

## Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah

Arum Rakhmasari Octivaningsih<sup>1\*</sup>, Muhammad Sabir<sup>2</sup>, Nurjanna Ladjin<sup>3</sup>, Asminar Mokodongan<sup>4</sup>, Andriya Risdwiyanto<sup>5</sup>

<sup>1</sup>STIE IEU Yogyakarta, Jl. Hayam Wuruk No.20, Bausasran, Kec. Danurejan, Kota Yogyakarta, DIY

<sup>2</sup>Universitas Tamalatea Makassar, Jl. Perintis Kemerdekaan KM No.12, Makassar, Kota Makassar, Sulsel

<sup>3</sup>Universitas Muhammadiyah Luwuk, Jl. KH Ahmad Dahlan, Baru, Luwuk, Kab. Banggai, Sulawesi Tengah 94712

<sup>4</sup>Universitas Negeri Gorontalo, Jl. Jend. Sudirman No.6, Kec. Kota Tengah, Kota Gorontalo, Gorontalo

<sup>5</sup>Universitas Proklamasi 45, Jl. Proklamasi No.1, RT.17/RW.05, Caturtunggal, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY

E-mail: [arumrakhmasari@gmail.com](mailto:arumrakhmasari@gmail.com)

\* Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2883>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 14 Sept 2025

Revised: 20 Sept 2025

Accepted: 27 Sept 2025

#### Kata Kunci:

Pariwisata, Ekonomi Kreatif, Daya Saing Daerah.

#### Keywords:

Tourism, Creative Economy, Regional Competitiveness..



### ABSTRACT

Pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi daerah untuk meningkatkan daya saingnya. Pelaksanaan kegiatan di lakukan melalui tahap persiapan dan perencanaan, survei dan pengumpulan data, implementasi program, monitoring dan evaluasi, serta diseminasi dan keberlanjutan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif berpotensi besar mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan daya saing daerah, melalui pemanfaatan budaya lokal, kearifan tradisional, serta potensi alam yang unik. Ekonomi kreatif memperkuat sektor pariwisata melalui produk lokal yang inovatif, sehingga dapat memperluas pasar dan memperkuat identitas budaya. Penerapan creative tourism menciptakan pengalaman interaktif bagi wisatawan sekaligus membuka ruang bagi masyarakat untuk berkarya. Transformasi digital juga menjadi kunci promosi dan pengelolaan destinasi yang modern dan efisien, sejalan dengan tren global pariwisata berbasis teknologi. Dengan demikian, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu dapat menjadi strategi berkelanjutan untuk memperkuat daya saing daerah di era globalisasi.

*The development of integrated creative economy tourism is a crucial need for regions to increase their competitiveness. Activities are implemented through preparation and planning, surveys and data collection, program implementation, monitoring and evaluation, and dissemination and sustainability. The results of these activities indicate that creative economy-based tourism development has significant potential to drive regional economic growth and increase regional competitiveness, through the utilization of local culture, traditional wisdom, and unique natural potential. The creative economy strengthens the tourism sector through innovative local products, thereby expanding markets and strengthening cultural identity. The implementation of creative tourism creates interactive experiences for tourists while opening up spaces for local creativity. Digital transformation is also key to modern and efficient destination promotion and management, in line with global trends in technology-based tourism. Thus, the development of integrated creative economy tourism can be a sustainable strategy to strengthen regional competitiveness in the era of globalization.*



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

**How to Cite:** Arum Rakhmasari Octivaningsih, et al (2025). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu Untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah, 4(1). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.2883>

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu daerah. Dalam konteks pembangunan nasional, pariwisata tidak hanya berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan devisa, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya dan lingkungan (Ngabalina et al., 2023). Indonesia sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman budaya, alam, dan warisan sejarah memiliki potensi yang sangat besar untuk mengembangkan pariwisata sebagai pilar utama pembangunan daerah. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya dioptimalkan karena masih adanya tantangan yang berkaitan dengan keterpaduan pengelolaan, promosi, dan pemanfaatan sumber daya pariwisata yang ada (Tambunan et al., 2024).

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep ekonomi kreatif telah menjadi perhatian global sebagai pendekatan inovatif dalam pengembangan pariwisata. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas menemukan inspirasi, menciptakan karya yang penuh kreasi, dan menjual ide atau gagasan kreatif melalui pemanfaatan potensi sumber daya alam, keanekaragaman budaya, kearifan komunitas, dan ketrengginaan individu (Sidauruk, 2018).

Ekonomi kreatif mengedepankan pemanfaatan ide, pengetahuan, dan kreativitas untuk menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan. Dalam sektor pariwisata, ekonomi kreatif dapat diimplementasikan melalui pengembangan produk wisata yang unik dan berdaya saing tinggi, seperti kerajinan tangan, kuliner khas, seni pertunjukan, hingga teknologi berbasis digital yang mendukung pengalaman wisata (Sudiarta et al., 2025). Integrasi antara pariwisata dan ekonomi kreatif diyakini mampu memperkuat daya saing daerah, terutama dalam menghadapi tantangan globalisasi dan persaingan antar destinasi wisata.

Di era globalisasi, daerah dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif yang mampu menarik wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Keunggulan kompetitif tersebut tidak hanya bertumpu pada keindahan alam, tetapi juga pada kemampuan daerah dalam mengelola dan memasarkan potensi wisata secara inovatif (Syofya, 2017). Salah satu cara untuk mewujudkan hal ini adalah melalui pengembangan pariwisata ekonomi kreatif yang terpadu. Pendekatan terpadu menekankan pentingnya sinergi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, komunitas lokal, akademisi, dan pihak swasta. Sinergi ini diperlukan agar pengembangan pariwisata dapat berjalan secara terencana, berkelanjutan, dan memberikan manfaat yang merata bagi masyarakat (Swesti et al., 2020).

Pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu menjadi semakin relevan dalam menghadapi dinamika ekonomi global yang penuh ketidakpastian. Sektor pariwisata sering kali menjadi salah satu sektor yang paling rentan terhadap berbagai krisis, sehingga ketergantungan pada model pariwisata tradisional tidak lagi memadai untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang. Oleh karena itu, diperlukan inovasi dalam bentuk diversifikasi produk wisata yang memanfaatkan kreativitas lokal. Ekonomi kreatif memberikan peluang bagi daerah untuk menciptakan produk dan layanan wisata yang memiliki nilai tambah, sekaligus memperkuat ketahanan ekonomi lokal.

Pengembangan pariwisata yang terpadu juga penting untuk memastikan adanya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Pariwisata yang berkembang pesat tanpa pengelolaan yang tepat berpotensi menimbulkan dampak negatif, seperti kerusakan lingkungan, hilangnya identitas budaya lokal, dan ketimpangan sosial-ekonomi (Palimbunga, 2017). Melalui pendekatan terpadu, setiap program pengembangan pariwisata dapat dirancang agar selaras dengan prinsip pembangunan berkelanjutan. Hal ini melibatkan perencanaan yang matang, pengawasan yang ketat, serta partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahapan pembangunan.

Keterlibatan masyarakat lokal merupakan faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan pariwisata ekonomi kreatif. Masyarakat bukan hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai aktor utama yang menciptakan dan mengelola produk kreatif yang menjadi daya tarik wisata. Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap destinasi wisata, memperkuat identitas budaya, dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi (Panjaitan, 2025). Oleh karena itu, strategi pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu harus mencakup program pemberdayaan masyarakat yang berfokus pada peningkatan kapasitas, keterampilan, dan akses terhadap pasar.

Dari sisi kebijakan, pemerintah daerah memiliki peran strategis dalam menciptakan ekosistem yang kondusif bagi pertumbuhan pariwisata ekonomi kreatif. Hal ini mencakup penyediaan infrastruktur

yang memadai, regulasi yang mendukung, serta fasilitasi kemitraan antara pelaku usaha dan komunitas lokal (Mardiyantoro et al., 2023). Kebijakan yang terintegrasi juga diperlukan untuk menghubungkan berbagai sektor terkait, seperti transportasi, pendidikan, teknologi, dan perbankan (Ismail, 2020). Dengan demikian, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif tidak berdiri sendiri, melainkan menjadi bagian dari strategi pembangunan daerah yang komprehensif.

Teknologi digital juga memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu. Pemanfaatan teknologi informasi memungkinkan promosi destinasi wisata dilakukan secara lebih efektif dan menjangkau pasar yang lebih luas. Platform digital seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi pariwisata dapat digunakan untuk memperkenalkan produk kreatif lokal kepada wisatawan global (Anom Pancawati & Rieka Yulita Widawara, 2023). Selain itu, teknologi juga dapat digunakan dalam pengelolaan destinasi wisata, seperti sistem reservasi online, pemantauan jumlah pengunjung, dan analisis data untuk perencanaan strategis.

Pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Wisatawan modern cenderung mencari pengalaman yang autentik, personal, dan berkesan. Dengan menggabungkan potensi pariwisata dan kreativitas lokal, daerah dapat menawarkan pengalaman unik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Hal ini sekaligus memperkuat citra dan reputasi destinasi wisata, yang pada akhirnya berdampak positif pada daya saing daerah di tingkat nasional maupun internasional.

Namun, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu juga menghadapi berbagai tantangan yang tidak dapat diabaikan. Beberapa tantangan tersebut antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi di bidang pariwisata dan ekonomi kreatif, keterbatasan modal, serta kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan (Indriani, 2020). Selain itu, rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan juga menjadi hambatan dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan (Hamid Hanafi Hanan et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan strategi yang komprehensif dan terarah untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut.

Dalam konteks persaingan antar daerah, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu menjadi instrumen penting untuk memperkuat posisi daerah di pasar pariwisata global. Daya saing daerah tidak hanya ditentukan oleh potensi sumber daya alam, tetapi juga oleh kemampuan daerah dalam mengelola, memasarkan, dan menginovasi produk wisata (Novilla Ramayani et al., 2025). Dengan adanya integrasi antara pariwisata dan ekonomi kreatif, daerah dapat menciptakan proposisi nilai yang berbeda dari destinasi wisata lainnya. Hal ini akan meningkatkan daya tarik bagi wisatawan dan investor, sekaligus memperkuat fondasi ekonomi daerah (Genggong et al., 2023).

Pengembangan pariwisata ekonomi kreatif juga berperan dalam memperkuat diplomasi budaya. Melalui produk kreatif yang ditawarkan kepada wisatawan, nilai-nilai budaya lokal dapat diperkenalkan dan dipromosikan ke tingkat internasional. Diplomasi budaya ini tidak hanya berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan, tetapi juga pada penguatan identitas nasional dan hubungan antarbangsa. Dengan demikian, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu memiliki dimensi strategis yang melampaui aspek ekonomi semata.

Selain itu, penting untuk menekankan bahwa pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu memerlukan pendekatan yang berorientasi pada riset dan inovasi. Riset diperlukan untuk memahami tren pariwisata, preferensi wisatawan, serta potensi dan kendala yang ada di daerah. Sementara itu, inovasi diperlukan untuk menciptakan produk dan layanan wisata yang selalu relevan dengan kebutuhan pasar yang terus berkembang. Tanpa riset dan inovasi, pengembangan pariwisata akan terjebak dalam pola konvensional yang rentan terhadap perubahan.

Sejalan dengan perkembangan zaman, konsep pembangunan pariwisata tidak lagi hanya berfokus pada aspek fisik seperti infrastruktur, tetapi juga pada aspek nonfisik seperti kapasitas manusia, teknologi, dan jejaring kerja sama (Komaria & Haidir, 2025). Pendekatan holistik ini sejalan dengan paradigma pembangunan berkelanjutan yang mengedepankan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial. Dengan demikian, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu dapat menjadi model pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu merupakan strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing daerah. Melalui integrasi berbagai potensi dan pemangku kepentingan, pariwisata dapat dikembangkan secara inovatif,

berkelanjutan, dan memberikan manfaat yang luas. Tantangan yang ada harus diatasi melalui kebijakan yang terarah, kolaborasi yang erat, serta komitmen bersama untuk menjadikan pariwisata sebagai motor penggerak pembangunan daerah. Dengan demikian, pariwisata ekonomi kreatif terpadu tidak hanya menjadi sumber pendapatan, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan dan transformasi sosial-ekonomi bagi masyarakat.

## METODE

Metode pelaksanaan dalam program Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu untuk Meningkatkan Daya Saing Daerah dirancang untuk memastikan tercapainya tujuan strategis melalui pendekatan yang komprehensif, partisipatif, dan berkelanjutan. Metode ini menggabungkan analisis ilmiah, keterlibatan pemangku kepentingan (*stakeholder engagement*), serta penerapan praktik inovatif berbasis potensi lokal. Adapun tahapan pelaksanaannya dijelaskan sebagai berikut:

### **Tahap Persiapan dan Perencanaan**

Tahap awal ini bertujuan untuk membangun fondasi yang kuat dalam pelaksanaan program. Beberapa kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

#### **Identifikasi Potensi dan Permasalahan**

Dilakukan pemetaan potensi pariwisata dan sektor ekonomi kreatif yang ada di daerah sasaran. Identifikasi mencakup potensi alam, budaya, kuliner, kerajinan, serta atraksi lokal yang memiliki nilai jual tinggi. Selain itu, diidentifikasi pula kendala yang menghambat pengembangan, seperti keterbatasan infrastruktur, SDM, dan promosi.

#### **Pembentukan Tim Pelaksana dan Koordinasi**

Dibentuk tim pelaksana yang terdiri dari akademisi, pemerintah daerah, pelaku UMKM kreatif, komunitas pariwisata, serta pihak swasta. Tim ini bertanggung jawab mengkoordinasikan seluruh tahapan pelaksanaan.

#### **Penyusunan Rencana Strategis (Roadmap)**

Roadmap ini memuat visi, misi, tujuan, indikator keberhasilan, serta strategi pengembangan yang selaras dengan kebijakan daerah dan nasional. Penyusunan dilakukan secara partisipatif agar semua pihak merasa memiliki program ini.

Hasil dari tahap ini berupa dokumen rencana strategis pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu.

### **Tahap Survei dan Pengumpulan Data**

Pada tahap ini, dilakukan pengumpulan data lapangan untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang kondisi eksisting. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

#### **Observasi Lapangan**

Mengamati secara langsung lokasi-lokasi pariwisata dan sentra ekonomi kreatif untuk menilai daya tarik, fasilitas pendukung, serta potensi pengembangan.

#### **Wawancara Mendalam (In-depth Interview)**

Dilakukan dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah, pengelola destinasi wisata, pelaku UMKM, dan wisatawan untuk memahami kebutuhan dan harapan mereka.

#### **Kuesioner dan Survei Kuantitatif**

Digunakan untuk memperoleh data persepsi dan kepuasan wisatawan serta masyarakat terhadap pengelolaan pariwisata yang sudah ada.

#### **Studi Dokumentasi**

Mengumpulkan dokumen terkait seperti data statistik pariwisata, regulasi pemerintah, dan laporan keuangan dari pengelola destinasi.

Tahap ini memastikan data yang terkumpul akurat dan dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan.

### **Tahap Implementasi Program**

Tahap implementasi merupakan inti dari pelaksanaan, yang mencakup kegiatan nyata dalam mengembangkan pariwisata dan ekonomi kreatif. Beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain:

#### **Pemberdayaan dan Pelatihan SDM**

Menyelenggarakan pelatihan bagi pelaku pariwisata dan UMKM kreatif, seperti pelatihan keterampilan pengelolaan wisata, pelatihan pemasaran digital, dan *workshop* inovasi produk kreatif.

### **Pengembangan Infrastruktur dan Fasilitas**

Meningkatkan sarana dan prasarana yang mendukung destinasi wisata, seperti jalan akses, pusat informasi wisata, area parkir, dan fasilitas sanitasi.

### **Penciptaan Produk Pariwisata Terpadu**

Menggabungkan atraksi wisata dengan produk kreatif lokal sehingga tercipta paket wisata yang memiliki daya tarik unik. Misalnya, wisata budaya yang terintegrasi dengan workshop kerajinan lokal.

### **Digitalisasi dan Pemasaran**

Membuat platform digital untuk promosi dan penjualan produk wisata dan ekonomi kreatif, memanfaatkan media sosial dan marketplace.

### **Kemitraan dengan Sektor Swasta**

Mengundang investasi dari pihak swasta, seperti hotel, restoran, atau agen perjalanan untuk mendukung pengembangan daerah.

### **Tahap Monitoring dan Evaluasi**

Monitoring dan evaluasi dilakukan untuk memastikan program berjalan sesuai rencana dan mencapai target yang telah ditetapkan. Kegiatan yang dilakukan meliputi:

1. Monitoring Berkala. Dilakukan setiap bulan atau triwulan untuk memantau kemajuan pelaksanaan program.
2. Evaluasi Kinerja. Dilakukan pada akhir periode program untuk menilai efektivitas, efisiensi, dan dampak program terhadap peningkatan daya saing daerah.
3. Indikator Evaluasi. Beberapa indikator yang digunakan antara lain: peningkatan jumlah wisatawan, peningkatan pendapatan daerah dari sektor pariwisata, pertumbuhan jumlah UMKM kreatif yang aktif, tingkat kepuasan wisatawan dan masyarakat lokal.

Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar perbaikan dan pengembangan program di masa mendatang.

### **Tahap Diseminasi dan Keberlanjutan**

Tahap terakhir adalah memastikan hasil program dapat dimanfaatkan secara luas dan berkelanjutan. Kegiatan yang dilakukan pada tahap ini meliputi:

#### **Diseminasi Hasil**

Menyebarkan hasil program melalui seminar, publikasi ilmiah, dan laporan kepada pemerintah daerah serta masyarakat.

#### **Penyusunan Kebijakan Berkelanjutan**

Bekerja sama dengan pemerintah daerah untuk merumuskan kebijakan yang mendukung keberlanjutan pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif.

#### **Pengembangan Jaringan dan Jejaring Kerja Sama**

Membentuk jejaring antara pemerintah, akademisi, komunitas, dan pelaku usaha untuk terus memperkuat daya saing daerah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Program Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Terpadu dilaksanakan dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing daerah melalui integrasi sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Hasil pelaksanaan program ini dapat dilihat pada lima aspek utama, yaitu pemetaan potensi daerah, penguatan kapasitas SDM, pengembangan produk dan destinasi wisata, penguatan promosi dan digitalisasi, serta peningkatan daya saing daerah.

### ***Pemetaan Potensi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif***

Pada tahap awal, dilakukan survei lapangan dan pemetaan potensi untuk mengidentifikasi kekuatan dan tantangan yang dimiliki daerah sasaran. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan masyarakat lokal, pemerintah daerah, serta pelaku UMKM, ditemukan beberapa temuan penting, antara lain:

#### **Potensi Alam dan Budaya**

Daerah sasaran memiliki kekayaan alam berupa pegunungan, pantai, dan situs sejarah yang belum dikelola secara optimal. Selain itu, terdapat potensi budaya seperti seni tari tradisional, kerajinan tangan, dan kuliner khas yang berpotensi menjadi daya tarik wisata.

#### **Produk Kreatif Lokal yang Unik**

UMKM lokal menghasilkan berbagai produk kreatif seperti anyaman bambu, batik khas daerah, serta makanan tradisional yang memiliki nilai jual tinggi namun kurang dikenal di pasar yang lebih luas.

#### **Keterbatasan Promosi dan Manajemen**

Salah satu kelemahan yang teridentifikasi adalah rendahnya pemanfaatan teknologi digital untuk promosi. Sebagian besar pelaku usaha masih mengandalkan pemasaran konvensional seperti penjualan langsung dan promosi dari mulut ke mulut.

#### **Infrastruktur Pendukung yang Kurang Memadai**

Akses jalan menuju beberapa destinasi wisata masih sulit dilalui, dan fasilitas umum seperti tempat parkir, toilet, serta pusat informasi belum tersedia secara memadai.

#### **Analisis SWOT**

Kekuatan: Kekayaan budaya dan alam yang unik.

Kelemahan: Minimnya promosi, keterampilan digital, dan infrastruktur.

Peluang: Tren wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*) yang sedang berkembang.

Ancaman: Persaingan dengan daerah wisata lain yang lebih maju.

#### **Implikasi**

Pemetaan ini menjadi dasar untuk menentukan strategi pengembangan yang tepat, dengan fokus pada integrasi destinasi wisata dan produk kreatif agar memberikan nilai tambah ekonomi yang signifikan.

#### **Penguatan Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)**

Setelah pemetaan potensi, program berfokus pada peningkatan kapasitas SDM lokal melalui serangkaian pelatihan dan *workshop*. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan keterampilan praktis yang dibutuhkan dalam pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif.

#### **Pelatihan Manajemen Destinasi Wisata**

Sebanyak 40 peserta yang terdiri dari pengelola wisata dan anggota komunitas lokal dilatih dalam manajemen destinasi, pelayanan prima (*hospitality*), serta teknik pemanduan wisata yang profesional.

Hasilnya, peserta menunjukkan peningkatan pengetahuan dan keterampilan sebesar 78%, berdasarkan pre-test dan post-test yang dilakukan.

#### **Pelatihan Pemasaran Digital**

Sebanyak 30 pelaku UMKM kreatif mengikuti pelatihan mengenai penggunaan media sosial, marketplace, dan teknik fotografi produk. Dalam waktu satu bulan setelah pelatihan, 75% peserta mulai memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok untuk memasarkan produk mereka, yang berdampak pada peningkatan penjualan.

#### **Workshop Inovasi Produk Kreatif**

Masyarakat lokal berhasil mengembangkan 12 produk baru, seperti kerajinan berbasis bahan alami dan kuliner khas yang dikemas secara modern, sehingga lebih menarik bagi wisatawan.

#### **Analisis**

Peningkatan kapasitas SDM menjadi kunci utama dalam keberhasilan program ini. Ketika masyarakat memiliki keterampilan yang memadai, mereka mampu mengelola potensi yang ada secara mandiri dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan teori *community-based tourism* yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan destinasi (Prakoso & De Lima, 2019).

#### **Pengembangan Produk dan Destinasi Wisata Terpadu**

Salah satu pencapaian penting dari program ini adalah terbentuknya paket wisata terpadu yang menggabungkan atraksi wisata dengan produk ekonomi kreatif lokal. Konsep ini bertujuan untuk memberikan pengalaman yang lengkap bagi wisatawan sekaligus memperkuat identitas daerah.

#### **Paket Wisata Budaya dan Kerajinan**

Wisatawan tidak hanya menikmati pertunjukan seni tradisional tetapi juga dapat mengikuti *workshop* pembuatan kerajinan tangan, seperti anyaman bambu dan pembuatan batik khas.

#### **Peningkatan Fasilitas Wisata**

Dibangun beberapa fasilitas sederhana seperti papan penunjuk arah, area parkir kecil, dan spot foto yang menarik. Fasilitas tersebut dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan dan memperkuat *branding* destinasi.

#### **Integrasi Produk Kreatif ke Dalam Pariwisata**

Produk lokal seperti makanan khas dan suvenir menjadi bagian dari pengalaman wisata, sehingga wisatawan tidak hanya datang untuk berkunjung tetapi juga membawa pulang produk kreatif daerah.

#### **Dampak**

Penerapan konsep wisata terpadu ini meningkatkan lama tinggal wisatawan (*length of stay*) dari rata-rata 1 hari menjadi 2,5 hari. Hal ini berpengaruh langsung pada peningkatan pengeluaran wisatawan dan pendapatan masyarakat lokal.

#### **Penguatan Promosi dan Digitalisasi**

Salah satu fokus utama program ini adalah memperkuat promosi destinasi dan produk kreatif melalui teknologi digital. Sebelumnya, promosi hanya mengandalkan cara konvensional yang terbatas jangkauannya. Berikut hasil dari program tersebut meliputi:

1. Dibuat akun media sosial resmi untuk destinasi wisata, dengan konten berupa foto, video, dan cerita tentang budaya lokal. Dalam tiga bulan, akun tersebut berhasil mendapatkan lebih dari 5.000 pengikut dan menjangkau 25.000 akun pengguna.
2. Pembuatan website sederhana yang memuat informasi tentang paket wisata, produk UMKM, serta cara pemesanan online.
3. Peningkatan keterampilan digital pelaku usaha sehingga mereka mampu secara mandiri mengelola promosi dan penjualan melalui marketplace.

#### **Analisis**

Promosi digital terbukti efektif dalam meningkatkan visibilitas destinasi dan produk kreatif. Strategi ini juga lebih hemat biaya dibandingkan promosi konvensional seperti brosur dan pameran fisik. Menurut teori pemasaran modern, keberhasilan promosi digital terletak pada konten yang menarik dan interaktif, yang dalam program ini berhasil diterapkan melalui video cerita lokal (*storytelling*).

#### **Peningkatan Daya Saing Daerah**

Daya saing daerah diukur melalui beberapa indikator, yaitu jumlah wisatawan, pendapatan daerah, pertumbuhan UMKM, dan tingkat kepuasan wisatawan. Berikut hasil pencapaiannya:

**Tabel 1.** Hasil Pencapaian

<b>Indikator</b>	<b>Sebelum Program</b>	<b>Setelah Program</b>	<b>Persentase Peningkatan</b>
Jumlah wisatawan per bulan	1.200 orang	2.050 orang	70%
UMKM kreatif yang aktif	25 unit	38 unit	52%
Rata-rata pendapatan UMKM per bulan	3.000.000	5.400.000	80%
Tingkat kepuasan wisatawan	62%	87%	25%

#### **Interpretasi**

1. Peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan UMKM menunjukkan bahwa konsep wisata terpadu berhasil menciptakan nilai tambah ekonomi.
2. Daya saing daerah meningkat karena wisatawan mendapatkan pengalaman yang lebih berkesan, sedangkan pelaku usaha memiliki akses pasar yang lebih luas.

#### **Pembahasan**

##### **Pariwisata Sebagai Penggerak Ekonomi Lokal**

Program ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi daerah, terutama ketika dikelola secara terpadu dan berkelanjutan. Dengan memanfaatkan keunikan budaya, kearifan lokal, serta potensi alam yang dimiliki, daerah sasaran tidak hanya mampu menarik minat wisatawan, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang bernilai tinggi. Hal ini secara langsung membuka peluang usaha baru bagi masyarakat, mulai dari sektor jasa, seperti penginapan dan transportasi, hingga pengembangan produk ekonomi kreatif yang bernilai jual tinggi (Sinaga et al., 2024).

Hal ini sejalan dengan pendapat Porter dalam teori *competitive advantage*, yang menyatakan bahwa daya saing daerah dapat ditingkatkan melalui pemanfaatan sumber daya lokal yang unik dan sulit ditiru oleh daerah lain (Maulana et al., 2024).

##### **Ekonomi Kreatif Sebagai Pendukung Keberlanjutan**

Pengembangan ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan nilai tambah pada sektor pariwisata, terutama dalam menciptakan daya tarik yang unik dan berkelanjutan. Produk lokal yang dihasilkan melalui kreativitas dan inovasi tidak hanya berfungsi sebagai sumber pendapatan tambahan bagi pelaku usaha, tetapi juga menjadi media yang efektif untuk memperkuat

identitas dan karakter budaya suatu daerah. Dengan menghadirkan produk yang autentik dan khas, wisatawan dapat merasakan pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna, sehingga meningkatkan loyalitas serta minat mereka untuk kembali berkunjung. Selain itu, integrasi ekonomi kreatif dengan pariwisata juga mendorong pertumbuhan UMKM, membuka lapangan kerja baru, dan memperluas pasar produk lokal hingga ke tingkat nasional maupun internasional (Rivalni et al., 2025).

Penerapan konsep *creative tourism*, di mana wisatawan terlibat langsung dalam proses produksi produk kreatif, mampu memberikan pengalaman yang unik, autentik, dan berkesan. Melalui keterlibatan aktif ini, wisatawan tidak hanya menjadi penikmat, tetapi juga bagian dari proses penciptaan nilai budaya dan ekonomi. Pengalaman yang bersifat interaktif ini mendorong munculnya ikatan emosional antara wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi, sehingga meningkatkan loyalitas mereka untuk kembali berkunjung di masa mendatang. Selain itu, konsep ini juga membuka peluang bagi masyarakat lokal untuk menunjukkan kreativitasnya, memperkuat identitas budaya, sekaligus memperluas pasar produk kreatif secara lebih efektif.

### **Pentingnya Digitalisasi Dalam Promosi**

Transformasi digital menjadi salah satu faktor kunci dalam kesuksesan program ini, karena mampu meningkatkan jangkauan promosi dan memperkuat citra destinasi pariwisata. Melalui pemanfaatan media sosial, website, dan berbagai platform digital lainnya, informasi mengenai potensi wisata dan produk kreatif lokal dapat disebarkan secara cepat, luas, dan tepat sasaran. Strategi ini sangat efektif untuk menjangkau wisatawan generasi muda yang cenderung mengandalkan teknologi digital dalam merencanakan perjalanan mereka. Selain sebagai sarana promosi, transformasi digital juga memudahkan proses reservasi, pembayaran, dan pengelolaan data wisatawan, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih praktis dan nyaman. Dengan demikian, teknologi digital tidak hanya berperan dalam menarik wisatawan, tetapi juga berperan dalam membangun ekosistem pariwisata yang modern, efisien, dan berdaya saing tinggi.

Strategi promosi digital ini mendukung tren global pariwisata berbasis teknologi yang berkembang pesat, dengan memanfaatkan berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan interaksi dengan wisatawan, serta menciptakan pengalaman promosi yang lebih modern dan interaktif.

### **Dampak Sosial dan Ekonomi yang Berkelanjutan**

Program ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan kebanggaan masyarakat terhadap budaya lokal mereka. Dengan adanya partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap pelaksanaan, mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga evaluasi, tercipta rasa memiliki yang kuat terhadap program tersebut. Rasa keterlibatan ini menjadi modal sosial yang penting untuk memastikan keberlanjutan program, sehingga meskipun pendampingan dari tim PKM telah selesai, masyarakat tetap mampu mengelola dan mengembangkan inisiatif tersebut secara mandiri dan berkesinambungan.

Selain itu, pertumbuhan UMKM kreatif turut membuka peluang kerja baru bagi berbagai lapisan masyarakat. Hal ini secara langsung berkontribusi dalam mengurangi angka pengangguran sekaligus meningkatkan pendapatan keluarga. Dalam jangka panjang, perkembangan ini tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, tetapi juga memperkuat kemandirian dan kesejahteraan masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Pengembangan pariwisata yang terintegrasi dengan ekonomi kreatif memiliki potensi besar untuk menjadi penggerak utama pertumbuhan ekonomi daerah. Dengan memanfaatkan keunikan budaya, kearifan lokal, serta kekayaan potensi alam yang dimiliki, daerah sasaran tidak hanya mampu menarik wisatawan, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang bernilai tinggi dan berbeda dari destinasi lain. Hal ini sejalan dengan teori *competitive advantage* yang menekankan pentingnya pemanfaatan sumber daya lokal yang khas dan sulit ditiru untuk meningkatkan daya saing daerah.

Ekonomi kreatif berperan penting dalam memperkuat sektor pariwisata dengan menghadirkan produk lokal yang inovatif dan autentik. Produk tersebut tidak hanya menjadi sumber pendapatan tambahan, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah serta memperluas pasar hingga tingkat nasional dan internasional. Penerapan konsep *creative tourism*, yang melibatkan wisatawan secara langsung dalam proses produksi produk kreatif, mampu memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan bermakna. Hal ini tidak hanya meningkatkan loyalitas wisatawan, tetapi juga membuka ruang bagi

masyarakat lokal untuk menunjukkan kreativitasnya serta mengembangkan produk yang bernilai jual tinggi.

Transformasi digital menjadi elemen kunci dalam memperluas jangkauan promosi dan memperkuat citra destinasi. Pemanfaatan media sosial, website, dan platform digital lainnya memungkinkan promosi dilakukan secara cepat, tepat sasaran, dan efisien. Strategi ini sejalan dengan tren global pariwisata berbasis teknologi, di mana digitalisasi tidak hanya dimanfaatkan untuk promosi, tetapi juga untuk mempermudah reservasi, pembayaran, serta pengelolaan destinasi secara modern dan terintegrasi.

Dampak yang dihasilkan dari program ini tidak hanya bersifat ekonomi, tetapi juga sosial dan budaya. Partisipasi aktif masyarakat dalam setiap tahap program menumbuhkan rasa memiliki dan kebanggaan terhadap budaya lokal, yang menjadi fondasi penting bagi keberlanjutan program meskipun pendampingan dari tim PKM telah berakhir. Selain itu, pertumbuhan UMKM kreatif turut berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja baru, pengurangan angka pengangguran, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.

## SIMPULAN

Pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif berpotensi besar mendorong pertumbuhan ekonomi daerah dan meningkatkan daya saing daerah, melalui pemanfaatan budaya lokal, kearifan tradisional, serta potensi alam yang unik. Ekonomi kreatif memperkuat sektor pariwisata melalui produk lokal yang inovatif, sehingga dapat memperluas pasar dan memperkuat identitas budaya. Penerapan creative tourism menciptakan pengalaman interaktif bagi wisatawan sekaligus membuka ruang bagi masyarakat untuk berkarya. Transformasi digital juga menjadi kunci promosi dan pengelolaan destinasi yang modern dan efisien, sejalan dengan tren global pariwisata berbasis teknologi. Dengan demikian, pengembangan pariwisata ekonomi kreatif terpadu dapat menjadi strategi berkelanjutan untuk memperkuat daya saing daerah di era globalisasi.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

## REFERENSI

- Anom Pancawati, A. P., & Rieka Yulita Widaswara. (2023). Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3(1), 166–178. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.363>
- Genggong, M. S., Latif, A., Ashmarita, A., Makmur, M., & Rahmawati, R. (2023). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pad Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Kabupaten Konawe Selatan. *Jurnal Ilmiah Penyuluhan Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(November), 103. <https://doi.org/10.56189/jippm.v3i0.46323>
- Hamid Hanafi Hanan, Arkan Zahri, Afti Hilya Maulida, Qurrotul Aini, Salsabila Anis Widya, & Zuanita Adriyani. (2024). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Seni Dan Budaya Dalam Menumbuhkan Eksistensi Desa Wisata Dikabupaten Kendal. *Pemberdayaan Masyarakat : Jurnal Aksi Sosial*, 1(4), 01–09. <https://doi.org/10.62383/aksisosial.v1i4.624>
- Indriani, E. (2020). Membangun Daya Saing Industri Kreatif-Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal Menuju One Village One Product. *ProBank*, 5(1), 111–121. <https://doi.org/10.36587/probank.v5i1.572>
- Ismail, M. (2020). Strategi Pengembangan Pariwisata Provinsi Papua. *Matra Pembaruan*, 4(1), 59–69. <https://doi.org/10.21787/mp.4.1.2020.59-69>
- Komaria, D., & Haidir, H. (2025). *PENGEMBANGAN DESA WISATA SUNGSANG IV BANYUASIN II*. 2(1), 22–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.36982/jops.v2i1.5727>
- Mardiyantoro, C., Herlina, H., & Mulyeni, S. (2023). Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia Dan Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Pariwisata. *Jurnal Soshum Inseentif*, 6(1), 62–74. <https://doi.org/10.36787/jsi.v6i1.1201>
- Maulana, H., Hafifah, D., & Agustin, A. P. (2024). Menggali Keunggulan Kompetitif UMKM, Analisis

- Swot dan Implikasi Strategis pada Kota Bandar Lampung. *Journal of Economics and Management*, 2(3), 129–137. <https://doi.org/10.70716/ecoma.v2i3.75>
- Ngabalin, T., Habibie, A. F., & Darmawan, E. (2023). Strategi Pengembangan Ekosistem Ekonomi Kreatif Dalam Mendukung Kebijakan Pariwisata Di Kota Tanjungpinang. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 11(01), 13–21. <https://doi.org/10.31629/juan.v11i01.5839>
- Novilla Ramayani, Zahara Mahdalena, Refi Putri Juandrif, & Fera Zora. (2025). Pemanfaatan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5567–5574. <https://doi.org/10.56799/peshum.v4i4.9791>
- Palimbunga, I. P. (2017). Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Pariwisata di Kampung Wisata Tablanusu Kabupaten Jayapura Provinsi Papua: Kajian Pariwisata Budaya. *MELANESIA: Jurnal Ilmiah Kajian Sastra Dan Bahasa*, 01(02), 17–18. <https://doi.org/https://doi.org/10.30862/jm.v1i2.811>
- Panjaitan, F. D. N. (2025). Optimalisasi Desa Wisata Ngargoyoso , Karanganyar: Strategi Pemanfaatan Sumber Daya Alam Untuk Peningkatan Ekonomi Lokal. *Economics and Digital Business Review*, 6(2), 1234–1245.
- Prakoso, A. A., & De Lima, Y. A. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Kreatif Berbasis Masyarakat (Community-based Creative Tourism) Di Bintan. *Journal of Tourism and Creativity*, 3(2), 101. <https://doi.org/10.19184/jtc.v3i2.14006>
- Rivalni, R., Putri, W. G., & Wardani, W. (2025). Pengembangan Dan Upaya Ekonomi Kreatif Melalui Umkm Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata. *Eminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4(April), 394–403. <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol4.2025.354>
- Sidauruk, R. (2018). Ekonomi Kreatif Sebagai Basis City Branding Menuju Kepariwisataan Terintegrasi Di Kawasan Danau Toba (Creative Economy As Basis of City Branding Toward Integrated Tourism in Toba Lake Zone). *Inovasi*, 15(2), 83–104. <https://doi.org/10.33626/inovasi.v15i2.95>
- Sinaga, N. A., Koto, M. S., Tanjung, A., Panggabean, N. Z., & Riwayani, R. (2024). Implikasi Potensi Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Perkembangan Umkm. *Jesya*, 7(2), 1475–1481. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1641>
- Sudiarti, S., Rusliana, N., Setyoningrum, N. G., Alam, A., & Syfa, R. H. A. (2025). Pendampingan Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Potensi Lokal di Desa Wisata. *Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 3(3), 201–209. <https://doi.org/10.61231/jp2m.v3i3.379>
- Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model Pengembangan Pariwisata Kreatif untuk Mencapai Keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.22146/kawistara.44157>
- Syofya, H. (2017). Pengembangan Potensi Ekonomi Dalam Penguatan Daya Saing Kota Sungai Penuh. *Jurnal Akuntansi & Ekonomika*, 7(2), 98–144. <https://doi.org/https://doi.org/10.37859/jae.v7i2.246>
- Tambunan, R. E., Nugroho, R. A., Dewanti, A. N., & Putra, R. S. (2024). Konsep Pengembangan Destinasi Pariwisata Terpadu Pada Objek Wisata Pulau Kumala, Kabupaten Kutai Kartanegara. *COMPACT: Spatial Development Journal*, 3(1), 89–104. <https://doi.org/10.35718/compact.v3i1.1154>