



## Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Menuju Pariwisata Berkelanjutan

\*Surayya, Fatlina Zainuddin, Darman, Yobert Kornelius, Nurhabibah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tadulako

\*Corresponding Author e-mail: [surayyathamrin7@gmail.com](mailto:surayyathamrin7@gmail.com)

Received: Month Year; Revised: Month Year; Published: Maret 2025

**Abstrak:** Kreativitas, inovasi serta keterampilan sangat diperlukan sebagai bentuk pengembangan ekonomi kreatif, dimana cara ini merupakan salah satu cara agar bisa bersaing dalam bisnis. Pengembangan bisnis dapat dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya yang semakin tidak terbatas dimana secara tidak langsung akan berdampak pada peningkatan nilai ekonomi dari yang tidak bernilai menjadi nilai ekonomi yang tinggi. Pengembangan ini disebut dengan pengembangan ekonomi kreatif. PKm ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan menggali potensi, pemetaan, dan manajemen usaha pariwisata, potensi pelatihan yang dibutuhkan dan strategi pemasaran produk di Desa Masingi. Hasil PKm menunjukkan bahwa sektor wisata kuliner sebanyak 25%, wisata alam sebanyak 20%, perikanan sebanyak 25% merupakan skala prioritas untuk dikembangkan di Desa Masaingi, adapun sektor lain yang menjadi peluang untuk dikembangkan yaitu pertanian 10%, Perkebunan sebesar 15%, dan ekowisata sebesar 5 %. Adapun pelatihan yang dibutuhkan dalam mengembangkan potensi ini yaitu pelatihan pengembangan produk wisata seperti kuliner, pelatihan manajemen pariwisata, dan pelatihan digitalisasi dan pemasaran produk local.

**Kata Kunci:** Ekonomi Kreatif, Kearifan Lokal, Pariwisata Berkelanjutan

## *Creative Economy Development Based on Local Wisdom Towards Sustainable Tourism*

**Abstract:** Creativity, innovation and skills are needed as a form of creative economic development, which is one way to compete in business. Business development can be done through the utilization of increasingly unlimited resources which will indirectly have an impact on increasing economic value from no value to high economic value. This development is called creative economic development. This PKm aims to increase knowledge and explore the potential, mapping, and management of tourism businesses, potential training needed and product marketing strategies in Masingi Village. The PKm results show that the culinary tourism sector by 25%, nature tourism by 20%, fisheries by 25% is a priority scale to be developed in Masaingi Village, while other sectors that are opportunities to be developed are agriculture by 10%, plantations by 15%, and ecotourism by 5%. The training needed in developing this potential is training in the development of tourism products such as culinary, tourism management training, and training in digitalization and marketing of local products.

**Keywords:** Creative Economy, Local Wisdom, Sustainable Tourism

**How to Cite:** Surayya, S., Zainuddin, F., Darman, D., Kornelius, Y., & Nurhabibah, N. (2025). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 10(1), 1–14. <https://doi.org/10.36312/linov.v10i1.2375>



<https://doi.org/10.36312/linov.v10i1.2375>

Copyright© 2025, Surayya. et al  
This is an open-access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) License.



## PENDAHULUAN

Keberhasilan suatu daerah pada Pembangunan terletak pada kemampuan daerah mengoptimalkan potensi sumber daya alam yang dimiliki. Pembangunan pada daerah merupakan proses peningkatan kapasitas masyarakat dalam jangka Panjang, olehnya untuk mewujudkan hal tersebut dibutuhkan peran serta partisipasi masyarakat di dalamnya. Salah satu Pembangunan daerah yang digalakkan yaitu

potensi pariwisata pada setiap daerah (Ikhtiagung dan Radyanto, 2020). Sektor pariwisata adalah sektor yang strategis untuk mendorong pembangunan ekonomi, dimana tidak hanya hanya sebagai pemacu dan konsumsi tetapi juga pariwisata dapat meningkatkan iklim ekonomi yang berkelanjutan (Tatali et al., 2018). Pariwisata juga sering digambarkan sebagai bentuk perpindahan manusia dari rumah ke tempat lain yang lebih baik atau menarik, sehingga pariwisata merupakan sektor industri yang mengalami perkembangan yang cukup pesat (Masa'deh et al., 2017).

Pemerintah daerah melakukan kerjasama dengan masyarakat menfokuskan Pembangunan pariwisata sebagai salah satu alternatif dan salah satu strategi untuk mengurangi kemiskinan. Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, keadaan alam, flora dan fauna sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala dan Sejarah, seni dan budaya yang dimiliki oleh negara Indonesia merupakan sumber daya dan modal untuk pembangunan kepariwisataan sebagai bentuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana yang tertuang dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (Tudjuka et al., 2021).

Pariwisata di definisikan suatu perjalanan dari salah satu tempat menuju ketempat yang lainnya yang bersifat sementara (Sugiyarto dan Amaruli, 2018). Kegiatan pariwisata menciptakan perubahan kegiatan ekonomi global dan merubah pertumbuhan dengan cepat seperti nilai ekonomi dari pariwisata yakni munculnya interaksi keuangan Masyarakat dengan wisatawan dan pemerintah dengan daerah serta mendorong investasi yang akan menghasilkan wisata untuk dikembangkan dan dapat bersaing secara luas, walaupun demikian pariwisata juga disebut sebagai salah satu sumber utama dalam kerusakan lingkungan (Purnomo, 2020). Untuk mengurangi kerusakan lingkungan dari pariwisata maka dilakukan pengembangan pariwisata yang berbasis kearifan local, yakni melakukan pengembangan pariwisata dengan memanfaatkan masyarakat local dan suasana yang local yang ada di sekitar lingkungan Masyarakat.

Pembangunan pariwisata akan berkelanjutan jika dikelola dengan profesional baik infrastrukturnya maupun produk-produk yang dihasilkan serta yang paling utama adalah memberikan pelayanan yang baik bagi konsumen yang tentunya memberikan kontribusi baik untuk daerah maupun masyarakat sekitar khususnya lapangan pekerjaan bagi ibu rumah tangga. Saat ini sektor pariwisata yang maju diawali dari sebuah desa atau perkampungan yang memberikan keindahan alam secara alami, salah satunya budaya, keindahan pegunungan dan keindahan lautan yang secara tidak langsung dapat memberikan. Dari keindahan yang diberikan tercipta suatu konsep kepariwisataan yang disebut desa wisata.

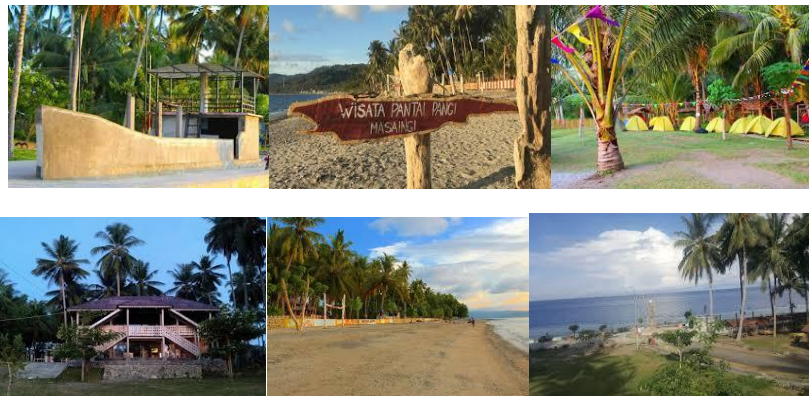
Desa wisata merupakan konsep pengembangan daerah yang menjadikan desa tersebut sebagai destinasi wisata. Salah satunya konsep desa wisata yang di usung oleh pemerintah daerah adalah Desa Masaingi. Desa Masaingi bagian dari Kabupaten Donggala yang terletak dipesisir Pantai. Adapun potensi desa Masaingi yaitu Perkebunan dan perikanan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh Masyarakat yang berada di Desa Masaingi bahwa di daerah ini terdapat banyak jenis usaha yang digeluti Masyarakat sekitar, berikut daftar jenis usaha yang dapat dirangkum yaitu sebagai berikut:

**Tabel. 1 Jenis Usaha Masyarakat Desa Masaingi**

No	Jenis Usaha
1	Nelayan
2	Perkebunan
3	Petani
4	Pengolahan ikan cakalang fufu
5	Pengolahan ikan rono/teri
6	Pengelolaan Pantai Desa Masaingi
7	Pedagang kelapa muda
8	Pedagang asongan

Sumber: Data Observasi, 2024

Ada sekitar 8 (delapan jenis) usaha yang sampai saat ini masih digeluti oleh Masyarakat sekitar sebagai mata pencahariaan mereka dalam menyambung hidup tetapi tidak ada satupun jenis usaha yang dapat dikelola secara berkelanjutan atau secara kreatif untuk dikembangkan. Selain itu diskusi dilanjutkan kembali ke Masyarakat untuk memperoleh informasi yang lebih akurat khususnya dalam pengelolaan potensi pariwisata, pengelola Pantai mengatakan bahwa potensi pengunjung yang paling ramai ada pada waktu *weekend* yakni sabtu dan minggu, rata-rata dengan jumlah hampir mencapai 150 orang seharinya. Dimana pengelola Pantai juga menyediakan villa untuk pengunjung atau Lokasi kosong bagi anak muda yang akan mendirikan tenda. Potensi ini seharusnya dapat dimanfaatkan oleh Masyarakat sekitar dengan tujuan memajukan desa mereka sebagai destinasi wisata selain itu memajukan perekonomian mereka dengan memanfaatkan alam yang ada disekitar mereka. Berikut gambar potensi wisata di Desa Masaingi yaitu sebagai berikut (Gambar 1):

**Gambar. 1** Potensi Wisata Desa Masaingi Kabupaten Donggala

Selanjutnya diskusi ini berlanjut sebagai bentuk pengabdian kepada Masyarakat terkait dengan pengolahan makanan yang masih dilakukan secara tradisional seperti ikan rono tapa (ikan teri bakar), Masyarakat sekitar menyampaikan bahwa ikan rono saat ini hanya diolah secara tradisional seperti dibungkus daun pisang kemudian dilanjut untuk di panggang/dibakar, ikan tersebut disajikan dengan nasi, cabe olahan dan sayur seadanya sebagai makanan khas daerah sekitar, selama ini ikan tersebut hanya diolah secara sederhana karena

Masyarakat masih minim pengetahuan tentang pengolahan ikan, olehnya melalui pengabdian ini, kami dapat memberikan edukasi kepada Masyarakat tentang ekonomi kreatif kearifan local sebagai bentuk keberlanjutan pariwisata khususnya untuk desa wisata yang berada di Desa Masaingi Kabupaten Donggala.

Desa Masaingi dikenal keindahan Pantai dan berbagai olahan makanan tradisional dengan bahan ikan. Salah satunya adalah makanan tradisional yang paling terkenal adalah makanan ikan teri atau yang disebut dengan ikan rono. Tidak jarang Masyarakat yang ada di Kota Palu maupun daerah lain rela melakukan perjalanan selama satu jam ke desa Masaingi untuk menikmati Pantai sekaligus makanan khas ikan rono yang disajikan oleh Masyarakat sekitar. Ikan rono ini merupakan ikan khas yang diolah atau dibakar di atas tungku api dengan balutan atau bungkusan daun pisang. Ikan rono tersebut hanya ditemukan di daerah Desa Masaingi dan sekitarnya, makanan khas ini sewaktu-waktu bisa ditemukan tetapi ada waktu lain tidak dapat ditemukan karena ikan tersebut muncul berdasarkan musim, sehingga makanan tradisional ini diproduksi tidak *continue* atau berkelanjutan (Gambar 2).



**Gambar. 2** Produk Ikan Rono

Pengembangan ekonomi kreatif untuk Masyarakat khususnya di desa Masaingi belum memiliki unit usaha sebagai tempat kreatif bagi Masyarakat untuk menyalurkan ide bagi Masyarakat maupun ibu rumah tangga yang ingin berbisnis. Selain itu fungsi Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) belum juga dimanfaatkan dengan baik, adapun aktifitas yang dilakukan oleh BUMDES yakni hanya melakukan penjualan barang jadi atau kebutuhan pokok saja seperti tabung gas, atau gas isi ulang dan beras. Bisnis ini hanya sedikit peluang untuk mengembangkan bisnis, dibandingkan dengan melakukan bisnis olahan makanan sebagai bentuk ekonomi kreatif yang berbasis kearifan local sebagai bentuk pengembangan pariwisata dan memperkenalkan daerah itu sendiri kepada orang lain.

Pemasaran serta promosi pada daerah ini juga belum maksimal, hal ini terlihat bahwa Pantai Masaingi atau kearifan local di Desa Masaingi hanya menggunakan media sosial, bahkan media sosial juga hanya dari beberapa orang atau pengunjung yang pernah melakukan aktifitas di Desa tersebut dengan mengambil sebuah gambar atau foto dari ponsel yang dimiliki dan diupload langsung ke media sosial miliknya tanpa adanya proses editing, hal ini memberikan kualitas gambar yang kurang menarik dan kurangnya pesan yang tersampaikan kepada orang lain. Kondisi ini menggambarkan kurangnya pengetahuan tentang pengelolaan strategi dan perancangan promosi serta sumber daya manusia pada



bidang industri kreatif khusus pengembangan pariwisata sebagai bentuk ekonomi keberlanjutan yang berbasis kearifan local.

Berdasarkan uraian di atas maka potensi pariwisata sebagai bentuk ekonomi berkelanjutan berbasis kearifan local memiliki permasalahan dalam pengelolaan manajemen, produksi, promosi, dan pemasaran, sehingga untuk membantu Masyarakat demi keberlanjutan ekonomi pariwisata Maka dilakukan kegiatan pengabdian kepada Masyarakat dengan tujuan menggali potensi-potensi daerah dan manajemen usaha serta meningkatkan keterampilan Masyarakat khususnya dalam proses produksi dan pemasaran produk.

Menuju pariwisata yang berkelanjutan dibutuhkan suatu upaya serta dukungan dari berbagai sektor sebagai bentuk untuk menciptakan nilai tambah yang mampu mendorong ekonomi agar tetap berjalan dengan baik. Indikator pariwisata juga harus memperhatikan keberlanjutannya salah satunya melalui pengembangan potensi destinasi wisata dimana dapat melibatkan penduduk setempat, sertifikasi bisnis pariwisata dan fasilitas pariwisata yang wajib diperhatikan dengan baik. Indikator ini merupakan ukuran kinerja pariwisata agar menjadi keberlanjutan secara terus menerus (Artiningsih et al., 2020). Raharjo et al., (2019) mengemukakan bahwa prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan harus diawali dengan pengembangan desa wisata. Pengembangan yang melampaui daya dukung akan menimbulkan dampak yang sangat besar tidak hanya pada lingkungan alam tetapi juga pada kehidupan sosial budaya Masyarakat, sebuah destinasi dapat dikatakan sudah mulai melakukan pengembangan desa manakala sebelumnya sudah ada aktivitas wisata yang dilakukan.

## **METODE PELAKSANAAN**

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif, yakni melakukan wawancara langsung kepada Masyarakat sehingga dari wawancara tersebut diperoleh data berupa data primer dan sumber data sekunder (Raharjo et al., 2019). Teknik pengumpulan data yang dilakukan terdapat 3 jenis yakni teknik observasi, wawancara dan studi literatur dan studi dokumen. Adapun metode yang dilakukan pada pengabdian kepada Masyarakat ini (Ariawan dan Santoso, 2018) yaitu sebagai berikut:

1. Metode pelatihan membuat produk, pengemasan dan pemasaran produk, metode ini merupakan salah satu teknik pengelolaan manajemen bisnis serta pelatihan sebagai salah satu strategi promosi pemasaran produk dengan menggunakan sosial media untuk para mitra UKM yang berada di sekitar Desa Masaingi, sehingga sumber daya manusia yang dimiliki oleh Masyarakat memiliki keterampilan dalam membuat produk dengan bahan kearifan local, pengemasan dan pemasaran produk (Pancawati dan Widawara, 2023).
2. Metode penyuluhan yang diberikan kepada Masyarakat sekitar terkait dengan manajemen bisnis atau kiat-kiat dalam pengelolaan bisnis atau usaha, sehingga Masyarakat yang ada di sekitar Desa Masaingi dapat menguasai konsep-konsep dalam pengelolaan usaha yang baik dan menjamin eksistensi serta kemajuan usaha yang akan mereka rintis.
3. Metode pendampingan merupakan suatu proses pembuatan merek atau logo pada suatu produk yang akan dijual, metode dan teknik ini salah satu

strategi manajemen bisnis agar merek dan logo yang mereka gunakan dalam produk mudah diingat oleh konsumen.

Adapun metode pendekatan yang dilakukan sebagai bentuk pendekatan masalah serta dalam menentukan Solusi dan strategi pemecahan masalah dilakukan sebagai berikut:

1. Koordinasi dengan mitra di Desa Masaingi

Tahap pertama yang dilakukan dalam pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat ini yakni melakukan koordinasi dengan mitra yang terkait, salah satunya kepala desa Masaingi serta tokoh-tokoh Masyarakat yang terlibat, salah satunya pengelola Pantai yang ada di Desa masaingi. Pertemuan ini membahas tentang permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat atau pelaku UMKM dalam pengembangan potensi desa wisata serta pengembangan ekonomi keberlanjutan yang berbasis kearifan local, selain itu dilanjutkan penetapan pelaksanaan program yang akan dilaksanakan dan yang disepakati untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata di Desa Masaingi.

2. Penerapan Aspek Manajemen

Tahap kedua yang dilakukan adalah penerapan aspek manajemen. Kegiatan ini memberikan pemahaman kepada Masyarakat atau pengelola pariwisata tentang potensi aktivitas wisata dan usaha atau produk yang dapat dibuat dari sumber daya alam daerah tersebut, sumber daya alam ini yakni memanfaatkan kearifan local agar tidak meninggalkan sosial budaya daerah tersebut. Proses ini salaga satunya usaha yang dapat dimanfaatkan pengelola dalam menarik wisatawan yang berkunjung di Desa Masaingi. Tahapan ini juga dilakukan praktek dan pendampingan tentang potensi desa serta pengelolaan produknya. Evaluasi dilakukan oleh tim penanggung jawab kegiatan pengabdian kepada Masyarakat untuk menjamin terselenggaranya kegiatan ini.

Berdasarkan kegiatan pelatihan menggali sumber daya alam yang dapat dijadikan potensi produk sebagai ekonomi keberlanjutan yang berbasis kearifan local maka ditetapkan beberapa produk yang akan dikembangkan sebagai icon di desa Masaingi tersebut, selain itu produk ini dapat dijadikan bisnis keberlanjutan untuk memperbaiki ekonomi Masyarakat sekitar khususnya ibu rumah tangga dan pengembangan badan usaha milik desa (BUMDES).

3. Penerapan aspek pemasaran

Dalam memaksimalkan dan meningkatkan upaya promosi serta produk yang inovatif berbasis kearifan local maka dilakukan pelatihan seperti penggunaan media sosial seperti facebook, Instagram, dan media sosial lainnya yang dapat membantu Masyarakat atau pelaku UMKM dalam memasarkan produk daerah, selain itu Masyarakat dapat diajarkan juga cara mengabil gambar yang estetik atau pengambilan gambar yang agar tampilannya baik dan pembuatan poster.

## **HASIL DAN DISKUSI**

### **Koordinasi Dengan Mita Desa Masaingi**

Aktifitas pertama yang dilakukan adalah melakukan koordinasi dengan pihak kampus dalam hal ini adalah ketua jurusan sebagai pelaksana kegiatan dal;am pengabdian kepada Masyarakat. Pengabdian kepada Masyarakat ini di biyai oleh Anggaran Dana Dipa Tahun 2024. Langkah pertama yang dilakukan oleh ketua

Jurusan Manajemen adalah melakukan koordinasi dengan dosen Manajemen terkait kesiapan dan pelaksanaan pengabdian kepada Masyarakat yang akan dilaksanakan di Desa Masaingi. Dalam kegiatan ini dosen dibagi menjadi 9 kelompok dengan judul/tema masing-masing pengabdian kepada Masyarakat. Kegiatan ini dilaksanakan dalam bentuk rapat yang dilaksanakan di ruang rapat jurusan Manajemen pada tanggal 19 Juli 2024 (Gambar 3). Aktivitas selanjutnya setelah dilakukan koordinasi, maka pihak kampus dalam hal ini Ketua Jurusan melakukan koordinasi dengan kepala desa Masaingi terkait dengan pelaksanaan yang kegiatan yang akan dilakukan. Dari hasil koordinasi kegiatan PKm ini ditetapkan akan dilaksanakan pada hari Sabtu, 27 Juli 2024 yang dibagi dengan beberapa Lokasi di Desa Masaingi (Gambar 4).



**Gambar 3.** Rapat Koordinasi Dosen Dalam Pelaksanaan PKM



**Gambar 4.** Rapat Koordinasi Ketua Jurusan dan Kepala Desa Masaingi

### **Penerapan Aspek Manajemen**

Kegiatan pertama pada aspek manajemen dilakukan pertemuan dengan pelaku bisnis atau Masyarakat yang berperan penting dalam pengembangan pariwisata yang berbasis kearifan local. Kegiatan ini dilaksanakan hari Sabtu, 27 Juli 2024 yang terbagi 9 kelompok. PKm dilaksanakan dengan pertemuan langsung pelaku bisnis dan Bumdes dengan jumlah peserta sebanyak 25 orang serta pematari dalam kegiatan ini 4 (empat) dosen Manajemen yakni Dr. Surayya, Dr. Fatlina, Dr. Yobert, dan Dr. Darman. Kegiatan ini dilakukan secara diskusi langsung terkait dengan aktifitas yang mereka lakukan dan kendala mereka dalam pengembangan bisnis yang digeluti. diskusi ini juga bagian dari pelatihan yang dilakukan untuk menggali potensi wisata yang berbasis kearifan local baik dari sektor pariwisata, sosial, budaya dan makanan khas daerah tersebut. Diskusi yang bahas dalam pertemuan pelatihan tersebut yaitu:

1. **Menggali potensi wisata yang dapat dikembangkan sebagai ekonomi kreatif yang berbasis kearifan local.**

Pelatihan ini dilakukan dengan metode ceramah dan diskusi dimana mengajak Masyarakat mengenali potensi daerah masing-masing yang berdampak pada pengembangan pariwisata. Hasil potensi wisata ditemukan yaitu: dari sektor pertanian, desa ini penghasil padi tetapi hasil padi untuk konsumsi Masyarakat sekitar karena lahan untuk pertanian hanya beberapa lahan yang bisa dimanfaatkan untuk tanaman padi, sehingga potensi untuk pengembangan padi.

Sektor Perkebunan ditemukan beberapa potensi yang dapat dimanfaatkan oleh Masyarakat yaitu sayur, rempah-rempah seperti serreh, jahe dan lengkuas yang dapat tumbuh di daerah ini, hasil diskusi yang dilakukan beberapa ibu rumah tangga mengatakan bahwa hasil Perkebunan Masyarakat biasanya dimanfaatkan untuk dijual secara langsung dipasar, hasil penjualan yang dilakukan diyakini dapat menambah penghasilan mereka secara tidak langsung dan dapat memenuhi kebutuhan mereka, tetapi hasil Perkebunan tidak dapat dijadikan sebagai mata pencaharian yang utama mengingat bahwa hasil kebun seperti sayur mayur serta rempah-rempah memiliki waktu yang cukup lama untuk tumbuh dan layak untuk dijual.

Potensi perikanan merupakan potensi yang dapat dikembangkan oleh Masyarakat di Desa Masaingi khususnya untuk pengembangan desa wisata. Jenis ikan yang sering didapatkan Masyarakat disini khususnya nelayan adalah ikan cakalang, ikan tuna, dan ikan rono serta jenis udang kecil seperti ebi. Ikan ini dapat di olah seperti makanan khas desa Masaingi dan olahan makanan ringan, seperti yang diuraikan pada latar belakang di atas bahwa pengelolaan perikanan belum secara alami dibuat menjadi produk melainkan hanya dijual mentah secara langsung, sehingga harga dari ikan tersebut sangat murah dibandingkan jika dijadikan sebuah produk (Gambar 5).



**Gambar 5.** Pelatihan Menggali Potensi Wisata Desa Masaingi

Wisata alam/penginapan alam terbuka, sampai saat ini pantai menjadi wisata alam terbaik untuk Masyarakat dalam berkunjung di desa wisata, selain itu berbagai jenis penginapan seperti tenda, villa, atau bungalow yang dibangun di sepanjang pantai. Wisata kuliner Usaha ini memadukan keindahan alam dengan makanan lokal yang lezat. Anda dapat membuka warung makan atau restoran yang terletak di lokasi wisata alam yang indah. Pengembangan ekowisata, Ekowisata adalah jenis wisata yang menekankan pada pelestarian



lingkungan dan budaya setempat. Anda dapat membuka usaha yang berfokus pada pengembangan dan promosi ekowisata, seperti homestay yang ramah lingkungan, program konservasi alam, dan pendidikan lingkungan.

## 2. Pemetaan pengembangan ekonomi berkelanjutan

Langkah kedua yang dilakukan adalah melakukan pemetaan dari hasil diskusi terkait pemetaan potensi desa wisata di Desa Masaingi, dari hasil diskusi dari Masyarakat ditemukan 6 potensi yang dapat dikembangkan untuk memajukan ekonomi kreatif berbasis kearifan local menuju keberlanjutan pariwisata, berikut di uraikan pemetaan pengembangan ekonomi berkelanjutan yaitu sebaga berikut:

**Tabel 1.** Potensi Wisata Desa Masaingi Kabupaten Donggala

No	Potensi Wisata	Persentase
1	Pertanian	10%
2	Perkebunan	15%
3	Perikanan	25%
4	Wisata Alam	20%
5	Wisata Kuliner	25%
6	Ekowisata	5%

Dari hasil pengamatan serta diskusi yang dilakukan ditemukan pemetaan 6 sektor yang dapat dikembangkan untuk keberlanjutan pariwisata di Desa Masaingi yakni sektor pertanian, Perkebunan, perikanan, wisata alam, wisata kuliner, dan ekowisata. Dari Analisa yang dilakukan bahwa potensi perikanan dan potensi wisata kuliner merupakan potensi yang dapat dikembangkan saat ini, sebab Desa Masaingi kaya akan sumber daya alam khususnya dibidang perikanan salah satunya ikan rono, ebi atau udang kecil dan ikan tuna serta ikan cakalang. Potensi perikanan ini merupakan potensi yang dapat meningkatkan keberlanjutan pariwisata salah satunya meningkatkan perekonomian Masyarakat untuk keluar dari kemiskinan.

Adapun model pengembangan ekonomi local yang cukup partisipatif dengan menggunakan pendekatan yang *applicable* serta realistis khususnya pengembangan ekonomi local untuk mengatasi kemiskinan masyarakat di suatu daerah yakni (Adi, 2012):

### 1. Focus pada pemasaran dan ekspor

Pengembangan kegiatan ekonomi local tentunya berorientasi pada pemasaran serta ekspor, hal ini sangat penting sebab saat ini program yang dilakukan hanya berorientasi pada peningkatan produksi tanpa mempertimbangkan proses pemasarannya, olehnya aktifitas tersebut sering berhenti ditengah jalan. Selain itu skala prioritas perlu diberikan kepada kegiatan yang memiliki orientasi ekspor salah satunya daerah lain, hal ini sangat penting sebab pengembangan kegiatan tidak hanya bermuara pada hasil ekspor apalagi konsumsi local tidak akan memperbesar tujuan sehingga akibatnya hanya bersifat kecil atau “Zero sum game) atau dalam arti membantu yang satu tetapi mematikan yang lainnya.

## 2. Focus pada pengembangan *cluster*

Dalam mendukung pemasaran dan proses ekspor perlu dikembangkan mata rantai ekonomi dari hulu ke hilir (*supply chain*) yang efektif dan efisien, agar daya saing yang dihasilkan dapat meningkat. Pengembangan ekonomi local sebaiknya dimulai dari mata rantai produk yang saat ini terbukti dapat diandalkan dan *multiplier effect* nya luas, sehingga hasil dapat dirasakan dengan partisipan dan *stakeholder* yang e cara luas.

## 3. Kemitraan *stakeholder*

Mata rantai dalam kegiatan ekonomi serta penunjangnya akan sulit terwujud dan bersinergi tanpa adanya peran dari kemitraan yang efesien dan berfungsi dengan baik, aktifitas ini perlu pemupukan modal sosial yang dibutuhkan dalam menumbuhkan rasa saling percaya antara pelaku usaha dan *stakeholder*. *Stakeholder* dikembangkan tidak hanya pelaku ekonomi atau pihak swasta tetapi dapat memanfaatkan semua lini seperti pemerintah, Lembaga atau antar daerah.

## 4. Pemberdayaan

Pelaku bisnis dan *stakeholder* tidak akan efektif jika tidak adanya pemberdayaan di dalam aktifitas tersebut. Pemberdayaan yang dimaksud yaitu kerelaan dari pemerintah memberikan pengetahuan atau keleluasaan bagi pelaku ekonomi untuk mengatur dirinya, terutama dalam pemberdayaan Masyarakat yang menjadi point penting yakni pengembangan ekonomi local, sehingga jelas pemerintah memiliki peran sebagai “*steering rather than rowing*”.

Solechah dan Sugito (2023) mengatakan bahwa prinsip ekonomi berkelanjutan dapat menghasilkan 3 sudut pandang yaitu:

1. Perlakukan masa sekarang dan masa yang akan datang dengan menempatkan nilai positif untuk jangka Panjang
2. Menyadari bahwa asset lingkungan memberikan kontribusi yang besar salah satunya *economic weel being*.
3. Dapat mengetahui kendala akibat implikasi yang timbul pada asset lingkungan.

## 3. Pemetaan pelatihan dan pendampingan kreativitas produk, inovasi produk dan penemuan produk baru.

Aktifitas yang ketiga yaitu melakukan pemetaan pelatihan dan pendampingan agar dapat menghasilkan produk baru. Hasil diskusi yang dilakukan melalui diskusi dari PK mini ditemukan pemetaan pelatihan dan pendampingan bagi Masyarakat yaitu disajikan pada table 2 sebagai berikut:

**Tabel 2.** Pemetaan Pelatihan dan Pendampingan Kreatifitas dan Inovasi Produk Pariwisata Berkelanjutan

No	Jenis Pelatihan	Jenis Aktifitas
1	Pelatihan Pengembangan Produk Wisata Berbasis Kearifan Lokal	1. <b>Kuliner Tradisional:</b> melakukan pelatihan seperti memasak dan

No	Jenis Pelatihan	Jenis Aktifitas
2	Pelatihan Manajemen Pariwisata Berkelanjutan	<p>pengemasan makanan lokal yang otentik dengan teknik modern agar menarik serta higienis tanpa menghilangkan cita rasa tradisional</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Pengelolaan Destinasi Wisata:</b> Meningkatkan kemampuan dalam mengelola destinasi secara berkelanjutan, termasuk konservasi lingkungan dan tata kelola pengunjung.</li> <li>2. <b>Ekowisata dan Wisata Edukasi:</b> Pelatihan mengenai konsep ekowisata yang menekankan pelestarian alam serta pengembangan wisata berbasis edukasi untuk meningkatkan kesadaran wisatawan tentang kearifan lokal.</li> <li>3. <b>Manajemen Sampah dan Limbah:</b> Pelatihan mengenai pengelolaan sampah yang ramah lingkungan, seperti daur ulang dan pengurangan plastik sekali pakai di lokasi wisata.</li> </ol>
3	Pelatihan Digitalisasi dan pemasaran Produk Lokal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemasaran digital</li> <li>2. Fotografi dan videografi kreatif</li> <li>3. E-commerce</li> </ol>
4	Pendampingan Pemandu Wisata Berbasis Kearifan Lokal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Etika pelayanan</li> <li>2. Pelatihan Pemandu Wisata Lokal</li> </ol>
5	Pendampingan Pengembangan Usaha dan Kewirausahaan Lokal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pengelolaan keuangan dan pengembangan bisnis</li> <li>2. Inovasi pada produk wisata</li> <li>3. Standarisasi produk</li> </ol>
6	Pendampingan Pengembangan Event dan Festival Berbasis Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Event management</li> <li>2. Pengemasan acara tradisional kolaborasi dan pelaku seni dan budaya</li> </ol>
7	Pelatihan Pengembangan Desa Wisata	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Pemberdayaan Desa Wisata:</b> Melatih masyarakat desa dalam mengelola dan mempromosikan potensi lokal menjadi destinasi wisata yang berkelanjutan.</li> <li>2. <b>Homestay dan Akomodasi Berbasis Kearifan Lokal:</b> Pelatihan tentang pengelolaan homestay yang menawarkan pengalaman tinggal bersama warga lokal, lengkap dengan aktivitas harian yang otentik.</li> <li>3. <b>Wisata Pertanian dan Agrowisata:</b> Mengembangkan wisata berbasis pertanian, seperti wisata petik buah, tanam padi, atau perikanan, yang memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan.</li> </ol>

### Penerapan Aspek Pemasaran

Penerapan aspek pemasaran merupakan tahap selanjutnya, dimana aspek ini menekankan promosi pemasaran untuk memperkenalkan produk khususnya

pengembangan pariwisata berbasis kearifan local. Adapun penerapan aspek pemasaran yang dapat dilakukan dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan local menuju keberlanjutan pariwisata yaitu sebagai berikut:

1. Branding Destinasi Berbasis Kearifan Lokal  
Kegiatan ini dapat menekankan pada pembuatan logo atau slogan kearifan local agar Masyarakat atau pengunjung mudah mengingat slogan tersebut. Masyarakat dapat merancang logo dan slogan tersebut dengan mencerminkan nilai local yang dapat menciptakan kesan mendalam bagi wisatawan. Selain itu branding juga dapat dilakukan dengan storytelling otentik, aktifitas ini dapat melakukan komunikasi dengan menggunakan cerita unik pada produk dan destinasi yang dijual, seperti asal usul kerajinan, mitos atau Sejarah kuliner tradisional.
2. Promosi digital serta pemasaran online  
Kegiatan dapat dilakukan dengan menggunakan media sosial, website dan blog serta SEO dan SEM seperti iklan berbayar yang dapat dimanfaatkan oleh Masyarakat.
3. Pengemasan produk yang kreatif serta ramah lingkungan  
Aktifitas ini dapat dilakukan dengan menggunakan kemasan produk dengan desain local artinya pengemasan produk dengan desain dapat mencerminkan kearifan local seperti symbol-simbol budaya yang dapat memberikan kesan otentik. Selain itu pengemasan produk juga dapat dilakukan dengan penggunaan bahan ramah lingkungan yakni mengutamakan bahan kemasan yang ramah lingkungan serta yang dapat di daur ulang dengan mendukung prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Pengemasan edutainment seperti memiliki paket wisata edukasi yang mengajarkan proses pembuatan kerajinan atau memasak secara tradisional.
4. Strategi kolaborasi dan kemitraan  
Aktifitas ini dapat dilakukan dengan kolaborasi dengan influencer dan content creator, Masyarakat dapat bekerja sama dengan anak muda yang bekerja sebagai influencer local untuk mempromosikan produk atau destinasi secara autentik kepada Masyarakat secara luas, selain itu Masyarakat di Desa Masingi juga dalam melakukan atau membangun kemitraan dengan pelaku usaha kreatif. Pelaku usaha kreatif dengan melakukan bekerjasama dengan desainer atau pengrajin local dalam menciptakan produk yang kolaboratif yang unik dan menarik. Pelaku usaha juga dapat melakukan Kerjasama dengan agen perjalanan dinas dan platform booking.
5. Pengembangan event dan aktifitas promosi  
Aktifitas ini dapat dilakukan dengan kegiatan festival budaya serta pameran produk local dengan menyelenggarakan seperti festival budaya, bazar atau pameran kerajinan local dalam menarik wisatawan untuk memperkenalkan produk kreatif, selain itu pelaku UMKM atau Masyarakat di desa Masingi dapat melakukan *Pop-Up Store* atau toko sementara untuk membangun Lokasi yang strategis atau event dalam mempromosikan atau menjual produk kreatif kepada wisatawan.



6. Pemasaran Berbasis Pengalaman (Experiential Marketing) dapat dilakukan dengan wisata edukasi atau cerita local salah satunya menekankan cerita local seperti pembuatan produk atau mempelajari Sejarah serta budaya. *Experiential marketing* juga dapat dilakukan dengan cara wisata berbasis komunitas dengan melibatkan komunitas lokal sebagai bagian dari pengalaman wisata, sehingga memberikan dampak langsung pada masyarakat setempat.
7. Sistem Penjualan dan Distribusi yang Inklusif dapat dilakukan dengan kegiatan Marketplace Produk Lokal dengan Mengembangkan atau bergabung dalam marketplace khusus yang menjual produk kreatif lokal, baik secara online maupun offline dan pemasaran langsung (Direct Selling): Mendorong penjualan langsung dari produsen ke konsumen, seperti di pameran atau bazar, yang memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berinteraksi langsung dengan pembuat produk.
8. Customer Relationship Management (CRM) dan Pelayanan Wisatawan kegiatan ini dapat dilakukan dengan Feedback dan Review: Mendorong wisatawan untuk memberikan ulasan positif yang dapat digunakan sebagai bahan promosi dan peningkatan layanan dan layanan Pelanggan yang Berfokus pada Budaya Lokal: Memberikan pelayanan yang mencerminkan keramahan dan adat istiadat lokal, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal dan berkesan.

## KESIMPULAN

Membahas tentang pengembangan ekonomi kreatif berbasis kearifan local dalam meningkatkan kesejahteraan Masyarakat menuju pariwisata yang berkelanjutan yang telah dilaksanakan PKm melalui pelatihan dan diskusi secara langsung kepada Masyarakat di Desa Masaingi dengan berbagai tahapan pada proses pelaksanaannya dengan tujuan menghasilkan pengetahuan dan keterampilan dari Masyarakat terkait dengan Langkah untuk memajukan pariwisata yang berkelanjutan. Kegiatan ini dilakukan 3 tahap dalam proses diskusi yakni menggali potensi wisata yang dapat dikembangkan sebagai ekonomi kreatif yang berbasis kearifan local. Tahap ini ditemukan 6 sektor yang menjadi potensi wisata yakni disektor pertanian, Perkebunan, perikanan, wisata awal, wisata kuliner dan ekowisata. Tahapan kedua yakni melakukan pemetaan atau skala prioritas dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan yang berbasis kearifan local yaitu sektor sektor kuliner dan sektor perikanan menjadi keunggulan untuk dikembangkan selanjutnya wisata alam dan Perkebunan yang berpotensi juga untuk dikembangkan. Aspek pemasaran yang dapat dilakukan untuk memajukan pariwisata yang berkelanjutan yaitu branding destinasi berbasis kearifan loka, promosi digital, pengemasan yang kreatif, pengembangan event dan aktifitas promosi, dilakukan pemasaran berbasis pengalaman, dan sistem penjualan dan distribusi yang berbasis inklusi.

## REKOMENDASI

Adapun rekomendasi dari pelaksanaan kegiatan PK mini adalah terkait dengan sangat singkatnya pelatihan yang dilakukan, sebaiknya PKm selanjutnya adalah memberikan pengetahuan atau pelatihan yang terkait dengan pengembangan produk adalah salah satunya penggunaan branding pengemasan

sebagai bentuk perluasan produk agar dapat bersaing dimasyarakat terutama untuk penjualan secara online.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, R. K. (2012). Analisis Pemetaan Status Pengembangan Ekonomi Lokal (PEL) di Kabupaten Sukoharjo. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian Dan Agribisnis*, 9(1), 50–63.
- Ariawan, dan Santoso, B. (2018). PKM Usaha Kecil Menengah Kerajinan Karawo Di Kelurahan Padebuolo Kecamatan Kota Timur Kota Gorontalo Propinsi Gorontalo. *JATI EMAS (Jurnal Apl Tek Dan Pengabd Masyarakata)*, 2(2), 1–12.
- Artiningsih, A., Handayani, W., dan Jayanti, D. R. (2020). Pemetaan Indikator Kinerja Sektor Pariwisata dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kota Semarang. *Jurnal RIPTAK*, 14(2), 72–83.
- Ikhtiyagung, G. N., dan Radyanto, M. R. (2020). New Model for Development of Tourism Based on Sustainable Development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 448(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/448/1/012072>
- Masa'deh, R., Nasseef, M. A., Suliman, M., dan Albawab, M. (2017). The Effect of Hotel Development on Sustainable Tourism Development. *International Journal of Business Administration*, 8(4), 16. <https://doi.org/10.5430/ijba.v8n4p16>
- Pancawati, N. L. P. A., dan Widaswara, R. Y. (2023). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Potensi Pariwisata*. 3(1).
- Purnomo, R. A. (2020). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia (Pertama)*. Ziyad Visi Media.
- Raharjo, S. T., Apsari, N. C., Santoso, M. B., Wibhawa, B., dan Humaedi, S. (2019). Ekowisata Berbasis Masyarakat (Ebm): Menggagas Desa Wisata Di Kawasan Geopark Ciletuh-Sukabumi. *Share: Social Work Journal*, 8(2), 158. <https://doi.org/10.24198/share.v8i2.19591>
- Solechah, W. M., dan Sugito, S. (2023). Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan sebagai Kepentingan Nasional Indonesia dalam Presidensi G-20. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 12–23. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.1487>
- Sugiyarto, & Amaruli, R. J. (2018). *Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya dan Kearifan Lokal*. 7, 45–52.
- Tatali, A. A., Lasabuda, R., Andaki, J. A., dan Lagarensen, B. E. S. (2018). Coastal Tourism Development Strategy in The Bentung Village, Sangihe Islands Regency of North Sulawesi. *J. Kebijakan Sosek KP*, 8(1), 53–62.
- Tudjuka, N. W., Soputan, G. J., dan Lobja, E. (2021). Model Pengembangan Obyek Wisata Air Terjun Kandela di Kabupaten Poso. *Indonesian Journal of Sociology, Education, and Development*, 3(1), 63–71. <https://doi.org/10.52483/ijsed.v3i1.41>