



## Bentuk Pariwisata Perdesaan dan Pengembangan Ekonomi Kreatif

I Gede Astra Wesnawa<sup>1</sup>, I Ketut Sudiana<sup>2</sup>  
<sup>1,2</sup> Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja  
 astra.wesnawa@Undiksha.ac.id

**Abstrak.** Sektor Pariwisata merupakan sektor penting dalam upaya penerimaan Pendapatan Asli Daerah yang cukup potensial. Pengembangan pariwisata perdesaan sebagai penggerak ekonomi kreatif. Perdesaan memiliki potensi alam dan sosial budaya yang layak dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata. Potensi fisik berupa, perbukitan, persawahari, rumah tradisional dan sebagainya. Di samping itu, perdesaan memiliki potensi industri kecil berupa beranekaragam kerajinan ukir kayu, kerajinan bambu, pelepah pisang industri makanan, serta memiliki kekayaan seni budaya lokal seperti seni tari, seni tabuh, seni lukis. Pariwisata sebagai industri, mampu mendatangkan devisa negara dan penerimaan asli daerah yang berimplikasi pada kehidupan ekonomi masyarakat. Sehubungan dengan itu, dilakukan penelitian multi tahun. Secara umum bertujuan untuk mengembangkan pariwisata perdesaan berkelanjutan sebagai motor penggerak ekonomi kreatif dalam upaya mengatasi kemiskinan. Secara khusus, Tahun pertama dilakukan (1) identifikasi bentuk-bentuk pariwisata yang telah dikembangkan di daerah perdesaan Bali, (2) identifikasi bentuk-bentuk pengembangan ekonomi kreatif dalam pengembangan pariwisata perdesaan, Untuk mencapai tujuan tersebut dilaksanakan penelitian pariwisata yang menggunakan pendekatan Interdisipliner. Populasi penelitian meliputi desa wisata yang tersebar di kabupaten/kota Provinsi Bali. Desa wisata yang dipilih di masing-masing lokasi kabupaten ditetapkan 1 lokasi desa wisata, kecuali Kabupaten Buleleng dengan 4 desa wisata, sehingga ada 11 lokasi desa wisata, yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Sampel subjek terdiri dari Kadis Pariwisata Kabupaten, Kepala Desa, Pokdarwis, Tokoh Masyarakat, pelaku pariwisata, pemilik restoran, hotel, travel agent, dan masyarakat sekitar. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, dokumentasi observasi, dan FGD. Metode analisis yang digunakan adalah model analisa interaktif model Miles Huberman. Hasil menunjukkan : (1) bentuk-bentuk pariwisata yang dikembangkan meliputi bentuk daya tarik alam, daya tarik budaya dan daya tarik buatan berdasarkan potensi yang ada di desa wisata. Dan (2) Bentuk pengembangan ekonomi kreatif dalam pengembangan pariwisata perdesaan dari *something to buy*, yang berupa paket wisata Menanam padi, membajak sawah, membuat kerajinan dari akar wangi, belajar kesenian tradisional, dan seni kuliner.

Kata kunci : Bentuk pariwisata perdesaan; pengembangan ekonomi kreatif.

### Pendahuluan

Wesnawa<sup>1</sup> menemukan berbagai bentuk potensi pariwisata di antaranya potensi pariwisata alam, budaya dan minat khusus yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Bali. Namun, potensi di wilayah perdesaan belum dikembangkan secara optimal, sehingga harapan untuk meningkatkan kehidupan sosial ekonomi, belum dapat dicapai, khususnya dalam upaya mengatasi kemiskinan dan upaya menciptakan kesejahteraan bagi masyarakat setempat. Hal ini diduga disebabkan kurangnya pemberdayaan masyarakat yang daerahnya potensial sebagai daerah wisata, kurang kreatifnya masyarakat untuk menciptakan peluang dari potensi alam dan budaya menjadi berbagai kerajinan kreatif dan kurang pahamnya kedudukan masyarakat sebagai objek daya tarik wisata di perdesaan.

Pandemi Covid-19 menghancurkan perekonomian dunia, termasuk Bali sebagai DTW terkena dampaknya. Banyak karyawan yang drumahkan, sehingga berdampak pada hilangnya pendapatan, yang ujungnya meningkatkan angka kemiskinan. Era kebiasaan baru, tentu harus diupayakan bagaimana mempersiapkan kondisi yang lebih baik pada masa normal baru, agar geliat pariwisata tetap sebagai primadona..

Sektor Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua sisi yang saling berpengaruh dan saling bersinergi bila dilakukan pengelolaan secara bijaksana, sehingga berdampak pada perekonomian masyarakat<sup>2, 3, 4,5</sup> menjelaskan ada tiga hal dalam kegiatan wisata yaitu harus ada *something to see, something to do dan something to buy*. Dari ketiga komponen tersebut ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy*





dengan penciptaan produk inovatif yang unik dari suatu desa..

Provinsi Bali memiliki potensi wisata yang sangat potensial khususnya di perdesaan <sup>6</sup>. Potensi ini sangat berarti bagi peningkatan kehidupan ekonomi masyarakat di koridor Bali yang selalu berusaha meningkatkan daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan penahan lama tinggal wisatawan yang harapannya terjadi peningkatan PAD. Hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa potensi yang dimiliki Bali adalah panorama alam yang didukung dengan budaya, namun potensi dan dukungan budaya belum berkembang secara optimal, sehingga berdampak pada perkembangan kegiatan ekonomi kreatif perdesaan. Penelitian pengembangan pariwisata perdesaan sebagai motor penggerak ekonomi kreatif didukung dengan isu strategis ketimpangan pemanfaatan pariwisata dan diversifikasi DTW . Tujuan penelitian *Tahun pertama adalah* (1) mengidentifikasi bentuk pariwisata perdesaan yang telah dikembangkan di Provinsi Bali, dan (2) mengidentifikasi bentuk-bentuk pengembangan ekonomi kreatif dalam pengembangan pariwisata perdesaan,

Kajian pariwisata perdesaan ini merupakan penelitian geografi pariwisata, yang urgensi pada pengembangan pariwisata perdesaan berkelanjutan sebagai motor penggerak ekonomi kreatif dalam upaya mengatasi kemiskinan pada koridor Bali. Mengingat daerah Provinsi Bali memiliki potensi pariwisata yang sangat potensial untuk dikembangkan secara berkelanjutan untuk mendukung kehidupan sosial ekonomi sebagai penyangga kehidupan masyarakat Bali.

## Materi dan Metode

Penelitian ini dilakukan di daerah perdesaan Provinsi Bali. Berbagai potensi wilayah yang dikembangkan, seperti kerajinan rumah tangga untuk menunjang ekonomi kreatif guna meningkatkan perekonomian dan mengatasi kemiskinan masyarakat Bali. Populasi penelitian meliputi desa wisata yang tersebar di 9 lokasi kabupaten/kota di Provinsi Bali. Desa wisata yang dipilih di masing-masing lokasi kabupaten ditetapkan 1 lokasi desa wisata, kecuali Kabupaten Buleleng dengan 4 desa wisata, sehingga ada 11 lokasi desa wisata, yang dipilih dengan teknik *purposive sampling*<sup>7</sup>. Adapun pertimbangannya kabupaten yang memiliki daya dukung potensi wisata. Namun, desa wisatanya tidak berkembang. Sampel subjek terdiri dari Kadis Pariwisata

Kabupaten, Kepala Desa, Pokdarwis, Tokoh Masyarakat, pelaku pariwisata, pemilik restoran, hotel, travel agent, dan masyarakat sekitar.

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa cara, yaitu: wawancara, dokumentasi observasi, dan FGD. Metode analisis yang digunakan adalah model analisis interaktif. Metode ini terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi <sup>8</sup>. Dalam pandangan yang dikemukakan oleh Miles tersebut, tiga jenis analisis dan kegiatan pengumpulan data merupakan proses siklus dan interaktif/

## Hasil dan Pembahasan

### (1) Bentuk-Bentuk Pariwisata yang Telah Dikembangkan Di Daerah Perdesaan Bali

Berlandaskan potensi desa wisata yang berbasis masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan memiliki fokus budaya, sesuai potensi masing-masing desa, maka bentuk-bentuk pariwisata yang dikembangkan di desa wisata antara lain:

#### 1. Atraksi/Daya Tarik Wisata

Atraksi / daya tarik wisata yang dikaji meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan manusia.

##### a. Daya tarik alam

Daya tarik alam yang terdapat di desa wisata merupakan potensi alam yang menjadi daya tarik pariwisata pedesaan, diantaranya, pemandangan alam perdesaan di pegunungan, pedataran, pemandangan air terjun, hamparan persawahan dengan teraseringnya.

#### b. Daya Tarik Budaya

Daya tarik budaya yang terdapat di desa wisata merupakan peninggalan leluhur yang sampai sekarang masih dilestarikan oleh masyarakat yang menjadi daya tarik pariwisata pedesaan. Daya tarik budaya di masing-masing desa wisata mempunyai keunggulan daya tarik yang tidak ditemukan di daerah lain, seperti: tari-tarian Sakral, rumah adat, dan festival yang dikemas di masing-masing desa, menjadi daya tarik budaya. Dalam pengembangannya daya tarik budaya telah banyak desa wisata yang berkolaborasi dengan Pemerintah Kabupaten, seperti Buleleng dalam ajang Buleleng Festival, Tabanan dalam ajang festival Danau, Kota madya Denpasar festival dan sebagainya.





**c. Daya Tarik Buatan**

Daya tarik buatan yang terdapat di masing-masing desa wisata meliputi produk dari potensi desa, seperti berbagai kerajinan anyam-anyaman, seni kuliner, dan pemandangan alam. Seperti yang dijelaskan oleh bapak Komang Rena selaku masyarakat dan pelaku usaha di Desa Sidatapa pada 05 Juli 2021, mengungkapkannya sebagai berikut.

“Daya tarik buatan segala sesuatu yang sudah ada di Sidatapa seperti anyaman bambu yang akan diperuntukan sebagai oleh-oleh atau kegiatan wisatawan saat Sidatapa akan dipasarkan dalam kedai dan dikolaborasi dengan suguhan wisatawan ketika memilih paket wisata”, berikut beberapa daya Tarik wisata buatan yang ditemukan di lokasi penelitian.

**2. Akomodasi**

Akomodasi yang berupa rumah tradisional yang dikemas seperti akomodasi pariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, karena bangunan tradisional dengan ornament yang unik menjadi daya tarik bagi wisatawan. Wisatawan yang menginap pada akomodasi yang ada di desa wisata, akan menikmati aktivitas keseharian masyarakat desa wisata dan dapat berinteraksi dengan aktivitas social budaya di desa wisata.

**3. Aksesibilitas**

Perjalanan menuju Desa Sidatapa dapat menggunakan ojek, kendaraan sewa atau pribadi. Apabila dari Kota Singaraja jaraknyasekitar 40 menit, melewati jalur Pantai Lovina dan wilayah bali aga yang lain seperti Tigawasa kemudian Cempaga. Jalan menuju Desa Sidatapa layak dilewati dalam pengembangan desa wisata, pemerintah Desa Sidatapa memprioritaskan pembangunan fisik yaitu jalan. Untuk biro perjalanan menuju sidatapa belum tersedia.

**4. Kelembagaan**

Menurut Wijaya<sup>9</sup> Pengembangan kelembagaan pariwisata melalui komunitas dan masyarakat merupakan pelaku utama dalam pengelolaan event, sedangkan dinas hanya bergerak sebagai fasilitator dan koordinator. Kelembagaan juga perlu didorong kolaborasi dan koordinasi dalam pengembangan pariwisata. Pengembangan Desa Wisata masih perlu dilakukan perumusan pengelola desa

wisata seperti Badan Usaha Milik Desa, pemandu wisata dan keterlibatan masyarakat.

Suatu wilayah dikembangkan menjadi desa wisata harus memiliki produk pariwisata agar dapat ditetapkan menjadi destinasi wisata. Produk pariwisata tersebut yang menjadi daya tarik utama dari industri pariwisata. Destinasi berkaitan dengan wilayah yang mempunyai kekhasan dan keunggulan, baik secara fisiografis, sosial budaya yang unik, sehingga dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Semua produk yang berkaitan dengan perjalanan sebelum, selama, dan sesudah mengunjungi suatu destinasi adalah produk-produk pendukung industri pariwisata. Produk-produk yang dinikmati oleh wisatawan, sehingga wisatawan memperoleh kepuasan, maka hal ini akan menjadi suatu yang mendorong wisatawan untuk menginformasikan ke teman di lingkungan sekitarnya. Sesuatu yang menarik dengan pelayanan yang memuaskan menjadi nilai tambah bagi daerah tujuan wisata. Namun sebaliknya, jika produk yang unggul dan unik, namun pelayanan yang diberikan mengecewakan ini akan membuat wisatawan bisa menyampaikan ke khalayak tentang kekecewaannya, yang pada akhirnya menyebabkan daerah tersebut tidak banyak dikunjungi. Destinasi wisata yang unggul dan menarik kunjungan wisatawan, menurut Cooper, Desa wisata sebagai sebuah destinasi yang akan dipromosikan dan dijual, ada empat aspek yang harus dimiliki, yaitu :

Pertama *Attraction*, adalah produk utama sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di desa wisata tersebut. Berbagai macam atraksi dikembangkan di desa wisata meliputi: (1) kegiatan persawahan/ladangan, (2) kegiatan kesenian desa (3) kegiatan olah raga dengan masyarakat desa, (4) kegiatan upacara, (5) kegiatan meditasi lainnya (6) kegiatan pembangunan rumah, (7) kegiatan desa adat lainnya, (8) makanan dan minuman

Kedua, *Accessibility*, adalah sarana dan infrastruktur untuk menuju ke desa wisata. Akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi dan rambu-rambu penunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi desa wisata. Akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi. Bagi *individual tourist*, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya





sendiri tanpa bantuan *travel agent*, sehingga sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik.

Ketiga *Amenity*, adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berupa: toilet umum, *rest area*, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Di samping itu, amenitas yang berkaitan dengan: (1) Akomodasi yang disiapkan untuk wisatawan hendaknya tetap bernuansa pedesaan. Hal ini dapat dilakukan dengan cara merehabilitasi dan modifikasi rumah penduduk yang memiliki karakteristik rumah tradisional di pedesaan yang sudah ada, sehingga memenuhi standar akomodasi wisata, dilihat dari segi kesehatan dan kenyamanan, meliputi sirkulasi udara, penyaluran, sanitasi dan penyediaan sarana MCK, dan (2) Akomodasi merupakan bagian baru di lingkungan rumah-rumah pedesaan, dengan bangunan yang berdiri di lahan milik penduduk lokal. Pengelolaan dari penyelenggaraan tempat tinggal seperti itu sepenuhnya ada di tangan penduduk lokal. Beberapa program penyiapan sebaiknya difasilitasi secara matang sebelumnya. Program penyiapan tersebut meliputi penyuluhan, pelatihan pengelolaan/manajemen sederhana dan sebagainya.

Keempat *Ancillary* berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus desawisata tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun desa wisata sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenitas yang baik, tapi jika tidak ada orang atau organisasi yang mengatur dan mengurus, maka ke depannya pasti akan terbengkalai. Organisasi sebuah desa wisata akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Mengelola desa wisata agar bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait, seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan dan para *stakeholder* lainnya.

Ke empat aspek yang diuraikan di atas sudah seharusnya menjadi pertimbangan bagi masyarakat desa atau pemerintah atau pemangku kepentingan pariwisata untuk mengembangkan suatu destinasi wisata menjadi desa wisata yang atraktif.

## (2) Bentuk-Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Perdesaan

Pengembangan pariwisata pedesaan berimplikasi terhadap pengembangan bentuk-bentuk ekonomi kreatif yang berbasis pada potensi yang dimiliki desa wisata. Dua hal ini selalu berpengaruh dan saling bersinergi jika dilakukan pengelolaan dengan baik, seperti diungkapkan oleh Ooi<sup>11</sup>. Sementara itu, konsep wisata yang dikembangkan Yoeti<sup>12</sup> menyebarkan ada 3 faktor yaitu *something to see, something to do dan something to buy*. Dari ketiga komponen tersebut, ekonomi kreatif pada *something to buy* dengan menciptakan produk-produk ekonomi kreatif yang berbasis potensi desa wisata. Banyak negara di dunia telah menerapkan ekonomi kreatif di negaranya, seperti Jepang yang menawarkan paket wisata ke tempat pembuatan kerajinan tradisional seperti keramik dan sutra yang dibuat oleh warga setempat. Sebagai produk kerajinan Kanazawa yang dihasilkan sekaligus dipamerkan produknya dan dijual di sekitar kastil Kanazawa. Demikian juga, New Zealand membuat paket wisata pelatihan kerajinan tanah liat, pelatihan membuat kerajinan perak, dan pembuatan anggur. Dalam paket wisata tersebut, wisatawan dapat berpartisipasi aktif dan membawa pulang hasil kerajinannya sebagai memorabilia pribadi<sup>10</sup>.

Bentuk pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata di pedesaan Bali dari komponen *something to buy* adalah sebagai berikut.

### a) Atraksi

Menanam padi, membajak sawah, membuat kerajinan dari akar wangi, belajar kesenian tradisional dan seni kuliner. Pengembangan desa wisata ini dapat membawa dampak positif bagi kehidupan masyarakat setempat. Masyarakat yang mayoritas bermatapencaharian sebagai petani perlu berganti profesi karena pertanian diintegrasikan sebagai salah satu bagian dari wisata. Dampak lain dari pengembangan wisata tersebut yakni penurunan tingkat migrasi karena kegiatan wisata mendorong berbagai lapangan kerja bagi masyarakat setempat seperti pemandu wisata, usaha homestay, warung makan, toko oleh-oleh, dan petugas parkir. Semakin tinggi keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata maka peluang masyarakat untuk mengambil manfaat ekonomi dari hasil kegiatan wisata cenderung semakin tinggi.





**b) Aksesibilitas**

Aksesibilitas adalah kemudahan bagi para wisatawan menuju ke beragam destinasi wisata, mereka harus ditunjang oleh aksesibilitas fisik dan non fisik. Salah satu dari aksesibilitas tersebut adalah sarana transportasi bagi para wisatawan domestik atau mancanegara. Sebuah destinasi wisata yang dikunjungi harus tersedia sarana transportasi sesuai dengan lokasi dari destinasi wisata, seperti kendaraan umum, kereta, pesawat, kapal laut, dan lainnya. Di samping itu, didukung juga dengan kondisi jalan menuju lokasi harus memadai dengan baik. Aksesibilitas ini juga harus ditunjang dengan keberadaan koneksi yang memadai sebagai sarana telekomunikasi dan sebagai salah satu poin untuk menunjang publikasi terhadap destinasi wisata dan berbagai infrastruktur lainnya yang harus ditunjang dengan menyesuaikan destinasi wisata tersebut.

Bentuk pengembangan ekonomi kreatif dari aksesibilitas transportasi yang dikembangkan adalah: (a) Jasa penyewaan transportasi wisatawan, seperti penyewaan sepeda gayung, sepeda motor, dan kendaraan roda empat dan (b) Aplikasi aksesibilitas transportasi online. Moda transportasi berbasis aplikasi yang biasa kita sebut transportasi online muncul sebagai wujud dari perkembangan teknologi dan reaksi atas kelemahan penyedia jasa transportasi publik<sup>13</sup>. Transportasi online merupakan fenomena yang hadir di masyarakat dalam beberapa tahun terakhir. Transportasi online adalah inovasi dalam penerapan penggabungan bisnis penyedia jasa transportasi dengan teknologi komunikasi yang berbasis data internet<sup>14</sup>. Transportasi online memiliki arti bahwa seluruh transaksi yang dilakukan melalui basis online, menggunakan media smartphone, aplikasi terkait, dan penghubung internet<sup>15</sup>.

**c) Amenitas**

Amenitas adalah fasilitas yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berwisata di suatu destinasi. Amenitas berupa fasilitas pariwisata, seperti: rumah makan, restoran, toko cenderamata, dan fasilitas umum seperti sarana ibadah, kesehatan, taman, dan lain-lain. Amenitas berperan dalam pemenuhan kebutuhan wisatawan yang tidak disediakan oleh akomodasi selama berwisata, seperti kebutuhan makan, hiburan, ibadah, kesehatan, dan lain-lain, ketika menikmati daya tarik wisata dan aktivitas dengan memanfaatkan aksesibilitas yang ada di desa wisata..

Bentuk pengembangan ekonomi kreatif dari amenitas di desa wisata adalah sebagai

berikut. (a) Rumah makan/Restoran/kuliner: menyediakan menu andalan daerah tujuan wisata, ekonomi kreatif yang dikembangkan oleh masyarakat di desa wisata adalah menu lokal yang karakteristik dan menjadi daya tarik dengan terjaminnya keamanan dan kesehatan dari kuliner yang disajikan. (b) Toko cenderamata, yang dijadikan tempat untuk membeli oleh-oleh khas daerah wisata. Ekonomi kreatif yang dikembangkan sebagai cinderamata adalah berbagai kerajinan asli daerah tujuan wisata. Pembuatan produk-produk kreatif yang diminati wisatawan akan berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat.

**d) Ketersediaan orang yg mengurus desa wisata**

Bentuk pengembangan ekonomi kreatif dari ketersediaan orang yang mengurus desa wisata dari data yang diperoleh dijelaskan sebagai berikut.

Pandemi Covid-19, mengubah trend wisata yang dahulunya cenderung ke *quantity tourism* kini menjadi *quality tourism*. Konsep ini sendiri erat kaitanya dengan Desa Wisata. Hal ini dikarenakan masyarakat cenderung memilih wisata alam yang memungkinkan untuk melakukan *physical distancing*. Untuk itu, di era pandemi ini, destinasi wisata didorong untuk bisa menerapkan standar protokol kesehatan yang telah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) yang telah menetapkan protokol CHSE (*Clean, Health, Safety and Environment*) sebagai petunjuk bagi pelaku industri pariwisata untuk mereaktifasi kembali usahanya. Pengembangan potensi produk unggulan di desa wisata terus dilakukan tidak hanya untuk menggaet wisatawan, tapi juga mendorong pemasarannya tidak hanya di pasar dalam negeri tapi juga ekspor ke mancanegara. Dimana Pemerintah Daerah memperkuat sinergi dan kolaborasi program-program antar berbagai Organisasi Perangkat Daerah (OPD) di lingkungan Pemprov untuk ikut mengembangkan potensi desa wisata dan UMKM di dalamnya. “Sinergi dan kolaborasi program di pengembangan sektor pariwisata, ada Disbudpar. Di bidang pemberdayaan masyarakat desa ada Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa (DPMD). Kemudian di bidang pengembangan produk-produk unggulan desa wisata, seperti kualitas produk dan packaging oleh Dinas Koperasi dan UKM serta Disperindag Provinsi Bali. Produk-produk unggulan tersebut diharapkan dapat diekspor ke luar negeri, tentunya dengan tetap memperhatikan aspek kualitas melalui proses quality control (QC) yang baik, kemudian







tarik pariwisata pedesaan, diantaranya, pemandangan alam pedesaan di pegunungan, pedataran, pemandangan air terjun, hamparan persawahan dengan teraseringnya. (3) Daya Tarik Buatan Daya tarik buatan yang terdapat di masing-masing desa wisata meliputi produk dari potensi desa, seperti berbagai kerajinan anyam-anyaman, seni kuliner, dan pemandangan alam.

Bentuk-bentuk pengembangan ekonomi kreatif dalam pengembangan pariwisata pedesaan. Paket wisata Menanam padi, membajak sawah, membuat kerajinan dari akar wangi, belajar kesenian tradisional. Pengembangan desa wisata ini dapat membawa dampak positif bagi kehidupan masyarakat setempat. Masyarakat yang mayoritas bermatapencaharian sebagai petani tidak perlu berganti profesi karena pertanian diintegrasikan sebagai salah satu bagian dari wisata. Dampak lain dari pengembangan wisata tersebut yakni penurunan tingkat migrasi karena kegiatan wisata mendorong berbagai lapangan kerja bagi masyarakat setempat seperti pemandu wisata, usaha homestay, warung makan, toko oleh-oleh, dan petugas parkir. Semakin tinggi keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata maka peluang masyarakat untuk mengambil manfaat ekonomi dari hasil kegiatan wisata cenderung semakin tinggi.

#### Ucapan terima kasih

Ucapan terima kasih disampaikan kepada **DRPM Kementerian Riset, Teknologi dan Inovasi Republik Indonesia/Kemdikbud-Ristek** yang telah mendanai pelaksanaan penelitian ini, LPPM Universitas Pendidikan Ganesha yang telah memfasilitasi terlaksananya penelitian, staf dosen dan mahasiswa yang telah membantu dalam pengumpulan data penelitian serta masyarakat pesisir Kabupaten Buleleng yang telah memberikan data dan informasi tentang lingkungan pesisirnya.

#### Daftar Pustaka

- [1] Wesnawa, I Gede Astra. 2017. Sustainable Tourism Development Potential in the Improvement of Economic and Social Life Community Corridor in Bali. *International Research Journal of Management, IT & Social Sciences* Available online at <https://sloap.org/journals/index.php/irjmis/> Vol. 4 No. 3, May 2017, pages: 1~12 ISSN: 2395-7492
- [2] Ooi, Can Seng. 2006. Tourism and the creative Economy in Singapore.
- [3] Baiquni. 2010. Pariwisata dan Krisis Lingkungan Global. Dalam *Pariwisata berkelanjutan dalam Pusaran krisis Global*. Udayana University Press. Denpasar.
- [4] Suparwoko, 2010, Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata, *Simposium Nasional 2010: Menu Purworejo Dinamis dan Kreatif*.
- [5] Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa: Bandung.
- [6] Pitana, I Gede. 2006. *Kepariwisata Bali Dalam Wacana Otonomi Daerah*. Puslitbang Kepariwisata Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. Jakarta.
- [7] Sugiono. 2019. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta
- [8] Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. 1992. *Analisis data Kualitatif*. (diterjemahkan Ole: Tjetjep Rohedi Rosidi). Jakarta: Universitas Indonesia
- [9] I Wayan Windutama, Nyoiman Sunarta, Made Sofia Wijaya, 2020. *Komodifikasi pengembangan tradisi okokan sebagai atraksi wisata di desa kediri Tabanan*. *JUMPA Jurnal Master pariwisata*
- [10] Yozcu, Ozen Kirant dan Icoz, Orhan. 2010. *A Model Proposal on the Use of Creative Tourism Experinces in Congresss Tourism and the Congress Marketing Mix*. *PASOS, Vol 8(3) Special Issue 2010*
- [11] Ooi, Can Seng. 2006. Tourism and the creative Economy in Singapore
- [12] Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Angkasa: Bandung
- [13] Amajida, FD. 2016. *Kreativitas Digital dalam Masyarakat Risiko Perkotaan: Studi Tentang Ojek Online "Go-Jek" di Jakarta*. *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*. Vol 46. No 1, hal 115-127.
- [14] Suratman. 2011. *Potensi Geospasial Sumberdaya Untuk Membangun Indonesia sebagai Negara Agraris Tropik Kuat di Dunia*. Disajikan dalam *Pertemuan Ilmiah Tahunan (PIT) Ikatan Geograf Indonesia (IGI) Tanggal 11-12 Nopember 2011 di Pascasarjana Undiksha Singaraja Bali*.





- [15] Anindhita, W., Arisanty, M., Rahmawati, D. 2016. Analisis Penerapan Teknologi Komunikasi Tepat Guna Pada Bisnis Transportasi Ojek Online (Studi pada Bisnis Gojek dan Grab Bike dalam Penggunaan Teknologi Komuniasi Tepat Guna untuk Mengembangkan Bisnis Transportasi). Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC Universitas Bakrie, Jakarta. 2-3 Mei 2016.

