

PENERAPAN EKONOMI KREATIF DALAM RANGKA MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WIDOSARI, KABUPATEN KULONPROGO

*[Implementation Of Creative Economy In The Framework Of
Increasing Tourist Visits In Widosari Village, Kulonprogo Regency]*

Siti Yulia Irani¹, Lien Maulina², Dede Kuswandi, Hanna Daniati³, Eka Nuraisah
Rosiana⁴

Politeknik Pariwisata NHI Bandung,

ira@poltekpar-nhi.ac.id, lim@poltekpar-nhi.ac.id, ded@poltekpar-nhi.ac.id,
hai@poltekpar-nhi.ac.id, ekn@poltekpar-nhi.ac.id

INFO ARTIKEL

ABSTRACT

Diterima
1 April 2024

Disetujui
11 Juni 2024

Tersedia Secara
Online
30 Juni 2024

Widosari Tourism Village is one of the Tourism Villages in the Kulon Progo Regency. Most of the young population in Widosari Village are more interested in trying their luck in the city. This resulted in a lot of potential in Widosari Village that could not be maximized because of the lack of knowledge about economic opportunities in the village, a lack of understanding about the urgency of entrepreneurship and the creative economy that can improve the economy. The purpose of this study is to determine the strategy for implementing the creative economy and implementing the creative economy in increasing tourist visits. The research method in this research is descriptive qualitative research, which focuses on case studies. Data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis technique using triangulation. Result of the research show that Widosari Tourism Village is still not supported by digital media to promote and make it easier for tourist to buy creative economy products.

Keywords : creative economy; tourist village; tourist

ABSTRAK

Desa Wisata Widosari merupakan salah satu Desa Wisata yang berada di wilayah Kabupaten Kulon Progo. Sebagian besar penduduk usia muda di Desa Widosari lebih tertarik untuk mengadu nasib di kota. Hal ini mengakibatkan banyaknya potensi di Desa Widosari yang belum bisa terolah maksimal karena minimnya pengetahuan tentang peluang ekonomi di desa, kurangnya pemahaman mengenai urgensi wirausaha dan ekonomi kreatif yang dapat meningkatkan perekonomian. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui strategi penerapan ekonomi kreatif dan penerapan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Metode penelitian yang dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yang memfokuskan pada studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan triangulasi. Adapun hasil penelitian diketahui bahwa Desa Wisata Widosari masih belum didukung oleh media digital untuk mempromosikan dan memudahkan wisatawan dalam membeli produk ekonomi kreatifnya.

Kata Kunci: ekonomi kreatif; wisatawan

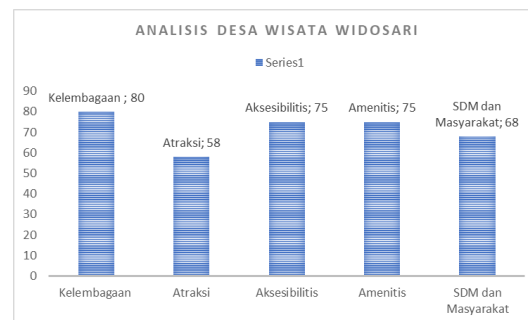
PENDAHULUAN

Latar Belakang

Desa Wisata Widosari merupakan salah satu Desa Wisata yang berada di wilayah Kabupaten Kulon Progo. Beralamat di Kalurahan Ngargosari, Kapanewon Samigaluh. Desa Wisata Widosari terletak di perbukitan Menoreh bagian utara dengan ketinggian ± 900 Mdpl, dan jarak tempuh 36 km atau 1 jam 15 menit dari Kota Yogyakarta. Desa Wisata Widosari menyediakan berbagai atraksi wisata mulai dari wisata alam, wisata budaya, dan wisata edukasi. Wisatawan dapat melakukan kegiatan *outbond*, *camping*, melihat *sunrise* maupun menikmati senja di destinasi wisata puncak widosari, dan bukit mata elang. Selain itu, wisatawan bisa belajar bagaimana cara beternak, mengolah hasil peternakan dan pertanian di destinasi wisata edukasi Rajendra *Farm* atau di masyarakat setempat. Kesenian, kebudayaan, dan kearifan lokal masyarakat Desa Wisata Widosar juga menjadi salah satu pilihan bagi wisatawan. Wisatawan dapat belajar menari, karawitan, mendhalang, membuat maupun menikmati kuliner lokal yang dikemas dalam suatu upacara adat kenduri, sambil menikmati atraksi kesenian yang beragam.

Pada tahun 2022 Desa Wisata Widosari melakukan survei untuk mengetahui potensi produk wisata yang dimilikinya. Berikut hasil survei potensi produk wisata desa Wisata Widosari, yang ditampilkan pada grafik berikut:

GAMBAR 1
Grafik Analisis Desa Wisata Widosari



Sumber : Dinas Pariwisata Desa Wisata Widosari, 2022

Gambar tersebut menunjukkan jika kualitas SDM Desa Widosari masih rendah. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada kepala Desa di Widosari, dapat diketahui bahwa kurangnya pemahaman dan kesadaran dari masyarakat untuk memanfaatkan potensi desa dan menjadi wirausaha dengan produk-produk ekonomi kreatif, yang sumber atau bahannya mudah ditemukan di desa. Sebagian besar penduduk usia muda di Desa Widosari lebih tertarik untuk mengadu nasib di kota.

Ekonomi kreatif memiliki keterikatan penuh terhadap industri kreatif, namun dengan cakupan yang lebih luas jika dibandingkan dengan industri kreatif. Ekonomi kreatif dipandang sebagai suatu ekosistem dimana di dalamnya terdapat hubungan saling bergantung di antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*), lingkungan pengembangan (*nurturance environment*), pasar (*market*) dan dokumentasi (*archiving*). Tidak hanya penciptaan nilai tambah secara ekonomi, namun ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan daya saing, selain itu juga nilai tambah sosial, budaya dan lingkungan. Selain meningkatkan daya saing, ekonomi kreatif juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI: 2015). Konsep rantai nilai sendiri mengacu pada semua kegiatan yang menambah nilai pada produk atau layanan melalui berbagai tahap produksi, mulai dari desain, pengembangan, bahan baku dan input, pemrosesan hingga kegiatan pemasaran dan pasca-penjualan (APEC, 2019).

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi penerapan ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari dan untuk mengetahui penerapan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan di Desa Widosari. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi dan sumber informasi baik bagi pihak akademik, desa, penelitian berikutnya.

KAJIAN LITERATUR

1. Ekonomi Kreatif

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2007) menggunakan definisi industri kreatif sebagai berikut: “Industri yang berasal dari pemanfaatan kreatifitas keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.” Sedangkan Ekonomi kreatif menurut Simatupang (2007), industri kreatif yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreatifitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama indudtri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual.

Indikator ekonomi kreatif menurut Hartomo, D. D., & Cahyadin, M. (2013) adalah Produksi, Pasar dan Pemasaran, Manajemen dan Keuangan, Kebijakan Pemerintah, Kemitraan Usaha.

Jenis-jenis Ekonomi Kreatif berdasarkan intruksi Presiden nomor 72 Tahun 2015 yang merupakan industri berbasis kreativitas adalah: (1) Periklanan, (2) Arsitektur, (3) Desain, (4) Pasar Barang Seni, (5) Kerajinan, (6) Musik, (7) Fesyen, (8) Permainan Interaktif, (9) Video, Film, dan Fotografi, (10) Layanan Komputer dan Piranti Lunak, (11) Riset dan Pengembangan, (12) Penerbitan dan Percetakan, (13) Seni Pertunjukan, (14) televisi dan Radio, (15) Industri Kuliner, (16) Aplikasi dan Game Developer

2. Wisatawan

Menurut A.J. Norwal dalam (Hariyana, & Mahagangga, 2015). bahwa wisatawan sebagai berikut: “Seorang wisatawan adalah seorang yang memasuki wilayah negeri asing dengan maksud tujuan apapun, asalkan bukan untuk tinggal permanen atau untuk usaha-usaha yang teratur melintasi perbatasan dan yang dapat mengeluarkan uangnya di negeri yang dikunjungi, uang mana telah diperolehnya bukan di negeri tersebut, tetapi di negeri lain”.

3. Kunjungan Wisatawan

Kunjungan wisatawan adalah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan pada suatu lokasi wisata. Kunjungan wisatawan adalah kunjungan yang dilakukan oleh wisatawan pada suatu daerah tempat wisata. Apabila dijelaskan, umumnya seseorang atau kelompok yang biasa mengunjungi tempat wisata atau negaranya disebut pengunjung. Pengunjung (visitor), merupakan orang yang sedang melakukan kunjungan di suatu tempat bertujuan untuk menikmati dan mendapatkan kesenangan dalam aktivitas kunjungan tersebut (Austriana, 2005).

METODE PENELITIAN

Waktu Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Januari 2023 sampai dengan bulan Mei 2023. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yang memfokuskan pada studi kasus. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi, wawancara yang dilakukan kepada Pemerintah Desa Wisata Widosari, BUMDes. POKDARWIS, pengelola daya tarik wisata, dan wisatawan. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan triangulasi data dengan: (1) Menganalisis hasil penelitian dari sumber data primer (observasi, dokumentasi, key informan) dan sekunder (Studi kepustakaan). (2) Mengkonfirmasi hasil analisis data peneliti dengan pendapat ahli (*Expert*), konsultan, dan *Stake holder*. (3) Kesimpulan atau penarikan data. Penulis melakukan Triangulasi data dengan menganalisis hasil penelitian sumber data primer (observasi, dokumentasi, key informan) dan sekunder (studi kepustakaan), mengkonfirmasi hasil nalisis dengan penadapt para ahli, konsultan dan stake holder, serta kesimpulan dan penarikan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Strategi Penerapan Ekonomi Kreatif Di Desa Wisata Widosari

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep multifaset yang berkembang berdasarkan hasil inovatif dan kreatif dari individu-individu dalam sektor industri kreatif. Hal ini didorong oleh para pencipta dan inovator yang melahirkan ide, pengetahuan, proses, dan cara kerja baru (Widyanti et al., 2022). Sektor ini memainkan peran penting dalam mendorong inovasi tidak hanya melalui produk dan layanan yang dihasilkannya tetapi juga melalui pengenalan konsep dan pendekatan baru yang berkontribusi terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Menurut Khachatryan & Simciuc (2021), keberlangsungan ekonomi kreatif tergantung dari beberapa factor yaitu: produksi, pasar dan pemasaran, manajemen keuangan, kebijakan pemerintah, dan kemitraan usaha. Produksi dalam ekonomi kreatif merujuk pada proses menciptakan dan menghasilkan produk, jasa, atau karya yang memiliki nilai ekonomi dan berasal dari ekspresi kreatif. Ini melibatkan proses seperti perancangan, pengembangan, dan pembuatan produk atau karya seni yang unik dan orisinal. (Khachatryan & Simciuc, 2021).

Penerapan ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari memberikan sejumlah manfaat yang signifikan bagi masyarakat desa dan pengembangan pariwisata. Berikut adalah beberapa manfaat ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari:

1. **Diversifikasi Ekonomi:** Ekonomi kreatif membantu masyarakat Desa Wisata Widosari untuk melakukan diversifikasi ekonomi dengan menciptakan peluang baru di sektor budaya dan seni. Hal ini mengurangi ketergantungan pada sektor ekonomi tertentu, seperti pertanian, dan memperkuat ketahanan ekonomi desa.
 1. **Peningkatan Pendapatan:** Dengan mengembangkan produk-produk kreatif dan jasa-jasa unik, masyarakat Desa Wisata Widosari dapat meningkatkan pendapatan mereka.
 2. **Pemberdayaan Masyarakat Lokal:** Melalui ekonomi kreatif, masyarakat Desa Wisata Sidoarjo dapat memanfaatkan keahlian dan warisan budaya untuk menghasilkan nilai ekonomi.
 3. **Pelestarian Budaya dan Warisan:** Ekonomi kreatif dapat menjadi sarana untuk memperkuat dan melestarikan budaya dan warisan lokal.
 4. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Pengembangan ekonomi kreatif membuka peluang baru untuk menciptakan lapangan kerja di desa.
 5. **Peningkatan Pariwisata:** Ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya tarik wisata desa dengan menawarkan pengalaman budaya, produk unik, dan aktivitas kreatif kepada wisatawan.

Produksi dalam ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari, Kulon Progo, dapat melibatkan berbagai sektor dan aktivitas yang berhubungan dengan industri kreatif di wilayah tersebut. Berikut beberapa produksi dalam ekonomi kreatif yang ada di Desa Wisata Widosari:

1. **Kerajinan Tangan:** Desa Wisata Widosari memiliki produksi kerajinan tangan yang melibatkan pengrajin lokal. Yaitu:
 - a. Batik
 - b. Tenun
 - c. Anyaman bambu
 - d. Anyaman kulit jagung/ cip jagung:
 - e. Gerabah
 - f. Patung kayu
2. **Seni dan Pertunjukan:** Desa Wisata Widosari dapat menghasilkan produksi seni dan pertunjukan. Komunitas seniman lokal dapat berkolaborasi untuk menciptakan karya seni yang unik dan menarik bagi wisatawan. Seni dan pertunjukan yang ada di Desa Wisata Widosari adalah: (1) Wayang kulit. (2) Tari Jathilan atau kuda lumping. (3) Ada berbagai jenis tarian khas masyarakat Desa Wisata Widosari yaitu Bangilun dan Lengger Tapeng. (4) Kenduri (5) Merti Desa.
3. **Kuliner Lokal:** Makanan dan minuman khas daerah juga menjadi bagian dari produksi dalam ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari. Seperti kopi. Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di Desa Wisata Widosari, dengan proses pengolahan dan varietas kopi yang digunakan, wisatawan dapat menikmati Kopi Widosari dalam berbagai bentuk seperti kopi hitam, kopi susu, atau minuman kopi lainnya. Selain kopi, minuman khas Desa Wisata Widosari adalah Wedang Uwuh dan Dawet Widosari. Tidak hanya minuman, terdapat juga makanan tradisional yang ada di Desa Wisata Widosari, yaitu: (1) Nasi Grombyang (2) Gethuk Gulung (3) Pecel Widosari (4) Jenang Widosari
4. **Akomodasi:** Desa Wisata Widosari memanfaatkan rumah masyarakat lokal sebagai *homestay* atau penginapan bagi wisatawan yang bermalam dan ingin menikmati suasana malam di Desa Wisata

Widosari. *Homestay* yang terdapat di Desa Wisata Widosari yaitu: (1) Joglo Widosari *Homestay* (2) Omah Kertonegoro (3) Griya Gubug Mas (4) Rumah Dusun.

5. Pemandu Wisata dan Jasa Kreatif: Desa Wisata Widosari dapat menghasilkan pemandu wisata lokal yang memberikan penjelasan tentang sejarah, budaya, dan atraksi wisata di daerah tersebut. Selain itu, jasa fotografi, pembuatan video, atau desain grafis juga dapat ditawarkan kepada wisatawan sebagai bagian dari ekonomi kreatif.
6. Produk Digital: Di era digital, produksi dalam ekonomi kreatif juga melibatkan produk-produk digital. Misalnya, pembuatan konten digital seperti blog, video wisata, aplikasi *mobile*, atau media sosial yang mempromosikan Desa Wisata Widosari dan menarik minat wisatawan. Desa Wisata Widosari sudah memiliki beberapa produk digital yang digunakan sebagai media promosi pariwisata. Produk digital tersebut yaitu berupa: (1) *Website*, Desa Wisata Widosari memiliki website resmi yaitu <https://www.dewi-widosari.com>. (2) media sosial berupa: Instagram (IG) yaitu <https://instagram.com/desawisatawidosari/?hl.id>, (3) Youtube, video tentang keindahan dan kekayaan alam, budaya, dan seni di Desa Wisata Widosari diunggah dalam *channel* youtube Kemendikbud pada tahun 2022, sebagai Desa Wisata yang masuk dalam 50 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022, dengan *link youtube* <https://www.youtube.com/watch?v=o47ERso1Oqw>. (4) Pesan singkat menggunakan Aplikasi Whatsapp resmi Desa Wisata Widosari dengan nomor +62851-5627-6948. Produk digital yang dimiliki oleh Desa Wisata Widosari dimanfaatkan oleh pemerintah desa sebagai alat promosi pariwisata, menawarkan destinasi wisata, paket wisata, kuliner tradisional, dan *homestay*.

Selain produksi, keberlangsungan ekonomi kreatif juga ditentukan oleh pasar dan pemasaran. (Khachatryan & Simciuc, 2021). **Pasar dan pemasaran** memainkan peran penting dalam pengembangan ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari, Kulon Progo. Berikut adalah beberapa langkah yang dilakukan oleh Desa Wisata Widosari, yaitu:

1. Pemetaan Pasar: Dalam pemetaan pasar dapat mengidentifikasi target pasar potensial, baik dalam skala regional, nasional, maupun internasional dengan melakukan riset pasar, mengumpulkan data dan informasi tentang preferensi wisatawan, tren industri kreatif, dan kebutuhan pasar yang ada.
2. Produk dan Layanan yang Menarik: Produk dan layanan yang ada di Desa Wisata Widosari cukup menarik, baik berupa destinasi wisata alam sebagai destinasi unggulan, seperti Situs Puncak Widosari yang telah ditetapkan sebagai warisan *geoheritage* oleh pemerintah pusat pada 2021 dari 20 situs geologi (Geosite) yang ada di Yogyakarta. Selain itu, produk pariwisata seperti akomodasi, infrastruktur dan fasilitas pendukung (toilet, tempat ibadah, parkir) sudah cukup memadai dengan layanan yang baik.
3. Promosi dan *Branding*: Promosi yang efektif sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan minat terhadap desa wisata. Dalam era digital ini, desa wisata dapat memanfaatkan media sosial, situs web, blog, dan platform pemesanan online untuk mempromosikan destinasi dan produk kreatif mereka.

Ekonomi kreatif pariwisata yang ada di Desa Wisata Widosari juga membutuhkan **manajemen keuangan** seperti yang telah disebutkan oleh (Rodríguez-Antón, J.M., et al, 2018). Manajemen keuangan pada ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari sepenuhnya dikelola oleh masing-masing masyarakat yang memiliki usaha pada produk ekonomi kreatif pariwisata, seperti perencanaan keuangan, pengelola arus kas, dan evaluasi keuangan. Pemerintah dan BUMDES untuk mendukung penerapan ekonomi kreatif adalah dengan memfasilitasi kerjasama antara usaha ekonomi kreatif yang dimiliki masyarakat dengan beberapa lembaga untuk masalah pendanaan, seperti Bank dan OJK.

Selain itu, hal yang penting dalam ekonomi kreatif adalah kebijakan pemerintah. Kebijakan pemerintah berperan penting dalam membentuk dan mendukung ekonomi kreatif. Di tingkat nasional, pemerintah perlu menetapkan kebijakan yang tidak hanya mendukung sektor ekonomi kreatif tetapi juga sektor daerah. Pemerintah daerah seringkali memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana ekonomi kreatif berdampak pada kehidupan masyarakat, dan kebijakan perencanaan daerah berperan penting dalam hal ini. Kebijakan-kebijakan ini dapat bertindak sebagai strategi penentu lokasi, mendorong pembangunan lokal dan bertindak sebagai fasilitator untuk mendorong interaksi dalam ekonomi kreatif (Cunningham dkk., 2020; Rosyadi dkk., 2021). Desa Wisata Widosari memiliki beberapa **kebijakan pemerintah** dalam mendorong pengembangan ekonomi kreatif di desa tersebut. Berikut adalah beberapa kebijakan yang umum dilakukan oleh pemerintah desa dalam pengembangan ekonomi kreatif:

1. Pemberian Dukungan dan Bantuan Modal. Pemerintah desa memberikan dukungan dan bantuan modal kepada para pelaku ekonomi kreatif di desa Wisata Widosari. Hal ini dapat berupa pemberian modal usaha, hibah, atau pembiayaan dengan suku bunga rendah untuk memulai atau mengembangkan bisnis mereka. Pemberian dukungan dan bantuan modal yang dilakukan oleh pemerintah dalam upaya mendukung

ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari adalah dengan memberikan fasilitas pinjaman modal kepada bank dan OJK.

2. Pelatihan dan Pendidikan Pemerintah desa menyelenggarakan pelatihan dan pendidikan kepada masyarakat desa mengenai berbagai aspek ekonomi kreatif.
Pemerintah Desa Wisata Widosari melakukan pelatihan dan pendidikan untuk masyarakat pelaku ekonomi kreatif dengan tujuan meningkatkan kualitas SDM, seperti pelatihan untuk *hospitality* yang diselenggarakan pada tanggal 22 – 29 November 2022 di Hotel Grand Yogyakarta. Pelatihan tersebut diselenggarakan sebagai pelatihan dan sertifikasi *hospitality* dengan empat skema, yaitu *Waiter*, *Room Attendant*, *Bellboy* dan *Public Area Cleaner*. Pemerintah Desa Wisata Widosari bekerja sama dengan BOB (Badan Otorita Borobudur) dan LSP PARSI. Selain itu, pemerintah juga melakukan pendampingan terutama bagi pelaku UMKM dan pendampingan untuk kaum perempuan. Hal ini terbukti di Desa Wisata Widosari sudah terbentuk unit atau POKJA “Desa Prima Anggrek Bulan” yang mana program kerjanya adalah mengenai pemberdayaan perempuan dalam rangka kesetaraan gender hal ini diperkuat dengan adanya program provinsi DIY mengenai program “Perempuan Indonesia Maju Mandiri”.
3. Pembangunan Infrastruktur. Pemerintah Desa Wisata Widosari berupaya meningkatkan infrastruktur pendukung bagi pengembangan ekonomi kreatif. Bentuk dukungan dalam pembangunan infrastruktur adalah berupa pembuatan dan perbaikan jalan pada tahun 2021/2022. Desa Wisata Widosari mendapatkan dana keistimewaan dari Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta untuk pembangunan infrastruktur.
4. Pengembangan Produk Kreatif Lokal Pemerintah desa Wisata Widosari mendukung pengembangan produk kreatif lokal dengan memberikan insentif atau penghargaan kepada pelaku ekonomi kreatif yang mampu menghasilkan produk berkualitas tinggi dan bernilai jual tinggi. Pemerintah desa juga dapat memberikan perlindungan hak kekayaan intelektual untuk melindungi karya dan produk kreatif dari pelaku ekonomi kreatif.

Pemerintah Desa Wisata Widosari memberikan fasilitas untuk pembuatan surat-surat legalitas dalam UMKM, seperti pembuatan NUP, PIRT, Sertifikasi Halal untuk UMKM yang dimiliki masyarakat. Hal ini juga merupakan bantuan fasilitas dari Lembaga Trans Bumi & BOB. Selain itu, pemerintah Desa Wisata Widosari juga melaksanakan akreditasi kelembagaan Desa Wisata dan *Homestay*. Kegiatan ini dihadiri oleh pengurus Desa Wisata dan Pokdarwis.

Ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari semakin berkembang dengan adanya **kerjasama/ kemitraan dan jaringan**. Desa wisata Widosari dapat membangun kemitraan dengan pelaku industri kreatif lainnya, seperti agen perjalanan, hotel, restoran, atau lembaga pariwisata setempat. Berikut beberapa kemitraan usaha yang ada dilakuka oleh Desa Wisata Widosari yaitu Desa Wisata Widosari yang dalam hal ini diwakili oleh divisi Humas & Promosi melaksanakan kegiatan *Top Table* bersama ASTINDO DIY dengan tema “ASTINDO *Rebound*, Bangkit Pariwisata Indonesia”, acara ini merupakan ajang promosi dan pengenalan Desa Wisata Widosari kepada para pengusaha & *travel agent*.

2. Penerapan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Di Desa Widosari

Ekonomi kreatif memainkan peran yang penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan, terutama melalui pengembangan produk dan layanan yang inovatif, memanfaatkan potensi budaya, seni, dan kreativitas lokal. (Jovicic, D., & Dragin, A, 2018). Berikut adalah beberapa cara di mana ekonomi kreatif dapat memenuhi aspek-aspek tersebut:

1. Pengalaman yang unik dan berbeda: Wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Widosari memiliki harapan dan keinginan mendapatkan pengalaman yang beda dan unik. Maka, Desa Wisata Widosari mampu memberikan pengalaman yang unik dan berbeda melalui ekonomi kreatif bagi wisatawan, yaitu tidak hanya dari daya tarik wisata yang menarik saja, akan tetapi, dari produk ekonomi kreatif lainnya seperti kuliner tradisional berupa Kopi Widosari, Wedang Uwuh, Nasi Grombyang, Gethuk Gulung.
2. Keberlanjutan dan etika: Desa Wisata Widosari memiliki produk ekonomi kreatif yang ramah lingkungan, yang dibuat dari bahan baku alami, seperti anyaman bambu, anyaman berbahan kulit jagung, ukiran kayu, dan gerabah. Kerajinan tangan yang dibuat oleh masyarakat Desa Wisata Widosari ini dipasarkan dan menjadi souvenir bagi wisatawan dan mampu menarik wisatawan untuk berkunjung.
3. Interaksi dengan budaya lokal: Ekonomi kreatif memungkinkan mereka untuk berinteraksi langsung dengan seniman, pengrajin, atau pelaku industri kreatif lainnya, sehingga memperkaya pengalaman wisatawan dan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang budaya setempat. Desa Wisata

Widosari memiliki produk ekonomi kreatif yang memberikan pengalaman bagi wisatawan untuk interaksi dengan masyarakat dan mengenal budaya lokal, yaitu atraksi wisata membatik dan tenun.

4. Dukungan terhadap komunitas lokal: Produk ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari dapat dengan mudah wisatawan temukan ketika berkunjung. Bahkan Desa Wisata Widosari mengikuti *event* atau acara pameran ekonomi kreatif yang diselenggarakan di Bandara Yogyakarta pada tanggal 28 - 30 Januari 2021, dimana pada acara tersebut, Desa Wisata Widosari mempromosikan produk ekonomi kreatif yang dimiliki seperti produk kerajinan anyaman bamboo dan kulit jagung, wayang kulit, batik dan tenun Widosari, hingga makanan tradisional khas Desa Wisata Widosari. Hal ini menjadi peluang bagi Desa Wisata Widosari agar mempromosikan produk ekonomi kreatif yang dimiliki dan tentunya menarik minat kunjungan wisatawan.
5. Peningkatan aksesibilitas: Desa Wisata Widosari memiliki daya tarik wisata budaya berupa festival yang digelar seperti Wayang kulit, Tari Jathilan atau kuda lumping, tari Bangilun dan Lengger Tapeng, festival kebudayaan Kenduri dan Merti Desa. dimana pada festival-festival tersebut wisatawan dapat ikut berpartisipasi dan belajar bersama para seniman handal dari masyarakat Desa Wisata Widosari.

SIMPULAN

Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Keberlangsungan ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari tergantung dari berbagai factor, yaitu: Produksi ekonomi kreatif di Desa Wisata Widosari berupa kerajinan tangan, seni dan festival, kuliner lokal, akomodasi, pemadu wisata dengan jumlah yang masih terbatas, dan produk digital dengan keterbatasan informasi tentang produk pariwisata pada platform digital yang digunakan. Sedangkan dalam aspek Pasar dan pemasaran ekonomi kreatif dilakukan dengan pemetaan pasar, produk dan layanan yang menarik, promosi, dan *branding*. Untuk manajemen keuangan ekonomi kreatif sepenuhnya dikelola oleh masing-masing masyarakat yang memiliki usaha pada produk ekonomi kreatif pariwisata, seperti perencanaan keuangan, pengelola arus kas, dan evaluasi keuangan. Faktor berikutnya yaitu kebijakan pemerintah, yaitu berupa: bantuan pendanaan dan modal, pelatihan dan pendidikan, pembangunan infrastruktur, dan memberikan insentif dan penghargaan. Dan yang terakhir yaitu kemitraan usaha, Desa Wisata Widosari belum banyak melakukan kerjasama atau kemitraan usaha dengan pihak luar, hal ini terlihat dari masih terbatasnya jumlah mitra yang bekerjasama dengan pemerintah Desa Wisata Widosari.

Ekonomi kreatif dapat memainkan peran yang penting dalam meningkatkan jumlah wisatawan di Desa Wisata Widosari melalui memenuhi keinginan, kebutuhan, dan harapan wisatawan. Berikut adalah beberapa cara di mana ekonomi kreatif dapat memenuhi aspek-aspek tersebut yaitu Pengalaman yang unik dan berbeda, keberlanjutan dan etika, Interaksi dengan budaya lokal, Dukungan terhadap komunitas lokal, dengan minimnya media digital yang dapat digunakan oleh wisatawan untuk membeli produk ekonomi kreatif, dan terakhir yaitu Peningkatan aksesibilitas.

Ekonomi kreatif dalam meningkatkan jumlah kunjungan ke Desa Wisata Widosari masih belum didukung oleh media digital yang belum dimiliki oleh Desa Wisata Widosari dalam mempromosikan dan memudahkan wisatawan untuk membeli produk ekonomi kreatif. Media digital yang dapat digunakan berupa *e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dll. Media digital tersebut mampu mempromosikan produk ekonomi kreatif Desa Wisata Widosari dan menciptakan rasa penasaran terhadap Desa Wisata Widosari, sehingga menciptakan minat kunjungan wisatawan.

REFERENSI

Artikel Jurnal :

- Austriana, Ida. (2005). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Daerah Dari Sektor Pariwisata. Fakultas Ekonomi, Sekripsi Universitas Diponegoro.
- Fitriadi, Y., Novita, W., & Endriani, D. (2021). Ekonomi kreatif sebagai solusi bagi keluarga pra sejahtera untuk bertahan dalam era new normal. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 35-46.
- Fitroh, S., Hamid, D., & Hakim, L. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Dan Motivasi Wisatawan Terhadap Keputusan Berkunjung (Survei pada Pengunjung Wisata Alam Kawah Ijen). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 42(2), 18–25.
- Hariyana, I. K., & Mahagangga, I. G. A. O. (2015). Persepsi masyarakat terhadap pengembangan kawasan goa peteng sebagai daya tarik wisata di desa jimbaran kuta selatan kabupaten badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata* ISSN, 2338, 8811.
- Hartomo, D. D., & Cahyadin, M. (2013). Peningkatan faktor keberlangsungan usaha industri kreatif di kota Surakarta. *Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik*, 4(2), 225-236
- Jovicic, D., & Dragin, A. (2018). The role of creative industries in the development of creative tourism. *Ekonomiske teme/Economic Themes*, 56(4), 503-519.
- Rodríguez-Antón, J.M., et al. (2018). Financial Management Practices in Creative Tourism: *Evidence from Rural Communities*"
- Rusydi, R., & Noviana, N. (2016). REVIEWER; Pengaruh Penerapan Ekonomi Kreatif terhadap Kreativitas Remaja di Kota Lhokseumawe (studi kasus pada Seni Tari Sanggar Cut Meutia).
- Simatupang, P. (2007). Analisis kritis terhadap paradigma dan kerangka dasar kebijakan ketahanan pangan nasional.
- Suastika, I gede Yoga dan I. N. Mahendra Yasa. 2017. Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan, Lama Tinggal Wisatawan, Tingkat Hunian Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Kabupaten/Kota Di Provinsi Bali. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 6(7), 1332–1362.

Buku :

- Creswell, JW (2014). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods*
- Firdausy & Carunia, M., (2017) *Creative Economy Development Strategy in Indonesia*. 1st ed. Jakarta: Indonesian Torch Library Foundation.
- Howkins, John. 2002. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books
- Moleong, Lexy. (2002). *Qualitative Research Methodology*. Bandung: PT. Rosdakarya youth.
- Moleong, LJ (2007). *Qualitative Research Methodology*. Bandung: PT Juvenile Rosdakarya Offset
- Sugiyono. (2012). *Qualitative Research Methods and R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Educational Research Methods Quantitative, Qualitative, and R&D Approaches*. Bandung: Alfabeta.

Suryana. (2013). *Creative Economy, New Economy Changing Ideas and Creating Opportunities*. Jakarta: Salemba Empat.

Wahyuni, S. (2019). *Qualitative Research Method: Theory and Practice (3rd Edition)*. Jakarta: Salemba Empat