

**STRATEGI PEMBANGUNAN PARIWISATA DESA BERBASIS EKONOMI KREATIF****Murbarak Dahlan**

Program Studi Pendidikan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum,

Universitas Negeri Makassar, Makassar

[mubarakdahlan203@gmail.com](mailto:mubarakdahlan203@gmail.com)**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengetahui bentuk-bentuk strategi pembangunan sektor pariwisata berbasis ekonomi kreatif khususnya pada wilayah pedesaan di Indonesia. Penelitian ini sifatnya deskriptif kualitatif dimana analisis data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Masih kurang maksimalnya pembangunan sektor pariwisata di pedesaan dengan orientasi ekonomi kreatif, antara lain disebabkan oleh masih kurangnya kesadaran dan partisipasi masyarakat lokal (2) Pihak pemerintah perlu melakukan sosialisasi secara intensif dan pembinaan secara berkelanjutan melalui berbagai program yang didukung oleh pendanaan yang memadai, dan (3) Strategi pembangunan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di pedesaan harus melibatkan pihak-pihak luar sebagai pendukung bagi terlaksananya program.

**Kata Kunci:** pembangunan, pariwisata, ekonomi kreatif**ABSTRACT**

*This study aims to determine the forms of creative economy-based tourism sector development strategies, especially in rural areas in Indonesia. This research is descriptive qualitative where the data analysis used is data reduction, data presentation, and conclusion drawing. The results showed: (1) There is still a lack of maximum development of the tourism sector in rural areas with a creative economy orientation, partly due to the lack of awareness and participation of local communities (2) The government needs to conduct intensive socialization and continuous guidance through various programs supported by adequate funding, and (3) The strategy of creative economy-based tourism development in rural areas must involve outside parties as support for the implementation of the program.*

**Keywords:** development, tourism, creative economy

## **PENDAHULUAN**

Fakta geografi menunjukkan bahwa negara Indonesia merupakan negara agraris, di mana sebagian besar wilayah negaranya terletak di pedesaan dan sebagian besar penduduknya atau sekitar 40% menggantungkan hidup dari bekerja pada sektor pertanian (Ayun et al., 2020). Walaupun hingga ini lahan pertanian di pedesaan terbilang masih banyak jumlahnya, namun bukan berarti bahwa semua penduduk desa dapat menjadikan sektor pertanian sebagai mata pencaharian untuk menopang hidup keluarga. Malahan beberapa kenyataan menunjukkan bahwa banyak di antara penduduk desa tidak memiliki lahan pertanian sendiri dan biasa bekerja sebagai buruh tani yang kadangkala berpenghasilan sangat rendah (Purnawinata, 2020). Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia sebagai negara agraris yang menjanjikan sektor pertanian dapat menopang ekonomi keluarga di pedesaan tak ubahnya sebagai sebuah “mitos” yang tak kunjung menjadi kenyataan.

Berangkat dari kenyataan memiriskan tersebut, maka pembangunan sektor pariwisata di tingkat desa (Rahmasari & Pudjowati, 2017) menjadi alternatif solusi yang menjanjikan pengembangannya. Di sisi lain pengembangan industri kreatif yang sedang digalakkan oleh pemerintah Republik Indonesia belakangan ini menjadi isu yang saling gayung bersambut dengan pembangunan wisata desa. Industri kreatif merupakan suatu aktivitas ekonomi yang dijalankan dengan cara menawarkan produk (barang) atau jasa yang bersumber dari hasil keterampilan (skill), kreativitas, serta bakat anggota masyarakat. Titik focus atau orientasi dari industri kreatif tersebut adalah sumbu daya manusia terkait kemampuannya menciptakan aneka macam produk serta jasa. Hal penting lainnya yang dibutuhkan sebenarnya dalam industri di sektor ini adalah sumber daya alam saat menjalankan industri ini.

Industri kreatif dalam banyak literatur dijelaskan sebagai bagian tak terpisahkan dari ekonomi kreatif yakni sektor ekonomi yang bertumpu pada kreativitas sumber daya manusia. Luaran dari kesuksesan pengembangan ekonomi kreatif tersebut adalah mampu mendorong perkembangan ekonomi masyarakat secara umum. Sebuah data tentang perkembangan usaha industri kreatif di Indonesia menunjukkan bahwa sekira 8,2 juta usaha di sektor ini berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif (Rahmi, 2018).

Pengembangan ekonomi kreatif dalam rupa industri kreatif memiliki manfaat yang cukup berarti bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat, seperti: dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) (Awalia et al., 2013), penciptaan lapangan kerja baru, dan dapat meningkatkan nilai penjualan serta volume ekspor. Berdasarkan data 2019 tercatat kontribusi ekonomi kreatif yang mencapai Rp 1.153,4 triliun dan menyerap sebanyak 15,2 persen tenaga kerja, serta sebanyak 11,9 persen mampu meningkatkan besaran ekspor nasional (Herisetiawan & Sari, 2023). Di sisi lain sangat berkontribusi terhadap kehidupan sosial seperti memberi dampak sosial yang positif, meningkatkan inovasi dan kreatifitas, mewujudkan lingkungan kompetisi bisnis yang sehat,

meningkatkan kualitas hidup masyarakat, serta mendorong pemerataan kesejahteraan masyarakat.

Pentingnya pembangunan pariwisata berbasis ekonomi kreatif dewasa ini mestinya menjadi solusi bagi permasalahan ekonomi bangsa terutama masyarakat yang bermukim di pedesaan. Lingkungan geografis desa-desa di Indonesia sebenarnya memiliki ragam potensi alam yang membutuhkan sentuhan kebijakan serta ide kreatif untuk memolesnya menjadi obyek wisata menarik. Selain itu, kemampuan maupun keterampilan tradisional yang dimiliki oleh masyarakat lokal seharusnya dimanfaatkan untuk pengembangan industri kreatif yang dapat menopang perekonomian masyarakat.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif baik dari aspek data maupun analisisnya (M. Ahmadin, 2022) yang bertujuan untuk memahami pentingnya pembangunan sektor pariwisata desa berbasis ekonomi kreatif. Jenis data dalam penelitian ini adalah bersumber dari telaah pustaka atas sumber-sumber literatur baik buku, artikel ilmiah, hasil penelitian, maupun sumber-jenis sumber lainnya. Kajian terhadap pembangunan wisata menganalisis gambaran besar dan gambaran kompleks yang disajikan dalam kata-kata serta menyajikan wawasan yang mendetail dari sumber data. Peneliti memilih menggunakan pendekatan deskriptif (Rahman et al., 2022) karena dapat menganalisis suatu keadaan dan gejala tertentu. Adapun tahap-tahap penelitian yang dilewati adalah: tahapan persiapan, tahapan pengumpulan data, tahapan analisis data, dan tahap evaluasi serta penyajian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pembangunan pariwisata di Indonesia sejauh ini selalu dianggap sebagai isu strategis bersama wacana pembangunan lainnya. Alasannya karena sector ini telah sekian lama menjadi tulang punggung dari ekonomi kreatif di Indonesia (Purnomo, 2016). Dalam pengembangannya kementerian pariwisata telah membagi potensi pengembangan sector pariwisata menjadi 4 isu pokok, yakni: potensi pengembangan destinasi wisata, potensi pengembangan pemasaran wisata, potensi pembangunan industri pariwisata, dan potensi pengembangan kelembagaan kepariwisataan.

### **1. Potensi Pengembangan Destinasi Wisata**

Membahas tentang destinasi pariwisata maka hal ini merupakan inti dari isu pembagunan pariwisata yang digalakkan oleh pihak pemerintah (Eddyono, 2021). Beberapa hal yang menjadi poin penting dari pembangunan pariwisata adalah menciptakan daya tarik khas dari aspek

fasilitas wisata, fasilitas umum, aksesibilitas/sarana prasarana serta layanan pariwisata yang baik. Untuk itu strategi pengembangannya harus berorientasi pada aspek pemberdayaan dan visi pembangunan berkelanjutan. Ada 4 hal setidaknya yang perlu diperhatikan dalam pembangunan sector pariwisata, yakni: (1) kekayaan dan keberagaman sumber daya pariwisata nasional, (2) pertumbuhan pembangunan infrastruktur dan konektivitas jaringan antar wilayah dan destinasi, (3) Indonesia sebagai negara tujuan investasi yang prospektif, dan (4) atensi dan sikap masyarakat terhadap kepariwisataan serta potensi wilayah pedesaan.

## **2. Potensi Pembangunan Pariwisata**

Mengenai potensi pembangunan pariwisata oleh pihak pemerintah disediakan semacam panduan pengembangan (Antara & Arida, 2015) yang dimaksudkan sebagai upaya mendorong akselersasi pemasaran pariwisata di Indonesia. Sebagaimana diketahui bahwa Indonesia memiliki beberapa keunggulan, antara lain seperti: potensi pasar wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara, memiliki citra positif khususnya dalam beberapa event nasional tahunan, telah terjalannya beberapa kemitraan pemasaran wisata yang cukup luas, tersedianya media dan teknologi informasi (A. Ahmadin et al., 2023) yang dapat digunakan secara efektif, adanya kepemilikan brand bernama Wonderful Indonesia yang sejauh ini telah populer di media sosial, dan strategi pemasaran pariwisata yang senantiasa diupdate dari waktu ke waktu.

## **3. Potensi Pembangunan Industri Pariwisata**

Indonesia sejauh ini telah dikenal sebagai negara yang memiliki potensi untuk pengembangan industri pariwisata, sebagaimana diketahui antara lain melalui 3 hal penting, yakni: sistem pariwisata yang telah terbangun dengan baik diyakini akan mampu menciptakan jaringan usaha yang luas dan bervariasi, memiliki aneka produk yang dapat berkompetisi, dan munculnya semacam tanggungjawab yang kuat terhadap lingkungan.

## **4. Potensi Pembangunan Kelembagaan Kepariwisata**

Kelembagaan yang efektif tentu akan mendukung bagi terselenggaranya pembangunan pariwisata yang baik. Adapun potensi kelembagaan di sektor pariwisata (Hilman & Kartika, 2020) yang dimiliki Indonesia adalah: penguatan organisasi yang baik pada tingkat lokal maupun nasional, tersedianya kualitas sumber daya manusia kepariwisataan yang memadai, dan tampilnya berbagai aktivitas pariwisata dalam berbagai sector yang mendukung.

Keempat poin penting dari potensi pariwisata tersebut merupakan modal barharga bagi upaya pengembangan pariwisata Indonesia secara umum. Adapun upaya pembangunan sektor pariwisata tingkat lokal di pedesaan dapat memanfaatkan isu-isu strategis tersebut sebagai kerangka acuannya. Dengan demikian pengembangan sektor pariwisata di tingkat desa memerlukan sistem regulasi yang baik serta sentuhan kreatif dan inisiatif dari pihak pemerintah bekerjasama dengan berbagai pihak dan bahkan investor untuk dukungan modal usaha dari pengembangan suatu obyek wisata.

Adapun pembangunan sektor pariwisata yang berbasis ekonomi kreatif (Ishak et al., 2020) yang dapat dikembangkan pada tingkat desa, dapat mengacu pada beberapa isu sebagai berikut:

pengembang permainan, arsitektur, desain interior, music, seni rupa, desain produk, fashion, kuliner, film, animasi dan video, periklanan, dan seni pertunjukan.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pembahasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pembangunan sector pariwisata desa berbasis ekonomi kreatif sekarang ini sangat penting disambut baik oleh para pemerintah daerah dan sedapat mungkin dapat dijadikan bagian dari program kerja pemerintahan. Peluang ini menjadi alternatif jawaban dari seringkali munculnya sikap pesemis para penyelenggara pemerintahan untuk mengembangkan daerahnya disebabkan karena tanahnya yang kurang subur serta bentuk pantai yang kurang memungkinkan untuk mengembangkan pelabuhan sebagai pusat niaga. Pembangunan pariwisata merupakan solusi paling tepat untuk meningkatkan pendapatan pemerintah desa, karena kondisi geografis yang tidak menjanjikan pengembangan sector pertanian pun juga dapat dilakukan dalam model lain yakni pengembangan pariwisata dengan berfokus pada ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif ini dapat dikembangkan dengan cara pemanfaatan keterampilan yang dimiliki masyarakat lokal dalam arti luas serta dapat dilakukan pula melalui kegiatan pelatihan atau pemberdayaan dengan maksud dapat meningkatkan kempuan berkreasi bagi masyarakat yang dapat menunjang aktivitas wisata di desanya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmadin, A., Maulani, S. F., Rustandi, N., Santoso, R., Priatna, I. A., Supiandi, G., Hariyanto, M., Thahery, R., Utama, A. S., & Rusmalinda, S. (2023). *PEMAHAMAN KONSEP, TUJUAN, DAN MANFAAT FILSAFAT BISNIS*.
- Ahmadin, M. (2022). Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches. *Jurnal Kajian Sosial Dan Budaya: Tebar Science*, 6(1), 104–113.  
<http://ejournal.tebarscience.com/index.php/JKSB/article/view/103>
- Antara, M., & Arida, S. (2015). Panduan pengelolaan desa wisata berbasis potensi lokal. *Konsorium Riset Pariwisata Universitas Udayana*, 23.
- Awalia, N. R., Mulatsih, S., & Priyarsono, D. S. (2013). Analisis Pertumbuhan Teknologi, Produk Domestik Bruto, Dan Ekspor Sektor Industri Kreatif Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Pembangunan*, 2(2), 135–155.
- Ayun, Q., Kurniawan, S., & Saputro, W. A. (2020). Perkembangan konversi lahan pertanian di bagian negara agraris. *Vigor: Jurnal Ilmu Pertanian Tropika Dan Subtropika*, 5(2), 38–44.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. uwais inspirasi indonesia.
- Herisetiawan, F., & Sari, P. (2023). Efektifitas Penerapan Sertifikat HKI sebagai Jaminan Kredit

- bagi Pelaku Ekonomi Kreatif dan UMKM. *Syntax Idea*, 5(12), 2395–2407.
- Hilman, Y. A., & Kartika, T. (2020). Dinamika kelembagaan sektor pariwisata di Kabupaten Ponorogo. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 1(1), 26–37.
- Ishak, W., Ahmadin, A., & Najamuddin, N. (2020). Pesona Objek Wisata Sejarah di Kabupaten Sinjai. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 2(2), 98–110.
- Purnawinata, M. A. (2020). *Peran istri dalam membantu perekonomian keluarga di Desa Rarang Selatan Kecamatan Terara*. UIN Mataram.
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Rahman, A., Wirastika Sari, N. M., Fitriani, Sugiarto, M., Sattar, Abidin, Z., Irwanto, Nugroho, A. P., Indriana, Ladjin, N., Haryanto, E., Ode Amane, A. P., Ahmadin, & Alaslan, A. (2022). Metode Penelitian Ilmu Sosial. In *Metode Pengumpulan Data (Klasifikasi, Metode Dan Etika)*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
- Rahmasari, A., & Pudjowati, J. (2017). Strategi Pengembangan Desa Inovasi Pariwisata Kota Batu Dengan Local Economic Resources Development (LERD). *DEVELOP Jurnal Program Studi Ekonomi Dan Bisnis Feb Unitomo Surabaya*, 1(1), 1.
- Rahmi, A. N. (2018). Perkembangan industri ekonomi kreatif dan pengaruhnya terhadap perekonomian di indonesia. *Seminar Nasional Sistem Informasi (SENASIF)*, 2(1), 1386–1395.