



IDENTIFIKASI POTENSI PRODUK EKONOMI KREATIF DI DESA JAGO, KABUPATEN LOMBOK TENGAH

Oleh

Murianto¹, Lalu Yulendra², Muharis Ali³ & Uwi Martayadi⁴

^{1,2,3,4}Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Mataram, Indonesia

Email: ¹muriantompar@gmail.com, ²laluyulendra@gmail.com,

³muharisali1@gmail.com & ⁴uwimartayadi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi produk ekonomi kreatif yang dimiliki Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, serta menganalisis peran potensi tersebut dalam mendukung pengembangan desa wisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data meliputi observasi lapangan, wawancara mendalam dengan pengrajin, tokoh masyarakat, dan anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), serta studi dokumentasi terhadap dokumen dan literatur terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Jago memiliki beragam potensi ekonomi kreatif, terutama dalam subsektor kerajinan tangan dan kuliner khas. Kerajinan tangan yang menjadi unggulan meliputi produk berbahan tempurung kelapa, kerajinan kayu, serta aksesoris dari manik-manik, kerang, dan batu-batuhan, yang sebagian besar diproduksi secara tradisional dan turun-temurun. Selain itu, Desa Jago juga memiliki potensi arsitektur kapal tradisional yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata unik. Potensi kuliner khas desa masih perlu pengembangan agar lebih kompetitif terhadap makanan barat yang familiar bagi wisatawan. Pengembangan ekonomi kreatif berperan penting dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, menciptakan lapangan kerja baru, serta melestarikan budaya dan kearifan lokal. Strategi pengembangan produk, diversifikasi jenis kerajinan dan kuliner, serta pemasaran efektif, didukung oleh pemerintah dan pemangku kepentingan, menjadi kunci untuk memaksimalkan peran ekonomi kreatif sebagai penunjang pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Desa Wisata, Kerajinan Tangan, Kuliner Khas, Desa Jago

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang berbasis pada potensi pedesaan, baik dari segi sumber daya alam, budaya, maupun kehidupan sosial masyarakatnya. Keberadaan desa wisata menjadi alternatif pengembangan pariwisata yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi semata, tetapi juga pada pelestarian nilai-nilai lokal dan peningkatan peran masyarakat. Konsep ini berkembang sebagai upaya untuk mendorong pembangunan pariwisata yang lebih inklusif dengan melibatkan masyarakat desa sebagai pelaku utama dalam pengelolaan dan pemanfaatan potensi yang dimiliki. Antara dan Arida (2015) menyebutkan bahwa desa wisata merupakan suatu wilayah pedesaan yang memiliki

keunikan dan karakteristik khas, baik secara geografis maupun budaya, yang mampu memberikan pengalaman berbeda bagi wisatawan.

Dalam konteks pembangunan wilayah pedesaan, pengembangan desa wisata memiliki peranan strategis dalam meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Melalui aktivitas pariwisata, masyarakat memperoleh kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan ekonomi, seperti penyediaan jasa akomodasi, kuliner, transportasi lokal, hingga penjualan produk khas desa. Soekarya (2011) menegaskan bahwa tujuan utama pengembangan desa wisata adalah mendorong peningkatan ekonomi kerakyatan melalui penciptaan lapangan kerja baru, peningkatan pendapatan



masyarakat, serta tumbuhnya usaha-usaha mikro dan kecil berbasis potensi lokal. Dengan demikian, desa wisata dapat menjadi sarana pemberdayaan masyarakat yang berkontribusi pada pengurangan kesenjangan ekonomi antara wilayah desa dan kota.

Selain berdampak pada aspek ekonomi, desa wisata juga memiliki peran penting dalam menjaga keberlanjutan sektor pariwisata itu sendiri. Desa wisata menawarkan pengalaman wisata yang bersifat autentik dan berbeda dari destinasi wisata massal, sehingga mampu menjaga minat dan frekuensi kunjungan wisatawan. Henderson (2007) menyatakan bahwa pariwisata berbasis masyarakat memberikan nilai tambah berupa interaksi sosial yang lebih dekat antara wisatawan dan masyarakat lokal, serta pemanfaatan budaya dan lingkungan secara lebih bertanggung jawab. Keunikan inilah yang menjadikan desa wisata memiliki daya tarik tersendiri di tengah persaingan destinasi wisata.

Untuk mendukung pengembangan desa wisata yang berkelanjutan, salah satu aspek yang perlu diperhatikan adalah penguatan sektor ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan sektor ekonomi yang mengandalkan kreativitas, keterampilan, dan inovasi sebagai sumber daya utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang bernilai tambah (Howkins, 2001). Sektor ini mencakup berbagai bidang, seperti kerajinan tangan, kuliner tradisional, fesyen berbasis budaya lokal, seni pertunjukan, hingga seni rupa. Keberadaan produk ekonomi kreatif dapat menjadi pelengkap sekaligus penguat daya tarik desa wisata.

Produk ekonomi kreatif memiliki peran strategis karena tidak hanya berfungsi sebagai komoditas ekonomi, tetapi juga sebagai media untuk memperkenalkan identitas dan kearifan lokal suatu daerah. Produk-produk tersebut mencerminkan nilai budaya, tradisi, serta kreativitas masyarakat setempat, sehingga mampu memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi wisatawan. Kementerian Pariwisata dan

Ekonomi Kreatif (2020) menyatakan bahwa pengembangan produk ekonomi kreatif berbasis lokal dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata sekaligus memperkuat identitas budaya daerah. Oleh karena itu, identifikasi potensi produk ekonomi kreatif menjadi langkah awal yang penting dalam mendukung pengembangan desa wisata secara optimal.

Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi budaya dan sosial yang cukup beragam, serta aktivitas ekonomi masyarakat yang berpeluang dikembangkan menjadi produk ekonomi kreatif. Berbagai kegiatan ekonomi berbasis rumah tangga yang berkembang di Desa Jago berpotensi untuk diolah dan dikemas menjadi produk bernilai tambah yang dapat mendukung sektor pariwisata. Selain itu, letak Desa Jago yang berada di wilayah strategis Kabupaten Lombok Tengah membuka peluang integrasi dengan pengembangan pariwisata daerah.

Namun demikian, hingga saat ini potensi produk ekonomi kreatif di Desa Jago belum teridentifikasi dan dikelola secara maksimal. Sebagian besar aktivitas ekonomi kreatif masih dijalankan secara tradisional dan belum terarah sebagai bagian dari pengembangan desa wisata. Kondisi ini menunjukkan adanya peluang sekaligus tantangan dalam upaya mengoptimalkan potensi lokal agar mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap perekonomian masyarakat desa.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian mengenai Identifikasi Potensi Produk Ekonomi Kreatif di Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini diharapkan dapat mengidentifikasi jenis-jenis produk ekonomi kreatif yang berpotensi dikembangkan serta memberikan dasar bagi perumusan strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penunjang desa wisata yang berkelanjutan.



LANDASAN TEORI

A. Konsep Desa Wisata

1. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata merupakan salah satu model pengembangan pariwisata yang bertumpu pada potensi pedesaan serta kehidupan masyarakat lokal. Dalam konsep ini, masyarakat desa menjadi aktor utama dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki, baik yang berasal dari potensi alam, sosial, maupun budaya. Antara dan Arida (2015) menyatakan bahwa desa wisata adalah kawasan pedesaan yang memiliki karakteristik dan daya tarik khusus berupa lingkungan alam, kehidupan sosial budaya, serta peluang pengembangan produk pendukung kepariwisataan yang dikelola secara terpadu.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Soekarya (2011) menjelaskan bahwa desa wisata merupakan integrasi antara berbagai komponen pariwisata, seperti atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung, yang dikemas dalam kehidupan masyarakat desa yang masih menjunjung tinggi nilai-nilai adat dan tradisi lokal. Dengan demikian, desa wisata tidak hanya menyajikan objek wisata, tetapi juga menghadirkan pengalaman langsung mengenai kehidupan sosial dan budaya masyarakat desa.

Secara operasional, Hadiwijoyo (2012) dalam Antara dan Arida (2015) mengemukakan bahwa desa wisata merupakan suatu sistem pariwisata yang menyatukan atraksi wisata, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang tercermin dalam aktivitas keseharian masyarakat desa. Atraksi yang ditawarkan dapat berupa panorama alam pedesaan, tradisi budaya, kegiatan pertanian, serta produk kerajinan dan kuliner khas daerah. Akomodasi umumnya berbentuk homestay yang memungkinkan wisatawan tinggal bersama masyarakat lokal sehingga dapat merasakan secara langsung kehidupan pedesaan. Selain itu, desa wisata juga dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti sarana transportasi, pusat informasi, area parkir, dan fasilitas umum lainnya.

Pengelolaan desa wisata dilakukan dengan pendekatan partisipatif melalui keterlibatan aktif masyarakat setempat, baik secara individu maupun melalui kelembagaan lokal seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Masyarakat berperan sebagai pengelola, tuan rumah, pemandu wisata, penyedia homestay, serta pelaku usaha ekonomi kreatif. Melalui pengelolaan yang berbasis masyarakat ini, desa wisata diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus menjaga kelestarian lingkungan, budaya, dan kearifan lokal dalam kerangka pembangunan pariwisata berkelanjutan.

2. Karakteristik Desa Wisata

Desa wisata memiliki sejumlah ciri utama yang membedakannya dari bentuk destinasi wisata lainnya. Karakteristik tersebut antara lain sebagai berikut:

1. Memiliki daya tarik yang unik dan autentik
Desa wisata ditandai oleh adanya keunikan yang bersifat khas dan tidak mudah ditemukan di daerah lain. Keunikan tersebut dapat berupa kondisi alam pedesaan yang masih asri, tradisi dan budaya lokal, kesenian tradisional, kuliner khas, arsitektur bangunan, hingga hasil kerajinan tangan berbasis kearifan lokal. Keaslian inilah yang menjadi nilai jual utama desa wisata.

2. Masyarakat berperan sebagai tuan rumah

Dalam desa wisata, masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah yang menerima dan melayani wisatawan. Mereka terlibat langsung dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan kegiatan pariwisata, serta bertanggung jawab dalam menjaga kelestarian budaya dan lingkungan desa.

3. Terintegrasiya komponen pariwisata

Desa wisata merupakan suatu kesatuan yang menggabungkan atraksi wisata, akomodasi (homestay), fasilitas pendukung, serta berbagai aktivitas wisata dalam satu paket terpadu. Wisatawan tidak hanya menikmati objek wisata, tetapi juga dapat berpartisipasi dalam aktivitas keseharian masyarakat seperti bertani, membuat kerajinan, atau mengikuti kegiatan budaya.

4. Mendorong berkembangnya ekonomi kreatif



Desa wisata memberikan ruang bagi tumbuh dan berkembangnya usaha ekonomi kreatif masyarakat yang berbasis potensi dan budaya lokal, seperti kuliner tradisional, kerajinan tangan, seni pertunjukan, dan produk kreatif lainnya. Aktivitas ini berfungsi sebagai sumber pendapatan masyarakat sekaligus sebagai daya tarik wisata.

5. Pengelolaan yang bersifat partisipatif

Pengelolaan desa wisata dilakukan secara swadaya dengan melibatkan masyarakat dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan hingga evaluasi. Partisipasi masyarakat menjadi faktor kunci dalam menjaga keberlanjutan desa wisata.

3. Tujuan Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata memiliki beberapa tujuan utama, antara lain untuk mendorong tumbuhnya aktivitas ekonomi produktif masyarakat desa, meningkatkan kesadaran terhadap pelestarian lingkungan dan budaya, memperkuat identitas serta kebanggaan masyarakat lokal, mendukung pengembangan wilayah pedesaan secara terpadu dan berkelanjutan, membuka lapangan kerja dan peluang usaha baru, serta menyediakan pengalaman wisata yang bersifat autentik dan berbasis kehidupan pedesaan.

B. Konsep Ekonomi Kreatif

1. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan pendekatan baru dalam pembangunan ekonomi yang menempatkan kreativitas, pengetahuan, dan inovasi sebagai faktor produksi utama. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014), ekonomi kreatif adalah aktivitas ekonomi yang bersumber dari pemanfaatan ide, kreativitas, dan hak kekayaan intelektual yang berbasis ilmu pengetahuan, budaya, serta lingkungan.

Bekraf (2018) menjelaskan bahwa berkembangnya ekonomi kreatif menandai pergeseran dari ekonomi yang bergantung pada sumber daya alam menuju ekonomi yang bertumpu pada kualitas sumber daya manusia, khususnya kemampuan intelektual, kreativitas, dan inovasi dalam menciptakan produk dan jasa yang memiliki nilai ekonomi

tinggi.

2. Subsektor Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif terdiri atas berbagai subsektor yang memadukan kreativitas, keterampilan, dan talenta. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2014) mengelompokkan subsektor ekonomi kreatif ke dalam beberapa bidang, antara lain kriya, kuliner, fesyen, seni pertunjukan, seni rupa, desain, fotografi, musik, film, animasi dan video, aplikasi dan pengembangan gim, serta subsektor kreatif lainnya. Berbagai subsektor tersebut memiliki peluang besar untuk dikembangkan di wilayah pedesaan dengan memanfaatkan potensi lokal dan kearifan budaya setempat.

3. Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan Desa Wisata

Dalam pengembangan desa wisata, ekonomi kreatif memegang peranan yang sangat penting. Pertama, ekonomi kreatif mampu menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha baru bagi masyarakat desa melalui pemanfaatan potensi lokal, seperti kerajinan, kuliner khas, dan seni budaya (Menparekraf, 2014). Kedua, ekonomi kreatif berperan dalam mengangkat kearifan lokal serta memperkuat identitas budaya desa sebagai daya tarik wisata yang autentik (Bekraf, 2018). Ketiga, pengembangan kegiatan ekonomi kreatif dapat meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat desa (Ardiansah et al., 2020).

Selain itu, ekonomi kreatif juga berkontribusi dalam upaya pelestarian lingkungan dan budaya, karena sumber daya alam dan budaya menjadi modal utama dalam penciptaan produk kreatif (Trisnawati et al., 2018). Oleh karena itu, integrasi antara desa wisata dan ekonomi kreatif merupakan strategi yang penting dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan.

Dalam konteks penelitian ini, pengembangan ekonomi kreatif di Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, dapat dilakukan melalui identifikasi potensi produk kreatif yang berbasis budaya dan sumber daya lokal. Dengan pengelolaan yang tepat, produk ekonomi kreatif tersebut dapat berfungsi



sebagai penunjang utama desa wisata sekaligus meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Hal ini sejalan dengan pandangan Pradana et al. (2020) yang menyatakan bahwa pengembangan desa wisata yang terintegrasi dengan ekonomi kreatif mampu memberikan dampak positif bagi aspek ekonomi, sosial, serta pelestarian budaya masyarakat desa.

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai potensi produk ekonomi kreatif di Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, serta bagaimana potensi tersebut dapat dimanfaatkan untuk mendukung pengembangan desa wisata. Pendekatan studi kasus digunakan karena memungkinkan peneliti menelusuri fenomena secara detail dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas antara fenomena dan konteksnya sulit dipisahkan (Yin, 2018).

B. Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Observasi lapangan dilakukan untuk mengamati kondisi nyata Desa Jago, aktivitas masyarakat, serta potensi produk ekonomi kreatif yang ada. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai kondisi sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat yang berkaitan dengan pengembangan desa wisata.

Wawancara

Wawancara mendalam dilakukan dengan informan kunci, seperti kepala desa, tokoh masyarakat, anggota Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku usaha ekonomi kreatif, serta warga yang aktif dalam sektor pariwisata atau ekonomi kreatif. Wawancara bertujuan untuk mendapatkan informasi langsung mengenai potensi produk kreatif, peluang pengembangan, serta kendala yang dihadapi masyarakat dalam mendukung desa wisata.

C. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara

kualitatif dengan mengacu pada metode Miles dan Huberman (1994), yang terdiri dari tiga tahap:

1. Reduksi Data

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi akan dipilih, disederhanakan, dan diorganisir. Data yang kurang relevan dibuang, sementara informasi penting dirangkum untuk mempermudah analisis.

2. Penyajian Data

Data yang telah direduksi disusun secara sistematis dalam bentuk narasi, tabel, diagram, atau bagan. Penyajian ini memudahkan peneliti mengidentifikasi pola, hubungan, dan temuan utama dari data penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir meliputi penarikan kesimpulan dari data yang telah dianalisis, serta verifikasi hasil dengan membandingkan temuan penelitian dengan teori dan studi terdahulu. Verifikasi ini bertujuan untuk memastikan keakuratan, kredibilitas, dan konsistensi temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Potensi Produk Ekonomi Kreatif di Desa Jago

Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, memiliki beragam potensi ekonomi kreatif yang cukup menjanjikan, terutama pada subsektor kerajinan tangan. Hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pengrajin lokal menunjukkan bahwa jenis kerajinan yang dihasilkan memiliki keunikan dan nilai budaya yang tinggi, sehingga berbeda dengan produk kerajinan dari desa lain. Potensi ini sejalan dengan pendapat Antara & Arida (2015), yang menyebutkan bahwa kerajinan berbasis budaya lokal tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga dapat menjadi daya tarik wisata yang meningkatkan minat kunjungan wisatawan. Dengan demikian, subsektor kerajinan dapat menjadi media promosi budaya sekaligus sumber pendapatan masyarakat.

Salah satu kerajinan unggulan Desa Jago adalah produk berbahan tempurung



kelapa. Masyarakat desa mengolah tempurung kelapa menjadi berbagai produk kreatif, seperti gantungan kunci, hiasan dinding, mangkuk, dan peralatan rumah tangga. Berdasarkan wawancara dengan Bapak Rahmat, pengrajin tempurung kelapa, keterampilan ini diwariskan secara turun-temurun: "Kerajinan tempurung kelapa sudah menjadi tradisi di desa kami selama puluhan tahun, diajarkan dari generasi ke generasi." Kerajinan ini tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga mengandung nilai budaya yang kuat, karena setiap produk menyimpan ciri khas lokal. Proses produksi yang masih dilakukan secara manual memperlihatkan kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya alam secara kreatif dan berkelanjutan.

Selain subsektor tempurung kelapa, Desa Jago juga memiliki kerajinan berbahan kayu, termasuk patung, ukiran, dan furnitur. Produk-produk ini dihasilkan dengan memanfaatkan keterampilan dan keahlian masyarakat yang telah diwariskan turun-temurun. Paembonan (2023) menekankan bahwa pengembangan kerajinan kayu memiliki nilai ekonomi yang tinggi karena produk ini diminati pasar lokal maupun wisatawan. Selain bernilai jual, kerajinan kayu ini juga memperkuat identitas budaya desa dan menunjukkan kreativitas masyarakat dalam memadukan tradisi dan inovasi.

Subsektor aksesoris juga menjadi potensi kreatif yang menjanjikan di Desa Jago. Masyarakat desa membuat kalung, gelang, dan cincin dari bahan lokal seperti manik-manik, kerang, dan batu. Ibu Sari, seorang pengrajin aksesoris, menyatakan: "Kalung dan gelang buatan saya banyak dibeli wisatawan karena keunikan dan nilai budaya setiap produk."

Produk aksesoris ini tidak hanya memberikan peluang ekonomi tetapi juga menjadi sarana promosi budaya lokal. Setiap karya menampilkan nilai estetika dan keunikan yang dapat menarik minat wisatawan, sehingga berkontribusi pada pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif.

Selain kerajinan tangan, Desa Jago memiliki potensi unik dalam bidang arsitektur kapal tradisional. Meski saat ini belum dikembangkan secara optimal, potensi ini dapat menjadi daya tarik wisata yang berbeda dan khas. Arsitektur kapal tradisional tidak hanya memiliki nilai historis dan budaya, tetapi juga bisa dijadikan produk wisata edukatif yang menggabungkan nilai budaya, keterampilan, dan kreativitas masyarakat. Proses pembuatan kapal tradisional yang masih dilakukan secara manual menambah nilai autentik dan memperkuat identitas budaya desa (Paembonan et al., 2023).

Dalam hal pemasaran, produk kerajinan di Desa Jago dijual secara langsung kepada wisatawan yang berkunjung maupun melalui toko-toko kerajinan di kota terdekat. Menparekraf (2014) menyatakan bahwa subsektor kerajinan tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga menciptakan lapangan kerja dan peluang usaha baru. Strategi pemasaran yang tepat, termasuk promosi melalui media digital dan kerjasama dengan toko oleh-oleh, dapat memperluas jangkauan produk dan meningkatkan nilai ekonomi masyarakat.

Meskipun subsektor kerajinan memiliki potensi yang menjanjikan, subsektor kuliner khas desa masih kalah bersaing dengan makanan barat yang lebih familiar bagi wisatawan. Bapak Ridwan, anggota Pokdarwis, menyatakan: "Kuliner kami memiliki rasa khas, tetapi tampilannya kurang menarik bagi wisatawan yang terbiasa dengan standar makanan barat, dan promosi kami belum maksimal." Hal ini menunjukkan perlunya upaya strategis untuk meningkatkan kualitas kuliner, baik dari segi penyajian, inovasi resep, pengemasan, maupun promosi. Diversifikasi menu dan penggunaan bahan lokal berkualitas dapat meningkatkan daya tarik kuliner lokal di mata wisatawan.

Upaya peningkatan daya saing kuliner dapat dilakukan melalui perbaikan kualitas penyajian, pengemasan yang menarik, diversifikasi menu, serta strategi promosi yang lebih efektif. Dukungan pemerintah dalam



bentuk pelatihan, pendampingan, dan promosi ke pasar yang lebih luas sangat penting agar kuliner khas desa dapat menjadi daya tarik utama wisatawan, sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat setempat. Dengan pengembangan subsektor kerajinan dan kuliner secara terpadu, Desa Jago berpotensi menjadi desa wisata yang menarik dan berkelanjutan.

B. Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan Desa Wisata

Ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung Desa Jago sebagai desa wisata yang berkelanjutan. Pertama, ekonomi kreatif menyediakan produk dan jasa yang menarik bagi wisatawan sekaligus mencerminkan identitas dan kearifan lokal. Kerajinan tangan, aksesoris, serta produk kuliner berbahan lokal tidak hanya menjadi daya tarik wisata tetapi juga memperkuat citra budaya desa. Produk kreatif ini dapat menjadi media promosi budaya lokal yang efektif bagi wisatawan dari berbagai daerah dan negara.

Kedua, ekonomi kreatif meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Dengan menjual produk kerajinan dan kuliner, masyarakat Desa Jago memperoleh sumber pendapatan tambahan yang signifikan (Ardiansah et al., 2020). Selain itu, pengembangan sektor ekonomi kreatif membuka peluang lapangan kerja baru sebagai pengrajin, penjual, maupun penyedia jasa pendukung wisata, seperti homestay, transportasi lokal, atau jasa pemandu wisata (Menparekraf, 2014; Soekarya, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif tidak hanya mendukung aspek ekonomi, tetapi juga memfasilitasi pemberdayaan masyarakat secara sosial.

Ketiga, ekonomi kreatif berperan dalam pelestarian budaya dan kearifan lokal. Produk kerajinan dan kuliner khas Desa Jago merupakan cerminan budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Dengan mengembangkan produk-produk ini, masyarakat tidak hanya menjaga warisan budaya, tetapi juga mempromosikannya

kepada wisatawan, sehingga menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan mendidik (Bekraf, 2018). Pelestarian budaya melalui ekonomi kreatif menjadi strategi yang efektif untuk meningkatkan daya tarik desa wisata dan memperkuat identitas lokal.

Dengan penerapan strategi pengembangan produk, diversifikasi jenis kerajinan dan kuliner, serta pemasaran yang efektif, ditambah dukungan pemerintah dan pemangku kepentingan, Desa Jago memiliki potensi besar untuk menjadi desa wisata yang berkelanjutan. Desa Jago dapat memberdayakan masyarakat dari sisi ekonomi, sosial, dan budaya, sekaligus menjaga kelestarian kearifan lokal dan meningkatkan kualitas pengalaman wisata bagi pengunjung. Integrasi ekonomi kreatif dalam pengembangan desa wisata menjadi kunci keberhasilan desa dalam membangun pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa Desa Jago, Kabupaten Lombok Tengah, memiliki potensi ekonomi kreatif yang cukup besar dan beragam, terutama pada subsektor kerajinan tangan dan aksesoris berbasis bahan lokal. Produk-produk tersebut tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga mengandung nilai budaya dan kearifan lokal yang menjadi identitas desa. Selain itu, keberadaan potensi arsitektur kapal tradisional memperkuat peluang pengembangan daya tarik wisata edukatif yang unik dan autentik.

Ekonomi kreatif terbukti memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan desa wisata, baik sebagai sumber pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, maupun sebagai media pelestarian budaya lokal. Namun demikian, masih terdapat sejumlah tantangan, khususnya pada pengembangan subsektor kuliner khas desa yang membutuhkan peningkatan kualitas, inovasi, serta strategi pemasaran yang lebih efektif. Oleh karena itu, diperlukan sinergi



antara masyarakat, pemerintah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam bentuk pelatihan, pendampingan, serta penguatan promosi agar ekonomi kreatif dapat berfungsi secara optimal sebagai penunjang desa wisata yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Antara, M., & Arida, I. N. S. (2015). Panduan pengelolaan desa wisata berbasis potensi lokal. Denpasar: Pustaka Larasan.
- [2] Antara, R., & Arida, R. (2015). Kerajinan tangan berbasis budaya lokal sebagai daya tarik wisata. Jakarta: Penerbit Kreatif.
- [3] Antara, S., & Arida, D. (2015). Desa wisata dan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Jakarta: Pustaka Pariwisata.
- [4] Ardiansah, F., et al. (2020). Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penunjang pariwisata desa. Yogyakarta: Media Kreatif.
- [5] Ardiansah, R., et al. (2020). Ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta Press.
- [6] Ardiansah, R., Nugroho, I., & Muljaningsih, S. (2020). Peran ekonomi kreatif dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Pariwisata dan Pembangunan Daerah*, 4(2), 85–96.
- [7] Badan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2018). Rencana strategis Badan Ekonomi Kreatif 2018–2025. Jakarta: BEKRAF.
- [8] Bekraf. (2018). Pengembangan ekonomi kreatif dan pelestarian budaya lokal. Jakarta: Badan Ekonomi Kreatif.
- [9] Hadiwijoyo, H. (2012). Manajemen pariwisata desa. Dalam Antara, S., & Arida, D. (Ed.). Jakarta: Pustaka Pariwisata.
- [10] adiwijoyo, S. S. (2012). Perencanaan pariwisata perdesaan berbasis masyarakat. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [11] Henderson, J. C. (2007). *Tourism and Small Cities and Towns*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- [12] Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- [13] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2020). *Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional*. Jakarta: Kemenparekraf.
- [14] Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2014). *Pengembangan ekonomi kreatif Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [15] Menparekraf. (2014). *Ekonomi kreatif sebagai peluang usaha di desa*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [16] Menparekraf. (2014). *Pedoman pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- [17] Miles, M.B., & Huberman, A.M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. California: Sage Publications.
- [18] Paembonan, M. (2023). Potensi ekonomi kreatif masyarakat desa. Lombok: Penerbit Nusantara.
- [19] Pradana, F., Suryani, E., & Hidayat, A. (2020). Integrasi desa wisata dan ekonomi kreatif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Pariwisata*, 6(1), 45–56.
- [20] Soekarya, A. (2011). *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- [21] Soekarya, I. (2011). Desa wisata sebagai sarana pemberdayaan ekonomi masyarakat. Jakarta: Bumi Aksara.



- [22] Soekarya, I. (2011). Pengembangan desa wisata dan ekonomi masyarakat lokal. Jakarta: Penerbit Kom
- [23] Trisnawati, N., et al. (2018). Peran ekonomi kreatif dalam pemberdayaan desa wisata. Bandung: Alfabeta.
- [24] Trisnawati, R., Wulandari, D., & Haryanto, J. T. (2018). Ekonomi kreatif sebagai strategi pengembangan pariwisata berkelanjutan. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 9(2), 123–134.
- [25] Yin, R.K. (2018). Case study research and applications: Design and methods (6th ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.



HALAMANINI SENGAJA DIKOSONGKAN