

PENGEMBANGAN WISATA BUDAYA PLUNTURAN DALAM MENINGKATKAN EKONOMI KREATIF

Tri Pramesti

Prodi Sastra Inggris, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
surel: pramestimursidi@gmail.com

Anggraeny Puspaningtyas

Prodi Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
surel: anggraenypuspa@guntag-sby.ac.id

Mita Octaviani

Prodi Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
surel: mitaocaviani1010@gmail.com

Ingesti Lady Rara P

Prodi Administrasi Negara, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
surel: ingestirara07@gmail.com

Abstrak

Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang berfokus pada eksplorasi ide-ide kreatif yang memiliki nilai jual tinggi. Di Provinsi Jawa Timur sendiri ekonomi kreatif dibagi menjadi beberapa sub sektor, seperti aplikasi dan permainan; arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; *fashion*; film, animasi, dan video; fotografi; kuliner; musik; penerbitan; periklanan; seni kriya; seni pertunjukan; seni rupa; televisi dan radio. Plunturan adalah salah satu desa yang terletak di Kabupaten Ponorogo, Jawa Timur. Desa Plunturan dikenal dengan beragam produk kesenian disetiap dusunnya. Beberapa diantaranya Reyog (Reyog Anak, Reyog Perempuan dan Reyog Taruna); Gajah-Gajahan; Jathilan; Ganongan; Tledekan; Karawitan; Wayang Kulit; Coke'an; Metik Desa; Metri Desa; Metri Tandur; Campursari; and Sego Angkruk. Masing-masing kesenian ditampilkan dalam festival desa yang digelar setiap sebulan maupun setahun sekali. Berdasarkan hal tersebut, Desa Plunturan sangat berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata budaya berbasis kearifan lokal karena dapat menarik berbagai wisatawan atau pengunjung untuk datang menyaksikan pagelaran kesenian. Pengembangan Wisata Budaya Plunturan dapat membuka peluang dan mendorong masyarakat desa untuk menciptakan kegiatan ekonomi baru. Kegiatan ekonomi tersebut rencananya akan ditampung dalam sebuah wadah, yaitu Pasar Tledekan. Dalam Pasar Tledekan, masyarakat Desa Plunturan dapat berjualan pernak-pernik kesenian, baju, kuliner khas Desa Plunturan atau Ponorogo, dan lain sebagainya. Selain itu, adanya wisata budaya Plunturan juga akan berpengaruh pada perkembangan UMKM Curug Gentong di Desa Plunturan yang sebelumnya sempat tidak terkelola dengan baik.

Kata Kunci: Ekonomi Kreatif, Wisata Budaya

Pendahuluan

United Nations Development Programme (UNDP) tahun 2008 merumuskan bahwa ekonomi kreatif merupakan bagian integratif dari pengetahuan yang bersifat inovatif, pemanfaatan teknologi secara kreatif, dan budaya. Howkinds mendefinisikan Ekonomi Kreatif sebagai kegiatan ekonomi dimana *input* dan *outputnya* adalah gagasan (Purnomo, 2010). Tahun 2010, Pemerintah Pusat membuat suatu platform digital bernama Ekonomi Kreatif Indonesia (indonesiakreatif.net) yang berfungsi untuk wadah bagi masyarakat Indonesia untuk mengetahui perkembangan industri kreatif di Indonesia. Perkembangan lainnya dimuat dalam Rencana Pengembangan Industri Kreatif Nasional 2025. Pemerintah Indonesia mengidentifikasi lingkup industri kreatif mencakup 15 sub sektor, diantaranya periklanan (*advertising*); arsitektur; pasar barang seni; kerajinan (*craft*); desain; fesyen (*fashion*); video, film dan fotografi; permainan interaktif (*game*); musik; seni pertunjukkan (*showbiz*); penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak (*software*) atau teknologi Informasi; televisi dan radio (*broadcasting*); riset dan pengembangan (*research and development*); dan kuliner.

Penerapan strategi pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata telah diterapkan di berbagai wilayah di Indonesia. menurut Yozcu dan Icos (2010), kreatifitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor yaitu harus ada *something to see, something to do, dan something to buy* (Yoeti, 1985). Pengembangan wisata berbasis budaya yang telah dirancang di pemerintahan pusat, menjadi acuan dan arahan bagi Pemerintah Daerah dan para *stakeholder* kepariwisataan dalam pengembangan pariwisata budaya di tingkat provinsi, kabupaten/kota yang dapat dikembangkan dan dikemas sendiri menjadi produk wisata yang unik sesuai dengan karakter daerah masing-masing. Pengembangan wisata budaya diharapkan mampu mencapai tujuan dan manfaat yang signifikan bagi *stakeholder* yang terkait sektor wisata budaya. Pengabdian beranggapan ada lima *stakeholder* yang harus terlibat dalam pengembangan wisata budaya yaitu pemerintah, komunitas, industri/bisnis, akademisi dan media.

Berbagai festival, ritual, museum, teater situs bersejarah, dan fasilitas budaya merupakan elemen wisata budaya (*cultural heritage tourism*) yang menjadi tujuan wisatawan pada saat ini. Menurut Hartono dan Sumaryadi, “Wisata budaya tidak sekedar berbicara bisnis pariwisata semata, tetapi juga melihat relasi pertukaran budaya (*cultural exchange*). Produk wisata budaya tidak diposisikan hanya sebagai komoditas untuk kepentingan profit bagi industri pariwisata saja, tetapi juga sebagai produk budaya yang dimiliki masyarakat setempat dan harus dihormati keberadaannya” (2018:ii).

Desa Plunturan merupakan salah satu desa di Kabupaten Ponorogo yang memiliki banyak produk budaya dan masih dipertahankan. Setiap dusun yang ada di Desa Plunturan memiliki budaya atau kesenian yang berbeda-beda. Salah satu produk budaya desa tersebut adalah Reyog Ki Onggo Pati. Reyog Ki Onggo Pati merupakan kesenian yang dijadikan ikon Desa Plunturan karena berbeda dari reyog di daerah lain. Grup Reyog di Desa Plunturan dibagi menjadi 4, yaitu Reyog Sepuh, Reyog Anak, Reyog Perempuan dan Reyog Taruna. Selain Reyog, masih ada beberapa produk budaya, seperti Gajah-Gajahan; Jathilan; Ganongan; Tledekan; Karawitan; Wayang Kulit; Coke'an; Metik Desa; Metri Desa; Metri

Tandur; Campursari; Sego Angkruk. Kesenian-kesenian tersebut dilaksanakan sebulan sekali setiap tanggal 25 pada *event* Selawenan.

Adapun para pelaku seni berasal dari lintas generasi. Regenerasi pelaku seni dilakukan melalui sanggar-sanggar dan kelompok-kelompok seni. Para pelaku seni saat ini tidak menganggap potensi seni yang ada di desanya sebagai mata pencaharian utama. Mereka memiliki mata pencaharian lain seperti petani, pedagang, pegawai negeri, aparat pemerintahan, guru, petugas kesehatan, karyawan swasta. Kondisi tersebut menyebabkan kurangnya inisiatif dari pelaku seni untuk menarik wisatawan dari luar wilayah. Mereka hanya akan menunggu ketika ada acara Selawenan dan undangan dari warga untuk menampilkan kesenian di acara-acara tertentu seperti perkawinan, acara bersih desa, khitanan, syukuran, penyambutan tamu, dan pentas sebagai delegasi budaya.

Potensi wisata di Desa Plunturan belum di kelola secara optimal sebagai bagian dari industri kreatif ataupun wisata. Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata budaya terlihat sangat menjanjikan. Namun banyak hal yang harus dipersiapkan dan menekan tantangan di masyarakat. Sinergitas antara pemerintah desa, masyarakat desa beserta komunitas, industri/bisnis, akademisi dan media harus terjalin dan berkelanjutan. Mengingat pilar ekonomi kreatif di Indonesia adalah penguatan sumber daya, industri, teknologi, institusi, lembaga keuangan. Sedangkan aktor dalam ekonomi kreatif adalah cendekiawan, bisnis dan, pemerintah. Akademisi merupakan bagian dari komunitas cendekiawan yang memiliki peran besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Bisnis merupakan pelaku usaha atau investor yang dapat memberikan bantuan dalam memberikan modal kepada pelaku kesenian dan UMKM. Sedangkan pemerintah sebagai organisasi yang memiliki kuasa mengelola wilayah terkait dengan susbtansi maupun administrasi pengembangan wisata budaya.

Pokok permasalahan

Masyarakat Desa Plunturan masih belum memanfaatkan potensi seni yang dapat dikembangkan sebagai industri kreatif. Seni pertunjukan belum mampu menarik minat wisatawan untuk datang di desa plunturan. Selain itu kesadaran masyarakat dalam memaksimalkan potensi yang dimilikinya masih sangat terbatas. Pemahaman terhadap konsep desa wisata belum terbangun, unsur-unsur saptapesona (keamanan, ketertiban, kesejukan, kebersihan, keindahan, keramahan, dan kenangan) belum menjadi komitmen dan tanggung jawab bersama. Selain itu belum adanya pemandu wisata menjadikan potensi wisata belum terekspos dengan baik.

Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi Pemerintah Desa Plunturan, Kecamatan Pulung maka penyusun memberikan solusi sebagai berikut:

1. Memberikan pendampingan pembagian tanggung jawab pengembangan wisata budaya terhadap *stakeholders* yang terlibat;
2. Pendampingan penyusunan strategi terkait pengembangan wisata budaya Desa Plunturan;
3. Pendampingan meningkatkan kesadaran masyarakat melalui program aksi pengembangan wisata budaya melalui ekonomi kreatif.

Metode

Berdasarkan permasalahan dan solusi yang diuraikan oleh penyusun, maka metode pelaksanaan yang dilaksanakan adalah identifikasi permasalahan meliputi survei awal

lapangan, kemudian di lanjutan wawancara dengan perangkat desa, observasi dan memilah permasalahan. Setelah mengidentifikasi masalah maka pengusul program akan melakukan kegiatan pendampingan untuk mengembangkan wisata budaya Desa Plunturan. Kegiatan pendampingan meliputi beberapa tahap yaitu:

1. Pendampingan pembagian tanggung jawab pengembangan wisata budaya terhadap *stakeholders* Pemerintah Desa;
2. Pendampingan penyusunan strategi terkait pengembangan wisata budaya Desa Plunturan;
3. Pendampingan meningkatkan kesadaran masyarakat melalui program aksi pengembangan wisata budaya melalui ekonomi kreatif.

Setelah pelaksanaan pendampingan di Desa Plunturan, harus ada monitoring dan evaluasi untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan program yang sudah dilaksanakan. Monitoring dan evaluasi merupakan bagian dari langkah pendampingan melalui pengamatan dan penilaian terhadap kondisi dan perkembangan pendampingan.

Hasil Dan Pembahasan

Sadar wisata menurut Rahim (2012) sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam hal yaitu pertama, masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah (*host*) yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif sebagaimana tertuang dalam slogan Sapta Pesona. Kedua, masyarakat menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata, sebagai wujud kebutuhan dasar untuk berekreasi maupun khususnya dalam mengenal dan mencintai tanah air. Kelompok Sadar Wisata yang disingkat dengan Pokdarwis merupakan lembaga di tingkat masyarakat dimana anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya iklim kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar.

Lembaga Pokdarwis di Desa Plunturan sudah terbentuk dengan diketuai oleh Bapak Napi Setyawan. Namun struktur organisasi Pokdarwis belum tersusun secara baik. Standar kepengurusan Pokdarwis adalah Pembina, Penasehat, Pemimpin, Sekretariat, Anggota, dan seksi-seksi (keamanan dan ketertiban, kebersihan dan keindahan, daya tarik wisata dan kenangan, hubungan masyarakat dan pengembangan Sumber Daya Manusia, Pengembangan Usaha). Selain itu, lembaga Pokdarwis Desa Plunturan belum dilegalkan oleh desa dan Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Ponorogo.

Pengelolaan Desa Wisata, setiap *stakeholder* desa harus berkoordinasi dengan baik dengan menyusun sistem pengelolaan aktifitas. Sistem tersebut meliputi penyambutan wisatawan yang datang, pembayaran tiket masuk, pemanduan wisata dan peluang untuk memberikan umpan balik oleh wisatawan kepada pengelola. Masyarakat sebagai tuan rumah harus bisa memberikan pelayanan yang baik. Rumah yang dijadikan penginapan / *homestay* harus sesuai dengan standar pelayanan wisata. Pokdarwis sebagai pengelola Wisata Budaya Plunturan perlu membuat aturan mengenai pembangunan fasilitas wisata serta pembagian retribusi yang disesuaikan dengan kesepakatan warga desa. Selain itu, Pokdarwis harus mendata jumlah *homestay* dan aktifitas yang dapat diikuti oleh wisatawan. Kerja sama desa

dengan berbagai kelompok dan praktisi juga perlu dilakukan untuk meningkatkan pengetahuan dan kecintaan generasi muda terhadap seni dan budaya lokal. Pembinaan kepada masyarakat desa juga diperlukan untuk mengembangkan pasar tradisional, makanan khas dan produk unggulan Desa Plunturan. Sehingga, konsep *something to see, something to do, dan something to buy* di Desa Plunturan dapat terlaksana dan saling bersinergi.

Kegiatan pendampingan penyusunan strategi terkait pengembangan wisata budaya Desa Plunturan menggunakan teknik analisis SWOT (*Strength, Weaknesses, Opportunity, and Threat*). SWOT sebuah konsep dalam manajemen strategik yang menekankan pada penilaian lingkungan internal dan eksternal. Analisis SWOT mendasarkan pada logika yang memaksimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun dapat meminimalkan kelemahan (*Weaknesses*) dan ancaman (*Threats*). Strategi pengembangan Wisata Budaya Desa Plunturan yang telah penulis susun adalah sebagai berikut:

1. Melaksanakan pendampingan pelaksanaan administrasi umum Pemerintah Desa, Pokdarwis dan BUMDes berbasis komputerisasi;
2. Melaksanakan pendampingan pelaksanaan administrasi keuangan Pemerintah Desa, Pokdarwis dan BUMDes berbasis komputerisasi;
3. Menyusun Program dan Kegiatan secara berkelanjutan dan terintegrasi, khususnya dalam membentuk Desa Wisata Budaya Plunturan;
4. Mendaftarkan Tarian Reog Plunturan menjadi Hak Cipta/ HKI Tarian asli Desa Plunturan;
5. Mendaftarkan nomor induk kesenian bagi kelompok-kelompok Kesenian Desa Plunturan;
6. Pembangunan sanggar seni untuk berlatih dan pengadaan acara Kebudayaan Desa Plunturan;
7. Menjadikan Desa Plunturan tempat wisata dan edukasi Kesenian Reog;
8. Meningkatkan partisipasi masyarakat dan pelaku budayawan dalam menyusun rencana pembangunan Desa Wisata Budaya Plunturan;
9. Sosialisasi kegiatan BUMDES dan Pokdarwis kepada masyarakat akan program dan kegiatan untuk menunjang pembangunan Desa Wisata Budaya Plunturan;
10. Membuat desain/blue print lokasi pusat UMKM yang strategis dan dekat dengan sanggar budaya ;
11. Membuat inovasi produk kuliner khas Desa Plunturan untuk mendukung wisata budaya;
12. Memperluas Marketplace untuk meningkatkan produk unggulan desa;
13. Melakukan pendampingan dalam bidang promosi melalui pelatihan fotografi dan videografi;
14. Melakukan promosi melalui menggunakan media sosial dan website desa /Pokdarwis;
15. Memperbanyak acara festival tahunan yang mengundang wisatawan lokal dan mancanegara;
16. Melakukan pelatihan bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional sebagai Guide Tour di Desa Plunturan;
17. Melakukan publikasi pagelaran budaya Reog melalui media massa dan media sosial untuk meningkatkan popularitas Desa Plunturan;
18. Melakukan pelatihan antar generasi untuk meningkatkan pelestarian budaya Plunturan;
19. Ikut serta dalam acara kebudayaan di tingkat Kabupaten/Provinsi/Nasional/ Internasional;
20. Mengaktifkan website dan media sosial Pemerintahan Desa untuk media Promosi Desa

Plunturan dan Wisata Budaya;

21. Memaksimalkan usaha desa (Kapispam) dan membuka usaha baru lainnya untuk mendukung kegiatan pariwisata budaya Desa Plunturan.

Dari hasil analisis SWOT tersebut, dapat membantu Pemerintah Desa Plunturan dalam mengembangkan perencanaan wisata budaya. Dampak pengembangan wisata budaya sangat beragam ke sektor-sektor lainnya. Ibarat wisata budaya sebagai motor penggerak, sektor lainnya seperti UMKM, pengolahan makanan dan minuman, jasa, dan lain-lain dapat mengikuti. Pengembangan produk unggulan lokal yang selama ini belum dikelola dengan baik dapat dikembangkan, misalnya singkong, jagung, dan ubi jalar. Di bidang kuliner juga demikian, diharapkan dapat menyediakan makanan dan minuman khas Plunturan yang membuat wisatawan tertarik. Selain itu, penyusunan *calendar of event* perlu dilakukan dan dipublikasikan melalui website dan media sosial Desa Plunturan atau Pokdarwis. Hal ini memudahkan wisatawan luar daerah menentukan jadwal berkunjung ketika ada *event*. Agar wisatawan nyaman dan terfasilitasi dengan baik, Pokdarwis dapat membuat paket wisata budaya dan kuliner serta perancangan aktifitas bersama masyarakat (*living with local community*). Sehingga wisatawan dapat terjun langsung merasakan kegiatan sehari-hari masyarakat desa.

Untuk mendukung melaksanakan aktifitas ini, maka masyarakat Desa Plunturan memerlukan pelatihan keterampilan memandu (*guiding*) dan berbahasa asing untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan mancanegara. Selain itu, Pokdarwis atau BUMDes (Badan Usaha Milik Desa) dapat menciptakan brand atau merk pada produk lokal, misalnya pada kerajinan, makanan khas, oleh-oleh khas Plunturan.

Kearifan lokal masyarakat adat Desa Plunturan masih kental dengan budaya Reyog dan *awig-awig* (aturan adat setempat) nya. Pemerintah desa beserta *stakeholders* terkait mengajak masyarakat untuk bergotong royong bersama dalam meningkatkan dan mengembangkan wisata budaya. Meningkatkan kesadaran masyarakat dapat dilakukan melalui program ekonomi kreatif yang memanfaatkan potensi Desa Plunturan.

Seseorang ingin melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor pendorong dan faktor penarik yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Sebagai faktor penarik wisata, Desa Plunturan harus melakukan promosi baik secara offline maupun online. Karang taruna sebagai agen penggerak pemuda yang dapat membuat video profil desa untuk menarik wisatawan.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan pengabdian masyarakat, Desa Plunturan memiliki banyak peluang untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis wisata budaya. Strategi yang dihasilkan dari hasil analisis dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang dalam pengembangan produk wisata, menciptakan produk baru, dan pemasaran produk. Dalam mengembangkan dan mengelola produk, Pokdarwis harus konsisten dalam melaksanakan program-program yang telah direncanakan dengan melibatkan partisipasi masyarakat desa secara aktif. Pokdarwis membutuhkan penguatan organisasi sebelum mengajak masyarakat berperan aktif. Dalam berbagai program pengembangan wisata budaya, sangat diperlukan pemasaran berbasis teknologi (media sosial) untuk membentuk branding Desa Plunturan sebagai desa wisata dan memperluas kerjasama dengan berbagai pihak untuk mencapai target wisatawan domestik dan mancanegara.

Ucapan Terima Kasih

Sehubungan dengan penyusunan artikel ini, tidak luput dari dukungan banyak pihak. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat, anugerah dan barokahNya;
2. Tim pengabdian sekaligus penyusun artikel;
3. Panitia Seminar Nasional & Call for Paper Konsorsium Untag Indonesia Ke-2 Tahun 2020;
4. Perangkat Desa Plunturan, Kecamatan Pulung, Kabupaten Ponorogo;
5. dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu

Daftar Pustaka

- Ooi, Chan-Seng. 2006. *Tourism and the Creative Economy in Singapore*
- Purnomo, Rochmat Aldy. 2016. *Ekonomi Kreatif, Pilar Pembangunan Indonesia*. Surakarta: Ziyad Visi Media
- Rahim, Firmansyah. 2012. *Pedoman Kelompok Sadar Wisata*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa