

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Perempuan dalam Perekonomian

a. Pemberdayaan Perempuan Melalui *Women Entrepreneur*

Pemberdayaan atau pemberkuasaan (*empowerment*) secara konsep berasal dari kata *power* yang berarti memiliki kekuasaan atau keberdayaan. Herbert J. Rubin dan Irene S. Rubin (1992) dalam Marmoah (2014) menyebutkan bahwa pemberdayaan adalah upaya menggiring warga masyarakat supaya mereka memiliki sikap untuk lebih bertanggung jawab atas dirinya dan lingkungannya. Dengan demikian, yang di maksud dengan pemberdayaan adalah suatu upaya memberdayakan seseorang atau sekelompok orang dari yang semula bersifat pasif terhadap lingkungan supaya menjadi aktif dan dapat pula menggerakkan dalam masyarakat.¹

Konsep pemberdayaan perempuan dalam literatur memiliki perspektif yang sangat luas. Pemberdayaan perempuan adalah peningkatan kemandirian perempuan dengan menghormati kebhinekaan dan kekhasan lokal. Esensi pemberdayaan perempuan menurut Kreisberg (1992) dalam Marmoah (2014) ada dua macam. *Pertama*, merefleksikan kepentingan emansipasi untuk mendorong perempuan supaya mampu berpartisipasi secara aktif dalam bidang pembangunan. *Kedua*, proses keterlibatan individu atau masyarakat ke dalam proses penyadaran, dan pengorganisasian secara kolektif serta dapat mengatur ataupun menguasai keterampilan supaya mampu menjadi individu yang kritis dan efektif di dalam masyarakat.²

¹ Sri Marmoah., *Manajemen Pemberdayaan Perempuan Rimba*, (Yogyakarta: Deepublish, 2014), 43-44.

² Sri Marmoah., *Manajemen Pemberdayaan Perempuan Rimba*, 70.

Berdasarkan pengertian diatas, maka kegiatan pemberdayaan bagi perempuan sangat di perlukan supaya kaum perempuan mendapatkan akses dan peluang di bidang ekonomi, politik, sosial, dan budaya serta mampu berpartisipasi aktif dalam pengambilan suatu keputusan. Secara riil, peran perempuan dalam menciptakan usaha di sektor informal cukup menjanjikan. Oleh karena itu, jika pemerintah ingin membangun ekonomi kerakyatan, maka pemerintah harus memiliki kepedulian untuk memberdayakan kaum perempuan sehingga terciptanya suasana yang kondusif bagi perkembangan ekonomi kerakyatan.³

Dalam melaksanakan fungsi pemberdayaan yang baik, Kartasmita (1995) dalam Khairunnisa (2017) menyebutkan ada tiga cara yaitu sebagai berikut:⁴

- 1) Menciptakan suatu iklim dan suasana yang memungkinkan untuk potensi kaum perempuan dapat berkembang. Caranya diantaranya adalah memberikan pelatihan keterampilan manajemen kewirausahaan perempuan, dan pelatihan kepemimpinan.
- 2) Memperkuat potensi yang telah dimiliki oleh kaum perempuan. Caranya antara lain dengan peningkatan jaringan keterampilan, dan pembinaan modal untuk keterampilan.
- 3) Kegiatan pemberdayaan juga mengandung arti melindungi. Dalam proses pemberdayaan harus diupayakan supaya yang lemah tidak bertambah lemah, karena itulah diperlukan adanya perlindungan dalam proses pemberdayaan perempuan.

Dengan demikian, maka peran dari pemerintah dalam upaya pemberdayaan perempuan adalah dengan cara membangkitkan motivasi masyarakat dan partisipasi masyarakat dalam upaya pemberdayaan

³ Iin Khairunnisa., *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Daerah*, (Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Volume 6, Edisi 11, 2017), 83.

⁴ Iin Khairunnisa., *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Daerah*, 86.

perempuan supaya dapat menimbulkan dampak positif atas produktivitas masyarakat, demi mencapai kemandirian dan meningkatkan pemberdayaan masyarakat khususnya untuk kaum perempuan.⁵

Salah satu upaya dalam pemberdayaan ekonomi perempuan adalah melalui kegiatan kewirausahaan berbasis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Di Indonesia sendiri sudah terbentuk organisasi Ikatan Wanita Pengusaha (IWAPI). IWAPI merupakan organisasi pemberdayaan masyarakat terutama di kalangan perempuan untuk mandiri dengan berwirausaha. Saat ini IWAPI sudah menyebar di seluruh daerah di nusantara, hal ini bertujuan untuk memberikan kemudahan akses kepada para pengusaha wanita yang tinggal di daerah. Wanita merupakan aset bangsa yang sangat berharga, khususnya dalam menumbuhkan perekonomian. Inilah saatnya para perempuan berperan aktif dalam membangun lingkungannya menjadi lebih bermanfaat dan dapat menciptakan peluang. Serta dapat mengubah mental dan pemikiran kaum perempuan untuk lebih aktif dalam memajukan ekonomi lokal.⁶

Wirausaha (*entrepreneur*) secara etimologi berasal dari kata “wira” dan “usaha”. Kata “wira” berarti berani, utama, atau perkasa, sedangkan “usaha” berarti kegiatan yang mengarahkan tenaga pikiran dan fisik untuk mencapai suatu maksud tertentu. Secara terminologi, wirausaha adalah suatu kemampuan untuk menciptakan, mencari, dan memanfaatkan peluang menuju apa yang diinginkan. Menurut Kasmir (2006) dalam Rusydi dan Tien (2016) *entrepreneur* adalah orang yang berjiwa berani untuk mengambil resiko demi membuka usaha dalam berbagai kesempatan.⁷

⁵ Iin Khairunnisa., *Pemberdayaan Ekonomi Perempuan di Daerah*, 85.

⁶ Wawan Dhewanto dan Hendrati Dwi Mulyaningsih., *Inovasi dan Kewirausahaan Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2013), 154-156.

⁷ Rusydi Ananda dan Tien Rafida., *Pengantar Kewirausahaan: Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*, (Medan: Perdana Publishing, 2016), 1.

Kasmir (2006) dalam Rusydi dan Tien (2016) menjelaskan bahwa kegiatan seorang wirausaha disebut dengan kewirausahaan (*entrepreneurship*). Kewirausahaan merupakan suatu kemampuan untuk menciptakan suatu kegiatan usaha. Kemampuan menciptakan usaha ini di perlukan adanya kreativitas dan inovasi yang terus-menerus untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dari yang sudah ada sebelumnya, sehingga pada akhirnya mampu memberikan kontribusi bagi masyarakat luas.⁸

Ketika topik tentang *entrepreneurship* menjadi suatu hal yang banyak di bicarakan oleh media, ada satu istilah lagi yang mencuri perhatian yaitu *women entrepreneur* (wirausaha wanita). Keberadaan *women entrepreneur* menjadi suatu hal yang berbeda, berbeda dalam artian masih banyak orang yang belum menyadari keberadaannya. Di Indonesia, bila berbicara mengenai pengusaha wanita jumlahnya akan lebih sedikit jika dibandingkan dengan laki-laki. Kesenjangan gender masih menjadi halangan bagi sebagian kaum perempuan untuk memulai sebuah usaha karena adanya sikap keraguan atas kemampuannya untuk memiliki usaha sendiri.⁹

Namun saat ini wanita tidak hanya menjadi penonton dalam dunia bisnis, akan tetapi wanita saat ini turut berperan serta dalam memajukan perekonomian negara. Perempuan dengan peran gandanya selain sebagai ibu rumah tangga juga dapat menjadi penggerak perekonomian rumah tangga. Perempuan-perempuan pengusaha terbukti dapat bersaing dengan kolega prianya, mampu mengembangkan diri dan perusahaannya. Pengusaha perempuan tidak hanya dalam skala besar saja, namun banyak pula yang berpartisipasi dalam usaha kecil dan menengah.¹⁰

⁸Rusydi Ananda dan Tien Rafida., *Pengantar Kewirausahaan: Rekayasa Akademik Melahirkan Entrepreneurship*, 3.

⁹Helmiatin., *Kewirausahaan dalam Multi Perspektif*, (Tangerang Selatan: Univesitas Terbuka, 2017), 59.

¹⁰Helmiatin., *Kewirausahaan dalam Multi Perspektif*, 61.

Menurut sebuah survei dari *National Association of Women Business Owners* dalam Helmiatin (2017) mengatakan bahwa mulai tahun 2013 akan ada lebih banyak perempuan menjadi pemilik bisnis dibandingkan tahun sebelumnya. Hasil temuan lainnya dari lembaga survei ini juga mengatakan bahwa 81% wirausaha perempuan merasa optimis dengan kinerja bisnis mereka saat ini. Selain karena dorongan pertumbuhan internet dan kewirausahaan, ada dorongan yang kuat dalam diri perempuan untuk menggeser dominasi laki-laki dalam bidang industri bisnis, dan membuka kesempatan bagi kaum perempuan untuk mendapat kesempatan mendirikan usaha sendiri.¹¹

b. Peran Perempuan dalam Perekonomian

Perempuan sebagai sekelompok penduduk dengan jumlahnya yang mayoritas ditantang untuk ikut andil dalam menghadapi segala perubahan yang mungkin terjadi di lingkungannya. Dampak dari adanya arus globalisasi adalah keterbukaan pemikiran dan peningkatan peluang serta kesempatan bagi kaum perempuan untuk berperan lebih besar.¹² Kegiatan domestik sudah melekat pada diri perempuan sejak lama dan bahkan sudah menjadi kebiasaan dan adat istiadat. Perempuan selalu di ibaratkan sebagai makhluk pekerja domestik (*homemaker*) yang dinilai tidak dapat berpartisipasi secara aktif diluar rumah. Secara mendalam, perempuan masih dilekatkan dengan istilah “sumur, dapur, dan kasur” dan belum bisa keluar secara utuh tanpa tendensi apa-apa.¹³

¹¹Helmiatin., *Kewirausahaan dalam Multi Perspektif*, 62.

¹²Arbaiyah Prantiasih., *Reposisi Peran dan Fungsi Perempuan*, (*Jurnal Pendidikan Pancasila dan Kewarganegaraan*, Volume 27 Nomor 1, 2014), 5. (<http://journal.um.ac.id/index.php/jppk/article/view/5511/2166> diakses pada 08 Maret 2020)

¹³Darmin Tuwu., *Peran Pekerja Perempuan Dalam Memenuhi Ekonomi Keluarga: Dari Peran Domestik Menuju Sektor Publik*, (*Jurnal Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian* Volume 13 Nomor 1, 2018), 63-64. (<http://ejournal.iainkendari.ac.id/al-izzah/article/download/872/785> diakses pada 08 Maret 2020)

Perempuan yang berpartisipasi di sektor publik dikarenakan sebagai manusia mereka perlu untuk mengaktualisasi diri. Disamping itu, mereka juga termasuk dalam tenaga yang produktif. Namun akibat ideologi gender patriarkhis, menjadikan perempuan tidak dapat menghindari kegiatannya di sektor domestik. Akibatnya kaum perempuan terbebani oleh peran ganda, yang mana mereka berpartisipasi di sektor publik untuk memperoleh penghasilan, akan tetapi mereka juga masih terbebani oleh tugas domestiknya.¹⁴ Karena hal tersebutlah, maka sebagian besar perempuan bekerja di sektor informal dengan cara mendirikan usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang dikelola di rumah masing-masing, sehingga kedua peran domestik dan peran publik tersebut dapat di jalankan dengan baik.

Dengan terbukanya perempuan terhadap perkembangan IPTEK maka semakin besar pula manfaatnya untuk menunjang usahanya serta profit yang dihasilkan. Secara konseptual, ada beberapa faktor yang memotivasi perempuan untuk menjadi seorang entrepreneur atau wirausaha yaitu sebagai berikut:¹⁵

- 1) Peningkatan pendapatan, berupa dorongan untuk memperoleh pendapatan yang lebih tinggi.
- 2) Kemandirian, berupa kemauan seorang perempuan untuk menopang kehidupannya sendiri bahkan orang lain disekitarnya.
- 3) *Recognition*, yaitu kemauan seorang perempuan untuk diakui oleh orang lain.

¹⁴Nunuk P. Murniati., *Getar Gender: Perempuan Indonesia dalam Perspektif Sosial, Politik, Ekonomi, Hukum dan HAM*, (Magelang: Indonesia Tera, 2004), 169-170.

¹⁵Deby Austhi., *Motivasi Berwirausaha dan Kesuksesan Berwirausaha pada Wirausahawan Wanita Anne Avantie*, (Jurnal AGORA, Volume 5 Nomor 1, 2017), 3-4. (<https://www.neliti.com/publications/53913/motivasi-berwirausaha-dan-kesuksesan-berwirausaha-pada-wirausahawan-wanita-anne> diakses pada tanggal 08 Maret 2020)

- 4) *Challenge*, yaitu keinginan seorang perempuan untuk mengeksplorasi diri dengan menghadapi bermacam-macam tantangan.
- 5) *Excitement*, yaitu kemauan seorang perempuan untuk memperoleh kesenangan atas kegiatan yang dilaksanakan.
- 6) *Growth*, yaitu kemauan seorang perempuan untuk meningkatkan kualitas diri.
- 7) Keamanan keluarga, yaitu keinginan seorang perempuan untuk menjamin keamanan bagi keluarganya maupun orang-orang disekitarnya dari segi perekonomian.

Berbicara mengenai kegiatan ekonomi, berarti pula berbicara mengenai perempuan, karena perempuan berkedudukan sebagai *agent of development* (agen pembangunan). Saat ini telah terjadi pembangunan ekonomi di berbagai wilayah, tak terkecuali di wilayah pedesaan. Hal ini bisa dilihat dari adanya pembangunan ekonomi pertanian, serta usaha-usaha ekonomi mikro kecil menengah yang berkembang di tengah-tengah masyarakat desa, merupakan hasil karya dari kaum perempuan. Karena itulah perempuan layak disebut sebagai *agent of development*.¹⁶

Selain sebagai *agent of development*, perempuan juga berperan dalam penciptaan ketahanan ekonomi, hal ini bisa dilihat dengan partisipasi perempuan dalam sektor ekonomi informal melalui pertanian dan usaha ekonomi mikro kecil dan menengah akan berdampak pada kemandirian ekonomi kaum perempuan dan juga masyarakat disekitarnya. Kaum perempuan juga memiliki peran dalam mendukung pertumbuhan ekonomi publik (wilayah). Bagaimana tidak, ketika suatu wilayah

¹⁶Alexandra Hukom., *Peran Perempuan dalam Pembangunan Ekonomi Melalui Industri Mikro Pedesaan*, (Jurnal Informasi dan Komunikasi Ilmiah Masalah Kewanitaan, Volume 20 Nomor 1, 2011), 61. (https://www.researchgate.net/publication/324794289_Peran_Perempuan_dalam_Pembangunan_Ekonomi_melalui_industri_mikro_pedesaan) diakses pada 08 Maret 2020.

sudah memiliki potensi usaha ekonomi mikro kecil dan menengah yang banyak dilakukan oleh kaum perempuan, maka secara tidak langsung akan menciptakan pertumbuhan ekonomi di berbagai sektor bagi wilayah tersebut.¹⁷

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Peran Perempuan dalam Perekonomian

Faktor-faktor yang mempengaruhi peran perempuan dalam perekonomian, dirumuskan dengan suatu pendekatan analisis yang disebut dengan pendekatan analisis SWOT (*strenghts, weakness, opportunities, and threats*) yang berarti kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman.¹⁸ Analisis SWOT itu sendiri dibagi menjadi dua macam yaitu analisis faktor internal dan faktor eksternal, berikut adalah penjelasannya:

1) Faktor internal

Faktor internal adalah faktor dari dalam diri perempuan yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan kaum perempuan dalam perannya di bidang perekonomian. Berdasarkan pendekatan analisis SWOT, faktor internal yang mempengaruhi peran perempuan dalam perekonomian di klasifikasikan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

a) Kekuatan (*Strenghts*)

Kekuatan (*strenghts*) adalah faktor internal yang menjadi pendorong keberhasilan bagi kaum perempuan dalam perannya di bidang perekonomian, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:¹⁹

¹⁷ Alexandra Hukom., *Peran Perempuan dalam Pembangunan Ekonomi Melalui Industri Mikro Pedesaan*, 62-63.

¹⁸ Freddy Rangkuti., *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), 18.

¹⁹ Febriani., *Peran Wanita dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kota Padang*, (*Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 3, 2012), 16.

- 1) Memiliki jiwa bisnis atau wirausaha
- 2) Tidak mudah menyerah
- 3) Tekun, ulet, dan telaten
- 4) Jujur sehingga lebih dipercaya
- 5) Teliti dan cermat
- 6) Disiplin dan tangguh
- 7) Selalu menjaga nama baik
- 8) Semangat dan loyalitas yang tinggi

b) Kelemahan (*Weakness*)

Kelemahan (*weakness*) adalah faktor internal yang menjadi penghambat keberhasilan kaum perempuan dalam perannya di bidang perekonomian, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:²⁰

- 1) Memanfaatkan kesempatan untuk kepentingan pribadi
- 2) Tidak berani mengambil resiko
- 3) Kurang percaya diri
- 4) Wawasan pengetahuan yang kurang
- 5) Tidak bisa membagi waktu atas perannya
- 6) Masih bergantung pada dominasi suami
- 7) Lebih mengedepankan perasaan dan emosi dalam pengambilan keputusan

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal adalah faktor dari luar kendali individu yang mempengaruhi keberhasilan dan kegagalan kaum perempuan dalam peranannya di bidang perekonomian. Berdasarkan pendekatan analisis SWOT, faktor eksternal yang mempengaruhi peran perempuan dalam perekonomian di klasifikasikan menjadi dua macam, yaitu sebagai berikut:

a) Peluang (*Opportunities*)

Peluang (*opportunities*) adalah faktor eksternal yang mendukung keberhasilan perempuan dalam peranannya di bidang

²⁰ Febriani., *Peran Wanita dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah di Kota Padang*, 16-17.

perekonomian, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:²¹

- 1) Kearifan lokal
 - 2) Pangsa pasar yang besar
 - 3) Menciptakan lapangan pekerjaan
 - 4) Teknologi yang modern
 - 5) Dukungan keluarga dan pemerintah
- b) Ancaman (*Threats*)

Ancaman (*threats*) adalah faktor eksternal yang menjadi penghambat keberhasilan kaum perempuan dalam peranannya di bidang perekonomian, faktor-faktor tersebut antara lain sebagai berikut:²²

- 1) Persaingan bisnis
- 2) Monopoli perdagangan oleh pengusaha besar
- 3) Masuknya budaya asing
- 4) Keterbatasan modal
- 5) Perubahan teknologi dan informasi

d. *Women Entrepreneur dalam Perspektif Islam*

Munculnya globalisasi di dalam berbagai bidang yang disertai dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, menyebabkan perubahan pola pikir dan aktivitas kaum perempuan. Para perempuan yang dulu hanya tinggal di rumah dan mengurus pekerjaan domestik (urusan rumah tangga), sekarang para perempuan sudah mulai berkarir dan mandiri dari segi ekonomi. Salah satu aktivitas karir yang dilakukan oleh kaum perempuan adalah melalui kegiatan ekonomi di sektor informal berupa usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).²³

²¹ Sumar'in, dkk., *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas*, (Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan, Volume 6, nomor 1, 2017), 10.

²² Sumar'in, dkk., *Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas*, 10.

²³ Asriaty., *Wanita Karir dalam Pandangan Islam*, (Jurnal Al-Maiyyah, Volume 7, Nomor 2, 2014), 167.

Menurut pandangan islam, perempuan berkarir atau bekerja hukumnya mubah (boleh) selama pekerjaan yang dilakukan tidak mengganggu peran utama perempuan sebagai pengurus rumah tangga. Rasulullah saw dalam sebuah haditsnya memuji orang yang memakan rezeki dari hasil jerih payahnya sendiri, sebagaimana di riwayatkan oleh imam Bukhari:

عَنِ الْمُقَدِّمِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: ((مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ)) رواه البخاري.

Artinya: “Tidaklah seseorang mengkonsumsi makanan itu lebih baik dari pada mengkonsumsi makanan yang diperoleh dari hasil kerjanya sendiri, sebab Nabi Daud memakan makanan dari hasil kerjanya sendiri.” (H.R. Bukhari)

Hadits ini bermaksud untuk memerintahkan bagi setiap muslim untuk bekerja dan berusaha demi mencari nafkah dengan jerih payahnya sendiri dan tidak bergantung kepada orang lain, seperti yang dilakukan oleh Nabi Daud as, yang selalu bekerja untuk mencari nafkah dan memakan makanan dari hasil usahanya sendiri.²⁴

Secara umum, para ulama sepakat untuk memperbolehkan seorang perempuan untuk bekerja/berwirausaha baik di dalam maupun di luar rumah, akan tetapi tetap memberikan batasan-batasan yang jelas dan syarat-syarat yang harus dipatuhi terutama harus mendapat izin dari suami bagi sudah menikah. Berikut ini adalah beberapa syarat-syarat yang harus di penuhi oleh perempuan yang bekerja/berwirausaha:²⁵

(<http://ejurnal.stainparepare.ac.id/index.php/almaiya/article/download/240/165> diakses pada 10 Agustus 2020)

²⁴ Asriaty., *Wanita Karir dalam Pandangan Islam*, 170.

²⁵ Asriaty., *Wanita Karir dalam Pandangan Islam*, 183-186.

- 1) Izin dari suami
- 2) Menyeimbangkan antara urusan pekerjaan dan urusan rumah tangga
- 3) Tidak menimbulkan khalwat dengan lawan jenis
- 4) Menjauhi pekerjaan yang tidak sesuai dengan syariat agama
- 5) Senantiasa menjaga etika bisnis Islami

2. Ekonomi Kreatif

a. Pengertian Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan suatu konsep baru untuk merealisasikan pembangunan ekonomi berkelanjutan yang di dasarkan pada ide dan kreativitas manusia. Pemanfaatan sumber daya yang tidak hanya terbarukan, dan tidak terbatas yaitu berupa ide, pemikiran, bakat, keterampilan, dan kreativitas.²⁶ Ekonomi kreatif juga didefinisikan sebagai suatu kegiatan ekonomi atau industri yang memanfaatkan ide kreatif, keterampilan, dan talenta individu sehingga dapat terciptanya kesejahteraan serta lapangan pekerjaan bagi individu melalui penciptaan berbagai macam produk dan jasa.²⁷ Nilai ekonomi dari sebuah produk atau jasa di era ekonomi kreatif ini tidak lagi ditentukan oleh jenis bahan baku ataupun sistem produksi seperti pada era ekonomi industri, melainkan lebih kepada pemanfaatan ide kreatif dan penciptaan inovasi yang memanfaatkan perkembangan teknologi yang semakin maju. Ekonomi industri tidak dapat lagi berkompetisi di pasar global jika hanya mengandalkan harga atau kualitas produk saja, melainkan harus bersaing berdasarkan inovasi, kreativitas dan imanjinasi.²⁸

Menurut cetak biru Ekonomi Kreatif 2025 dalam Purnomo (2016) ekonomi kreatif adalah suatu penciptaan nilai tambah (ekonomi, sosial, budaya,

²⁶Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, (Diterbitkan mandiri melalui www.nulisbuku.com Copyright 2016), 8.

²⁷Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2019), 121.

²⁸Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 8.

lingkungan) yang berdasarkan ide dan gagasan yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia dengan memanfaatkan ilmu pengetahuan, serta warisan budaya dan teknologi. Kreativitas tidak hanya di batasi pada karya yang berbasis seni dan budaya, tetapi juga bisa berdasarkan ilmu pengetahuan dan teknologi, *engineering* dan ilmu telekomunikasi.²⁹

Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar berdirinya ekonomi kreatif diantaranya adalah kreativitas, inovasi dan penemuan.³⁰

1) Kreativitas (*Creativity*)

Diartikan sebagai suatu kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru, unik, dan dapat diterima oleh khalayak umum. Selain itu juga bisa menghasilkan gagasan baru yang dapat dijadikan sebagai solusi atas suatu permasalahan, atau melakukan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya (*thinking out of the box*). Seseorang yang memiliki ide kreatif dan bisa memaksimalkan kemampuannya itu, maka akan dapat menghasilkan sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya sendiri maupun untuk orang lain.

2) Inovasi (*Innovation*)

Yaitu suatu perubahan dari sebuah ide atau gagasan yang di dasarkan pada kreativitas dan keterampilan dengan memanfaatkan penemuan yang sudah ada untuk menghasilkan sesuatu yang lebih baik, memiliki nilai tambah, dan juga bisa bermanfaat bagi penggunanya.

3) Penemuan (*Invention*)

Istilah *invention* ini lebih menekankan pada penciptaan sesuatu yang belum pernah ada sebelumnya dan bisa diakui sebagai sebuah karya yang memiliki fungsi yang unik dan belum pernah diketahui sebelumnya.

²⁹Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 8.

³⁰Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 8-10.

Istilah ekonomi kreatif mulai banyak diperbincangkan sejak John Howkins menulis buku berjudul “*Creative Economy: How People Make Money from Ideas*”. Howkins (2002) dalam Purnomo (2016) mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai suatu kegiatan ekonomi yang mana input dan outputnya adalah gagasan atau ide pokok manusia. Maka bisa dibayangkan bahwa, meskipun hanya bermodalkan ide dan gagasan, seseorang yang kreatif bisa mendapatkan penghasilan yang relatif besar.³¹

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi baru yang mengkombinasikan antara informasi dan kreatifitas yang di dasarkan pada suatu ide, gagasan, dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi yang utama. Dengan kata lain, sumber daya manusia yang mempunyai ide dan gagasan jika kombinasikan dengan informasi dapat membentuk sebuah ekonomi kreatif. Kreatifitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan sesuatu yang bernilai dan berguna. Orang yang kreatif jika dibandingkan dengan orang yang tidak kreatif akan tampak dalam kinerjanya maupun penampilannya. Secara umum, bangsa yang kreatif akan menjadi sebuah bangsa yang maju.³²

b. Sejarah Lahirnya Ekonomi Kreatif di Indonesia

Berikut ini kronologis uraian perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia:³³

- 1) Tahun 2006 Presiden Susilo Bambang Yudhoyono mengintruksikan untuk mengembangkan sebuah konsep ekonomi baru yang dikenal dengan istilah ekonomi kreatif. Proses pengembangan ekonomi kreatif ini diwujudkan dengan membentuk Indonesia *Desain Power* oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan pada waktu itu.
- 2) Pada tahun 2007 diadakan peluncuran studi pemetaan Kontribusi Industri Kreatif Indonesia.

³¹Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 10.

³²I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, (Depok: PT> Rajagrafindo Persada, 2015), 227.

³³I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 237.

- 3) Tahun 2008 diadakan peluncuran Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025 dan Cetak Biru Pengembangan 14 Subsektor Industri Kreatif Indonesia.
- 4) Pencanangan Tahun Indonesia Kreatif Tahun 2009.
- 5) Tahun 2009 diadakan Pekan Produk Kreatif dan Pameran Ekonomi Kreatif yang berlangsung setiap tahun.

Pengembangan ekonomi kreatif sejak tahun 2006 itu menjadi program pemerintah dibawah kementerian yang menangani pariwisata digabung menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ada dua *flagship* yakni **Wonderfull Indonesia** dan **Indonesia Kreatif** mencakup enam program pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia.³⁴

c. Ruang Lingkup Ekonomi Kreatif di Indonesia

Menurut Rajab (2015) dalam Tambunan (2019) menjelaskan produk-produk ekonomi kreatif cukup beragam dan dikelompokkan dalam empat kategori. *Pertama*, warisan budaya tradisional seperti kerajinan-kerajinan artistik, festival atau perayaan, serta situs budaya yang menyangkut situs arkeologis, museum, perpustakaan, dan pameran. *Kedua*, karya seni seperti aksesori, ornamen, seni visual yang menyangkut lukisan, patung, ukiran, fotografi, barang antik, seni pertunjukan seperti pertunjukan musik, teater, tarian, opera dan sirkus. *Ketiga*, media yaitu seperti penerbitan dan percetakan, audio visual yang menyangkut film, televisi, dan radio. *Keempat*, kreasi fungsional seperti desain interior, grafis, perhiasan, mainan, dan jasa kreatif yang berkaitan dengan arsitektural, periklanan, turisme, kuliner, serta penelitian dan pengembangan kreatif.³⁵

³⁴I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 238.

³⁵Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 122.

Sampai saat ini, Pemerintah Indonesia telah mengidentifikasi lingkup ekonomi kreatif yang meliputi 15 sub sektor sebagai berikut:³⁶

- 1) Periklanan (*Advertising*)
- 2) Arsitektur
- 3) Pasar barang seni
- 4) Kerajinan (*Craft*)
- 5) Desain
- 6) *Fashion*
- 7) Video, Film, dan Fotografi
- 8) Permainan interaktif (*game*)
- 9) Musik
- 10) Seni pertunjukan (*Showbiz*)
- 11) Penerbitan dan Percetakan
- 12) Layanan Komputer dan Piranti Lunak (*software*) atau Teknologi Informasi
- 13) Televisi dan Radio (*Broadcasting*)
- 14) Riset dan Pengembangan (*Research and Development*)
- 15) Kuliner

d. Peran Ekonomi Kreatif

Dalam upaya pengembangan ekonomi pedesaan, ekonomi kreatif memiliki peran sangat penting, terutama dalam hal-hal berikut ini:³⁷

- 1) Menciptakan kesempatan kerja

Hal ini dikarenakan sebagian besar usaha di sektor ekonomi kreatif adalah kategori UMKM, yang memang salah satu karakteristik dari kelompok skala usaha ini adalah padat karya, dalam artian lebih banyak mengerjakan orang (daripada memakai mesin) dibandingkan dengan UB yang lebih padat modal. Dengan sendirinya ini juga berarti ekonomi kreatif menjadi sangat penting untuk mengurangi jumlah pengangguran, tingkat kemiskinan, dan kesenjangan pendapatan di tanah air.

³⁶Rochmat Aldy Purnomo, *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*, 16-21.

³⁷Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 123-124.

2) Pengembangan wirausaha

Karena salah satu sifat penting dari kegiatan-kegiatan ekonomi kreatif adalah kreativitas dan inovasi individu-individu. Dengan kata lain, seorang pelaku kreativitas dengan membuka usaha sendiri untuk menjual hasil kreativitas atau inovasinya, dengan sendirinya sedang melakukan suatu proses kewirausahaan.

3) Pertumbuhan ekonomi

Dengan banyaknya unit usaha pada sektor ekonomi kreatif yang masing-masing menghasilkan output atau NT, dengan sendirinya sektor ini menjadi salah satu penyumbang penting terhadap pembentukan atau pertumbuhan output nasional (PDB).

4) Pertumbuhan ekspor

Secara potensial banyak barang atau jasa dari sektor ekonomi kreatif memiliki konsumen dunia atau yang dapat di ekspor. Jika potensi ekspor yang dimiliki oleh sektor ekonomi kreatif bisa direalisasikan, akan sangat membantu Indonesia dalam mendapatkan devisa.

5) Perkembangan sejumlah sektor

Karena kegiatan ekonomi kreatif ada di sejumlah sektor ekonomi, pertumbuhan kegiatan ekonomi kreatif juga membuat dampak positif terhadap pertumbuhan sektor-sektor ekonomi terkait. Misalnya sektor pariwisata, jelas subsektor-subsektor seperti kuliner, kerajinan, pasar barang seni, dan seni pertunjukan sangat diperlukan oleh sektor tersebut. pertumbuhan ekonomi kreatif juga sangat penting bagi pertumbuhan industri manufaktur secara umum.

6) Pembangunan daerah

Karena sebagian besar dari unit usaha di ekonomi kreatif adalah dari kategori UMKM dan berada di daerah, daerah bisa mengandalkan kegiatan-kegiatan kreatif oleh anak-anak muda di daerah sebagai motor penggerak pembangunan dan pertumbuhan ekonomi daerah, yang berarti

mengurangi atau menghilangkan kesenjangan pembangunan antar daerah (pemerataan perekonomian nasional), khususnya antara Indonesia bagian barat dan bagian timur.

e. Hubungan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif yang berkembang sangat pesat dapat menghasilkan produk-produk yang dibutuhkan pasar dan akan memicu pertumbuhan ekonomi secara pesat pula dapat dikatakan sebagai industri kreatif. Industri kreatif yang berkembang melibatkan banyak komponen sehingga menghasilkan produk yang beragam dan memperluas pasar merupakan pertanda industri sudah berjalan. Industrialisasi adalah segala kegiatan ekonomi produktif melibatkan banyak produsen yang dapat melipatgandakan berbagai produk industri, dalam hal ini produk ekonomi kreatif.³⁸

Menurut Rahim (2013) dalam Arjana (2015) ada tiga model keterikatan industri pariwisata dan ekonomi kreatif, yaitu:³⁹

- 1) Penguatan kualitas kepariwisataan, biasanya diukur dari lama tinggal dan besaran pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan.
- 2) Penciptaan daya tarik wisata, yang mana produk dan jasa ekonomi kreatif ini dapat dijadikan daya tarik utama disuatu wilayah destinasi wisata.
- 3) Promosi, yang mana produk dan jasa ekonomi kreatif ini bisa dijadikan sebagai media promosi yang efektif bagi suatu destinasi wisata dan begitupun sebaliknya, destinasi wisata dapat dijadikan sebagai media promosi atas produk dan jasa ekonomi kreatif yang ada.

Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan daya tarik yang saling berkaitan dan menguatkan. Betapa tidak, banyak produk dari hasil ide kreatif dan keterampilan manusia yang dapat dinikmati oleh wisatawan, karena kekhasan dan keindahannya. Seperti

³⁸I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 232.

³⁹I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 232-

dikemukakan oleh Rahim (2013) dalam Arjana (2015) pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki hubungan keterkaitan yang sangat kuat, karena keduanya saling mendukung dan menguatkan yang dalam hal ini adalah kualitas pengembangan pariwisata. Prinsip perjalanan wisata adalah para wisatawan mendatangi destinasi wisata yang di rencanakan untuk memperoleh kesenangan, dan kepuasan sehingga ada kecenderungan untuk tinggal dalam waktu yang lebih lama demi menikmati destinasi wisata yang ada. Dampak dari lebih lama tinggal ini menyebabkan tingkat pengeluaran yang lebih tinggi, sehingga memunculkan devisa, devisa inilah yang kemudian dipandang sebagai kontributor sektor pariwisata terhadap perekonomian negara.

Kualitas pengembangan pariwisata yang baik adalah apabila mampu membuat wisatawan tinggal lebih lama. Di Indonesia, Bali dan Yogyakarta mampu menggalakkan, mengembangkan, dan menjaga kelangsungan industri kreatif sehingga wisatawan tidak pernah bosan, dan tidak ada kejenuhan mengunjungi daerah ini dan justru lebih lama tinggal di daerah ini. Daya tarik wisata selain alam dengan panorama yang indah, yang lebih penting adalah keindahan dan keunikan budaya masyarakat atau produk budaya.⁴⁰

3. Desa Wisata

a. Pengertian Desa Wisata

Pengertian desa wisata menurut Chafid Fandeli dalam Sulistyadi (2019) adalah suatu wilayah pedesaan yang menghadirkan suasana alami khas pedesaan, baik dari segi kehidupan sosial budaya, nilai adat istiadat, aktifitas sehari-hari, corak bangunan, struktur tata ruang, serta potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata, seperti: atraksi budaya, makanan dan minuman tradisional, kerajinan, pondok wisata, dan kebutuhan wisata lainnya. Desa wisata merupakan suatu bentuk kehidupan masyarakat yang menyatu dengan

⁴⁰I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 234-235.

tata cara dan adat istiadat yang berlaku. Suatu desa wisata memiliki daya tarik yang khas (berupa keunikan fisik lingkungan, maupun kehidupan sosial budaya) yang dikemas secara alami sehingga dapat meningkatkan daya tarik pedesaan dan dapat menggerakkan wisatawan untuk berkunjung ke desa tersebut.⁴¹

Ada dua pengertian mengenai desa wisata yaitu: (1) Apabila wisatawan yang berkunjung tersebut menginap, maka akan disebut sebagai desa wisata, (2) apabila wisatawan hanya berkunjung saja maka akan disebut sebagai wisata desa. Masyarakat adalah faktor utama dalam penggerak desa wisata, masyarakat itu sendirilah yang menjadi pengelola pariwisata tersebut. Apabila ada desa wisata yang dikelola oleh investor berarti desa tersebut tidak dapat dikatakan sebagai desa wisata dalam arti yang sesungguhnya. Desa wisata dikatakan berhasil jika seluruh anggota masyarakatnya ikut berpartisipasi aktif dalam mengelola desa wisata tersebut.⁴²

Menurut pariwisata inti rakyat (PIR) dalam Sulistyadi (2019) yang disebut sebagai desa wisata adalah suatu daerah wisata yang menyajikan keseluruhan panorama dan suasana yang menunjukkan keaslian pedesaan dari sisi kehidupan sosial, ekonomi, budaya, keseharian, adat istiadat yang berlaku. Desa wisata dalam arti yang sederhana adalah suatu destinasi wisata yang mempunyai potensi lokal berupa seni dan budaya unggulan yang dapat di manfaatkan untuk menarik minat wisatawan. Desa wisata merupakan sebuah desa yang mandiri dengan segudang potensi yang dimilikinya dan dapat menjual berbagai potensi dan kearifan lokal sebagai daya tarik wisata tanpa adanya campur tangan investor. Berdasarkan pernyataan tersebut, pengembangan desa wisata

⁴¹Yohanes Sulistyadi., dkk. *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten*, (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2019), 56-57.

⁴²Yohanes Sulistyadi., dkk. *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten*, 57.

merupakan realisasi dari undang-undang otonomi daerah (UU No. 22 Tahun 1999). Karena itulah setiap wilayah perlu mengadakan program pengembangan desa wisata sesuai dengan pola PIR tersebut.⁴³

Tujuan dari pembangunan desa wisata antara lain sebagai berikut:⁴⁴

- (1) Mendukung program pemerintah di sektor kepariwisataan dengan penyediaan program-program yang alternatif.
- (2) Menggali potensi dan kearifan lokal suatu desa sebagai dasar pembangunan wilayah desa setempat.
- (3) Memperluas peluang lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk sekitar desa wisata.

b. Faktor Penentu Utama Desa Sebagai Obyek Wisata

Menurut Aryadji (2017) dalam Tambunan (2019) saat ini desa wisata menjadi salah satu primadona desa dalam membangun dirinya. Dari berbagai kajian yang dilakukannya, ia berpendapat bahwa masa depan desa wisata patut diperhitungkan. Desa wisata diyakini akan terus diburu oleh wisatawan di tengah-tengah kemajuan zaman yang serba modern di kawasan perkotaan, berikut adalah alasannya:⁴⁵

- 1) Desa wisata memberikan suguhan berupa panorama alam yang menyejukkan mata orang-orang yang melihatnya. Pemandangan ini jelas sangat bertentangan dengan kehidupan di daerah perkotaan yang sangat penuh oleh gedung-gedung pencakar langit dan udara kotor dari asap transportasi dan industri. Desa wisata menghadirkan suasana yang selalu di inginkan oleh masyarakat perkotaan yang sebagian besar berasal dari desa. Keinginan untuk bernostalgia akan

⁴³Yohanes Sulistyadi., dkk. *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten*, 57-58.

⁴⁴Yohanes Sulistyadi., dkk. *Pariwisata Berkelanjutan Dalam Perspektif Pariwisata Budaya Di Taman Hutan Raya Banten*, 58.

⁴⁵Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 216-217.

selalu mendorong mereka pergi ke desa untuk mengobati rasa rindu atas kampung halamannya.

- 2) Suasana alami desa tidak dapat digantikan oleh bangunan apapun. Suasana alam adalah sebuah kebenaran yang tidak bisadi ganggu gugat, meskipun sekarang ini destinasi wisata modern terus berkembang seperti taman bermain yang dilengkapi dengan *roller coaster*-nya sekalipun, akan tetapi suasana alami pedesaan mempunyai daya tarik tersendiri yang menjadikan para wisatawan merasa betah berada didalamnya.
- 3) Keramah-tamahan sikap dari warga desa terhadap para wisatawan merupakan suatu kondisi yang tidak dapat ditemui di perkotaan. Saling sapa antara para wisatawan dengan warga desa yang ramah dan tulus akan membuat orang-orang perkotaan memperoleh energi positif sehingga dapat menghilangkan tekanan-tekanan psikologi atas kehidupan sehari-hari di perkotaan.
- 4) Berkunjung ke desa wisata dapat membersihkan banyak sekali pembelajaran bagi siapapun yang berkunjung, terutama para pengunjung anak-anak. Di desa wisata anak-anak dapat mengamati tumbuhan yang tumbuh dan berkembang secara alami, bisa juga menikmati kejernihan air dari sungai-sungai tanpa perlu mengkhawatirkan adanya kuman atau bakteri yang selalu menjadi ancaman bagi kehidupan masyarakat di perkotaan. Anak-anak juga dapat mengamati binatang ternak yang hidup secara berdampingan dengan manusia dan saling bersimbiosis mutualisme.

Menurut Aryadji (2017) dalam Tambunan (2019) menegaskan bahwa beberapa alasan tersebut menjadi daya tarik wisata desa untuk terus menjadi destinasi yang semakin menarik minat orang-orang, terutama dari wilayah perkotaan untuk menikmati panorama alam dari desa wisata. Sekalipun demikian, Aryadji (2017) dalam Tambunan (2019) menegaskan tidak semua desa dapat dijadikan sebagai desa wisata. Untuk menjadi sebuah desa wisata, suatu wilayah harus

memenuhi syarat-syarat tertentu. Alasannya adalah karena terdapat persaingan pasar yang cukup besar dengan desa lain sebagai destinasi wisata. Menurutnya, apabila suatu desa mampu memenuhi empat aspek desa wisata, maka desa tersebut sangat mudah untuk dikembangkan menjadi desa wisata. Keempat aspek tersebut adalah sebagai berikut:⁴⁶

1) Keaslian

Keaslian destinasi desa wisata ini sangat penting nilainya, karena dapat dijadikan sebagai *branding* dalam kegiatan promosi desa wisata. Setiap desa harus menggali potensi yang autentik sehingga dapat menghadirkan destinasi wisata yang dapat di kembangkan dan memiliki perbedaan dengan obyek-obyek wisata lain yang telah ada sebelumnya.

2) Tradisi lokal

Selain autentik, aspek produk desa wisata lainnya merupakan tradisi lokal yang telah berkembang secara turun-temurun dalam masyarakat, dan dianggap mempunyai keunikan sehingga bisa menjadi nilai jual yang meningkatkan daya tarik bagi wisatawan dari dalam dan luar negeri.

3) Sikap dan nilai

Aspek ini juga sangat penting karena masyarakat desa wisata harus terbuka terhadap segala perubahan di masa mendatang di desa tempat mereka tinggal. Hal ini dikarenakan banyaknyawisatawan dari luar desa wisata yang datang dan berkunjung dengan berbagai nilai adat dan kebiasaan mereka sehari-hari. Kedatangan dari para wisatawan lokal dan asing ini juga harus dihadapi dengan membentuk filtrasi agar tidak mempengaruhi sikap dan nilai, serta kearifan lokal yang ada dalam desa wisata. Dengan demikian,

⁴⁶Tulus T.H. Tambunan, *Pembangunan Ekonomi Pedesaan Berbasis Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 217-219.

sikap dan nilai yang dapat dipertahankan juga akan dapat menjaga nilai keaslian dari suatu desa wisata.

4) Konservasi dan daya dukung

Perubahan di masa mendatang, seperti jumlah penduduk desa yang semakin bertambah seiring dengan terbukanya lapangan pekerjaan sehingga menyebabkan banyak orang-orang dari luar desa berdatangan untuk mendapatkan pekerjaan. Akan tetapi, hal tersebut harus tetap berpedoman pada aspek produk desa wisata yang mengarah pada nilai konservasi dan daya dukung. Tanpa adanya nilai dari aspek produk desa wisata yang berbasis konservasi dan daya dukung terhadap potensi wisata yang ada, maka akan menyebabkan fokus orientasi pengembangan desa wisata tidak dapat diarahkan ke arah perkembangan di masa mendatang. Desa wisata hanya akan menjadi tren sesaat dan kemudian akan kehilangan pengunjung karena tidak memiliki pengelolaan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1

Daftar penelitian terdahulu yang relevan

Nama Penulis	Judul	Jurnal dan Tahun	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
Made Wahyu Adhiputra	<i>Kewirausahaan Mandiri Perempuan Berbasis Kearifan Lokal dan Filosofi</i>	Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen, Vol. 16 No. 2, Desemb	Kearifan lokal menjadi suatu warisan yang sangat bermanfaat jika	Mengkaji peran perempuan dalam membentuk kewirausahaan mandiri	tidak disertai dengan analisis SWOT tentang faktor-faktor yang

	<i>Hindu di Bali</i>	er 2016	dibarengi dengan pengetahuan untuk mengelolanya. Kearifan lokal bisa menjadi ladang bagi perekonomian, terutama bagi perempuan yang bekerja di sektor informal melalui usaha-usaha kreatif, sehingga potensi lokal ini dapat dimanfaatkan perempuan-perempuan Bali untuk meningkatkan perekon	berbasis kearifan lokal untuk mendukung perekonomian di wilayahnya sehingga bisa mencapai keunggulan kompetitif.	mempengaruhi <i>women entrepreneur</i> .
--	----------------------	---------	---	--	--

			<p>omian daerah dalam menyong MEA untuk mencapai keunggulan kompetitif.</p>		
<p>Ridwan dan Catur Surya</p>	<p><i>Pemberdayaan Masyarakat di Desa dalam Mengembangkan ekonomi kreatif di Desa Citengah Kabupaten Sumedang</i></p>	<p>Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer, Vol. 10 No. 1, April 2018</p>	<p>Potensi lokal yang ada di suatu wilayah bisa dikembangkan menjadi suatu usaha ekonomi kreatif, dan untuk membangun ekonomi kreatif tersebut perlu adanya sinergi yang dilakukan masyarakat</p>	<p>Mengkaji potensi lokal daerah yang dapat dikembangkan menjadi sebuah ekonomi kreatif sehingga dapat mendorong perekonomian wilayah untuk mencapai keunggulan kompetitif.</p>	<p>Penelitian ini menjelaskan peran masyarakat secara umum (baik laki-laki maupun perempuan), dan tidak disertai analisis SWOT tentang peran masyarakat desa dalam pengembangan ekonomi kreatif.</p>

			kat dalam mendukung pembangunan ekonomi di wilayahnya.		
Sumar'in, Andiono, dan Yuliansyah	<i>Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus Pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas</i>	Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan, Vol. 6 No. 1, Tahun 2017	Industri kreatif berbasis budaya yang dilakukan oleh kelompok usaha kecil menengah mempunyai keunikan yang bisa dikembangkan untuk meningkatkan nilai jual. Dengan meningkatnya nilai jual, bisa mendorong	Mengkaji potensi wisata menjadi salah satu penunjang perkembangan ekonomi kreatif dan mampu mendorong ekonomi serta pendapatan masyarakat. Penelitian ini juga disertai dengan analisis SWOT untuk mengetahui faktor-	Penelitian ini mengkaji pengembangan ekonomi kreatif desa Sumber Harapan secara umum, yaitu strategi apa saja yang dilakukan oleh warga masyarakat desa Sumber Harapan secara umum dalam pengembangan ekonomi kreatif

			<p>ng pertumbuhan ekonomi di desa wisata Sumber Harapan. Selain itu pengrajin juga bisa memiliki strategi tertentu untuk mencapai keunggulan kompetitif.</p>	<p>faktor yang mempengaruhi pengembangan ekonomi kreatif.</p>	<p>secara umum.</p>
<p>Iin Khairunnisa</p>	<p><i>Pemberdayaan Ekonomi Perempuan Daerah</i></p>	<p>Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi, Vol. 6 Edisi 11, Oktober 2017</p>	<p>Setiap perempuan memiliki potensi dalam bidang perekonomian melalui usaha mikro kecil menengah (UMKM), untuk</p>	<p>Mengkaji potensi dan peran perempuan di bidang perekonomian, terutama potensi perempuan dalam berwirausaha.</p>	<p>Penelitian ini berisi upaya-upaya yang dilakukan dalam pemberdayaan ekonomi perempuan.</p>

			itu diperlukan dukungan dari berbagai aspek, terutama dukungan pemerintah untuk memberikan pelatihan dan keterampilan lainnya yang bisa menunjang potensi perempuan dalam berwirausaha.		
Febriani, SE., M.Si	<i>Peran Wanita dalam Pengembangan Usaha Kecil dan Menengah Serta Faktor yang Mempeng</i>	Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol. 3 No. 3, September 2012	Peran perempuan dalam sektor ekonomi patut di perhatikan karena dari sebagian besar	Mengkaji peran perempuan dalam pengembangan ekonomi melalui usaha mikro kecil menengah	Tidak menggunakan analisis SWOT dalam menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi.

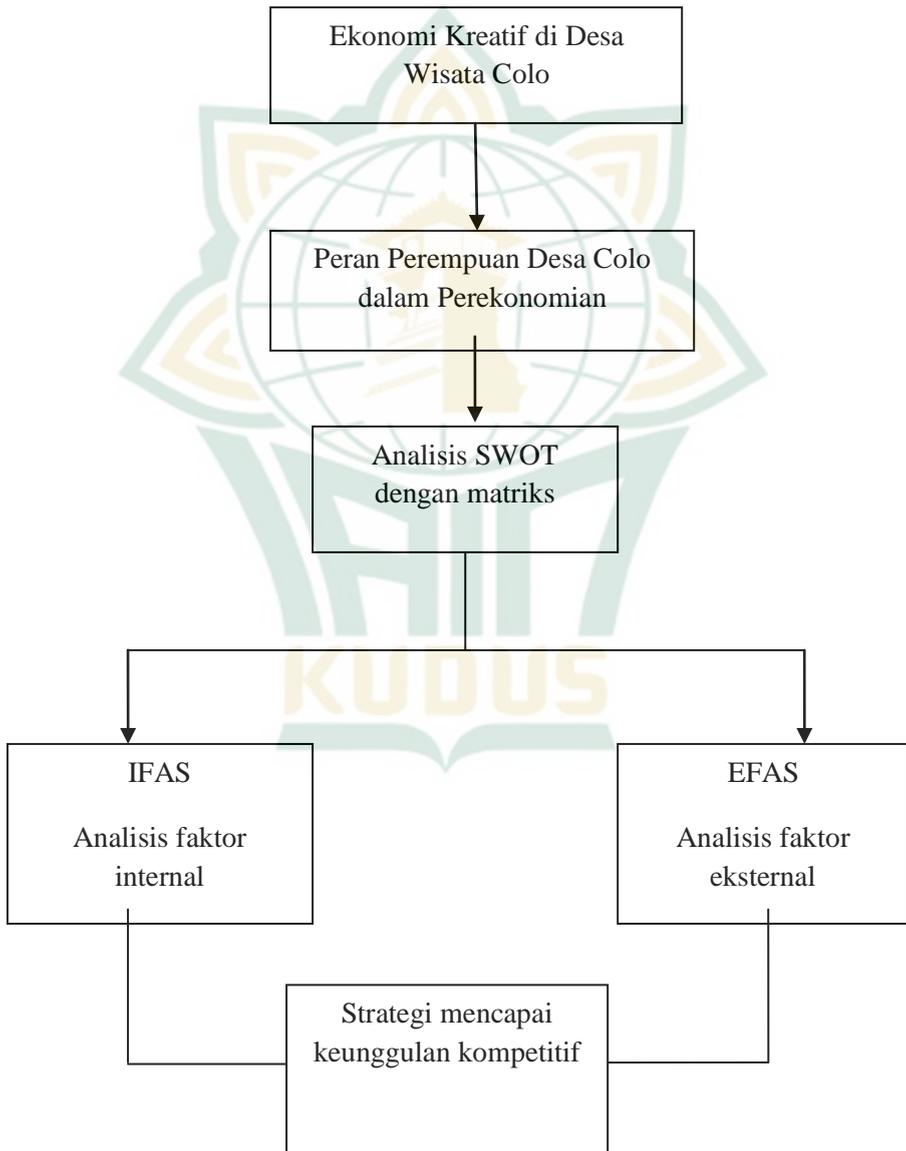
	<i>aruhinya</i>		usaha kecil menengah yang ada, pelakunya adalah perempuan karena diperlukan dukungan dari berbagai elemen terutama pemerintah dalam memberikan kemudahan akses permodalan dan lain sebagainya.	serta faktor-faktor apa saja yang mempengaruhinya.	
--	-----------------	--	--	--	--

C. Kerangka Berfikir

Penelitian ini hendak mengkaji bagaimana upaya pengembangan ekonomi kreatif di desa wisata Colo, mengingat desa Colo yang merupakan desa wisata yang potensial sehingga berdampak pada munculnya unit-unit usaha berbasis ekonomi kreatif. Kemudian penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana peran yang dilakukan oleh kaum perempuan dalam perekonomian desa Colo melalui usaha ekonomi kreatif serta menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi peran perempuan dalam pengembangan ekonomi kreatif desa Colo sehingga bisa

mencapai taraf keunggulan kompetitif. Kerangka berfikir di atas dapat digambarkan dengan sebuah skema atau peta konsep sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka berfikir peran perempuan dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui desa wisata Colo



D. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana upaya pengembangan ekonomi kreatif yang ada di desa wisata Colo?
2. Bagaimana peran perempuan desa Colo dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui desa wisata Colo?
3. Apa saja faktor-faktor yang mempengaruhi peran perempuan desa Colo dalam pengembangan ekonomi kreatif?

