

PENGEMBANGAN DAN UPAYA EKONOMI KREATIF MELALUI UMKM DALAM MENINGKATKAN POTENSI PARIWISATA

Rindi Rivalni^{1*}, Wulan Gustina Putri², Vina Thalia Salsyabilla³, Wirda Wardani⁴

^{1,2,3,4}Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe, Kota Lhokseumawe, Indonesia

Email Korespondensi: rivalni97@gmail.com

ABSTRAK

Kreativitas usaha yang tidak terbatas secara tidak langsung mempengaruhi pemanfaatan sumber daya secara optimal dari yang tidak memiliki nilai jual menjadi nilai ekonomis yang tinggi. Ekonomi kreatif merupakan salah satu usaha yang membutuhkan kreativitas, inovasi serta keterampilan dalam pengembangannya, yang termasuk dalam sistem pengembangan ekonomi kreatif adalah UMKM. Adanya ekonomi kreatif, UMKM memiliki peluang pasar yang luas. Ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan hal yang mempengaruhi, berkaitan satu dan lainnya yang dikelola secara optimal akan saling bersinergi sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh UMKM terhadap pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata secara literatur. Metode yang digunakan analisis deskriptif dengan metode riset keperpustakaan dari berbagai data berdasarkan referensi yang terkait dengan masalah yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan ekonomi kreatif dapat meningkatkan daya saing UMKM dan mampu mendukung transformasi ekonomi melalui penerapan ide-ide kreatif serta inovatif guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan sektor pariwisata memegang peranan penting dalam menyatukan individu melalui kunjungan wisatawan dalam menggunakan kreativitas tersebut.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, UMKM, Pariwisata, Sumber Daya Manusia

ABSTRACT

Unlimited business creativity indirectly affects the optimal utilization of resources from those that have no selling value to high economic value. The creative economy is one of the businesses that requires creativity, innovation and skills in its development, which is included in the creative economy development system is MSMEs. The existence of the creative economy of MSMEs has broad market opportunities. The creative economy and the tourism sector are things that influence, relate to one another and are optimally managed so that they can have a positive impact on economic growth and community welfare. This study aims to see how much influence MSMEs have on the development of the creative economy in increasing tourism potential in literature. The method used is descriptive analysis with library research methods from various data based on references related to the problem under study. The results showed that the application of the creative economy can increase the competitiveness of MSMEs and be able to support economic transformation through the application of creative and innovative ideas to improve community welfare and the tourism sector plays an important role in uniting individuals through tourist visits in using this creativity.

Keywords: Creative Economy, MSMEs, Tourism, Human Resources.

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global dewasa ini telah mendorong setiap negara untuk menciptakan strategi pembangunan yang tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan angka, tetapi juga pada keberlanjutan dan pemberdayaan masyarakat. Dalam konteks tersebut, ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang menjanjikan dan terus mengalami pertumbuhan signifikan. Ekonomi kreatif tidak hanya mengandalkan sumber daya alam, melainkan bertumpu pada sumber daya manusia yang memiliki kreativitas, inovasi, ide, dan keterampilan dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Konsep ini menjadi solusi alternatif dalam membangun kemandirian ekonomi masyarakat lokal sekaligus membuka lapangan kerja baru yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Di Indonesia, ekonomi kreatif memiliki potensi besar yang ditopang oleh kekayaan budaya, seni, dan warisan lokal yang beragam. Kekayaan ini dapat dikembangkan menjadi produk dan layanan yang unik dan bernilai tinggi jika dikelola secara inovatif dan profesional. Dalam pengembangannya, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang sangat penting sebagai ujung tombak penggerak ekonomi kreatif. UMKM tidak hanya mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga lebih fleksibel dalam berinovasi, beradaptasi terhadap perubahan pasar, serta menggali potensi lokal yang belum banyak tersentuh oleh sektor industri besar.

Salah satu sektor yang memiliki keterkaitan erat dan saling mendukung dengan ekonomi kreatif adalah pariwisata. Sektor ini tidak hanya menjual keindahan alam atau situs sejarah, tetapi juga pengalaman budaya yang otentik, produk lokal, dan pelayanan khas daerah yang semuanya dapat diwujudkan melalui peran aktif UMKM. Ketika wisatawan berkunjung ke suatu daerah, mereka tidak hanya menikmati destinasi wisata, tetapi juga berinteraksi dengan masyarakat lokal, mencicipi makanan tradisional, membeli kerajinan tangan, hingga mengikuti pertunjukan seni lokal. Semua aktivitas ini mencerminkan kontribusi ekonomi kreatif dalam memperkaya pengalaman wisata dan mendorong ekonomi daerah secara langsung.

Dengan demikian, terdapat hubungan yang saling menguntungkan antara ekonomi kreatif, UMKM, dan pariwisata. Ketiganya saling melengkapi dan berpotensi menciptakan dampak ekonomi yang signifikan jika dikelola secara strategis. Namun demikian, pengembangan ekonomi kreatif melalui UMKM dalam mendukung sektor pariwisata masih menghadapi berbagai tantangan, mulai dari keterbatasan akses modal, kurangnya pelatihan dan pendampingan, hingga rendahnya literasi digital. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji dan menganalisis secara lebih mendalam sejauh mana peran UMKM dalam pengembangan ekonomi kreatif serta kontribusinya terhadap peningkatan potensi pariwisata di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana ekonomi kreatif yang didorong oleh UMKM dapat meningkatkan daya tarik dan nilai ekonomi sektor pariwisata. Dengan menggunakan pendekatan studi kepustakaan, penulis menelaah berbagai literatur yang relevan untuk menyusun analisis yang komprehensif mengenai sinergi antara ketiga elemen tersebut dan bagaimana dampaknya terhadap pertumbuhan ekonomi serta kesejahteraan masyarakat lokal.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif melalui studi kepustakaan (library research). Metode ini dipilih untuk memperoleh pemahaman mendalam mengenai keterkaitan antara ekonomi kreatif, UMKM, dan sektor pariwisata berdasarkan sumber-sumber literatur yang relevan. Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari berbagai referensi sekunder seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, laporan penelitian, serta dokumen resmi dari lembaga pemerintah maupun non-pemerintah yang membahas topik terkait. Analisis dilakukan secara sistematis dengan menelaah isi dan substansi dari sumber-sumber tersebut, kemudian disusun dan disintesiskan untuk memperoleh gambaran yang utuh mengenai kontribusi UMKM dalam pengembangan ekonomi kreatif dan dampaknya terhadap peningkatan potensi pariwisata. Metode ini memungkinkan penulis untuk mengidentifikasi pola, kecenderungan, serta hubungan yang relevan antara variabel-variabel yang diteliti berdasarkan literatur yang telah ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Peran UMKM dalam Ekonomi Kreatif

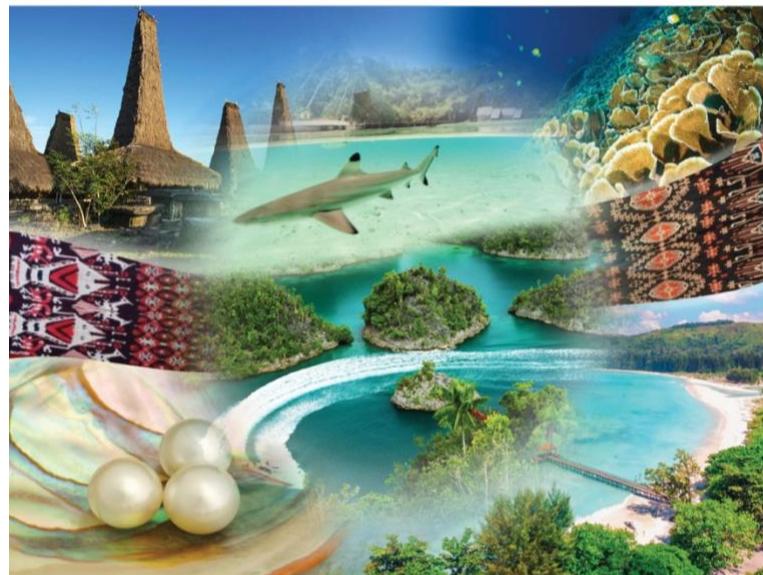
Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran yang sangat penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional, terutama dalam sektor ekonomi kreatif. Di tengah perubahan zaman yang dinamis, UMKM menjadi tulang punggung dalam mendorong inovasi, membuka lapangan kerja, serta menjaga keberlanjutan nilai-nilai budaya lokal yang kaya dan beragam. Keunggulan utama UMKM terletak pada fleksibilitasnya dalam merespons perubahan pasar serta kemampuannya untuk mengembangkan produk dan jasa yang berbasis kreativitas dan kearifan lokal. (Yolanda, 2024).

Di sisi lain, UMKM juga memberikan kontribusi nyata dalam menyerap tenaga kerja, khususnya di sektor informal. Banyak masyarakat yang tidak memiliki akses ke pekerjaan formal mendapatkan penghasilan dari sektor UMKM, baik sebagai pengrajin, pekerja rumahan, kurir, maupun tenaga penjual. Dengan demikian, UMKM berperan penting dalam menekan angka pengangguran dan memperluas kesempatan kerja, terutama bagi kalangan ibu rumah tangga, pemuda, dan kelompok masyarakat marginal.

Misalnya, dalam sektor kerajinan tangan, UMKM memproduksi berbagai produk seperti anyaman bambu, batik, ukiran kayu, perhiasan tradisional, dan barang dekoratif yang unik dan khas. Produk-produk ini tidak hanya diminati di pasar lokal, tetapi juga memiliki daya tarik di pasar internasional karena mengandung cerita dan nilai-nilai budaya yang otentik. Di sektor kuliner, UMKM mengembangkan makanan tradisional menjadi produk kemasan modern yang menarik dan higienis, seperti sambal kemasan, kue khas daerah, atau minuman herbal, yang kemudian dipasarkan melalui media sosial dan platform e-commerce. (Azwina A. S., 2023).

Membangun UMKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia Timur

Edited by Anika Widiana | Grace Hadiwidjaja | Miltocyano Sapulette | Elitua Simarmata



MINISTRY OF TRADE
REPUBLIC OF INDONESIA

Gambar 1. Aktivitas Pelaku UMKM dalam Ekonomi Kreatif

Sumber: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2023). *Kontribusi UMKM dalam Pengembangan Pariwisata Nasional*.

Sektor ekonomi kreatif sendiri merupakan jenis ekonomi yang mengandalkan ide, inovasi, dan kreativitas manusia sebagai sumber daya utamanya. Dalam konteks ini, UMKM berperan sebagai penggerak utama karena memiliki karakter yang inovatif, dekat dengan budaya masyarakat, dan cepat beradaptasi dengan kebutuhan konsumen. Banyak pelaku UMKM yang berasal dari komunitas lokal dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang tradisi, seni, dan kebiasaan masyarakat setempat, sehingga mereka mampu mengemas budaya menjadi produk bernilai ekonomi tinggi.

Begitu juga dalam dunia fesyen, UMKM memproduksi pakaian dengan sentuhan etnik, seperti kain tenun, batik kontemporer, atau aksesoris khas daerah, yang dapat bersaing di pasar mode nasional maupun internasional. Tidak sedikit pula UMKM yang bergerak dalam bidang seni pertunjukan, musik tradisional, dan desain grafis, yang turut memperkaya wajah ekonomi kreatif Indonesia. Semua ini memperlihatkan bahwa UMKM bukan hanya entitas ekonomi kecil, tetapi juga agen pelestari budaya dan pencipta inovasi.

Peran UMKM semakin strategis dengan hadirnya teknologi digital. Transformasi digital telah membuka peluang besar bagi pelaku UMKM untuk menjangkau pasar yang lebih luas melalui platform daring seperti marketplace, media sosial, dan aplikasi jual beli. Digitalisasi memungkinkan produk-produk kreatif yang sebelumnya hanya dikenal

di lingkup lokal, kini bisa menjangkau konsumen dari luar daerah bahkan luar negeri. Selain itu, teknologi juga memudahkan UMKM dalam mempromosikan brand, mengelola keuangan, serta menjalin kolaborasi dengan pelaku industri lainnya.



Gambar 2: Suasana Pameran Produk UMKM dalam Acara Ekonomi Kreatif

Sumber: ANTARA Foto. (26 Mei 2024). *Gebyar Ekonomi Kreatif dan UMKM*.

Diakses dari: <https://www.antarafoto.com/id/view/2223861/gebyar-ekonomi-kreatif-dan-umkm>

Namun, untuk memaksimalkan potensi tersebut, dibutuhkan dukungan dari berbagai pihak. Pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta perlu memberikan pelatihan, pendampingan, serta akses permodalan bagi pelaku UMKM agar mampu meningkatkan kualitas produk, memperluas jaringan pasar, dan bersaing secara global. Kolaborasi antara UMKM dan institusi lain juga dapat melahirkan inovasi baru yang berdaya saing tinggi di pasar dunia.

Dengan segala kontribusinya, UMKM terbukti bukan hanya sebagai pelengkap dalam ekonomi kreatif, melainkan aktor utama yang menghidupkan denyut kreativitas bangsa. Mereka menjaga warisan budaya, membangun ekonomi berbasis komunitas, serta mendorong transformasi ekonomi menuju arah yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Sinergi Ekonomi Kreatif dan Pariwisata

Sinergi antara ekonomi kreatif dan sektor pariwisata merupakan salah satu strategi pembangunan yang efektif untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah maupun nasional. Keduanya saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain. Pariwisata tidak hanya tentang mengunjungi tempat-tempat indah, tetapi juga tentang menikmati pengalaman budaya, seni, dan kearifan lokal. Di sinilah ekonomi kreatif memainkan

perannya sebagai penyedia nilai tambah melalui produk, jasa, serta atraksi yang unik dan autentik.

Pariwisata membutuhkan dukungan produk dan layanan yang mampu menciptakan kesan mendalam bagi wisatawan. Produk-produk kreatif yang dikembangkan oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), seperti kerajinan tangan, fesyen etnik, makanan khas daerah, serta pertunjukan seni budaya, menjadi komponen penting dalam menciptakan daya tarik wisata yang lebih kaya. Wisatawan tidak hanya mencari tempat untuk dikunjungi, tetapi juga menginginkan pengalaman yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. (Leonandri, 2018) Produk-produk lokal hasil kreativitas masyarakat menjadi cenderamata atau kenangan yang menyimpan nilai budaya dari tempat yang mereka kunjungi.

Contohnya, wisatawan yang datang ke Yogyakarta tidak hanya tertarik dengan Candi Prambanan atau Malioboro, tetapi juga ingin membeli batik tulis, mencicipi gudeg, menyaksikan pertunjukan wayang, atau mengikuti workshop membatik. Hal-hal tersebut menjadi bagian dari pengalaman wisata yang berkesan dan memperpanjang durasi tinggal mereka di destinasi tersebut. Durasi kunjungan yang lebih lama tentu berdampak positif pada peningkatan belanja wisatawan dan perputaran ekonomi di daerah tersebut.

Selain memberikan pengalaman unik bagi wisatawan, kehadiran ekonomi kreatif di sekitar destinasi wisata juga membuka banyak peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal. UMKM lokal mendapatkan panggung untuk memasarkan produknya secara langsung kepada konsumen dari berbagai latar belakang, bahkan dari luar negeri. Ini berdampak pada peningkatan pendapatan, terciptanya lapangan kerja, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat secara luas. (Yunita, 2021) Anak-anak muda dan ibu rumah tangga pun dapat mengambil peran dalam kegiatan produksi maupun penjualan produk kreatif yang diminati wisatawan.



Gambar 3: Sektor Pariwisata Jadi Penggerak UMKM Lokal

Sumber: Radio Republik Indonesia (RRI), 2022. Diakses dari: <https://www.rri.co.id/umkm/1225137/sektor-pariwisata-jadi-penggerak-umkm-lokal>

Di sisi lain, sinergi ini juga mendorong pelestarian budaya lokal. Ketika produk kreatif yang diangkat berasal dari kekayaan budaya setempat, seperti motif kain, musik tradisional, atau resep kuliner khas, maka masyarakat akan lebih termotivasi untuk

menjaga dan melestarikannya. Dengan begitu, pariwisata tidak hanya menjadi aktivitas ekonomi, tetapi juga sarana konservasi nilai-nilai budaya dan identitas lokal.

Pemerintah daerah, lembaga pariwisata, dan komunitas pelaku kreatif harus bekerja sama untuk mengembangkan program yang mengintegrasikan ekonomi kreatif dalam pengelolaan destinasi wisata. Misalnya, dengan membangun pusat oleh-oleh berbasis UMKM, menyediakan ruang pertunjukan seni di kawasan wisata, atau mengadakan festival budaya tahunan yang menggabungkan atraksi wisata dengan promosi produk kreatif lokal. Digitalisasi dan promosi melalui media sosial juga menjadi kunci dalam memperluas jangkauan pasar dan menarik minat wisatawan.

Lebih jauh lagi, sinergi ekonomi kreatif dan pariwisata dapat menjadi motor penggerak pembangunan daerah berbasis potensi lokal. Setiap daerah di Indonesia memiliki kekayaan budaya dan alam yang luar biasa. Jika digali dan dikemas dengan pendekatan kreatif, maka akan muncul banyak destinasi wisata baru yang tidak hanya menarik dari sisi visual, tetapi juga dari sisi pengalaman yang ditawarkan. Ini memberikan kesempatan besar bagi daerah-daerah yang belum terlalu dikenal untuk berkembang melalui sektor pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan demikian, sinergi antara ekonomi kreatif dan pariwisata merupakan langkah strategis dalam menciptakan ekosistem ekonomi yang dinamis, berdaya saing, dan berbasis pada kekuatan lokal. Hal ini sekaligus mendorong pembangunan yang lebih merata dan berkelanjutan, serta memperkuat citra budaya bangsa di mata dunia.

Inovasi sebagai Kunci Daya Saing

Di tengah arus globalisasi dan era digital yang serba cepat, inovasi telah menjadi elemen utama dalam mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan daya saing usaha, terutama bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dalam konteks ekonomi kreatif, inovasi bukan hanya tentang menciptakan sesuatu yang benar-benar baru, tetapi juga mencakup kemampuan untuk memperbarui, memperbaiki, dan menyesuaikan produk serta strategi bisnis dengan kebutuhan dan selera pasar yang terus berkembang. (Azwina A. S., 2023)

UMKM dituntut untuk terus berinovasi dalam berbagai aspek usahanya agar tidak tertinggal dari pelaku usaha besar maupun produk luar negeri yang kini semakin mudah masuk ke pasar Indonesia. Inovasi bisa dimulai dari proses produksi, misalnya dengan menggunakan teknologi sederhana namun efisien untuk meningkatkan kapasitas produksi dan mengurangi biaya. Penggunaan bahan baku lokal yang ramah lingkungan juga menjadi bentuk inovasi yang semakin diminati pasar global karena kesadaran akan keberlanjutan semakin tinggi.

Selanjutnya, inovasi desain produk menjadi faktor penting dalam menarik perhatian konsumen. Produk yang memiliki nilai estetika, keunikan, serta mencerminkan identitas budaya lokal akan memiliki nilai jual yang lebih tinggi. (Siregar, 2023) Sebagai contoh, UMKM kerajinan dapat mengombinasikan motif tradisional dengan gaya modern sehingga menarik minat generasi muda maupun pasar internasional.

Pemasaran digital juga menjadi ladang besar bagi inovasi UMKM. Dengan memanfaatkan media sosial, marketplace, dan platform digital lainnya, UMKM dapat menjangkau konsumen lebih luas tanpa perlu memiliki toko fisik. Inovasi dalam strategi pemasaran, seperti penggunaan influencer lokal, kampanye digital tematik, atau storytelling produk berbasis budaya lokal, sangat efektif dalam membangun citra merek dan kedekatan emosional dengan pelanggan. (Franky, 2024)

Selain itu, aspek pelayanan konsumen juga tidak boleh diabaikan. UMKM perlu

memberikan pelayanan yang cepat, responsif, dan ramah agar konsumen merasa dihargai. Inovasi dalam pelayanan dapat mencakup layanan pengiriman cepat, sistem pemesanan daring yang praktis, hingga layanan pelanggan yang aktif melalui media sosial atau aplikasi pesan instan.

Namun demikian, agar inovasi ini bisa benar-benar diterapkan secara efektif, dibutuhkan penguatan kapasitas pelaku UMKM, baik dalam hal kreativitas, keterampilan teknis, maupun manajemen usaha. Program pelatihan, pendampingan bisnis, dan akses terhadap informasi pasar menjadi faktor penunjang yang sangat penting. Pemerintah, lembaga pendidikan, serta komunitas bisnis dapat berperan besar dalam memberikan dukungan berupa akses teknologi, modal, dan jejaring pasar.

Inovasi bukanlah proses yang instan, melainkan bagian dari budaya kerja yang harus ditanamkan secara terus-menerus. UMKM yang mampu beradaptasi dan berinovasi secara konsisten akan lebih mudah bertahan dan bahkan berkembang di tengah tantangan persaingan yang semakin ketat, baik di tingkat lokal, nasional, maupun global. Lebih dari itu, inovasi juga menjadi jalan bagi UMKM untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga menjadi pemimpin pasar dalam kategori produk kreatif yang mereka tekuni.

Dengan demikian, inovasi adalah kunci utama yang membuka peluang pertumbuhan dan keunggulan kompetitif bagi UMKM di era modern. UMKM yang inovatif akan menjadi pilar kuat dalam membangun perekonomian nasional yang tangguh, berkelanjutan, dan berbasis pada kekuatan lokal.

Dampak terhadap Kesejahteraan Masyarakat

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM yang terintegrasi dengan sektor pariwisata memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama di wilayah-wilayah yang memiliki potensi wisata lokal. Sinergi antara UMKM dan pariwisata tidak hanya menciptakan peluang ekonomi baru, tetapi juga membangun keterlibatan sosial yang kuat di tengah masyarakat.

Salah satu dampak paling nyata adalah peningkatan pendapatan masyarakat. Ketika produk-produk kreatif lokal seperti kerajinan tangan, makanan khas daerah, pakaian tradisional, dan pertunjukan budaya dikemas dan dipasarkan secara menarik di lingkungan wisata, maka permintaan terhadap produk tersebut meningkat. UMKM yang memproduksi barang-barang ini memperoleh pasar yang lebih luas dan stabil, yang pada akhirnya berdampak pada kenaikan penghasilan pelaku usaha dan pekerja lokal yang terlibat dalam rantai produksinya. (Niode, 2022).

Selain keuntungan ekonomi langsung, pengembangan ini juga mendorong penciptaan lapangan kerja baru di berbagai sektor terkait, seperti produksi, distribusi, pemasaran, hingga jasa pendukung seperti transportasi, penginapan, dan pemandu wisata. Masyarakat tidak lagi bergantung pada sektor pertanian atau pekerjaan musiman, melainkan memiliki peluang untuk mengembangkan keahlian dan membuka usaha secara mandiri. Hal ini secara perlahan membantu mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan taraf hidup secara menyeluruh. (Koleangan, 2023)

Lebih dari sekadar ekonomi, keberadaan ekonomi kreatif berbasis lokal yang berkembang turut menumbuhkan rasa kepemilikan dan kebanggaan masyarakat terhadap identitas budayanya. Ketika masyarakat dilibatkan secara aktif dalam pengelolaan potensi lokal—seperti menjadi pengrajin, seniman, pelaku wisata, atau bahkan pengelola desa wisata—mereka akan merasa lebih bertanggung jawab dalam menjaga dan melestarikan nilai-nilai tradisi, lingkungan, dan warisan leluhur. Ini

menjadi nilai tambah yang tidak ternilai harganya dalam membangun komunitas yang berkelanjutan.

Dalam proses ini, masyarakat juga menjadi lebih teredukasi dan terbuka terhadap perkembangan teknologi dan pemasaran digital. Banyak pelatihan dan program pemberdayaan yang diberikan oleh pemerintah, LSM, ataupun institusi pendidikan yang fokus pada peningkatan kapasitas masyarakat dalam manajemen usaha, digital marketing, pengemasan produk, hingga keuangan mikro. Dengan pengetahuan dan keterampilan yang terus berkembang, masyarakat menjadi lebih mandiri dan mampu mengelola potensi ekonomi yang mereka miliki secara optimal.

Dari perspektif jangka panjang, pengembangan ekonomi kreatif dan pariwisata yang melibatkan masyarakat secara langsung juga mendorong pemerataan pembangunan, khususnya di wilayah pedesaan dan daerah-daerah tertinggal. Wilayah yang sebelumnya dianggap tidak memiliki daya tarik ekonomi mulai tumbuh menjadi pusat aktivitas kreatif dan destinasi wisata baru. Hal ini juga memicu peningkatan infrastruktur seperti jalan, akses internet, dan fasilitas umum lainnya yang pada akhirnya ikut mendongkrak kualitas hidup masyarakat setempat.

Dengan demikian, ekonomi kreatif berbasis UMKM yang terhubung dengan pariwisata bukan hanya menjadi penggerak ekonomi lokal, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat secara menyeluruh. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pendapatan, tetapi juga memperkuat nilai-nilai sosial, budaya, dan lingkungan yang menjadi fondasi penting dalam menciptakan kesejahteraan masyarakat yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis terhadap berbagai literatur yang telah dikaji, dapat disimpulkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang sangat strategis dalam mendorong pertumbuhan sektor pariwisata, khususnya melalui kontribusi aktif dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan memanfaatkan kreativitas, inovasi, dan potensi lokal, UMKM mampu menciptakan produk dan layanan yang tidak hanya memiliki nilai jual tinggi tetapi juga mencerminkan identitas budaya daerah yang menjadi daya tarik utama bagi para wisatawan. Produk-produk kreatif seperti kerajinan tangan, makanan khas, fesyen etnik, dan pertunjukan seni tradisional terbukti mampu memperkaya pengalaman wisatawan, sehingga meningkatkan minat kunjungan dan lama tinggal wisatawan di suatu destinasi.

Ekonomi kreatif mendorong UMKM untuk bertransformasi dari usaha konvensional menjadi unit bisnis yang berorientasi pada nilai tambah dan diferensiasi produk. Transformasi ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing, terutama di era digital saat ini yang menuntut inovasi dan adaptasi cepat terhadap perubahan tren pasar. Dalam konteks pariwisata, kehadiran UMKM yang kreatif dapat memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian budaya lokal.

Selain itu, integrasi antara UMKM, ekonomi kreatif, dan pariwisata juga berdampak positif terhadap pembangunan daerah secara menyeluruh. Wilayah-wilayah yang sebelumnya kurang berkembang kini memiliki peluang untuk tumbuh melalui optimalisasi potensi lokal yang diangkat menjadi produk wisata unggulan. Sinergi yang kuat antara ketiga sektor ini juga dapat meningkatkan rasa kepemilikan masyarakat terhadap potensi daerahnya, yang pada akhirnya memperkuat kohesi sosial dan

keberlanjutan pembangunan.

Namun demikian, untuk mencapai dampak yang optimal, diperlukan dukungan nyata dari berbagai pihak, baik pemerintah, swasta, maupun masyarakat. Pemerintah perlu menciptakan kebijakan yang kondusif, memberikan pelatihan dan pendampingan usaha, memperluas akses permodalan, serta mendorong digitalisasi UMKM agar mampu menjangkau pasar yang lebih luas. Kolaborasi lintas sektor juga menjadi kunci dalam membangun ekosistem ekonomi kreatif yang kuat dan berkelanjutan.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa pengembangan ekonomi kreatif melalui UMKM merupakan salah satu strategi efektif dalam meningkatkan potensi pariwisata sekaligus mempercepat pertumbuhan ekonomi nasional yang inklusif, partisipatif, dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwina, A. S. (2023). Peran Ekonomi Kreatif dalam Pengembangan UMKM di Indonesia. *Journal of Social Economics and Enterprise*, 1(2), 29-30.
- Franky, F. M. (2024). Inovasi UMKM Berbasis Media dan Teknologi untuk Optimalisasi Ekonomi Indonesia yang Berkelanjutan. . *Abdi Moestopo: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(1).
- Indonesia., R. R. (2022). *Sektor Pariwisata Jadi Penggerak UMKM Lokal*. Retrieved April 5, 2025, from <https://www.rri.co.id/umkm/1225137/sektor-pariwisata-jadi-penggerak-umkm-lokal>
- Koleangan, C. A. (2023). Analisis Pendorong Pembangunan UMKM Sektor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Sulawesi Utara Melalui Pendekatan Tourism Satellite Account (TSA) dan SWOT. *Membangun UMKM Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di Indonesia Timur*, 50-73.
- Leonandri, D. &. (2018). Sinergitas Desa Wisata dan Industri Kreatif dalam Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pariwisata*, 5(1), 1-10. .
- Niode, I. Y. (2022). Desain Pengembangan Potensi UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Bahari dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Ekonomi Wilayah (Studi di Kabupaten Bone Bolango, Provinsi Gorontalo). . *Jurnal Ketahanan Nasional*, 28(3).
- Siregar, R. H. (2023). Dampak Transformasi Digital pada Kinerja UMKM di Indonesia. . *Jurnal Relevansi*, 8(1).
- Yolanda, C. (2024). Peran Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(3), 170-186.
- Yunita, S. (2021). Kontribusi Ekonomi Kreatif dalam Mendukung Sektor Pariwisata di Kabupaten Sikka. . *Jurnal Transformasi Bisnis Digital*, 1(4), 62-70.