

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kreatifitas adalah kunci penting dalam memberdayakan dan mensejahterakan ekonomi masyarakat. Penerapan ekonomi kreatif selalu hadir dengan identitas nilai yang unik dan menempati pasarnya sendiri. Kegiatan ekonomi kreatif terbukti mampu menciptakan lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Dalam hal ini, kreatifitas terbukti menjadi penolong ekonomi dalam meningkatkan dayanya.

Menurut Howkins, ekonomi kreatif adalah kegiatan ekonomi dimana input dan outputnya adalah gagasan.¹ Kemampuan untuk menciptakan kreatifitas yang dibangun dengan nilai seni dan kearifan lokal menjadi modal utama untuk bersaing dalam proses-proses ekonomi. Sehingga, ekonomi kreatif muncul sebagai alternatif dalam pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu contoh ekonomi kreatif yang akhir-akhir ini banyak dilakukan masyarakat adalah menjadikan desanya menjadi desa wisata. Baik wisata alam, budaya, industri kreatif atau lainnya. Desa Loram Kulon menciptakan *branding* berdasarkan nilai atau identitas yang dimiliki. Hal ini sering disebut dengan *destination branding*. Cai mengatakan bahwa “*the care of destination image that identifies and differentiates the destination by selecting a consistent brand element mix* (inti dari *destination branding* adalah membangun persepsi positif terhadap tujuan wisata yang mengidentifikasi dan membedakan tujuan wisata tersebut dengan tujuan wisata

¹ Sumar'in, dkk, “Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Wisata Budaya: Studi Kasus pada Pengrajin Tenun di Kabupaten Sambas,” *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, Vol. 6, no 1 (2017), diakses pada 1 Agustus, 2019, <http://jurnal.untan.ac.id/index.php/JJ/article/view/20721>.

lainnya dengan cara memilih gabungan unsur merk/brand yang konsisten).²

Pariwisata merupakan salah satu industri jasa yang mampu menggerakkan perekonomian suatu wilayah. Dalam perjalanannya, pariwisata dilihat dari aspek ekonomi merupakan penghasil utama devisa negara non migas. Jika dilihat dari kewilayahan, sektor pariwisata telah mendongkrak tumbuhkembangnya banyak kawasan wisata serta pusat-pusat pelayanan yang tersebar di seluruh negeri. Kontribusi tersebut semakin memperjelas bahwa peran pariwisata sebagai sektor yang mempunyai potensi strategis dan besar untuk dikembangkan. Sehingga bisa menunjang perekonomian wilayah.³

Beberapa industri kreatif yang biasanya tumbuh di desa wisata antara lain, kuliner, kerajinan, seni pertunjukan, cagar budaya, maupun lainnya. Hal ini berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Sebab pariwisata mempunyai dampak ganda antara industri kreatif dengan pariwisata.

Di berbagai media massa, sering disiarkan bahwa Presiden Republik Indonesia memerintahkan segenap instrumen pemerintahannya untuk meningkatkan industri wisata. Baik wisata di kota maupun di desa-desa. Secara formal, tahun 2019 terbit Intruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, dan Perpres Nomor 92 Tahun 2011 menjadi dasar hukum terbentuknya kementerian baru yang mengurus ekonomi kreatif. Yaitu kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Melalui

² Ima Hidayati Utami, "Strategi Penguatan Kampung *Glantung Go Green* (3G) Sebagai *Destination Branding* Obyek Wisata Edukasi di Malang," *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, Vol. 11, no. 1 (2017), diakses pada 1 Agustus 2019, <http://jadbis.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/20>.

³ Josephine Wuri dkk, "Dampak Keberadaan Kampung Wisata Terhadap Kehidupan Ekonomi dan Sosial Masyarakat," *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma*, Vol 18, No. 2 (2015), diakses pada 1 Agustus 2019, <https://e-journal.usd.ac.id/index.php/JP/article/view/818>.

kementerian itu pemerintah mencanangkan terbentuknya desa-desa wisata untuk mendorong perekonomian masyarakat setempat. Alasan mendasar pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan wisata lokal yaitu berdampak baik pada kehidupan masyarakat, progres bisnis, dan berefek pada citra wilayah.

Pengembangan desa wisata membutuhkan sinergitas antara pemangku kebijakan, swasta, dan penduduk desa setempat. Selain itu, pengembangan desa wisata juga harus mengintegrasikan potensi unggulan wisata. Untuk itu, selain sebagai industri wisata, desa juga bisa mendorong kemajuan penduduk. Utamanya yang memiliki kaitan dengan kesejahteraan masyarakat. Dengan majunya desa wisata, maka bisa menarik wisatawan dalam dan luar negeri. Tentu hal itu akan mendorong munculnya ekonomi kreatif yang ada di desa tersebut.

Berdasarkan laporan yang dalam Majalah Tempo edisi 19-25 Agustus 2019, dinyatakan bahwa di tahun kelima, pemerintah telah menggelontorkan dana desa sebesar Rp 257 triliun dan sebagian besar digunakan untuk pembangunan infrastruktur. Namun dalam lima tahun ke depan akan dinaikkan menjadi Rp 400 triliun. Sasarannya tidak lagi infrastruktur, namun lebih diarahkan pada kegiatan pemberdayaan masyarakat dan ekonomi desa. Tujuan jangka panjang pada 2024 adalah peningkatan pelayanan publik, pengentasan kemiskinan, kemajuan perekonomian pedesaan dan pengurangan kesenjangan antardesa.

Dalam lima tahun, pelaksanaan program dana desa telah terbangun jalan desa 191.600 km, jembatan 1.140.378 meter, pasar desa 8.983 unit, Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) 3.7830 unit kegiatan, embung 4.175 unit, Irigasi 58.931 unit, sarana olahraga 19.526 unit, penahan tanah 192.974 unit, air bersih 959.569 unit, MCK 240.587 unit, Polindes 9692 unit, drainase 29.557.922 meter, PAUD 50.854 kegiatan, Posyandu 24.820 unit dan sumur 45.169 unit.⁴

⁴ Yandhrie Arvian, "Gencarkan Inovasi Desa Berbasis Pemberdayaan Masyarakat," *Tempo*, 16 Agustus 2019, 26-27.

Dalam hal ini, penulis bermaksud untuk meneliti desa wisata Loram Kulon, kecamatan Jati, Kabupaten Kudus. Hampir seluruh desa dan kelurahan di Kabupaten Kudus memiliki potensi ekonomi kreatif berbasis wisata yang memiliki ciri khas tersendiri. Mulai dari bidang seni budaya, panorama alam yang cantik, hingga kaya akan potensi berbagai perekonomian masyarakat. Terbukti dengan tidak sedikitnya karya tangan terampil masyarakat Kudus yang menembus mancanegara.

Desa Loram Kulon mempunyai potensi objek wisata beragam. Meliputi objek wisata budaya atau sejarah, pendidikan dan sentra industri kerajinan. Di desa ini terdapat peninggalan sejarah dari penyebaran Islam oleh Sultan Hadirin dan Ratu Kalinyamat. Bentuk peninggalannya berupa gapura yang diberi nama Gapura Walisongo dan Ampyang Maulid.

Kebudayaan Ampyang Maulid menjadi investasi budaya masyarakat Desa Loram Kulon untuk generasi mendatang. Melalui Surat Keputusan (SK) Bupati Kudus Nomor: 430/193/2017 tentang Penetapan Desa Loram Kulon, Kecamatan Jati, sebagai Desa Wisata Kabupaten Kudus. Sebab, Desa Loram Kulon dianggap sudah memenuhi persyaratan untuk dijadikan sebagai desa wisata. Di antaranya sudah ada *homestay*, *tour guide* lokal, kuliner khas, paket wisata, infrastruktur yang memadai, cenderamata, dan yang terpenting menerapkan prinsip pariwisata sapta pesona.

Sebelumnya, di Kabupaten Kudus ada 19 rintisan desa wisata. Meliputi Desa Wonosoco, Desa Padurenan, Desa Jepang, Desa Loram Kulon, Desa Temulus, Desa Kauman, Desa Tanjung Rejo, Desa Wates, Desa Terban, Desa Kaliwungu, Desa Kandangmas, Desa Margorejo, Desa Rahtawu, Desa Colo, Desa Kaliputu, Desa Kuwukan, Desa Hadipolo, Desa Dukuh Waringin, dan Desa Jurang. Tapi, kini Desa Loram Kulon sudah menjadi desa wisata.

Sejak penetapan sebagai desa wisata, nama Desa Loram Kulon semakin moncer baik di Kabupaten Kudus maupun luar kota. Sayangnya, setelah melakukan wawancara tahap awal, penulis menemukan sejumlah persoalan dalam Desa Wisata Loram Kulon. Antara lain

yakni imbas dari *branding* sebagai desa wisata tidak berdampak langsung terhadap peningkatan ekonomi masyarakat secara menyeluruh. Sebab, idealnya di desa-desa wisata yakni terdapat perubahan dalam segi pemberdayaan ekonomi masyarakatnya. Namun, perubahan tersebut tidak begitu terlihat signifikansinya. Sebab, di Desa Loram Kulon sejak lama sudah banyak berdiri industri rumahan seperti konveksi, kuliner, dan lainnya. Pada realitanya, setelah menjadi desa wisata, belum ada perubahan yang cukup signifikan pada industri-industri tersebut. Sebagian besar pengusaha tersebut masih berjalan sendiri-sendiri dan tidak banyak berafiliasi dengan program pihak kelompok sadar wisata (Pokdarwis) atau pengelola wisata “Gelora Panorama.” Selain itu, di banyak desa wisata di daerah lain, salah satu dampak adanya desa wisata yakni banyaknya penginapan atau *homestay* bagi wisatawan. Sedikit banyaknya penginapan menjadi salah satu tolok ukur desa tersebut dikunjungi banyak wisatawan atau tidak. Dalam hal ini, di Desa Wisata Loram Kulon hanya terdapat tiga penginapan saja. Persoalan lainnya yakni, dua tahun lalu, agen *tour and travel* yang sebelumnya bekerja sama dengan pihak Gelora Panorama tersebut memutuskan kontrak. Imbasnya adalah berkurangnya intensitas kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Loram Kulon. Selain itu, masyarakat yang sadar dengan adanya *branding* tersebut dan memanfaatkannya untuk meningkatkan pendapatan juga tidak begitu banyak.

Oleh sebab itu, penulis ingin meneliti lebih dalam terkait apa saja yang menjadikan Desa Loram Kulon menjadi desa wisata yang moncer itu. Secara spesifik, penulis ingin mendalami strategi *branding* yang diterapkan Desa Loram dalam membangun kawasan desa wisata yang sebenarnya tidak jauh beda dengan desa lain yang memiliki potensi wisata sehingga bisa memberi dorongan pertumbuhan perekonomian masyarakat setempat.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Desa Loram Kulon mampu mendesain desanya menjadi desa wisata?
2. Bagaimana strategi *branding* yang dijalankan Desa Loram Kulon dalam memaksimalkan potensi desanya?
3. Bagaimana konsep pemberdayaan ekonomi yang dijalankan Desa Wisata Loram Kulon?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui upaya Desa Loram Kulon dalam menjelma menjadi sebuah desa wisata
2. Untuk mengetahui strategi *branding* yang dijalankan Desa Loram Kulon dalam memaksimalkan potensi desanya.
3. Untuk mengetahui konsep pemberdayaan ekonomi yang dijalankan Desa Wisata Loram Kulon.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi
Penelitian ini diharapkan berguna untuk menambah pengetahuan dan wawasan, sekaligus dapat menrapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai strategi branding sebuah desa wisata.
2. Bagi Peneliti
Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana aktualisasi diri, menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang didapatkan selama bangku kuliah, terutama di bidang pembangunan ekonomi desa berbasis ekonomi kreatif pariwisata.
3. Bagi Masyarakat atau Desa
Penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber literasi dan inspirasi untuk desa manapun yang ingin mengubah desanya menjadi desa wisata. Serta membangun perekonomian masyarakat melalui ekonomi kreatif.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun dimaksudkan untuk memudahkan penjelasan, pemahaman dan menelaah

pokok permasalahan sehingga didapatkan gambaran serta garis-garis besar dari masing-masing bagian yang saling berhubungan. Sistematika penulisan proposal skripsi nantinya akan membuat peneliti memperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut merupakan sistematika penulisan proposal skripsi yang akan disusun oleh penulis:

1. Bagian awal

Bagian awal dalam penelitian ini berisikan halaman judul, lembar pengesahan proposal, daftar isi, daftar gambar dan daftar tabel.

2. Bagian isi

Pada bagian ini memuat garis besar yang terdiri dari tiga bab, antara bab satu dan bab lainnya saling berhubungan dikarenakan ketiga bab tersebut merupakan satu kesatuan yang utuh. Adapun tiga bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I	PENDAHULUAN Bab ini meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal skripsi
BAB II	LANDASAN TEORI Bab ini berisikan tentang uraian teori dari variabel pendukung penelitian dan dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu.
BAB III	METODE PENELITIAN Bab ini meliputi jenis dan pendekatan penelitian, <i>setting</i> penelitian, populasi dan sampel, desain dan definisi operasional variabe, teknik pengumpulan data serta teknik analisis

3. Bagian akhir

Bagian ini berisikan daftar pustaka yang digunakan sebagai bahan rujukan dalam penulisan skripsi dan lampiran-lampiran yang mendukung isi dari penelitian.