

Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata Melalui Program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) Tahun 2024: Studi Kasus Wisata Tumpak Selo Desa Petahunan

Fatlurrahman¹, Sabrina Rahmadhanty Maghfira²

¹Universitas Gadjah Mada

²Institut Teknologi Bandung

*fatlurrahman@mail.ugm.ac.id

Informasi Artikel

Received: 28 Oktober 2025

Accepted: 27 Februari 2026

Published: 16 Maret 2026

Keywords:

tourism village, creative economy, community empowerment; collaborative governance

Abstract

Tourism villages play an important role in promoting local economic development. However, many still face challenges in managing tourism potential and developing creative economy activities in a sustainable manner. The DEMI DEWI Program 2024 initiated by the Provincial Government of East Java, aims to strengthen the capacity of Village-Owned Enterprises (BUMDes) and tourism villages in managing local potential creatively and innovatively. This study aims to analyze strategies for strengthening the creative economy and the forms of stakeholder collaboration in implementing the DEMI DEWI Program in Tumpak Selo Tourism Village, Lumajang Regency. This research employs a qualitative descriptive approach, with data collected through observation, semi-structured interviews, and documentation. The results indicate that the program contributes to improving human resource capacity, strengthening destination branding, and promoting cross-sector collaboration among government, academia, business actors, and local communities. These findings highlight the importance of collaborative governance in strengthening the creative economy and supporting the development of independent, innovative, and sustainably competitive tourism villages.

Abstrak

Kata Kunci:

desa wisata, ekonomi kreatif, pemberdayaan masyarakat, collaborative governance

Desa wisata memainkan peran penting dalam mendorong pengembangan ekonomi lokal. Namun, masih banyak yang menghadapi tantangan dalam mengelola potensi pariwisata serta mengembangkan kegiatan ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Program DEMI DEWI 2024 yang diinisiasi oleh Pemerintah Provinsi Jawa Timur bertujuan untuk memperkuat kapasitas Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan desa wisata dalam mengelola potensi lokal secara kreatif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan ekonomi kreatif serta bentuk kolaborasi para pemangku kepentingan dalam pelaksanaan Program DEMI DEWI di Desa Wisata Tumpak Selo, Kabupaten Lumajang. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara semi-terstruktur, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program tersebut berkontribusi pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia, penguatan branding destinasi, serta mendorong kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Temuan ini menegaskan pentingnya tata kelola kolaboratif dalam memperkuat ekonomi kreatif serta mendukung pengembangan desa wisata yang mandiri, inovatif, dan berdaya saing secara berkelanjutan.

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu negara yang terkenal dengan sektor pariwisatanya, hal ini ditandai dengan jumlah wisatawan mancanegara maupun domestik yang semakin meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), peningkatan jumlah wisatawan mancanegara pada awal tahun 2024 mencapai 927,75 ribu kunjungan dan mengalami kenaikan sebesar 16,19 persen serta jumlah kunjungan wisatawan domestik hingga bulan April tahun 2024 mencapai 756,02 ribu kunjungan dan mengalami kenaikan sebesar 9,28 persen dibandingkan tahun sebelumnya (BPS, 2024). Peningkatan angka kunjungan tersebut membuat Indonesia perlu mempertahankan dan mengembangkan potensi wisata yang dimilikinya, yang meliputi keindahan alam, permadani budaya, dan keberagaman adat istiadat untuk menjadi penghasil devisa negara (Nurmansyah, 2014).

Saat ini paradigma pembangunan telah bergeser dengan menekankan pada peningkatan pendapatan individu dan pemerintah melalui sektor pariwisata (Dewi et al., 2018). Perkembangan teknologi dan kebutuhan pasar memfasilitasi munculnya beragam kategori tempat wisata yang dikuratori dengan cermat, salah satu buktinya adalah pesatnya pertumbuhan desa wisata (Qotrunnada & Karmilah, 2024). Konsep desa wisata semakin populer karena memfasilitasi pelestarian warisan dan tradisi lokal, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat lokal (Oka & Subadra, 2024; Dewi et al., 2018). Identitas desa wisata yang unik, seperti tradisi, makanan khas, dan sistem sosial yang kuat berpotensi besar menjadi daya tarik wisata (Nilzamaly et al., 2020).

Salah satu provinsi dengan potensi pengembangan desa wisata yang signifikan adalah Jawa Timur.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022) mencatat peningkatan jumlah desa wisata dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Jejaring Desa Wisata (Jadesta), terdapat 601 desa wisata di Jawa Timur dengan kategori sebanyak 460 desa wisata rintisan, 77 desa wisata berkembang, 61 desa wisata maju, dan 3 desa wisata mandiri. Angka tersebut membuktikan adanya tren pariwisata yang positif dan harus mendapat dukungan dari seluruh stakeholders untuk menciptakan pariwisata berkelanjutan berbasis potensi desa. Dalam pelaksanaannya, desa wisata membutuhkan keterlibatan pihak-pihak yang secara kolektif membangun dan memfasilitasi upaya kemajuannya. Kemajuan ini menekankan kolaborasi dari lima komponen penting yang berkaitan dengan pembentukan desa wisata, khususnya masyarakat (BUMDES, organisasi masyarakat, penduduk lokal), akademisi, pemerintah, sektor industri, dan media yang bertujuan untuk mengontrol keputusan, program dan kebijakan yang dijalankan (Qotrunnada & Karmilah, 2024; Nilzamaly et al., 2020).

Meskipun pertumbuhan desa wisata relatif cepat, pengembangan desa wisata di Jawa Timur masih menghadapi banyak tantangan. Beberapa isu utamanya meliputi kurangnya kapasitas sumber daya manusia (SDM) dalam pengelolaan, infrastruktur yang belum memadai, dan keterbatasan anggaran. Ketidakmampuan SDM menjadi alasan banyaknya desa wisata yang gagal dan tidak mampu berdaya saing, padahal partisipasi dan pemberdayaan masyarakat lokal sangat penting untuk mencapai pariwisata berkelanjutan (Wahyuni et al., 2024). Untuk mengatasi hambatan SDM dan tata kelola ini, Provinsi Jawa Timur menginisiasi Program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) sejak tahun 2019. Program ini

bertujuan untuk memberikan edukasi kepada pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) dan pengelola desa wisata guna meningkatkan pengetahuan dan kapasitas desa menuju Desa Wisata Cerdas, Mandiri, dan Sejahtera (Dewi Cemara). Pada tahun 2024, program DEMI DEWI berfokus pada penguatan ekonomi kreatif melalui dua pilar utama, yaitu creative branding dan kolaborasi digital. Strategi ini berakar pada kreativitas dalam memaksimalkan potensi lokal, peningkatan kemampuan SDM, dan penguatan jaringan pasar digital untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

Salah satu penerima manfaat program mitra Klinik Bumdesa Jawa Timur Tahun 2024 adalah Wisata Tumpak Selo yang terletak di Desa Petahunan, Kabupaten Lumajang. Wisata Tumpak Selo yang dikenal dengan potensi alamnya yang unik menjadi studi kasus yang relevan untuk meneliti implementasi strategi penguatan ekonomi kreatif. Keterlibatan Wisata Tumpak Selo dalam program DEMI DEWI dalam acara diimplementasikan melalui Festival Wisata Desa menunjukkan upaya nyata dalam mengembangkan kapasitas manajerial, kualitas destinasi melalui branding, serta inovasi dan kreativitas untuk mendorong daya saing. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi penguatan ekonomi kreatif dan bentuk kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam implementasi Program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) Tahun 2024 pada Wisata Tumpak Selo, Desa Petahunan, Kabupaten Lumajang, sebagai upaya mendorong pengembangan desa wisata yang mandiri, inovatif, dan berkelanjutan.

TINJAUAN PUSTAKA

Desa Wisata

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang telah mengembangkan

potensi-potensi yang dimiliki oleh desa berupa wisata alam, budaya, atau sejarahnya untuk menarik wisatawan (Romadhon et al., 2019; Prasetyo et al., 2024). Desa wisata dipandang sebagai salah satu bentuk industri pariwisata berupa kegiatan-kegiatan untuk mewujudkan perjalanan wisata yang identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat mendesak, membujuk, dan mendorong wisatawan sebagai konsumen untuk menggunakan produk dari desa wisata tersebut untuk melakukan perjalanan wisata ke desa wisata (Safari et al., 2023).

Konsep desa wisata bertujuan untuk menghasilkan pendapatan bagi masyarakat setempat, serta melestarikan budaya dan lingkungan sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan (Julaeha et al., 2024; Yusrizal et al., 2025). Partisipasi aktif masyarakat menjadi kunci keberhasilan pengembangan desa wisata karena mereka merupakan pemilik dan pelaku utama dalam menjaga, melestarikan, dan mempromosikan potensi wisata yang ada.

Sesuai dengan dinamika perkembangan pariwisata saat ini, di mana pariwisata tidak lagi secara eksklusif di lokalisasi di kota-kota besar, tetapi juga telah berkembang ke daerah pedesaan serta didukung oleh sejumlah besar desa yang telah berhasil mengembangkan potensi pariwisata mereka, hal ini mendorong peningkatan pendapatan asli mereka yang berasal dari sektor pariwisata serta dampak sosial berupa penguatan identitas lokal dan budaya (Swesti et al., 2020).

Fenomena desa wisata dibuktikan dengan beberapa desa yang telah mencapai status sebagai desa mandiri yang memungkinkan mereka untuk mengelola sumber daya lokal mereka secara efektif (Akbar & Safira, 2023). Hal ini menjadikan desa wisata sebagai

alat pembangunan pedesaan yang berkelanjutan.

Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif menawarkan potensi untuk menciptakan pertumbuhan, pengembangan produk-produk baru, peningkatan kreativitas dari hal-hal yang tidak berwujud, pengalaman layanan, dan kepuasan pasar. Kreativitas tidak memiliki nilai ekonomi sampai ide tersebut diubah menjadi substansi. Hubungan antara kreativitas dan aktivitas saling terkait dengan teknologi informasi dan komunikasi. Jejaring sosial dalam ekonomi kreatif telah menjadi saluran baru untuk memfasilitasi konektivitas dan kolaborasi di antara masyarakat (Chung et al, 2015).

Pengelolaan desa wisata berbasis ekonomi kreatif mengedepankan kreativitas dan inovasi dalam mengelola sumber daya lokal untuk menciptakan produk-produk yang bernilai tambah tinggi. Ekonomi kreatif didefinisikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020), sebagai konsep ekonomi yang berfokus pada penciptaan nilai dari aset intelektual, budaya, dan kreatif. Dalam konteks desa wisata, hal ini mencakup pengembangan kerajinan lokal, kuliner khas, hingga pengelolaan wisata berbasis budaya.

Dalam penelitian Anom Pancawati & Rieka Yulita Widaswara (2023) menyatakan bahwa implementasi ekonomi kreatif dalam pengelolaan desa wisata dapat memperkuat daya saing desa tersebut sebagai destinasi wisata. Misalnya, produk wisata ataupun makanan khas daerah yang dikemas dengan desain modern melalui UMKM dapat menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara. Selain itu, pengelolaan ekonomi kreatif yang berkelanjutan juga membutuhkan peningkatan keterampilan sumber daya

manusia melalui pelatihan dan peningkatan kapasitas (Adiputra et al., 2021).

Collaborative Governance

Tata kelola kolaboratif (collaborative governance) merupakan pendekatan yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, sektor swasta, dan lembaga swadaya masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kebijakan (Marlina, 2019). Dalam konteks pariwisata, kolaborasi multi-aktor diperlukan untuk menciptakan pengelolaan destinasi yang berkelanjutan (Reina-Usuga et al, 2024). Menurut Emerson et al. (2012), tata kelola kolaboratif ini meliputi empat komponen utama, yaitu: (1) Identifikasi kondisi atau karakteristik yaitu mengeksplor kondisi dasar dan mengidentifikasi keunikan yang dimiliki oleh suatu wilayah; (2) Kolaborasi dan interaksi yaitu ruang dan cara-cara pemangku kepentingan berinteraksi, refleksi, dan mengambil keputusan; (3) Struktur tata kelola yaitu koordinasi dan kesepakatan antara para pemangku kepentingan; (4) Hasil kolaborasi, termasuk kerja sama, proses pembelajaran berkelanjutan, dan peningkatan akuntabilitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus tunggal (single case), bertujuan untuk memahami strategi penguatan ekonomi kreatif di Wisata Tumpak Selo melalui program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) tahun 2024. Studi kasus dipilih karena memungkinkan eksplorasi mendalam mengenai fenomena sosial dan ekonomi dalam konteks tertentu (Yin, 2018). Pendekatan kualitatif dipilih untuk menggali pandangan dan persepsi masyarakat lokal serta pemangku

kepentingan terkait dampak program terhadap ekonomi kreatif (Creswell, 2014).

Data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara semi-terstruktur. Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling, yaitu teknik penentuan informan secara sengaja berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian (Creswell, 2014). Informan dipilih karena dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung dalam pelaksanaan Program Akademi Desa Wisata (DEMI DEWI) di Wisata Tumpak Selo. Informan dalam penelitian ini meliputi pengelola desa wisata, masyarakat lokal yang terlibat dalam kegiatan ekonomi kreatif, wisatawan, serta perwakilan dari Klinik BUMDes Jawa Timur. Teknik wawancara ini memberi fleksibilitas untuk mendalami pengalaman, pandangan, dan persepsi responden mengenai program DEMI DEWI, serta dampaknya terhadap penguatan ekonomi kreatif di desa wisata. Studi ini berfokus pada dinamika sosial dan ekonomi yang terjadi sebagai akibat dari implementasi program tersebut, serta peran stakeholders dalam memajukan desa wisata (Suhermawan, 2023). Metode ini memungkinkan penggalan informasi yang mendalam terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau tantangan dalam penguatan ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Program DEMI DEWI 2024

Akademi Desa Wisata 2024 (DEMI DEWI) merupakan program pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pengelola desa wisata agar mampu mengembangkan potensi lokal secara profesional dan berdaya saing. Pada

tahun 2024, empat desa wisata menjadi penerima manfaat utama, yaitu Desa Wisata Lore Omah, Desa Wisata Tirto Tani, Desa Wisata Tumpak Selo, dan Desa Wisata Teduh Glamping. Desa Wisata Tumpak Selo di Desa Petahunan, Kecamatan Sumbersuko, Kabupaten Lumajang, terpilih sebagai lokasi pelaksanaan Festival Wisata Desa 2024, yang merupakan puncak kegiatan program DEMI DEWI. Desa ini memiliki potensi wisata alam seperti aliran sungai jernih serta keunikan budaya yang dikelola oleh BUMDes Tirta Arum.



Gambar 1. Akademi Desa Wisata
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Festival Wisata Desa 2024 menampilkan berbagai kegiatan, seperti Expo Desa Wisata, Grebeg Suro, Launching Zona KIP (Kreatif, Inovatif, Produktif), dan East Java Village Tourism Award.



Gambar 2. Dokumentasi Expo Desa
Wisata & UMKM
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Acara ini juga menampilkan pentas seni, bazar UMKM, dan promosi produk kreatif desa, sehingga menjadi wadah bagi masyarakat untuk memperkenalkan

potensi wisata dan ekonomi kreatif secara langsung.



Gambar 3. Grebeg Suro



Gambar 4. Peresmian Zona KIP



Gambar 5. East Java Village Tourism Awards

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif

Program DEMI DEWI berfokus pada dua pilar utama, yaitu ekonomi kreatif dan partisipasi aktif masyarakat. Kegiatan Workshop Rembug Nyekrup membahas strategi pengembangan inovasi pariwisata dan ekonomi kreatif untuk mengubah potensi alam menjadi produk wisata bernilai tambah. Sementara Pelatihan Digital Creative membekali masyarakat dan UMKM dengan keterampilan content marketing dan digital branding (Chung et al., 2015). Kegiatan pelatihan ini merupakan jawaban atas tantangan rendahnya kapasitas SDM desa wisata (Wahyuni et al., 2024). Materi seperti Pelatihan SOP & Administrasi membantu masyarakat mengelola destinasi secara profesional dan modern, sesuai prinsip community-based tourism (Safari et al., 2023).

Collaborative Governance dalam Implementasi Program

Pelaksanaan DEMI DEWI 2024 menunjukkan praktik nyata tata kelola kolaboratif (Reina-Usuga et al., 2024). Pemerintah daerah berperan sebagai fasilitator kebijakan dan penyedia dukungan teknis, sementara Klinik BUMDes bertindak sebagai pendamping dan penyedia pelatihan bagi pengelola desa wisata. Dukungan finansial, jaringan pemasaran, dan sumber daya diberikan oleh mitra sektor swasta seperti KIP Foundation dan PT HM Sampoerna Tbk. Dalam proses

perumusan dan koordinasi program, KIP Foundation melakukan audiensi strategis dengan Dinas Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Pemerintah Provinsi Jawa Timur serta bertemu dengan Pj. Bupati Lumajang untuk melaporkan tahapan persiapan dan memastikan sinkronisasi kebijakan antar level pemerintahan.



Gambar 6. Audiensi KIP Foundation
Sumber: Dokumentasi Peneliti (2024)

Interaksi multi-level governance ini memperkuat legitimasi dan efektivitas implementasi program di tingkat kabupaten maupun desa. Sinergi multi-aktor tersebut mengintegrasikan elemen collaborative governance menurut Emerson et al. (2012), yaitu identifikasi potensi lokal sebagai landasan strategi, ruang kolaborasi melalui forum pelatihan dan festival sebagai arena dialog dan keputusan bersama, struktur koordinasi yang mengaitkan peran pemerintah–swasta–komunitas secara terarah, serta hasil berupa peningkatan kapasitas, inovasi produk kreatif, dan akuntabilitas pengelolaan destinasi. Kolaborasi yang

terstruktur ini menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif memerlukan dukungan lintas aktor dan lintas level untuk mewujudkan keberlanjutan pariwisata desa.

Implementasi dan Dampak Festival Wisata Desa 2024

Festival di Tumpak Selo menjadi momentum penting dalam penguatan creative branding. Salah satu inovasi utamanya adalah peluncuran Hong Tele, kuliner khas berbahan dasar kambing yang menjadi ikon baru Desa Petahunan. Inovasi ini tidak hanya memperkuat identitas kuliner lokal, tetapi juga mendorong ekonomi kreatif berbasis peternakan. Selain itu, peresmian Zona KIP (Kreatif, Inovatif, Produktif) menjadi langkah konkret dalam pengembangan wisata tematik modern. Zona ini menyediakan fasilitas glamping dan ruang interaksi kreatif yang mendorong inovasi masyarakat.

Jumlah kunjungan ke Wisata Tumpak Selo selama tahun 2024 mencapai 285.643 wisatawan. Lonjakan tertinggi terjadi pada bulan Desember dengan 64.114 kunjungan, seiring penyelenggaraan Festival Wisata Desa Jawa Timur. Kegiatan Kirab Ageng Mendo Suro menjadi daya tarik utama yang memadukan tradisi lokal dan promosi pariwisata. Prosesi ini menampilkan gunungan hasil bumi sebagai simbol rasa syukur masyarakat. Di sisi lain, bazar UMKM yang menyertai festival berhasil menghubungkan produk ekonomi kreatif dengan pasar wisatawan secara langsung.

Strategi Dalam Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata

Transformasi kreativitas menjadi produk bernilai ekonomi yaitu suatu kreativitas perlu diubah menjadi tindakan nyata agar memiliki nilai jual.

Dengan adanya desa wisata dapat mendorong masyarakat lokal untuk mengemas ide-ide kreatif menjadi produk wisata yang memiliki nilai jual. Program DEMI DEWI 2024 bertujuan mendorong masyarakat lokal untuk dapat mengembangkan kreativitas menjadi produk nyata.

Kolaborasi UMKM dan komunitas kreatif seperti penguatan ekonomi kreatif memerlukan sinergi dengan UMKM lokal. Produk-produk seperti kuliner khas, pakaian, dan suvenir desa dapat dikemas lebih menarik melalui kolaborasi dan strategi pemasaran yang inovatif. DEMI DEWI 2024 memfasilitasi UMKM untuk dapat berkolanorasi dengan komunitas kreatif.

Membangun jejaring dan kemitraan multilevel adalah kolaborasi menjadi strategi penting penguatan desa wisata berbasis ekonomi kreatif dikarenakan dalam mengembangkan potensinya, desa wisata tidak dapat berdiri dan berjalan sendiri, sehingga perlu membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, akademisi, komunitas kreatif, dan pelaku pariwisata. DEMI DEWI 2024 menjembatani desa wisata dengan pemerintah daerah, akademisi, serta pelaku pariwisata untuk

Kolaborasi Dalam Penguatan Ekonomi Kreatif Desa Wisata

Dalam menyelenggarakan DEMI DEWI Tahun 2024, tata kelola kolaboratif (collaborative governance) telah diimplementasikan dengan melibatkan kerjasama antara pemerintah, swasta, masyarakat, akademisi, dan media untuk tercapainya tujuan bersama dalam pengembangan desa wisata. Proses tata kelola kolaboratif dalam mewujudkan program Akademi Desa Wisata 2024 yaitu: (1) Identifikasi kondisi atau karakteristik; (2) Kolaborasi dan interaksi; (3) Struktur Tata Kelola; (4) Hasil.

Identifikasi kondisi atau karakteristik, pada tahap ini adalah setiap desa wisata yang berpartisipasi melakukan identifikasi dan eksplorasi terhadap kondisi, potensi dan keunikan lokal yang dimiliki. Kabupaten Lumajang terpilih sebagai lokasi implementasi program DEMI DEWI 2024. Program edukasi klinik BUMDes yang diberikan kepada pengelola Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) dan pengelola desa wisata bertujuan untuk menggali dan mengoptimalkan secara lebih mendalam terhadap potensi lokal desa wisata

Kolaborasi dan interaksi pada Program DEMI DEWI merupakan kerjasama antara Pemerintah Provinsi Jawa Timur berkolaborasi dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Pemberdayaan Masyarakat Desa, serta Dinas Koperasi dan UMKM Jawa Timur. Program DEMI DEWI sebagai platform bagi seluruh pemangku kepentingan seperti pemerintah, masyarakat, akademisi, dan sektor swasta untuk dapat berinteraksi bersama-sama membangun desa wisata.

Struktur tata kelola untuk mendukung kelancaran proses kolaborasi, penting untuk melakukan koordinasi antara berbagai pemangku kepentingan yang terlibat untuk memastikan bahwa kolaborasi dan interaksi berjalan dengan baik. Pada program DEMI DEWI, koordinasi antara pemerintah, Klinik BUMDes Jatim, dan pihak swasta melalui inisiatif Zona KIP (Kreatif, Inovatif, dan Produktif). Kemudian pada Festival Wisata Desa Jawa Timur 2024 didukung oleh berbagai sponsor seperti Bank Jatim, Bank UMKM, Shopee, dan lainnya.

Hasil yaitu melalui pendekatan secara kolaboratif, program DEMI DEWI berhasil meningkatkan jumlah desa wisata yang berpartisipasi dalam Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2024. Pada tahun 2024, terdapat

sebanyak 12 desa wisata di Jawa Timur yang berhasil lolos ke dalam 100 besar Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI). Hal ini menunjukkan peningkatan partisipasi sekaligus menjadi bentuk pengakuan atas potensi desa wisata di Jawa Timur.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan program di Wisata Tumpak Selo, Kabupaten Lumajang menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata tidak hanya bergantung pada potensi alam dan budaya, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dalam mengubah kreativitas menjadi produk bernilai ekonomi. Kolaborasi antara pemerintah, akademisi, komunitas kreatif, UMKM, dan sektor swasta menciptakan tata kelola kolaboratif (*collaborative governance*) yang efektif dalam memperkuat kapasitas masyarakat dan kelembagaan desa wisata.

Beberapa langkah penting dapat diambil untuk memperkuat pengelolaan desa wisata dan ekonomi kreatif. Penguatan kapasitas sumber daya manusia (SDM) pengelola desa wisata perlu dilanjutkan dengan pelatihan lanjutan dan pendampingan teknis, terutama dalam pemasaran digital dan pengelolaan branding.

Selain itu, perluasan akses pasar digital dan kolaborasi yang lebih intensif antara pemerintah, swasta, dan akademisi sangat penting untuk mendukung promosi dan pengembangan infrastruktur desa wisata. Pengelolaan infrastruktur yang mendukung, seperti akses transportasi dan fasilitas publik yang memadai, juga perlu diperhatikan. Model pengelolaan desa wisata berbasis ekonomi kreatif di Tumpak Selo sebaiknya direplikasi di desa wisata lain dengan mempertimbangkan potensi lokal. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat kemandirian, inovasi, dan daya saing desa wisata, serta

memberikan manfaat ekonomi berkelanjutan bagi masyarakat lokal.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Y. S., Kustiawan, Nazaki, Putra, A., Surya, W., Maysarah, Malasari, A., Aulia, M. R., Prayoga, B., & Andrianto, N. (2021). Perumusan peraturan desa tentang pengelolaan desa wisata di Desa Busung Kecamatan Seri Kuala Lobam Kabupaten Bintan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, November, 73–80.
- Akbar, P. N. G., & Safira, A. M. (2023). Monitoring Evaluation Analysis of Tourist Village Development. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i12.023.12-22>
- Atmoko, T. P. H. (2020). Strategi pengembangan potensi desa wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Media Wisata*, 12(2). <https://doi.org/10.36276/mws.v12i2.209>
- Badal, B. P., & Adhiakri, P. (2024). A review of village tourism in Nepal: Concept and practice. *Panauti Journal*, 2(1), 77–85. <https://doi.org/10.3126/panauti.v2i1.66582>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Perkembangan pariwisata April 2024*. Badan Pusat Statistik. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/06/03/2351/growth-of-tourism-in-indonesia-april-2024.html>
- Chung, N., Lee, H., Lee, S. J., & Koo, C. (2015). The influence of tourism website on tourists' behavior to determine destination selection: A case study of creative economy in Korea. *Technological Forecasting and Social Change*, 96, 130–143. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2014.11.004>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Dewi, R., Suyaningsih, O., Ma'rifah, N., & Aerani, E. (2018). Penerapan konsep community based tourism (CBT) di Desa Wisata Candirejo Borobudur mewujudkan kemandirian desa. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 135–146.
- Emerson, K., Nabatchi, T., & Balogh, S. (2012). An integrative framework for collaborative governance. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 22(1), 1–29. <https://doi.org/10.1093/jopart/mur011>
- Julaeha, L. S., Muchtar, A. H., Maulidizen, A., Thoriq, M. R., Sugiarto, A. A., Nurmahdina, D. A., Mufidah, K., Rahmat, M., Ashfaq, M., Tawakkal, M. T., & Khairani, N. (2024). *Advancing Keranggan Ecotourism Village with Human Resource Development and Business Development*. 1(1), 10–18. <https://doi.org/10.70063/societalserve.v1i1.13>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020–2024*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Marlina, N. (2019). Kemandirian masyarakat desa wisata dalam perspektif community based tourism: Studi kasus Desa Ketengger Kabupaten Banyumas. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 17–28. <https://doi.org/10.14710/jiip.v4i1.4735>

- Nilzamaly, M., Suharto, B., & Nurhidayati, S. E. (2020). Community empowerment through village tourism assistance programs in Bejijong Mojokerto. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 390–399.
- Nurmansyah, A. (2014). Potensi pariwisata dalam perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Oka, I. M. D., & Subadra, I. N. (2024). Digital marketing for sustainable tourism village in Bali: A mixed methods study. *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8(7), 3726. <https://doi.org/10.24294/jipd.v8i7.3726>
- Pancawati, A. P., & Widaswara, R. Y. (2023). Pengembangan ekonomi kreatif dalam meningkatkan potensi pariwisata. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi (JEBAKU)*, 3(1), 166–178. <https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i1.1398>
- Prasetyo, M. J., Nur, D. M. M., & Karim, A. (2024). Development of Pancasila Tourism Village Based on Local Potential of Jrahi Village. *Jurnal Pendidikan IPS*, 14(2), 457–468. <https://doi.org/10.37630/jpi.v14i2.2178>
- Qotrunnada, R., & Karmilah, M. (2024). Pengaruh desa wisata terhadap perubahan penggunaan lahan, ekonomi, dan sosial budaya masyarakat di sekitar desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(1), 94–107. <https://doi.org/10.30659/jkr.v4i1.35589>
- Reina-Usuga, L., Camino, F., Gómez-Casero, G., & Jara Alba, C. A. (2024). Rural tourism initiatives and their relationship to collaborative governance and perceived value: A review of recent research and trends. *Journal of Destination Marketing & Management*, 34, 100926. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100926>
- Romadhon, I. wahyu, Prabandari, R. P., Damayanti, M. I., pamungkas, B., Indrasworo, C. S., Yati, L. S. L., & Nur Aini, M. W. (2019). *Nature Through The Potential Development of Tourism to Increase Economic And Social Village Sepakung*. 12(2), 26–33. <https://doi.org/10.31849/NIARA.V12I2.2746>
- Safari, M., Carr, A., & Buda, D. M. (2023). Community-based tourism and sustainable development: A systematic literature review. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(8), 1789–1807. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2088483>
- Suhermawan, R. (2023). Peran stakeholder dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 17(1), 45–58. <https://doi.org/10.47608/jki.v17i1.146>
- Swesti, W., Soeprihanto, J., & Widiyastuti, D. (2020). Model pengembangan pariwisata kreatif untuk mencapai keberlanjutan di Desa Wisata Kasongan. *Jurnal Kawistara*, 10(3), 295–309.
- Wahyudi, A., & Setijaningrum, E. (2022). Inovasi kebijakan pemilihan kepala desa dalam mereduksi patronase pemanfaatan aset desa di Kabupaten Tuban. *Matra Pembaruan*, 6(2), 133–145. <https://doi.org/10.21787/mp.6.2.2022.133-145>
- Wahyuni, N. M., Wisnumurti, A. A. G. O., & Dewi, K. G. P. (2024). Training on arranging marketing elements to tourist destination

managers in Ungasan Village.
*International Journal of Social
Science and Human Research*,
7(1), 706–709.
<https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i01-91>

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). Sage Publications.

Yusrizal, Y., Nuraini, C., & Sugiarto, A. (2025). The Concept of Tourism Village Planning Based on Community Participation and Natural Potential (Case Study: Tourism Village in Southeast Aceh Regency). *International Journal of Science and Environment*, 5(3), 203–215.
<https://doi.org/10.51601/ijse.v5i3.177>