bahwa kondisi ekonomi global banyak mempengaruhi pasar produk Sritex di mancanegara. Selain itu, ada kebijakan pemerintah yang tidak memihak kepada industri tekstil dalam nenegri, yang dihantam oleh kebijakan impor.

Seperti diungkapkan Komisaris Utama PT Sitex Tbk, Iwan Luminto bahwa Peraturan Menteri Perdagangan RI (Permendag) Nomor 8 Tahun 2024 tentang Kebijakan dan Pengaturan Impor, justru membuat indutri tekstil dalam negeri sengsara. Banyak industri tekstil dalam negeri terdampak peraturan tersebut, bahkan ada yang tutup.

Terkait hal itu, Iwan S Luminto minta agar pemerintah meng-evaluasi Permendag Nomor 8 Tahun 2024, karena peraturan tersebut berpengaruh sangat signifikan terhadap industri tekstil dalam negeri. Kondisi Sritex saat ini juga tidak lepas dari dampak peraturan tersebut.

Menurut Menteri Perindustrian Agus Gumiwang Kartasasmita, keluhan Sritex merupakan fakta bahwa Permendag tersebut memang merugikan industri tekstil dalam negeri. Kebijakan itu sudah menjadi isu yang harus dihadapi industri tekstil, bukan hanya permasalahan keuangan dan pasar ekspor yang sedang

lesu, tetapi industri tekstil dalam negeri juga perlu proteksi dari pemerintah.

Bagi Pemkab Sukoharjo, pailit Sritex juga dikhawatirkan menimbulkan masalah besar, khususnya terkait nasib tenaga kerja dan ribuan warga sekitar parbrik yang selama ini menggantungkan penghasilan dari Sritex.

Pailit Sritex juga telah memunculkan PHK massal, namun manajemen PT Sritex menegaskan tidak akan ada pemutusan hubungan kerja (PHK) di PT Sritex. Sepeti dikatakan General Manajer (GM) HRD PT Sritex Grup, Hario Ngadiyono, putusan pailit PT Sritex oleh Pengadilan Niaga Semarang tertanggal 20 Oktober 2024 belum berpengaruh terhadap proses produksi PT Sritex. Produksi tetap jalan, bu-ruh dan karyawan juga tetap bekerja. Kondisi perusahaan tetap normal. Mesin produksi masih beroperasi dan masih berlaku sistem kerja tiga sift seperti biasa.

Melihat dilema yang dihadapi PT Sritex saat ini, kita perlu mengapresiasi gerak cepat yang dilakukan Presiden Prabowo Subianto yang langsung menggerakkan menteri-menteri terkait untuk memberikan solusi bagi PT Sritex, khususnya terkait nasib tenaga kerja perusahaan tersebut. Bahkan Wakil Menteri Ketenagakerjaan yang segera bertemu manajemen dan karyawan PT Sritex untuk mencari tahu akar masalah dan solusi setelah dinyatakan pailit, mengingat ada sekitar 20.000 orang bekerja di PT Sritex.

Mengingat produk PT Sritex pernah menyebar ke berbagai daerah di Indonesia dan diekspor ke beberapa negara, dan sampai saat ini PT Sritex tetap berperan besar bagi perekonomian daerah, peran pemerintah memberikan solusi Sritex memang sangat diharapkan. Tentunya ini PR baru bagi pemerintahan di bawah Presiden Prabowo Subianto. Kita tunggu saja nasib Sritex. □d

Nasib Desa Wisata di Era Prabowo

KEMENTRIAN Pariwisata kini punya nakhoda baru. Widiyanti Putri Wardhana, yang dipercaya Prabowo menjadi Menpar wanita yang akrab disapa Widi ini adalah putri dari konglomerat Wiwoho Basuki Tjokronegoro, di sektor energi dan batu bara. Ia bakal dibantu Ni Luh Enik Ermawati , latar belakangnya adalah jurnalis TV.

Dua Srikandi inilah yang bakal menjadi tulang punggung, menjawab tantangan pariwisata yang semakin kompleks. Pemisahan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif, diharapkan pembangunan dan pengembangan pariwisata semakin fokus dan terintegrasi.

Kalangan pariwisata tentu berharap, agar program-program diterapkan tetap sasaran dan berguna bagi pelaku pariwisata dan berdampak kepada kesejahteraan masyarakat Indonesia. Penggabungan usaha dan jurnalis, diharapkan mampu mendongkrak pertumbuhan pariwisata di Indonesia.

Menpar Widiyanti memang belum bicara banyak, dari mana dan apakah akan melanjutkan program Menteri lama Sandiaga? Terakhir, Sandiaga yang terakhir terjun ke dunia politik menitipkan program desa wisata. Termasuk Anugerah Desa Wisata (ADWI), akankah terus berlanjut?

Saat ini dari 34 Provinsi di Indonesia, Kementerian Pariwisata mencatat ada 70.000 desa wisata dan terus bertambah. Antusias mereka luar biasa, sehingga ketika pendaftar ADWI sangat banyak. Tahun 2021, ada 1.831 desa wisata yang mendaftar, pada 2022, ada 3.419 desa wisata, dan 4.573 desa wisata pada ADWI 2024 berpartisipasi dalam ADWI. Hal ini menunjukkan perkembangan desa wisata yang mengembirakan dalam hitungan kuantitas.

Penilaian desa wisata tersebut, berdasarkan 4 pilar parwisata berkelanjutan. Yakni pilar tata Kelola, ekonomi lokal, budaya dan pelestarian lingkungan. Klasifikasi tersebut, terbagi berupa desa rintisan, berkembang, maju serta mandiri.

DIY sendiri juga aktif melakukan pembangunan terus menerus. Pengalaman menjadi juri desa wisata, Dinas Pariwisata Kulonprogo sangat inovatif dalam melakukan pembinaan. Masyarakat diharapkan mene-

Octo Lampito

rapkan prinsip sapta pesona yang sejalan dengan kearifan lokal, agar memberikan pelayanan dan pengalaman berkesan bagi wisatawan.

Pemerintah DIY juga sudah melakukan hal tersebut, bahwa sekarang saatnya bukan lagi konsep Indonesia membangun desa. Namun diubah menjadi desa yang membangun Indonesia. Desa yang dulu sebagai objek pembangunan, kini justru berubah sebagai subyek pembangunan. Apalagi internet sudah masuk desa, sehingga mampu mempercepat.



KR-JOKO SANTOSO

Menurut data Kemenparekraf, dalam dua tahun terakhir tingkat kunjungan wisatawan ke desa wisata meningkat 30 hingga 50 persen. Hasil dari kunjungan itu bahkan bisa menyumbang 30 hingga 70 persen dari pendapatan asli desa.

Sebut saja desa-desa wisata terna-ma, seperti desa Panglipuran di Bali, baru setengah tahun ini sudah bisa menyumbang pendapatan sebesar Rp15 miliar lebih. Dalam konteks prestasi yang membawa nama Indonesia ke kancah internasional, ada desa wisata Nglangeran di Gunungkidul. Organisasi pariwisata dunia United Nation World Tourism Organization (UNWTO) memberikan penghargaan sebagai desa wisata terbaik dunia tahun 2021. Penghargaan tesebut diberikan bersama dengan 44 desa wsiata lan dari 32 negara di dunia berdasarkan inovasi dan komit-

men terhadap pembangunan berkelanjutan (SDGs). Pada tahun itu juga Kemenparekraf menobatkan menjadi desa wisata Mandiri Inspiratif dan Desa Wisata Berkelanjutan .

Dalam sejumlah penelitian juga menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat secara signifikan. Misalnya, hasil penelitian di Desa Bejiharjo menunjukkan bahwa rumah tangga yang bekerja di industri pariwisata memiliki pendapatan per kapita rata-rata Rp639.196, sedangkan rumah tangga yang bekerja di luar industri pariwisata memiliki pendapatan per kapita rata-rata Rp337.1282. Ini menunjukkan bahwa desa wisata efektif dalam menyerap tenaga kerja dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam wawancara peliputan di KR, sejumlah desa wisata seperti di Wukirsari Imogiri Bantul, atau Breksi Sleman , adanya desa wisata telah mengangkat perekonomian rakyat, khususnya kaum perempuan.

Karena itulah, seharusnya kabinet Merah Putih tentu akan melihat catatan ini. Sektor pariwisata Indonesia diproyeksikan akan mengalami transformasi signifikan dengan visi “Pariwisata Emas 2045”. Visi ini bertujuan untuk menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata utama dunia pada tahun 2045 melalui berbagai inovasi dan pengembangan infrastruktur yang modern.

Dalam berbagai forum, Prabowo juga berkomitmen untuk memperkuat diplomasi ekonomi melalui promosi pariwisata di forum internasional. Karena itulah, dalam era pemerintahan Presiden Prabowo, Desa Wisata selayaknya terus menjadi perhatian. □d

*) **Dr Octo Lampito MPd,**
wartawan Kedaulatan Rakyat.

Persyaratan Menulis

Pembaca yang budiman, terimakasih partisipasinya dalam menulis dan mengirimkan artikel untuk SKH *Kedaulatan Rakyat*. Selanjutnya redaksi hanya menerima tulisan lewat email : opinikr@gmail.com dengan panjang tulisan antara 550 - 600 kata, dengan mengisi subjek mengenai isu yang ditulis serta jangan lupa menampilkan fotocopy identitas. Terimakasih.

Kedaulatan Rakyat

SIUPP (Surat Izin Usaha Penerbitan Pers)
No. 127/SK/MENPEN/SIUPP/A.7/1986 tanggal 4 Desember 1990.
Anggota SPS. ISSN: 0852-6486.
Penerbit: PT-BP Kedaulatan Rakyat Yogyakarta,
Terbit Perdana: Tanggal 27 September 1945.
Perintis: H Samawi (1913 - 1984) M Wonohito (1912 - 1984).
Penerus: Dr H Soemadi M Wonohito SH (1985-2008), dr H Gun Nugroho Samawi (2011-2019) **Komisaris Utama:** Imam Satriyadi, SH.
Komisaris: Mohammad Wirmon Samawi, SE., MIB.
Direktur Utama: Drs. H.Mohammad Idham Samawi.
Direktur Keuangan: Yuriya Nugroho Samawi, SE., MM., MSc.
Direktur Pemasaran: Fajar Kusumawardhani SE.
Direktur Produksi: Baskoro Jati Prabowo SSos.
Direktur Litbang, Pengawasan & Bisnis: Yoeke Indra Agung Laksana, SE
Direktur Umum: Ir. Dyah Sardjuningrum Sitawati.

Pemimpin Umum: Drs. H. Mohammad Idham Samawi. **Pemimpin Redaksi/Penanggung Jawab:** Dr Drs H Octo Lampito MPd. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Drs H Ahmad Luthfie MA. Dr Ronny Sugiantoro, MM,CHE. **Redaktur Pelaksana:** Primaswolo Sudjono SPT, Joko Budhiarto, Mussahada, Drs Widyo Suprayogi. **Manajer Produksi Redaksi:** Ngabdul Wakid. **Redaktur:** Benny Kusumawan, Drs H Hudono SH, Drs Swasto Dayanto, Husein Effendi SSI, MN Hassan, Drs Jayadi K Kastari, Subchan Mustafa, Drs Hasto Sutadi, Muhamad Fauzi SSos, Drs Mukti Haryadi, Retno Wulandari SSos, H M Sobirin, Linggar Sumukti, Daryanto Widagdo, Latief Noor Rochmans. **Fotografer:** Effy Widjono Putro, Surya Adi Lesmana. **Grafis :** Joko Santoso SSn, Bagus Wijanarko. **Sekretaris Redaksi:** Dra Hj Supriyatin.

Kepala TU Langanan: Drs Asri Salman, Telp (0274)- 565685 (Hunting)
Manajer Iklan: Agung Susilo SE, Telp (0274) - 565685 (Hunting) Fax: (0274) 555660. E-mail: iklan@kr.co.id, iklankryk23@yahoo.com, iklankryk13@gmail.com.
Langganan per bulan termasuk 'Kedaulatan Rakyat Minggu'... Rp 90.000,00, Iklan Umum/Display...Rp 27.500,00/mm klm, Iklan Keluarga...Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Baris/Cilik (min. 3 baris. maks. 10 baris) . Rp 12.000,00 / baris, Iklan Satu Kolom (min. 30 mm. maks. 100 mm) Rp 12.000,00 /mm klm, Iklan Khusus: Ukuran 1 klm x 45 mm . . Rp 210.000,00, (Wisuda lulus studi D1 s/d S1, Pernikahan, Ulang Tahun) ● Iklan Warna: Full Colour Rp 51.000,00/ mm klm (min. 600 mm klm), Iklan Kuping (2 klm x 40 mm) 500% dari tarif. Iklan Halaman I: 300 % dari tarif (min. 2 klm x 30 mm, maks. 2 klm x 150 mm). Iklan Halaman Terakhir: 200% dari tarif . Tarif iklan tersebut belum termasuk PPN 10%

Alamat Kantor Utama dan Redaksi: Jalan Margo Utomo 40, Gowongan, Jetis, Yogyakarta, 55232. Fax (0274) - 563125, Telp (0274) - 565685 (Hunting)
Alamat Percetakan: Jalan RayaYogya - Solo Km 11 Sleman Yogyakarta 55573, Telp (0274) - 496549 dan (0274) - 496449. Isi di luar tanggungjawab percetakan
Alamat Homepage: http://www.kr.co.id dan www.krjogja.com. **Alamat e-mail:** naskahkr@gmail.com. **Radio :** KR Radio 107.2 FM.
Bank: Bank BNI - Rek: 003.0440.854 Cabang Yogyakarta.
Perwakilan dan Biro:
Jakarta: Jalan Utan Kayu No. 104B, Jakarta Timur 13120, Telp (021) 8563602/Fax (021) 8500529. **Kuasa Direksi:** Ir Ita Indirani. .
Wartawan : H Ishaq Zubaeda Raqib, Syaifullah Hadmar, Muchlis Ibrahim, Rini Suryati, Ida Lumongga Ritonga.
Semarang: Jalan Lampersari No.62, Semarang, Telp (024) 8315792. Kepala Perwakilan: Budiono Isman, Wakil : Isdiyanto Isman SIP.
Banyumas : Jalan Prof Moh Yamin No. 18, RT 7 RW 03 Karangklesem, Purwokerto Selatan, Telp (0281) 622244. Kepala Perwakilan: Ach Pujiyanto SPD, Wakil : Driyanto.
Klaten : Jalan Pandanaran Ruko No 2-3, Bendogantungan Klaten, Telp (0272) 322756. Kepala Perwakilan : Sri Warsiti.
Kulonprogo : Jalan Veteran No 16, Wates, Telp (0274) 774738. Pj. Kepala Perwakilan: Muslikhah. Wakil : Asrul Sani.
Gunungkidul : Jalan Sri Tanjung No 4 Purwosari, Wonosari, Telp (0274) 393562. Kepala Perwakilan: Drs Guno Indarjo, Wakil: Wuragil Dedy TP

- Wartawan KR tidak menerima imbalan terkait dengan pemberitaan -
W wartawan KR dilengkapi kartu pers/surat tugas.

Akhir Sosmed Tangan di Gen-Z ?

PERNAHKAH anda mengintip sejenak profil akun Instagram anak atau keponakan anda yang merupakan generasi Z? Walau tak semua, sebagian generasi Z menunjukkan pola penggunaan sosial media (sosmed) yang berbeda dibandingkan sebelumnya, yaitu minim *feeds* atau *reels*, rajin membuat *story* tetapi *profile picture* tidak menampilkan wajah. Yang aneh *followers* mereka berjumlah tak sedikit. Perilaku ini membuat generasi yang berbeda bertanya-tanya, apakah sosmed tak menarik lagi bagi mereka? Bagaimana pula perusahaan bisa menggali data konsumen melalui perilaku itu?

Untuk memenuhi rasa penasaran, saya menemui beberapa keponakan saya pada generasi Z dari yang masih SMP sampai yang tengah berkuliah mengenai hal di atas. Jawabannya beragam, ada yang mengatakan mereka tidak terlalu percaya diri dengan menampilkan wajah, takut *judgement* orang lain dan alasan penyalahgunaan data dan foto oleh pihak tak bertanggung jawab. Bagi sebagian generasi Z yang lebih percaya diri, akan menampilkan dirinya dengan terbuka di akun sosmed mereka seperti bakat, konten tips, hingga menjadi konten kreator.

Generasi Z menurut Marketing 6.0 adalah generasi yang pragmatis, selain itu fenomena *’kids getting older younger’* (KGOY) menjadi alasan mengapa mereka lebih bijak dalam menjaga privasi dibanding generasi sebelumnya. Salah satu keponakan saya mengatakan ‘kepo’lebih sulit dilakukan kepada Gen Z sehingga bagi yang penasaran bisa mencari info dari Instagram atau Facebook Mami atau Papinya dulu.

Sebelumnya perusahaan memfokuskan kepada Generasi Millennial yang secara jumlah memiliki populasi yang besar dan secara memiliki kemampuan daya beli tinggi. Saat ini sudah waktunya perusahaan mengalihkan perhatian mereka kepada Generasi Z dan Alpha yang akan men-

Nadia Nila Sari

jadi generasi produktif di masa mendatang, khususnya Generasi Z yang mulai berkarier dan memperoleh pendapatan.

Berdasarkan Britannica (2024) generasi Z adalah generasi yang lahir di antara tahun 1997 – 2012. Di antara mereka ada yang sudah memiliki pekerjaan pertama hingga yang masih menempati Pendidikan SMP. Mereka adalah generasi *digital native* yang lahir dan besar saat dalam lingkungan teknologi yang *’always on’*, sehingga Intellegence (AI) ada dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Philip Kotler, Hermawan Kertajaya dan Iwan Setiawan dalam buku mereka Marketing 6.0 (2023) menjelaskan bahwa era pemasaran telah berevolusi menjadi Metamarketing. Hal ini tentu didorong dengan adanya perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen yang menyesuaikan pergeseran karakteristik generasi mudanya. Metamarketing juga dikenal sebagai strategi dan taktik yang merupakan perusahaan menyampaikan pengalaman yang mendalam (*immersive*) lintas media fisik dan digital (*phygital*). Ditandai dengan hadirnya AR dan VR secara bersama-sama.

Dalam konteks sosial media, perusahaan tidak perlu khawatir akan perilaku over protektif privasi Gen Z, karena sosial media tetap menjadi pilihan utama bagi mereka untuk mencari informasi dan membeli bahkan melebihi penggunaan Google Search Engine. Misteri yang mereka tampilkan di sosmed adalah bentuk ekspresi autentik mereka akan keinginan mereka menjadi diri sendiri. Data analisis dan metrics sosial media tetap dapat digali.

Doom scrolling sehari-hari

adalah hal yang lumrah bagi Gen Z membuat secara otomatis mengaplikasikan *selective attention span*. Mereka lebih mampu untuk memilih konten yang relevan dengan kebutuhan mereka dan mengabaikan yang tidak. Mereka cenderung memilih konten sosial media yang berbasis komunitas di mana mereka bisa bergabung dengan dengan yang memiliki keterarikan yang sama dan membangun rasa percaya (*trust*). Hal ini merupakan mereka merasa memiliki kendali atas informasi yang mereka ingin sampaikan dibandingkan men-sharingkan kepada publik.

Untuk menarik perhatian mereka perusahaan perlu membuat konten yang *short form video*, penelitian Sproutsocial menyampaikan 56% Gen Z memilih reels berdurasi 15 – 30 detik. Untuk membuat mereka ingin membeli, sosial media bisa menyajikan fitur pembelian langsung setelah melihat konten (*shopable*). Strategi ini membuat Tiktok Shop lebih menarik dan mendorong pembelian daripada harus pindah dulu ke e-commerce setelah mencari informasi di sosial media. □d

*) **Nadia Nila Sari SE MBA,**
Dosen Dept Manajemen FBE UAJY.

Pojok KR

Untuk menghindari prasangka buruk, Kejaksaan Agung akan memeriksa semua kasus impor.

-- **Kasus impor lagi?**

Mahkamah Konstitusi mengabulkan sebagian permohonan uji materi UU Cipta Kerja.

-- **Sudah lumayan.**

Dinas Sosial Kota Yogyakarta minta warga waspada penularan gondongan.

-- **Ingat kalung pace.**

Berabe