

**PELATIHAN MANAJEMEN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF DI
KABUPATEN BANDUNG BARAT****Agus Subagyo, Titin Rohayatin, Dadan Kurnia, Noer Apptika Fujilestari,
Siti Munawaroh⁵**Ilmu Pemerintahan, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik,
Universitas Jenderal Achmad Yani, Kota CimahiAlamat Korespondensi: Jl. Terusan Jenderal Soedirman, Cibeber, Cimahi Selatan, No. HP
085222372413

E-mail: noer.apptika@lecture.unjani.ac.id

Abstrak

Kondisi alam Kabupaten Bandung Barat memiliki potensi yang cukup menarik di wilayah Jawa Barat, terbukti banyak sekali objek wisata yang memikat perhatian pengunjung setiap harinya, baik itu wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Namun potensi wisata tersebut masih memerlukan pengelolaan dan promosi yang lebih optimal terutama bagi beberapa desa atau kecamatan yang objek wisatanya belum ada pengembangan dari pemerintah maupun swasta. Kondisi ini didukung oleh potensi ekonomi berbasis lokal yang tentunya dapat menunjang daya tarik tumbuhnya wisata desa. Namun demikian pengelolaan wisata dan promosi belum ditangani secara profesional. Kegiatan pengabdian ini bertujuan (1) Untuk memberikan pemahaman kepada UMKM dan sektor wisata di Kabupaten Bandung Barat berkaitan dengan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat Barat. (2) Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi para pelaku usaha jasa usaha wisata di Kabupaten Bandung Barat Barat dengan meningkatkan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat Barat. Metode pelaksanaan yang digunakan adalah pendekatan partisipatif, pendekatan kelompok, pendekatan individual, metode ceramah, metode diskusi/FGD. Indikator keberhasilan kegiatan dilihat dari tingkat partisipasi masyarakat dan hasil pre test dan post tes setelah kegiatan. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan kemampuan manajerial Pariwisata dalam menyusun rencana kegiatan jangka pendek, termasuk rencana promosi dengan bekerjasama dengan sekolah-sekolah untuk edukasi wisata. Pegiat ekonomi kreatif telah memahami strategi pemasaran kolaborasi dan penjualan online.

Kata Kunci: *Ekonomi Kreatif, Manajemen Pariwisata***Abstract**

The natural conditions of West Bandung Regency have quite interesting potential in the West Java region, it is proven that there are many tourist attractions that attract the attention of visitors every day, both domestic and foreign tourists. However, this tourism potential still requires more optimal management and promotion, especially for several villages or sub-districts whose tourist attractions have not yet been developed by the government or private sector. This condition is supported by local-based economic potential which can certainly support the attractiveness of the growth of village tourism. However, tourism management and promotion have not been handled professionally. This service activity aims (1) To provide understanding to MSMEs and the tourism sector in West Bandung Regency regarding tourism management and the creative economy in West Bandung Regency. (2) To increase knowledge and understanding for tourism business service entrepreneurs in West Bandung Regency by improving tourism management and the creative economy in West Bandung Regency. The implementation methods used are participatory approach, group approach, individual approach, lecture method, discussion/FGD method. Indicators of activity success can be seen from the level

of community participation and the results of pre-tests and post-tests after the activity. The results of the activity show an increase in Tourism managerial capacity in preparing short-term activity plans, including promotional plans in collaboration with schools for tourism education. Creative economy activists have understood collaborative marketing strategies and online sales.
Keywords: *Creative Economic, Tourism Manajement*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan sektor ekonomi kreatif cukup signifikan terhadap perekonomian nasional. Disisi lain kekuatan pariwisata dalam mendorong aktifitas-aktifitas berbasis ekonomi kreatif juga ikut berperan kuat. Pemerintah sebenarnya sudah menyadari pentingnya pengembangan ekonomi kreatif sehingga dibentuklah badan ekonomi kreatif. Namun demikian di daerah sektor ekonomi kreatif ini berinteraksi secara kuat dengan sektor pariwisata. Hal itu, tampak ketika pemerintah menetapkan Tahun 2009 lalu sebagai Tahun Ekonomi Kreatif dan mengeluarkan Instruksi Presiden Nomer 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif¹. Pengembangan ekonomi kreatif sebelum diubahnya Kementerian Pariwisata menjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif berada secara implisit di bawah Kementerian Perdagangan. Kementerian Perdagangan menindaklanjuti Inpres Nomer 6 Tahun 2009 tersebut dengan Rencana Pembangunan Ekonomi Kreatif Tahun 2009- 2025².

Berdasarkan Inpres Nomer 6 Tahun 2009 tersebut yang dimaksud ekonomi kreatif adalah ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Jadi ekonomi kreatif mengandalkan kreativitas dan pengetahuan serta informasi yang dimiliki oleh sumber daya manusia sebagai faktor utamanya. Ekonomi kreatif, dengan demikian, mempunyai lingkup yang sangat luas dan punya keunggulan yaitu tidak akan kehabisan bahan baku seperti hal kegiatan ekonomi lain seperti industri. Terbukti pula kegiatan ekonomi kreatif tahan terhadap hujaman krisis ekonomi³.

Sedangkan yang termasuk dalam kegiatan ekonomi kreatif berdasarkan Inpres Nomer 6 tahun 2009 ada 14 kegiatan yaitu: periklanan; arsitektur; pasar barang seni; kerajinan; desain; fashion, video, film, dan fotografi; permainan interaktif; musik; seni pertunjukan; penerbitan dan percetakan; layanan komputer dan piranti lunak; televisi dan radio; serta riset dan pengembangan. Perubahan nomenklatur pun terjadi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI yang dahulunya adalah Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI.

Pariwisata dan ekonomi kreatif saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik. Kegiatan wisata dipengaruhi oleh 3 (tiga) faktor, yaitu: pertama, *something to see*; Kedua *something to do*; dan ketiga *something to buy*. *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah tujuan wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di

¹ Karryono, A. H. (1997). *Kepariwisata I (Mengurai istilah Pariwisata)*. Bandung: Gramedia.

² Batilmurik, R. W. (2016). Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur. *Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang*, 1(3), 206-220.

³ Hairunisya, N. (2020). Pemberdayaan di Sektor Pariwisata Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 26(4), 241-248.

daerah tujuan wisata sebagai memorabilia pribadi wisatawan. Dalam ketiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something*⁴.

Smart village government merupakan sebuah layanan yang memanfaatkan teknologi informasi dalam melaksanakan aktifitas desa yang dikelola oleh masyarakat desa secara efektif dan efisien. Smart kampung atau *smart village* merupakan pengembangan konsep dimana masyarakat desa berada dalam suatu komunitas yang mengatasi permasalahan wilayah memanfaatkan dengan potensi sumber daya yang dimilikinya secara cerdas, bijak, dan efisien serta mengangkat adat istiadat yang berlaku dan budaya⁵.

Karakteristik wilayah desa, budaya, masyarakat yang homogen, menjadi suatu alasan bahwa pengembangan wilayah desa tidak dapat disamakan dengan lingkup kota dalam penerapan teknologi informasi dan komunikasi. Perlu adanya suatu konstruksi konseptual yang mendasar pada karakteristik wilayah desa dalam menerapkan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga desa mampu menciptakan sinergitas antara pemerintah, masyarakat dan lingkungan dengan mendasar pada nilai, karakter dan norma yang dimiliki desa⁶.

Sebuah konsep *Smart Village* (Desa Pintar) bisa dijadikan solusi untuk mengatasi berbagai permasalahan yang terjadi dalam penyelenggaraan pemerintah desa. Dengan mengadopsi komponen *Smart City*, maka bukan hal yang mustahil jika dari desa akan muncul kekuatan ekonomi nasional berbasis UMKM, sumber daya manusia yang unggul, pemerintahan yang bersih dan transparan, serta lingkungan sosial yang baik⁷.

Mengingat bahwa Pemerintah Desa merupakan Garda terdepan bagi Pemerintah Nasional, maka perlu adanya perhatian khusus terhadap tata Kelola Pemerintah Desa, termasuk dalam pengembangan manajemen pariwisata dan ekonomi Kreatif untuk dapat meningkatkan PADesa dan meningkatkan taraf hidup kesejahteraan Masyarakat desa, yang saat ini dipandang masih belum optimal dalam manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Desa-desa yang berada di lingkungan Kabupaten Bandung Barat. Atas dasar itu maka dipandang perlu diadakannya Pelatihan Manajemen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Desa. Adapun maksud dari kegiatan ini memberikan pengetahuan dan kemampuan agar mampu mengelola atau menerapkan manajemen ekonomi kreatif yang sesuai dengan karakteristik daerah dan desa. Adapun sasaran dari pelatihan Manajemen Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif sebagai peserta pelatihan ini adalah Para Kepala Desa, Perangkat Desa, BPD, BUMDES, pengelola obyek dan daya tarik wisata, staf destinasi dan pemasaran serta kelompok sadar wisata yang berada di lingkungan Kabupaten Bandung Barat. Dalam rangka peningkatan pemahaman dan keterampilan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif ini salah satunya pemberian materi dalam pelatihan meliputi: Pengembangan Ekonomi Kreatif Desa, Sektor Pengembangan Ekonomi Kreatif Strategi pengembangan, ekonomi Kreatif Desa, Tip pengembangan ekonomi Kreatif di Desa. Selain itu juga mengidentifikasi tentang Urgensi ekonomi kreatif Desa, model pengembangan usaha,

⁴ Dajani, A. (2013). *Empowerment and Entrepreneurship*

⁵ Maharani, Eno Novita, dan Dewi Sekar Kencono. 2021. "Penerapan Smart Governance Dalam Smart Village Di Kalurahan Dlingo Kabupaten Bantul." *JISIP UNJA* 25-38.

⁶ Nuraini, Hikmah. 2021. "Pengembangan Smart Village Sebagai Upaya Menjalankan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pada Masa Pandemi Covid-19." *BRILIANT* 862-874.

⁷ Hakim, Abdul. 2022. "Dampak Implementasi Program Smart Kampung di Kabupaten Banyuwangi." *OECONOMIC* 128-139.

Kawasan perdesaan Usaha ekonomi Desa, Produk unggulan pedesaan, potensi Kawasan perdesaan, SDGs Desa, Potensi pengembangan Desa, dan Perencanaan Keuangan Desa.

Desa yang ada di Kabupaten Bandung Barat Barat memiliki peluang untuk mewujudkan manajemen pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif. Namun, sampai saat ini belum seluruhnya desa di Kabupaten Bandung Barat Barat dapat mewujudkannya. Hal ini dikarenakan Sebagian besar Desa yang ada di Kabupaten Bandung Barat Barat belum menyadari tentang posisi strategis dan kelebihan infrastruktur yang dimiliki serta lemahnya pemahaman desa tentang strategi mewujudkan pariwisata desa dan ekonomi kreatif desa. Desa yang ada di Kabupaten Bandung Barat Barat tergabung dalam Forum Kepala Desa Kabupaten Bandung Barat Barat adalah organisasi yang menaungi pemerintahan desa seluruh Kabupaten Bandung Barat Barat. Fungsi organisasi ini adalah sebagai saran komunikasi, fasilitas, koordinasi, dan sebagai organisasi kerjasama antara pemerintah desa serta masyarakat desa.

Berdasarkan fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya, sebagai bentuk kepedulian terhadap pemerintah desa, maka FISIP Unjani terdapat untuk mengadakan pelatihan bagi pemerintah desa se-Kabupaten Bandung Barat Barat. Dilakukannya pelatihan bagi pemerintah desa agar para pelaksana desa memahami Manajemen Pariwisata dan ekonomi kreatif Desa di Kabupaten Bandung Barat Barat. Melalui pelatihan ini nantinya terus meningkatkan kemampuan dan pemahaman para pelaksana pemerintah desa dalam manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif desa demi meningkatkan pembangunan desa. Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa memberikan banyak harapan kepada desa untuk meningkatkan kesejahteraan baik pemerintah desa maupun masyarakat itu sendiri. Adapun indentifikasi dan perumusan masalah dari kegiatan ini sebagai berikut:

1. Belum meratanya pemahaman dan pengetahuan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di beberapa daerah wisata yang ada di wilayah Kabupaten Bandung Barat
2. Masih terbatasnya sumberdaya yang ada dalam menunjang aktivitas manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di wilayah Kabupaten Bandung Barat.

Tujuan dari kegiatan pelatihan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat Barat sebagai berikut:

1. Untuk memberikan pemahaman kepada UMKM dan sektor wisata di Kabupaten Bandung Barat berkaitan dengan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.
2. Untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman bagi para pelaku usaha jasa usaha wisata di Kabupaten Bandung Barat Barat dengan meningkatkan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM berupa pelatihan penguatan tata kelola pemerintahan desa melalui konsep pelatihan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif dilaksanakan melalui metode pelatihan dengan penyampaian materi pelatihan yang dilaksanakan menggunakan metode yang relevan, yakni metode ceramah, tanya jawab dan diskusi. Adapun tahapan pelaksanaan kegiatannya,

yaitu: Survei lapangan, untuk mengetahui dan melihat secara langsung kondisi dan keadaan sosial masyarakat dan pemerintahan desa;

1. Pelatihan, untuk memberikan materi pengetahuan dan pemahaman pelatihan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat dengan materi digitalisasi desa;
2. Diskusi, untuk memetakan persoalan dan hambatan pemerintahan desa dalam pengembangan ekonomi kreatif desa; dan
3. Evaluasi, melibatkan kepala desa yang tergabung dalam Forum Kepala Desa Kabupaten Bandung Barat.

Metode pelaksanaan PPM ini melalui pendekatan yang dilakukan dalam mengukur keberhasilan kegiatan pelatihan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat yaitu:

- a. Pemberian materi tentang manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif
- b. Pelatihan pengelolaan/ workshop manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif
- c. Dilakukannya *Focus Group Discussion* (FGD) dengan para aparatur pemerintah Desa terkait manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif se-Kabupaten Bandung Barat.

Khalayak sasaran dalam kegiatan pelatihan manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif yaitu para kepala desa se-Kabupaten Bandung Barat sebanyak 165 desa, aparatur Pemerintah Desa terdiri dari Sekretaris Desa dan Bendahara Desa. Adapun materi dan pemateri dalam kegiatan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Iing Nurdin, Drs.,M.Si.,Ph.D, dengan Materi Pengembangan ekonomi Kreatif Desa
2. Dr. Riant Nugroho, dengan materi kegiatan; Pengembangan Desa Wisata dan ekonomi Kreatif.
3. Dr. Agustina Setiawan, S.IP., M.Si, dengan materi kegiatan Pengembangan ekonomi Kreatif Desa dilihat dari sudut pandang Urgensi Ekonomi Kreatif, model pengembangan usaha kreatif.

Keterkaitan kegiatan pelatihan tata manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif ini yaitu dapat memberikan pemahaman kepada kepala desa dan menciptakan inovasi penggunaan teknologi informasi dalam tata kelola manajemen pariwisata dan ekonomi kreatif. Melalui kegiatan pelatihan ini diharapkan desa- desa yang berada di Kabupaten Bandung Barat Barat dapat menjadi desa yang berkembang dengan tercapainya tata kelola pemerintahan desa yang optimal berbasis teknologi informasi dalam pengembangan ekonomi kreatif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat dengan judul: “Pelatihan Manajemen Pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Bandung Barat” melalui tahapan sebagai berikut:

1. Tahap Persiapan Kegiatan

Dalam tahapan persiapan ini proses atau jenis kegiatan yang dilakukan sebagai berikut:

- a. Pembuatan Proposal Kegiatan PPM; Proposal kegiatan PPM dibuat berdasarkan kepada mekanisme dan jadwal yang ditentukan oleh LPPM Unjani. Akan tetapi

Proposal yang diajukan disesuaikan dengan Program Kerja dari FISIP Unjani. Proposal di buat kurang lebih 2 Minggu.

- b. Pengurusan Surat Izin kegiatan PPM; Surat izin pelaksanaan PPM ini dibuat setelah SKEP dana hibah PPM Unjani ditetapkan, selanjutnya Tim PPM Fisip berkoordinasi dengan pihak terkait untuk menyampaikan rencana kegiatan PPM
- c. Survei Lapangan; tahap ini dilakukan setelah proses komunikasi dilakukan, Survei lapangan dengan tujuan mengadakan komunikasi, koordinasi terkait teknis kegiatan yang akan dilakukan
- d. FGD Awal; tahap FGD dilakukan dengan tujuan belanja masalah kepada objek atau tempat yang dijadikan khalayak sasaran dalam kegiatan PPM tersebut

2. Tahap Pelaksanaan Kegiatan

Tahapan dalam Pelaksanaan kegiatan meliputi:

- a. Waktu Pelaksanaan Kegiatan;
- b. Pelaksanaan kegiatan PPM ini dilakukan pada hari Rabu, tanggal 11 Oktober 2023, mulai dari pukul 08.30 sd 16.30 WIB.
- c. Tempat Pelaksanaan Kegiatan;
- d. Tempat pelaksanaan kegiatan pelatihan Manajemen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif terdiri dari Pelaksana sebagai:
 - 1) Host dalam kegiatan ini ada di Ruang Multimedia lantai 3 FISIP Unjani Gd. Jenderal TNI Mulyono. Peserta kegiatan berada ditempat wilayah kerjanya
 - 2) masing-masing, karena kegiatan bersifat daring.
- e. Sifat kegiatan; kegiatan PPM ini dilaksanakan secara Hybrid, yaitu bersifat Daring untuk peserta kegiatan dan ke dua Pemateri, bersifat Luring oleh panitia dan 1 Pemateri,
- f. Jumlah Peserta dalam Kegiatan PPM; Jumlah peserta dalam kegiatan ini berjumlah 400 peserta.
- g. Pemateri Kegiatan; pemateri dalam kegiatan sebagai berikut :
 - 1) Iing Nurdin, Drs.,M.Si.,Ph.D
 - 2) Dr. Riant Nugroho
 - 3) Dr. Agustina Setiawan, S.IP.,M.Si
- h. Ringkasan Materi Kegiatan
Pemateri 1 Iing Nurdin, Drs.,M.Si.,Ph.D sebagai berikut:
 - 1) Ekonomi kreatif desa adalah suatu bentuk kegiatan ekonomi yang menggunakan kreatifitas, keahlian dan keunikan budaya local untuk menciptakan dan layanan yang bernilai ekonomi.
 - 2) Ekonomi kreatif mengarahkan pada keuntungan yang tidak sekedar masalah profit, melainkan juga keuntungan budaya, alam, moral serta lingkungan Masyarakat
 - 3) Perekonomian yang berbasis kreatifitas mengandalkan pada SDM yang berfikir inovatif untuk menciptakan suatu barang yang bernilai, sehingga pengembangan ekonomi kreatif selanjutnya dapat menciptakan entrepreneurship atau pun para wira usaha dikalangan Masyarakat.
 - 4) Ekonomi kreatif merupakan aktivitas ekonomi berdasarkan kreativitas, keterampilan, daya cipta yang bernilai ekonomi yang berpengaruh pada kesejahteraan Masyarakat.
 - 5) Ekonomi kreatif berbasis pada ekonomi local mengandalkan kreatifitas Masyarakat yang memanfaatkan potensi local pada potensi yang ada.

- 6) Sektor pengembangan ekonomi kreatif antara lain : aplikasi, pengembangan permianan, arsitektur, fashion, seni pertunjukan, kriya, penerbitan dan periklanan, desain komunikasi visual, desain produk, desain interior, animasi dan video, film, fotografi, musik, kuliner dan lain-lain
- 7) Manfaat: masyarakat desa dapat menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan pendapatan mereka, dapat membantu melestarikan lingkungan dan sumber daya alam d sekitar Desa, dapat membantu mengurangi tingkat kemiskinan di daerah, dapat memperkuat identitas budaya dan warisan local, dan dapat memperbaiki infra struktur dan fasilitas umum di daerah tersebut.
- 8) Beberapa contoh ekonomi kreatif di desa : pengembangan kekayaan alam, kerajinan tangan, budidaya tanaman local, seni kriya, produk tanah liat, pengembangan permainan, makanan lokal, seni pertunjukan, fashion dan cemilan unik.
- 9) Strategi pengembangan ekonomi kreatif desa : menyiapkan insentif untuk memacu pertumbuhan industri, membuat roadmap industry kreatif, membuat program secara komprehensif, memberikan perlindungan hukum, Pemerintah membentuk Indonesia kreatif Council, adanya keterlibatan langsung dari pemerintah terhadap ekonomi kreatif desa.
- 10) Tips pengembangan ekonomi kreatif; mapping setiap potensi desa, pelatihan dan pendampingan bagi Masyarakat, adanya dukungan finansial dari pemerintah, adanya peran semua pihak dalam pengembangan ekonomi kreatif desa;

Ringkasan Pemateri 2 Dr. Riant Nugroho, sebagai berikut :

- 1) Manajemen desa; Konsep yang jelas tentang desa, buat pilihan prioritas apa yang dibutuhkan, membuat perencanaan yang baik, jangan RBT, siapkan pelaksanaan, pimpinan dan pengendalian.
- 2) Desa wisata meliputi : desa saat ini, desa wisata, desa yang dikunjungi.
- 3) Desa wisata : Destinasi, tujuan, ekosistem, manfaat.
- 4) Desa Ekonomi Kreatif : desa saat ini, desa dengan perekonomian kreatif, produk yang bernilai untuk dapat dipasarkan.

Ringkasan Pemateri 3 Dr. Agustina sebagai berikut :

- 1) Pengembangan ekonomi kreatif; demografi global, urbanisasi dunia, perdagangan internasional, keuangan internasional, perubahan geopolitik, perubahan iklim, teknologi, persaingan SDA.
- 2) Urgensi Ekonomi Kreatif; ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang berdasarkan pada kreativitas keterampilan dan bakat individu yang bernilai ekonomis dan berpengaruh pada kesejahteraan Masyarakat.
- 3) Model pengembangan usaha kreatif; desa wisata budaya, desa sadar hukum, desa pintar dan trampil, desa sehat, desa sahabat anak, desa ramah lingkungan dan desa wira usaha.
- 4) Kawasan Pedesaan; mempercepat dan meningkatkan kualitas pelayanan, mempercepat dan meningkatkan kualitas Pembangunan, pemberdayaan untuk mempercepat peningkatan kapasitas masyarakat.
- 5) Desa Mandiri; merupakan desa yang mampu mengatur dan membangun desanya dengan memaksimalkan potensi yang ada di desa dan kemampuan masyarakatnya dan tidak tergantung pada pihak luar.

- 6) Usaha Ekonomi Desa; Pembangunan desa dan pemberdayaan desa; memiliki keunikan, bernilai ekonomi mudah diusahakan.
- 7) Produk Unggulan Pedesaan; peningkatan efisiensi, modernisasi dan nilai tambah pertanian dalam meningkatkan pendapatan Masyarakat pedesaan dan menciptakan diversifikasi perekonomian pedesaan, peningkatan keterkaitan kegiatan ekonomi di wilayah perkotaan dengan kegiatan ekonomi pedesaan di dorong secara sinergis dalam suatu system wilayah pengembangan ekonomi, peningkatan Kapasitas SDM dipedesaan khususnya dalam pengelolaan dan pemanfaatan Sumber daya.
- 8) Potensi Kawasan Perdesaan; kelembagaan ekonomi petani berbadan hukum berbentuk Bumdes, koperasi, dan lain-lain, memperluas skala ekonomi dengan memproduksi komoditas unggulan Kawasan; desa menjadi penentu harga bukan hanya penerima harga, kolaborasi antara desa dalam sebuah Pembangunan Kawasan pedesaan.
- 9) SDGs Desa.

3. Tahap Pembuatan Laporan

Dalam tahap ini, laporan kegiatan dibuat atas dasar sistematika yang telah ditentukan oleh Pedoman LPPM, laporan kegiatan dibuat atas dasar pelaksanaan kegiatan secara ril setiap tahapannya. Dalam Pembuatan laporan ini juga di deskripsikan tentang luaran dari kegiatan tersebut antara lain :

- a. Draft laporan Kegiatan
- b. Vidio Kegiatan
- c. Foto Kegiatan
- d. Publikasi di media seperti IG Prodi Ilmu Pemerintahan, IG FISIP Unjani, Youtube FISIP Unjani
- e. Publikasi ilmiah pada Jurnal Abdimas terindeks SINTA

4. KESIMPULAN

Dari uraian hasil kegiatan PPM tersebut maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Manajemen pariwisata merupakan Tindakan perencanaan, pengorganisasia, pergerakan dan pengendalian yang dilakukan untuk mencapai sasaran yang telah ditentukan melalui pemanfaatan Sumberdaya manusia.
2. Ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep atau gagasan pada era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreatifitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai fokus produksi yang utama.
3. Ekonomi kreatif melibatkan ekspresi kreatif dan inovasi dalam menciptakan produk dan layanan baru yang memiliki nilai tambah ekonomi. Hal ini melibatkan pemikiran kreatif, desain yang unik dan pendekatan yang inovatif dalam menghasilkan produksi dan layanan.
4. Beberapa Karakteristik dari ekonomi kreatif :Adanya kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif yaitu kaum intelektual, dunia usaha, dan pemerintah yang merupakan prasyarat mendasar, Berbasis pada ide atau gagasan, Pengembangan tidak terbatas dalam berbagai bidang usaha, Konsep yang dibangun bersifat relatif.
5. Dampak positif dari ekonomi kreatif adalah perkembangan atau kemajuan kebudayaan, terutama pada unsur budaya, teknologi dan system pengetahuan yang maju. Adapun dampak negative dari pengembangan Kawasan ekonomi kreatif tampak menonjol pada

bidang social, yaitu pada gaya hidup Masyarakat di daerah tujuan Kawasan ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Batilmurik, Ridolof W. 2016. "Pengembangan Model Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur." *Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Kupang* 1 (3): 206-220.
- Dajani, Al. 2013. *Empowerment and Enterpreneurship*.
- Hairunisya, Nanis. 2020. "Pemberdayaan di Sektor Pariwisata Sebagai Upaya Meningkatkan Perekonomian Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 26 (4): 241-248.
- Hakim, Abdul. 2022. "Dampak Implementasi Program Smart Kampung di Kabupaten Banyuwangi." *OECONOMIC* 128-139.
- Karryono, A. Hari. 1997. *Kepariwisata I (Mengurai istilah Pariwisata)*. Bandung: Gramedia.
- Maharani, Eno Novita, dan Dewi Sekar Kencono. 2021. "Penerapan Smart Governance Dalam Smart Village Di Kalurahan Dlingo Kabupaten Bantul." *JISIP UNJA* 25-38.
- Nuraini, Hikmah. 2021. "Pengembangan Smart Village Sebagai Upaya Menjalankan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) Pada Masa Pandemi Covid-19." *BRILIANT* 862-874.