

Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal untuk Meningkatkan Daya Saing Destinasi

¹Abdurrozak Abdurrozak ²Hilalludin Hilalludin

¹Institut pendidikan nusantara global, Indonesia

²Universitas Alma Ata Yogyakarta, Indonesia

Email: rozakbantek@gmail.com hilalluddin34@gmail.com

ABSTRAK

Ekonomi kreatif berbasis budaya lokal menjadi salah satu strategi yang penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji peran ekonomi kreatif dan budaya lokal dalam meningkatkan daya saing destinasi, menganalisis strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, serta mengidentifikasi tantangan dan peluang yang dihadapi dalam pengembangannya. Penelitian ini menggunakan metode kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Data diperoleh dari berbagai sumber literatur, seperti artikel jurnal, buku, laporan penelitian, dan dokumen yang relevan. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content analysis) untuk menginterpretasikan berbagai konsep dan temuan yang berkaitan dengan topik penelitian. Hasil kajian menunjukkan bahwa budaya lokal merupakan aset strategis yang dapat dikembangkan melalui berbagai produk ekonomi kreatif, seperti kerajinan, kuliner, seni pertunjukan, dan festival budaya. Penguatan ekonomi kreatif dapat dilakukan melalui pengembangan produk kreatif, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi berbagai pemangku kepentingan. Meskipun menghadapi tantangan berupa keterbatasan sumber daya manusia, inovasi, permodalan, dan pemasaran, perkembangan teknologi digital serta meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata budaya memberikan peluang besar bagi pengembangan destinasi yang berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang tepat, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal mampu meningkatkan daya saing destinasi sekaligus mendukung pelestarian budaya dan kesejahteraan masyarakat.

Kata Kunci: ekonomi kreatif, budaya lokal, daya saing destinasi, pariwisata berkelanjutan, wisata budaya.

ABSTRACT

Local culture-based creative economy has become an important strategy for enhancing the competitiveness of tourist destinations amid the increasingly competitive tourism industry. This article aims to examine the role of the creative economy and local culture in improving destination competitiveness, analyze strategies for strengthening a local culture-based creative economy, and identify the challenges and opportunities encountered in its development. This study employed a library research method with a qualitative descriptive approach. Data were collected from various literature sources, including journal articles, books, research reports, and relevant documents. Data analysis was conducted using content analysis to interpret concepts and findings related to the research topic. The results indicate that local culture is a strategic asset that can be developed through various creative economy products, such as handicrafts, traditional culinary products, performing arts, and cultural festivals. Strengthening the creative economy can be achieved through product innovation, capacity building of human resources, utilization of digital technology, and collaboration among stakeholders. Although challenges remain, including limitations in human resources, innovation, capital, and marketing, advances in digital technology and the growing interest of tourists in cultural tourism provide significant opportunities for sustainable destination development. With proper management, a local culture-based creative economy can enhance destination competitiveness while supporting cultural preservation and community welfare.

Keywords: creative economy, local culture, destination competitiveness, sustainable tourism, cultural tourism.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Dalam perkembangannya, paradigma pembangunan pariwisata tidak lagi hanya berfokus pada pemanfaatan sumber daya alam sebagai daya tarik utama, tetapi juga menempatkan aspek budaya, kreativitas, dan keterlibatan masyarakat lokal sebagai faktor penting dalam menciptakan destinasi yang berkelanjutan dan berdaya saing. Persaingan antardestinasi wisata yang semakin ketat menuntut setiap daerah untuk mampu menghadirkan keunikan dan identitas yang berbeda agar dapat menarik minat wisatawan serta mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan industri pariwisata global (Fattah & others, 2023).

Salah satu pendekatan yang dinilai mampu meningkatkan daya saing destinasi adalah pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Ekonomi kreatif merupakan konsep pembangunan ekonomi yang mengandalkan ide, kreativitas, inovasi, dan pengetahuan sebagai sumber utama dalam menciptakan nilai tambah ekonomi. Berbeda dengan sektor ekonomi konvensional yang bergantung pada sumber daya alam, ekonomi kreatif menempatkan sumber daya manusia sebagai aset utama dalam menghasilkan produk dan jasa yang bernilai ekonomi tinggi. Dalam konteks pariwisata, ekonomi kreatif berperan penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang unik, autentik, dan berkesan melalui berbagai produk budaya dan kreativitas masyarakat setempat (Ramayani, Mahdalena, Juandrif, & Zora, 2025).

Budaya lokal menjadi salah satu modal utama dalam pengembangan ekonomi kreatif karena mengandung nilai-nilai tradisi, kearifan lokal, seni, adat istiadat, serta berbagai bentuk ekspresi budaya yang menjadi identitas suatu daerah. Keberadaan budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan yang perlu dilestarikan, tetapi juga dapat dikembangkan menjadi sumber daya ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Berbagai produk kreatif seperti kerajinan tangan, kuliner tradisional, seni pertunjukan, fesyen berbasis budaya, hingga festival budaya merupakan contoh pemanfaatan budaya lokal yang dapat memberikan nilai tambah bagi destinasi wisata. Oleh karena itu, integrasi antara ekonomi kreatif dan budaya lokal menjadi strategi yang relevan dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata yang berkelanjutan (Laksmi & Arjawa, 2023).

Di Indonesia, potensi budaya lokal yang beragam menjadi kekuatan besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Setiap daerah memiliki karakteristik budaya yang unik dan berbeda, sehingga berpotensi menciptakan produk serta pengalaman wisata yang khas. Keunikan tersebut dapat menjadi faktor pembeda yang meningkatkan daya tarik suatu destinasi dibandingkan dengan destinasi lainnya. Namun demikian, pemanfaatan budaya lokal dalam pengembangan ekonomi kreatif masih menghadapi berbagai tantangan, seperti rendahnya kapasitas sumber daya manusia, keterbatasan akses terhadap teknologi dan pemasaran digital, kurangnya inovasi produk, serta belum optimalnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan pemangku kepentingan lainnya (Zulhuda, Delima, Oktavianti, Azizah, & others, 2025).

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan digitalisasi telah mengubah pola konsumsi wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Wisatawan saat ini tidak

hanya mencari tempat yang indah untuk dikunjungi, tetapi juga menginginkan pengalaman yang autentik, interaktif, dan memiliki nilai budaya yang kuat. Kondisi ini membuka peluang besar bagi pelaku ekonomi kreatif untuk mengembangkan berbagai produk dan layanan berbasis budaya lokal yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan modern. Pemanfaatan teknologi digital juga dapat menjadi sarana efektif dalam memperluas jangkauan promosi, memperkenalkan produk kreatif lokal, serta membangun citra destinasi yang lebih kompetitif di tingkat nasional maupun internasional a(Afnarius et al., 2024).

Penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal tidak hanya berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Ketika budaya lokal diolah menjadi produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi, masyarakat akan memperoleh manfaat langsung dari aktivitas pariwisata sehingga tercipta hubungan yang saling menguntungkan antara pelestarian budaya dan pembangunan ekonomi. Dengan demikian, strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal menjadi salah satu langkah penting dalam mewujudkan destinasi wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat lokal (Ulnang, Tameno, & Bolang, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk mengkaji berbagai strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata. Kajian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya pemanfaatan budaya lokal sebagai sumber inovasi ekonomi kreatif, sekaligus menjadi referensi bagi berbagai pihak dalam merumuskan kebijakan dan program pengembangan destinasi yang berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kepustakaan (library research) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini dipilih karena penelitian berfokus pada pengkajian dan analisis berbagai konsep, teori, serta hasil penelitian yang berkaitan dengan ekonomi kreatif, budaya lokal, dan daya saing destinasi wisata. Data yang digunakan merupakan data sekunder yang diperoleh dari berbagai sumber ilmiah, seperti artikel jurnal, buku, prosiding seminar, laporan penelitian, dokumen kebijakan pemerintah, serta publikasi resmi yang relevan dengan topik penelitian (Ridwan, Suhar, Ulum, & Muhammad, 2021). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dengan menelaah dan mengidentifikasi berbagai literatur yang memiliki keterkaitan dengan strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dalam meningkatkan daya saing destinasi. Literatur yang digunakan dipilih berdasarkan relevansi, kredibilitas sumber, serta kesesuaiannya dengan fokus penelitian (Sugari, Agustiar, Shodikin, Hilalludin, & Wahyuni, 2025a). Selanjutnya, data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis isi (content analysis), yaitu dengan mengelompokkan, menginterpretasikan, dan mensintesis berbagai informasi yang diperoleh untuk menemukan pola, hubungan, serta pemahaman yang komprehensif mengenai peran ekonomi kreatif, strategi pengembangannya, serta tantangan dan peluang yang dihadapi dalam konteks pengembangan destinasi wisata. Hasil analisis kemudian disajikan secara deskriptif guna memberikan gambaran yang sistematis mengenai strategi penguatan ekonomi

kreatif berbasis budaya lokal sebagai upaya meningkatkan daya saing destinasi wisata secara berkelanjutan (Indriani, Hatidah, & Purwanto, 2025).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian hasil dan pembahasan ini menguraikan berbagai aspek yang berkaitan dengan penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal sebagai upaya meningkatkan daya saing destinasi wisata. Pembahasan dilakukan melalui kajian terhadap peran ekonomi kreatif dan budaya lokal dalam pengembangan destinasi, strategi yang dapat diterapkan untuk memperkuat sektor ekonomi kreatif berbasis budaya, serta berbagai tantangan dan peluang yang dihadapi dalam proses pengembangannya. Analisis ini penting dilakukan mengingat ekonomi kreatif dan budaya lokal memiliki keterkaitan yang erat dalam menciptakan keunikan, identitas, dan nilai tambah yang dapat meningkatkan daya tarik suatu destinasi wisata.

Dalam konteks pembangunan pariwisata berkelanjutan, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi masyarakat, tetapi juga sebagai sarana pelestarian budaya dan penguatan identitas daerah. Oleh karena itu, pemahaman yang komprehensif mengenai kontribusi ekonomi kreatif, strategi pengembangannya, serta berbagai faktor pendukung dan penghambat menjadi penting untuk merumuskan langkah-langkah yang efektif dalam meningkatkan daya saing destinasi. Berdasarkan hasil kajian literatur yang telah dilakukan, pembahasan difokuskan pada tiga aspek utama, yaitu peran ekonomi kreatif dan budaya lokal dalam meningkatkan daya saing destinasi, strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, serta tantangan dan peluang pengembangannya di era pariwisata modern (Fitria & Hilalludin, 2025).

Peran Ekonomi Kreatif dan Budaya Lokal dalam Meningkatkan Daya Saing Destinasi

Ekonomi kreatif dan budaya lokal merupakan dua elemen yang memiliki peran penting dalam pengembangan destinasi wisata yang berdaya saing. Di tengah persaingan industri pariwisata yang semakin kompetitif, destinasi wisata dituntut untuk tidak hanya menawarkan keindahan alam, tetapi juga menghadirkan pengalaman yang unik, autentik, dan berbeda dari destinasi lainnya. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif menjadi instrumen yang mampu mengolah potensi budaya lokal menjadi berbagai produk dan layanan yang bernilai ekonomi sekaligus memiliki daya tarik bagi wisatawan. Melalui kreativitas dan inovasi, berbagai unsur budaya dapat dikemas menjadi produk yang menarik sehingga mampu meningkatkan nilai tambah suatu destinasi (Rakhilia, Zulia, Salsabila, & others, 2025).

Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi yang bertumpu pada kreativitas, ide, pengetahuan, dan inovasi manusia dalam menghasilkan barang maupun jasa yang memiliki nilai ekonomi. Dalam sektor pariwisata, ekonomi kreatif tidak hanya berperan sebagai pendukung, tetapi juga menjadi bagian integral dari pengalaman wisata yang ditawarkan kepada pengunjung. Berbagai subsektor ekonomi kreatif seperti kuliner, kriya, fesyen, seni pertunjukan, fotografi, desain, dan aplikasi digital mampu memberikan pengalaman yang lebih beragam dan menarik bagi wisatawan. Kehadiran produk-produk kreatif tersebut dapat memperpanjang lama tinggal wisatawan, meningkatkan pengeluaran wisata, serta menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal (Murianto, Yulendra, Ali, & Martayadi, 2025).

Budaya lokal menjadi salah satu sumber utama dalam pengembangan ekonomi kreatif. Budaya lokal mencakup berbagai nilai, norma, tradisi, adat istiadat, kesenian, bahasa, hingga kearifan lokal yang diwariskan secara turun-temurun oleh masyarakat (Abdurrozak, Hilalludin, & Sugari, 2025). Keunikan budaya yang dimiliki setiap daerah menjadi identitas yang membedakan suatu destinasi dengan destinasi lainnya. Identitas tersebut sangat penting dalam membangun citra destinasi yang kuat di mata wisatawan. Saat ini, banyak wisatawan yang tidak hanya mencari tempat wisata yang indah, tetapi juga ingin memperoleh pengalaman budaya yang autentik dan memahami kehidupan masyarakat setempat. Oleh karena itu, budaya lokal menjadi aset strategis yang dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing destinasi wisata (Zulhuda et al., 2025).

Pemanfaatan budaya lokal dalam sektor pariwisata dapat diwujudkan melalui berbagai bentuk kegiatan ekonomi kreatif. Misalnya, pengembangan kerajinan tradisional sebagai cendera mata khas daerah, penyelenggaraan festival budaya, pertunjukan seni tradisional, pengembangan kuliner khas, serta pemanfaatan cerita rakyat dan sejarah lokal sebagai bagian dari atraksi wisata. Produk-produk tersebut tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan atau konsumsi wisatawan, tetapi juga menjadi media pelestarian budaya yang efektif. Ketika budaya lokal memiliki nilai ekonomi dan memberikan manfaat bagi masyarakat, maka upaya pelestariannya akan semakin kuat karena masyarakat memiliki kepentingan untuk menjaga keberlanjutannya (Siregar et al., 2025).

Selain meningkatkan daya tarik destinasi, ekonomi kreatif juga berkontribusi dalam menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkesan. Pengalaman wisata merupakan salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan. Wisatawan cenderung lebih tertarik pada destinasi yang menawarkan pengalaman unik dan berbeda dibandingkan destinasi yang hanya mengandalkan objek wisata fisik. Melalui ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, wisatawan dapat berinteraksi secara langsung dengan masyarakat, mempelajari tradisi setempat, mengikuti aktivitas budaya, hingga menikmati produk-produk kreatif yang mencerminkan identitas daerah (Sugari, Hilalludin, Maryani, Santanu, & Wahyuni, 2025). Pengalaman yang autentik tersebut dapat menciptakan kesan mendalam sehingga mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung maupun merekomendasikan destinasi kepada orang lain (Apriani, Wahdiniawati, Saputri, & Randyantini, 2025).

Hubungan antara ekonomi kreatif, budaya lokal, dan daya saing destinasi bersifat saling mendukung dan tidak dapat dipisahkan. Budaya lokal menyediakan sumber inspirasi dan identitas yang menjadi dasar pengembangan produk kreatif, sementara ekonomi kreatif berperan dalam mengolah potensi budaya tersebut menjadi produk dan layanan yang memiliki nilai ekonomi. Selanjutnya, produk dan layanan kreatif yang dihasilkan mampu meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan sehingga memperkuat daya tarik destinasi. Semakin kuat identitas budaya yang dimiliki dan semakin inovatif pengelolaan ekonomi kreatif yang dilakukan, maka semakin tinggi pula daya saing destinasi tersebut dalam menarik wisatawan (Kusumadewi et al., 2023).

Dengan demikian, ekonomi kreatif dan budaya lokal merupakan faktor strategis dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Keduanya tidak hanya berkontribusi terhadap peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga

mendukung pelestarian budaya, pemberdayaan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, penguatan ekonomi kreatif yang berlandaskan pada budaya lokal perlu menjadi prioritas dalam upaya meningkatkan daya saing destinasi wisata di tingkat nasional maupun internasional.

Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal

Penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal merupakan langkah strategis yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan potensi budaya yang dimiliki suatu daerah, tetapi juga oleh kemampuan berbagai pihak dalam mengelola, mengembangkan, dan memasarkan potensi tersebut secara inovatif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, diperlukan berbagai strategi yang terintegrasi agar ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dapat berkembang secara optimal dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat serta sektor pariwisata (Yuniar, Jannah, Irma, Akbar, & Kurnia, 2026).

Salah satu strategi utama adalah pengembangan produk kreatif berbasis budaya lokal. Setiap daerah memiliki kekayaan budaya yang dapat diolah menjadi berbagai produk kreatif yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Produk-produk tersebut dapat berupa kerajinan tangan tradisional, kuliner khas daerah, seni pertunjukan, fesyen berbasis motif budaya, hingga berbagai bentuk atraksi wisata yang mengangkat identitas lokal (Bakrin & Hilalludin, 2025). Pengembangan produk kreatif perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan nilai-nilai budaya yang menjadi ciri khas daerah, namun juga disesuaikan dengan kebutuhan dan selera pasar yang terus berkembang. Inovasi dalam desain, kemasan, kualitas produk, serta diversifikasi produk menjadi faktor penting agar produk budaya lokal mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Dengan demikian, budaya lokal tidak hanya menjadi warisan yang dilestarikan, tetapi juga menjadi sumber ekonomi yang produktif bagi masyarakat (Hidayat, Rabbani, Asmarandana, Husni, & Wijayanti, 2024).

Selain pengembangan produk, peningkatan kapasitas dan kompetensi pelaku ekonomi kreatif juga menjadi aspek yang sangat penting. Pelaku ekonomi kreatif merupakan aktor utama yang menggerakkan berbagai aktivitas produksi, inovasi, dan pemasaran. Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku usaha kreatif yang menghadapi keterbatasan dalam aspek manajemen usaha, pengembangan produk, pemasaran, maupun pemanfaatan teknologi (Sugari, Agustiar, Shodikin, Hilalludin, & Wahyuni, 2025b). Oleh karena itu, diperlukan berbagai program pelatihan, pendampingan, dan penguatan kapasitas yang dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengelola usaha secara profesional. Pelatihan kewirausahaan, pengembangan keterampilan kreatif, literasi digital, serta pengelolaan keuangan usaha merupakan beberapa bentuk upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan daya saing pelaku ekonomi kreatif. Dengan sumber daya manusia yang kompeten, produk-produk kreatif berbasis budaya lokal akan memiliki kualitas yang lebih baik dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas (Raysharie et al., 2025).

Strategi berikutnya adalah pemanfaatan teknologi digital dan pemasaran destinasi. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola promosi dan pemasaran dalam industri pariwisata maupun ekonomi kreatif. Saat ini, media digital menjadi sarana yang efektif untuk memperkenalkan produk kreatif dan potensi

budaya lokal kepada masyarakat yang lebih luas. Penggunaan media sosial, platform e-commerce, situs web, serta berbagai aplikasi digital memungkinkan pelaku ekonomi kreatif untuk memasarkan produk mereka tanpa terbatas oleh wilayah geografis. Selain itu, teknologi digital juga dapat dimanfaatkan untuk membangun citra destinasi melalui konten kreatif yang menampilkan keunikan budaya lokal. Promosi yang dilakukan secara konsisten dan menarik mampu meningkatkan visibilitas destinasi sekaligus memperkuat branding daerah sebagai tujuan wisata yang memiliki karakteristik budaya yang khas. Pemanfaatan teknologi digital menjadi semakin penting mengingat wisatawan modern cenderung mencari informasi dan menentukan pilihan destinasi melalui platform digital (Kusumadewi et al., 2023).

Di samping itu, keberhasilan penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memerlukan kolaborasi yang kuat antara berbagai pemangku kepentingan. Pengembangan ekonomi kreatif tidak dapat dilakukan oleh satu pihak saja, melainkan membutuhkan sinergi antara pemerintah, masyarakat, akademisi, dan sektor swasta. Pemerintah berperan dalam menyusun kebijakan, menyediakan fasilitas, serta menciptakan iklim usaha yang mendukung perkembangan ekonomi kreatif. Masyarakat berperan sebagai pelaku utama sekaligus penjaga nilai-nilai budaya yang menjadi sumber inspirasi produk kreatif (Zohri & Hilalludin, 2025). Akademisi berkontribusi melalui penelitian, pengembangan inovasi, serta program pendampingan yang dapat meningkatkan kualitas produk dan kapasitas pelaku usaha. Sementara itu, sektor swasta dapat memberikan dukungan dalam bentuk investasi, kemitraan usaha, serta perluasan akses pasar. Kolaborasi yang terjalin secara efektif akan menciptakan ekosistem ekonomi kreatif yang lebih kuat, produktif, dan berkelanjutan (Siregar et al., 2025).

Lebih lanjut, penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal juga perlu diarahkan pada pembangunan ekosistem yang mendukung inovasi dan keberlanjutan. Ekosistem tersebut mencakup akses terhadap permodalan, jaringan pemasaran, infrastruktur pendukung, serta regulasi yang memudahkan pengembangan usaha kreatif. Dukungan tersebut penting agar pelaku ekonomi kreatif memiliki kesempatan yang lebih besar untuk mengembangkan usahanya dan menghasilkan produk yang mampu bersaing di tingkat nasional maupun internasional. Dengan adanya ekosistem yang kondusif, potensi budaya lokal dapat dioptimalkan menjadi kekuatan ekonomi yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus memperkuat posisi destinasi wisata dalam persaingan global.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal harus dilakukan secara komprehensif melalui pengembangan produk kreatif, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi berbagai pemangku kepentingan. Strategi-strategi tersebut tidak hanya berperan dalam meningkatkan nilai ekonomi budaya lokal, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkuat identitas destinasi, menciptakan pengalaman wisata yang autentik, dan meningkatkan daya saing destinasi secara berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang tepat, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dapat menjadi salah satu pilar utama dalam pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan.

Tantangan dan Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal

Pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata, namun dalam implementasinya masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi. Tantangan tersebut muncul baik dari aspek sumber daya manusia, permodalan, pemasaran, maupun kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perubahan tren wisata. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital serta meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman budaya yang autentik juga membuka berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan untuk memperkuat peran ekonomi kreatif dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai tantangan dan peluang yang ada menjadi penting sebagai dasar dalam merumuskan strategi pengembangan yang lebih efektif (Maria, Situmeang, & Ardana, 2024).

Salah satu tantangan utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal adalah keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya tingkat inovasi. Banyak pelaku ekonomi kreatif, khususnya di daerah, masih menjalankan usahanya secara tradisional dengan keterampilan yang diperoleh secara turun-temurun. Meskipun hal tersebut menjadi kekuatan dalam menjaga keaslian budaya, keterbatasan pengetahuan mengenai desain produk, manajemen usaha, pemasaran, dan pemanfaatan teknologi sering kali menyebabkan produk yang dihasilkan kurang mampu bersaing di pasar yang lebih luas. Selain itu, kemampuan inovasi yang masih rendah membuat sebagian pelaku usaha kesulitan menyesuaikan produk mereka dengan kebutuhan dan preferensi konsumen yang terus berubah. Kondisi ini dapat menghambat perkembangan usaha kreatif dan mengurangi daya tarik produk budaya lokal di tengah persaingan yang semakin ketat (Rahmawati, Afridhianika, Prihanto, Irwansyah, & others, 2025).

Tantangan berikutnya berkaitan dengan akses permodalan dan pemasaran. Sebagian besar pelaku ekonomi kreatif berbasis budaya lokal merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah yang memiliki keterbatasan modal untuk mengembangkan usaha, meningkatkan kapasitas produksi, maupun melakukan inovasi produk. Keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan sering kali menjadi kendala dalam memperoleh pembiayaan yang dibutuhkan. Selain itu, aspek pemasaran juga masih menjadi persoalan yang cukup kompleks. Banyak produk kreatif lokal yang memiliki kualitas baik, tetapi belum dikenal secara luas karena minimnya strategi promosi dan keterbatasan jaringan distribusi. Akibatnya, potensi ekonomi yang dimiliki produk-produk tersebut belum dapat dimanfaatkan secara optimal. Jika kondisi ini tidak diatasi, maka perkembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal akan berjalan lambat dan sulit bersaing dengan produk dari daerah lain maupun produk global (Maria et al., 2024).

Meskipun demikian, perkembangan teknologi digital memberikan peluang yang sangat besar bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Digitalisasi telah menciptakan berbagai sarana yang memungkinkan pelaku usaha untuk mempromosikan dan memasarkan produk mereka secara lebih efektif dan efisien. Kehadiran media sosial, platform perdagangan elektronik (e-commerce), situs web, serta berbagai aplikasi digital memungkinkan produk budaya lokal menjangkau konsumen yang lebih luas tanpa dibatasi oleh wilayah geografis. Selain digunakan untuk pemasaran produk, teknologi digital juga dapat dimanfaatkan untuk

mempromosikan destinasi wisata melalui konten kreatif yang menampilkan keunikan budaya dan aktivitas masyarakat lokal. Dengan strategi digital yang tepat, destinasi wisata dapat membangun citra yang kuat dan menarik perhatian wisatawan domestik maupun mancanegara (Nurhayat, Dhamayanty, Alamanda, & Kulsum, 2025).

Digitalisasi juga membuka peluang bagi lahirnya berbagai inovasi dalam penyajian produk budaya dan pengalaman wisata. Pelaku ekonomi kreatif dapat memanfaatkan teknologi untuk mengembangkan desain produk yang lebih menarik, memperkuat identitas merek, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen. Selain itu, teknologi memungkinkan terciptanya promosi yang lebih interaktif melalui video, fotografi digital, virtual tour, dan berbagai bentuk konten kreatif lainnya. Pemanfaatan teknologi secara optimal tidak hanya meningkatkan daya saing produk budaya lokal, tetapi juga membantu memperluas pasar dan memperkuat posisi destinasi dalam persaingan industri pariwisata yang semakin berbasis digital (Raysharie et al., 2025).

Peluang lain yang tidak kalah penting adalah meningkatnya tren wisata budaya di berbagai negara, termasuk Indonesia. Wisatawan saat ini cenderung mencari pengalaman yang lebih autentik, edukatif, dan memiliki nilai budaya yang kuat. Mereka tidak hanya tertarik pada keindahan alam, tetapi juga ingin mengenal tradisi, kuliner, kesenian, dan kehidupan masyarakat setempat (Hilalludin & Winarni, 2025). Perubahan preferensi wisatawan tersebut memberikan peluang besar bagi daerah yang memiliki kekayaan budaya untuk mengembangkan berbagai produk dan atraksi wisata berbasis budaya lokal. Festival budaya, pertunjukan seni tradisional, wisata kuliner khas daerah, serta pengalaman hidup bersama masyarakat lokal menjadi contoh produk wisata yang semakin diminati dan memiliki nilai jual tinggi (Vuspitasari, 2025).

Sejalan dengan perkembangan tersebut, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memiliki prospek yang sangat baik dalam mendukung pembangunan destinasi wisata yang berkelanjutan. Konsep keberlanjutan dalam pariwisata menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal mampu mendukung tercapainya tujuan tersebut karena tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga mendorong pelestarian budaya dan penguatan identitas daerah. Ketika budaya lokal menjadi bagian dari aktivitas ekonomi yang memberikan nilai tambah, masyarakat akan memiliki motivasi yang lebih besar untuk menjaga dan melestarikan warisan budaya yang dimiliki.

Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal menghadapi berbagai tantangan sekaligus peluang yang perlu dikelola secara tepat. Keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya inovasi, serta kendala permodalan dan pemasaran menjadi faktor yang memerlukan perhatian serius dari berbagai pihak. Namun di sisi lain, kemajuan teknologi digital, meningkatnya minat wisatawan terhadap budaya lokal, dan berkembangnya konsep pariwisata berkelanjutan memberikan peluang yang sangat besar bagi penguatan ekonomi kreatif. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, masyarakat, akademisi, dan sektor swasta menjadi kunci utama dalam memanfaatkan peluang tersebut sehingga ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dapat berkembang secara optimal dan berkontribusi terhadap peningkatan daya saing destinasi wisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memiliki peran strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata melalui penciptaan nilai tambah, penguatan identitas daerah, serta penyediaan pengalaman wisata yang autentik bagi wisatawan. Budaya lokal tidak hanya berfungsi sebagai warisan yang perlu dilestarikan, tetapi juga dapat menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan berbagai produk dan layanan kreatif yang mampu memperkuat daya tarik destinasi. Sinergi antara ekonomi kreatif dan budaya lokal menjadikan destinasi memiliki karakteristik yang unik sehingga mampu bersaing di tengah meningkatnya persaingan industri pariwisata.

Upaya penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memerlukan strategi yang terintegrasi melalui pengembangan produk kreatif yang inovatif, peningkatan kapasitas dan kompetensi pelaku usaha, pemanfaatan teknologi digital dalam promosi dan pemasaran, serta kolaborasi yang berkelanjutan antara pemerintah, masyarakat, akademisi, dan sektor swasta. Keberhasilan strategi tersebut tidak hanya berdampak pada peningkatan kunjungan wisatawan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat, tetapi juga berkontribusi terhadap pelestarian nilai-nilai budaya serta penguatan identitas destinasi wisata.

Meskipun masih dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti keterbatasan sumber daya manusia, rendahnya inovasi, kendala permodalan, dan akses pemasaran yang belum optimal, perkembangan teknologi digital dan meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata budaya memberikan peluang yang besar bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Oleh karena itu, diperlukan komitmen dan kerja sama seluruh pemangku kepentingan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang tepat, ekonomi kreatif berbasis budaya lokal dapat menjadi pilar penting dalam pembangunan destinasi wisata yang kompetitif, berkelanjutan, serta mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrozak, A., Hilalludin, H., & Sugari, D. (2025). Optimalisasi Apresiasi Sastra Di Kalangan Pelajar Melalui Lomba Puisi Dan Cerpen Antar Sma Se-Lombok Dalam Rangka Bulan Bahasa. *Iqomah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(01), 12–24.
- Afnarius, S., Octaviani, L. K., Trenggana, A. F. M., Syahadat, R. M., Adriani, H., Sudirman, A., ... others. (2024). *Digitalisasi tourism*. Penerbit Widina.
- Apriani, A., Wahdiniawati, S. A., Saputri, I. P., & Randyantini, V. (2025). Peran citra destinasi, aksesibilitas, dan kepuasan wisatawan dalam meningkatkan niat kunjungan ulang wisatawan ke Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 44–59.
- Bakrin, R., & Hilalludin, H. (2025). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perkembangan Kosakata Bahasa Indonesia Pada Generasi Alfa. *Begibung: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 3 (2), 7–19.

- Fattah, V., & others. (2023). *Ekonomi pariwisata: Teori, model, konsep dan strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan*. Publica Indonesia Utama.
- Fitria, M. A., & Hilalludin, H. (2025). Analisis Keamanan Siber Pada Platform Pendidikan Islam Berbasis Mobile Apps. *An-Nuriyah: Journal Of Islamic Technology And Informatics Education*, 1(04), 48–59.
- Hidayat, W., Rabbani, M. Z., Asmarandana, L. M. D., Husni, L., & Wijayanti, I. (2024). Identifikasi Potensi Ekonomi Kreatif Sebagai Pendukung Desa Wisata: Studi Kasus di Desa Gili Indah. *Student Research Journal*, 2(3), 205–220.
- Hilalludin, H., & Winarni, D. (2025). Perspektif Masyarakat terhadap Fenomena Balita yang Ditinggal Bekerja: Studi Kasus Dusun Nganyang. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 2(1), 106–115.
- Indriani, R. A. R. F., Hatidah, H., & Purwanto, M. B. (2025). Implementasi strategi pemasaran berbasis nilai budaya lokal: Studi rebranding produk wisata di Sumatera Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Syariah (JIMESHA)*, 5(2), 201–216.
- Kusumadewi, R., Fitriadi, H., Sari, A. F. K., Zulfkar, A. L., Islami, P. Y. N., Amrina, D. H., ... others. (2023). *Perkembangan Ekonomi Kreatif \ & Ekonomi Industri Berbasis Digital*. Penerbit Adab.
- Laksmi, P. A. S., & Arjawa, I. G. W. (2023). Kearifan Lokal dalam Mendukung Pengembangan Industri Kreatif di Provinsi Bali. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 4(1), 1–15.
- Maria, V., Situmeang, T., & Ardana, R. F. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Berbasis Ekonomi Kreatif di Kecamatan Serang, Kabupaten Serang. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 12–36.
- Murianto, M., Yulendra, L., Ali, M., & Martayadi, U. (2025). IDENTIFIKASI POTENSI PRODUK EKONOMI KREATIF DI DESA JAGO, KABUPATEN LOMBOK TENGAH. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 14(2), 855–864.
- Nurhayat, D., Dhamayanty, S., Alamanda, D. T., & Kulsum, M. S. (2025). *PENGEMBANGAN PARIWISATA DAERAH BERBASIS TEKNOLOGI DIGITAL*. Dira Media Kreasindo.
- Rahmawati, U., Afridhianika, A. N., Prihanto, P. H., Irwansyah, R., & others. (2025). Pelatihan Kewirausahaan Berbasis Potensi Lokal Untuk Meningkatkan Ekonomi Kreatif Masyarakat Desa: Penelitian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 4(2), 9373–9381.
- Rakhilia, D., Zulia, S., Salsabila, S. U., & others. (2025). Strategi pengembangan daya saing wirausaha pada sektor pariwisata dan ekonomi kreatif melalui pendekatan inovasi, digitalisasi, serta kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 4, 439–444.

- Ramayani, N., Mahdalena, Z., Juandrif, R. P., & Zora, F. (2025). Pemanfaatan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Produk Ekonomi Kreatif Di Indonesia. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(4), 5567–5574.
- Raysharie, P. I., Sudirwo, S., Judijanto, L., Rustam, A., Parjono, N., Arjun, M., ... Hastuti, D. (2025). *Ekonomi Kreatif: Inovasi, Kolaborasi, dan Transformasi*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Ridwan, M., Suhar, A. M., Ulum, B., & Muhammad, F. (2021). Pentingnya penerapan literature review pada penelitian ilmiah. *Jurnal Masohi*, 2(1), 42–51.
- Siregar, A. A., Darmayasa, D., Rianty, E., Hamdani, M., Minarsi, A., Amirullah, A., ... Ery, A. P. (2025). *Pariwisata kreatif: Mengembangkan pariwisata berbasis budaya dan ekonomi kreatif*. PT. Star Digital Publishing, Yogyakarta-Indonesia.
- Sugari, D., Agustiar, A., Shodikin, E. N., Hilalludin, H., & Wahyuni, A. (2025a). Efektivitas Learning Management System (LMS) Berbasis Syariah dalam Pembelajaran Digital. *An-Nuriyah: Journal of Islamic Technology and Informatics Education*, 1(04), 01–10.
- Sugari, D., Agustiar, A., Shodikin, E. N., Hilalludin, H., & Wahyuni, A. (2025b). Peran Kepala Madrasah dalam Pengelolaan Konflik dan Pengambilan Keputusan Strategis. *El-Mudarris: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Kepemimpinan Sekolah*, 1(01), 26–37.
- Sugari, D., Hilalludin, H., Maryani, E. D., Santanu, A. W., & Wahyuni, A. (2025). Pendekatan Tafsir Tematik dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Era Digital. *Al-Hudaya: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Pendidikan*, 1(04), 46–58.
- Ulnang, V. K., Tamen, N., & Bolang, R. T. C. (2025). Pengembangan Usaha Ekonomi Kreatif Berkelanjutan Untuk Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Alam Fatumnasi Kabupaten Timor Tengah Selatan. *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(4), 1169–1180.
- Vuspitasari, B. K. (2025). *Kearifan lokal sebagai daya tarik wisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Yuniar, A., Jannah, M., Irma, I., Akbar, M. T. S., & Kurnia, D. (2026). Eksplorasi Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Pariwisata dalam Meningkatkan Daya Saing Daerah Kabupaten Barru. *Journal of Economics, Management, and Accounting*, 1(3), 228–236.
- Zohri, M., & Hilalludin, H. (2025). Ekonomi Islam Masa Kini: Antara Regulasi, Gaya Hidup, dan Teknologi Sosial. *TAKAFUL: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 1(1), 33–44.
- Zulhuda, R., Delima, I. P., Oktavianti, W., Azizah, F., & others. (2025). Kearifan lokal sebagai sumber inspirasi dalam pengembangan produk wisata budaya kreatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5(3), 2089–2100.