



STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA MEJONO KABUPATEN KEDIRI BERBASIS EKONOMI KREATIF

Suning¹⁾, Silvia Hawanayu Rahmadhany²⁾

^{1,2} Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik, Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4 Surabaya, Kode Pos 60234
suning@unipasby.ac.id, silviarahmadhany01@gmail.com

Abstrak

Kabupaten Kediri memiliki potensi wisata salah satunya berlokasi di Desa Wisata Mejono. Desa Wisata Mejono memiliki karakteristik khusus sebagai desa wisata meliputi beberapa destinasi wisata dan produk unggulan yang berkearifan lokal. Namun, pengembangan Desa Wisata Mejono masih kurang optimal dalam berkontribusi meningkatkan pendapatan masyarakat setempat, sekaligus untuk penguatan ekonomi lokal dan peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Tujuan dari penelitian ini adalah merumuskan arahan pengembangan Desa Wisata Mejono Kabupaten Kediri berbasis ekonomi kreatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dan kuantitatif dengan teknik analisis skala likert dan SWOT. Metode pengumpulan data dilakukan dengan pengambilan data sekunder dan primer melalui sebar kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan Desa Wisata Mejono telah memiliki beberapa aspek kelengkapan sebagai Desa Wisata diantaranya aspek daya tarik wisata (attraction), fasilitas pendukung (amenity), kelembagaan (ancillary), aksesibilitas (accessibility), keterlibatan masyarakat (community involvement), promosi dan informasi (promotion and information). Terdapat tujuh potensi subsektor ekonomi kreatif yaitu arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; film, animasi dan video; fotografi; kuliner; dan periklanan. Strategi yang didapat dari analisis SWOT untuk pengembangan desa wisata Mejono tersebut adalah dengan bersinergi atau kolaborasi dengan stakeholder terkait secara pentahelix dimana pengelola desa wisata secara aktif mengupayakan untuk bermitra dengan pihak akademisi, pelaku usaha, komunitas wisata/ masyarakat setempat, pemerintah desa/ pemerintah kabupaten, dan media massa.

Kata Kunci: . Desa Wisata, Ekonomi Kreatif, Kabupaten Kediri

Abstract

Kediri Regency has tourism potential, one of which is located in Mejono Tourism Village. Mejono Tourism Village has special characteristics as a tourist village which includes several tourist destinations and superior products with local wisdom. However, the development of the Mejono Tourism Village is still not optimal in contributing to increasing the income of the local community, as well as to strengthening the local economy and increasing Regional Original Income (PAD). The purpose of this research is to formulate the direction of the development of the Mejono Tourism Village, Kediri Regency based on the creative economy. The research method used is descriptive qualitative and quantitative with Likert scale and SWOT analysis techniques. The method of data collection was done by collecting secondary and primary data through distributing questionnaires and interviews. The results showed that Mejono Tourism Village has several aspects of completeness as a Tourism Village including aspects of tourist attraction (attraction), supporting facilities (amenity), institutional (ancillary), accessibility (accessibility), community involvement (community involvement), promotion and information (promotions and information). There are seven potential creative economy sub-sectors, namely

architecture; design interior; visual communication design; films, animations and videos; photography; culinary; and advertising. The strategy obtained from the SWOT analysis for the development of the Mejono tourist village is to synergize or collaborate with related stakeholders in a pentahelix manner where the tourism village manager actively seeks to partner with academics, business actors, the tourism community/local community, village government/district government, and mass media.

Keywords: *Tourism Village, Creative Economy, Kediri Regency*

1. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata merupakan salah satu sector yang berpengaruh dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Pariwisata di Indonesia menyumbang 5,7% *Gross Domestic Product* serta menyerap sejumlah 9,7% dari total lapangan kerja pada tahun 2019 (UNWTO, 2020). *Gross Domestic Bruto (GDB)* sendiri merupakan indikator penting dalam mengukur perekonomian negara. Sektor pariwisata yang dimaksud berpengaruh dalam bidang ekonomi adalah karena tujuan dari sector ini tidak lain adalah untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan, (Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Untuk itu, pariwisata – pariwisata yang sudah maupun yang akan dibentuk harus memiliki dampak positif untuk masyarakat sekitarnya dan mampu untuk membangkitkan potensi yang ada di daerahnya termasuk potensi wisata yang ada di desa (DPR, 2021). Pariwisata yang eksis saat ini adalah yang menawarkan pengalaman langsung kepada para wisatawan, Indonesia sangat kaya akan rencana pembangunan wisata desa, karena pada umumnya wisata desa sangat digemari oleh semua kalangan usia.

Pariwisata memiliki keterkaitan yang erat dengan ekonomi kreatif, ekonomi kreatif berperan dalam memberi nilai tambah pada daya tarik asing pariwisata, oleh karenanya keduanya saling berhubungan (Anggarini, 2019). Ekonomi kreatif merupakan konsep yang direalisasikan untuk pembangunan sector ekonomi berkelanjutan yang berbasis kreativitas, seperti pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan dan tidak

terbatas, namun juga berkaitan dengan, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas (Purnomo, 2016). Dalam pengembangan pariwisata yang berbasis ekonomi kreatif terdapat tiga pilar utama yang dijadikan visi adalah melalui inovasi, adaptasi, dan kolaborasi (Antara.news, 2022).

Desa Mejono merupakan desa wisata yang memiliki potensi untuk dapat dikembangkan lagi. Dalam melakukan upaya pengembangan Desa Wisata Mejono, diperlukan optimalisasi pemanfaatan sumber daya alam dan buatan yang dapat meningkatkan ekonomi lokal salah satunya pengembangan ekonomi kreatif. Desa Wisata Mejono memiliki luas wilayah 1.50 km² dengan jumlah penduduk 2.506 jiwa dan 836 KK, Desa Wisata Mejono memiliki produk unggulan emping melinjo, dan potensi kuliner lainnya (Kecamatan Plemahan Dalam Angka, 2021). Selain itu, Desa Wisata Mejono telah menjadi desa wisata binaan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2021 (Jadesta, 2021). Terdapat dukungan dari kemenparekraf berupa program – program yang diarahkan melalui dinas pariwisata untuk pelatihan tata kelola wisata di tahun 2019 dan 2021, pelatihan pemandu wisata di tahun 2021, serta pelatihan tata kelola homestay itu di tahun 2020 (Dinas Pariwisata Kabupaten Kediri, 2022).

2. KAJIAN LITERATUR

Pengembangan Desa Wisata dengan berbagai aspeknya, menarik minat banyak sarjana untuk meneliti dengan sudut kajian yang berbeda – beda, salah satunya pengembangan desa wisata berbasis ekonomi

kreatif, setiap desa wisata pasti memiliki potensi tersendiri, salah satunya potensi ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif memiliki 16 sub-sektor diantaranya, arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; desain produk; film animasi video; fotografi; kriya; kuliner; musik; fesyen; apss dan games; penerbitan; periklanan; TV dan radio; seni pertunjukan; dan seni rupa. (Prasetyo, 2017) mengkaji suatu desa yang menjadi Desa Wisata di Desa Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri dengan hasil yang didapat adalah arahan pengembangan Desa Tulungrejo sebagai desa wisata berbasis agrowisata dengan konsep pengembangan Community-Based. (Afandi, 2018) mengkaji Desa Wisata di Kabupaten Banyuwangi, hasil penelitian yang didapat adalah alternative strategi salah satunya adalah berbentuk program - program kegiatan yang diupayakan untuk mengembangkan potensi ekonomi kreatif desa wisata di Kabupaten Banyuwangi. (Pramesti, 2020) mengkaji Wisata Budaya Plunturan Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif, hasil dari penelitian yang didapat adalah strategi yang memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang dalam pengembangan produk wisata Budaya Pluturan contohnya seperti menciptakan produk baru, dan pemasaran produk. (Nurhadi, 2018) mengkaji Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman Yogyakarta hasil yang didapat adalah program pengabdian masyarakat dengan kegiatan membuat. (Satria, 2021) mengkaji Peran Klaster Pariwisata Terhadap Ekonomi Kreatif Kabupaten Banyuwangi di Era Industri 4.0 hasil yang didapat adalah rekomendasi kebijakan dalam mengatasi hambatan untuk aplikasi pengembangan industri kreatif di era industri 4.0 pada klaster kawah ijen.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Mejono. Dipilihnya lokasi penelitian ini karena Desa Wisata Mejono memiliki beberapa daya tarik wisata dan ekonomi kreatif unggulan. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, kuisioner dan dokumentasi. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih selama 3 bulan dari bulan Mei sampai Juli 2022.

Sampel untuk rumusan pertama dan kedua ditentukan secara *purposive sampling*, dan *stakeholder analysis*. dengan menggunakan populasi terpilih adalah pemerintah dan SDM Masyarakat Desa Wisata Mejono. Pada rumusan ke tiga pengambilan sampel untuk pengunjung Desa Wisata Mejono menggunakan *linear times function*. Lama pengambilan sampel 4 hari pada hari Selasa, Kamis, Sabtu, Minggu. Waktu yang diperkirakan untuk pengumpulan data dari responden adalah 2 jam, dilakukan mulai jam 09.00 – 12.00 WIB. Waktu pengisian kuisioner selama 10 menit. Berdasarkan kondisi eksisting tersebut, maka mereferensi (Pattisnai, 2016) bahwa pengambilan sampel pengunjung dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{T - t_0}{t_1}$$

$$n = \frac{720 - 180}{10} = 36 \text{ orang}$$

Keterangan :

- T = Waktu penelitian 4 hari x 3 jam x 60 menit = 720 menit
- t_0 = Periode waktu harian 3 jam x 60 menit = 180 menit
- t_1 = Waktu pengisian kuisioner selama 10 menit
- n = Jumlah responden 36 orang

Perhitungan *sample linear time function* menunjukkan jumlah responden pengunjung desa wisata yang akan diambil adalah 36 orang.

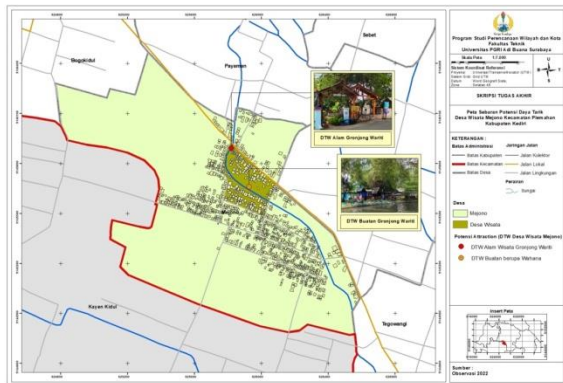
Kuisioner disebar secara online dan offline pada bulan Juni sampai dengan Juli Tahun 2022. Teknik analisis data menggunakan analisis pembobotan dengan skala likert. Selain itu, analisis kualitatif dilakukan untuk mendukung hasil penelitian.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Desa Wisata Mejono

Karakteristik Desa Wisata Mejono dijabarkan dalam beberapa kondisi eksisting desa wisata yang menjadi karakteristiknya, diantaranya *attraction* (daya tarik wisata), *amenity* (fasilitas pendukung), *accessibility* (keterjangkauan), *ancillary* (kelembagaan), *community involvement* (keterlibatan masyarakat), *promotion and information* (promosi dan informasi).

Attraction (Daya Tarik Wisata) utama di Desa Wisata Mejono adalah destinasi wisata alam Gronjong Wariti dengan beberapa wahana/ atraksi permainan sebagai destinasi wisata buatan.



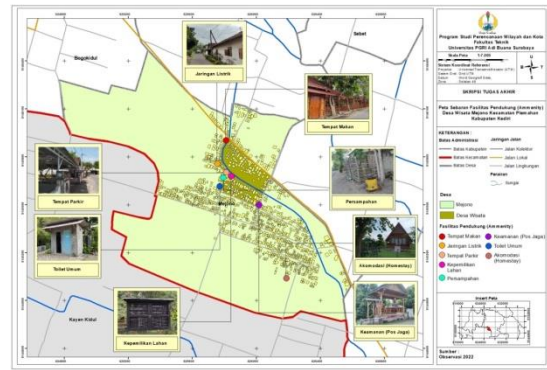
Gambar 1. Peta Sebaran Lokasi Daya Tarik Wisata di Dewi Mejono

Masyarakat Desa Wisata Mejono sangat menjunjung tinggi nilai kepercayaan, dan adat istiadat. Contohnya seperti diadakannya Musyawarah Desa (Musdes) untuk mencapai mufakat dan pada kegiatan – kegiatan tertentu masih menjunjung tinggi budaya gotong royong, juga memiliki atraksi budaya yang masih dilestarikan dan menjadi agenda tahunan untuk memperingati hari – hari tertentu yaitu ketoprak budaya, dan *grebeg suro*.

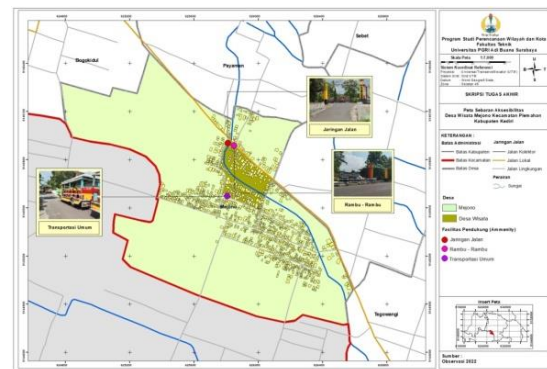


Gambar 2. Kearifan dan atraksi budaya di Desa Mejono

Fasilitas pendukung wisata di Desa Wisata Mejono diantaranya, akomodasi desa wisata; tempat makan; tempat parkir; persampahan; ketersediaan listrik, air, internet, toilet; kepemilikan lahan desa wisata; dan keamanan di desa wisata. Seluruh fasilitas pendukung yang ada kondisinya cukup baik.



Gambar 3. Peta Sebaran Fasilitas Pendukung di Desa Wisata Mejono



Gambar 4. Peta Aksesibilitas di Desa Wisata Mejono

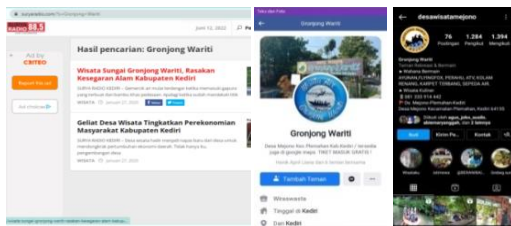
Untuk menjangkau Desa Wisata Mejono terbilang sangat mudah dikarenakan jalan untuk menuju Desa Wisata Mejono sudah beraspal dan dapat diakses segala jenis kendaraan termasuk sepeda motor, mobil, dan bus mini. Wisata Gronjong Wariti sudah difasilitasi lahan parkir yang luas.

Keanggotaan Desa Wisata Mejono belum dibentuk namun keanggotaan kepengurusan yang ada, menjalankan tugasnya yang rata – rata berkecimpung di Wisata Gronjong Wariti, jumlah pengelola terus bertambah seiring dengan semakin bertambahnya wahana – wahana di wisata Gronjong Wariti. Keterlibatan masyarakat dalam wisata Gronjong wariti ini dilihat dari kerjasama yang dilakukannya dalam kegiatan wisata yaitu sebagai penjual tiket, operator wahana wisata, pusat pengumuman dan keamanan dll.



Gambar 5. Keterlibatan Masyarakat Desa Wisata Dalam Kegiatan Desa Wisata

.Kegiatan promosi dan informasi di Desa Wisata Mejono adalah promosi di berbagai daerah khususnya melalui lomba Anugerah Desa Wisata Tahun 2021 (ADWI) oleh kemenparekraf. Selain itu pada media dalam penyampaian informasi terkait Desa Wisata Mejono adalah melalui instagram, facebook, dan radio kharisma Kediri.



Gambar 6. Media Promosi Untuk Kegiatan Promosi Desa Wisata

2. Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah di bidang ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan berbasis ide yang lahir dari kreativitas manusia yang

kreatif, berbasis pemanfaatan ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi. Setiap desa wisata memiliki ciri atas kegiatan perekonomian yang unik dan menarik, oleh karenanya desa wisata pasti mempunyai potensi tersendiri untuk dikembangkannya berbagai komponen pariwisata.

Pengembangan sebuah desa wisata erat kaitannya dengan ekonomi kreatif, pengembangan desa wisata disebut merupakan salah satu bentuk percepatan pembangunan desa secara terpadu untuk mendorong transformasi sosial, budaya, dan ekonomi (KKBP, 2021). Desa Wisata Mejono masuk ke dalam kaegori desa wisata rintisan binaan Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif di tahun 2021 (Jadesta, 2021), memiliki ekonomi kreatif unggulan yang bergerak dibidang UMKM kuliner, yaitu tutuk emping melinjo Berikut identifikasi sub-sektor ekonomi kreatif di Desa Wisata Mejono disajikan pada (Tabel 1).

Tabel 1 Dominasi Sub-Sektor Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Mejono

No.	Aspek Ekonomi Kreatif	Ada	Tidak Ada	Total kuisisioner	Persentase ada	Persentase Tidak ada
1.	Arsitektur	34	2	36	94%	6%
2.	Desain Interior	20	16	36	56%	44%
3.	Desain Komunikasi Visual	35	1	36	97%	3%
4.	Desain Produk	9	27	36	25%	75%
5.	Film, Animasi, Vidio	22	14	36	61%	39%
6.	Fotografi	23	13	36	64%	36%
7.	Kriya	5	31	36	14%	86%
8.	Kuliner	34	2	36	94%	6%
9.	Musik	7	29	36	19%	81%
10.	Fesyen	1	35	36	3%	97%
11.	App&Games	1	35	36	3%	97%
12.	Penerbitan	6	30	36	17%	83%
13.	Periklanan	29	7	36	81%	19%
14.	TV & Radio	12	24	36	33%	67%
15.	Seni Pertunjukan	9	27	36	25%	75%
16.	Seni Rupa	0	36	36	0%	100%
	Total	247	329	36	100%	100%

Sumber: Hasil Analisis 2022

Dapat disimpulkan bahwa 16 sub-sektor ekonomi kreatif yang menjadi kriteria desa wisata, 7 diantaranya sudah mendominasi di Desa Wisata Mejono yaitu, sub-sektor arsitektur, desain interior, desain komunikasi dan visual, film animasi dan video, fotografi, kuliner, dan periklanan. Dilakukan usulan pengembangan dari ekraf yang sudah mendominasi maupun yang belum mendominasi. Preferensi memiliki arti keinginan terbaik atau harapan, yang menunjukkan derajat kesukaan dari masyarakat terhadap dampak yang diberikan dari hasil pengembangan pariwisata di daerahnya (Iriani, 2019) Preferensi dari pengunjung desa wisata dirasa penting dalam mengambil keputusan untuk pengembangan ekraf di Desa Wisata Mejono. Preferensi dari pengunjung desa wisata dirasa penting dalam mengambil keputusan untuk pengembangan ekraf di Desa Wisata Mejono. Dengan demikian,

preferensi wisatawan dapat menjadi masukan dalam bentuk sebuah partisipasi untuk suatu proses perencanaan pembangunan serta pengembangan potensi suatu wilayah. Dari data yang sudah terkumpul dilakukan pembobotan hasil preferensi pengunjung terkait pengembangan pada setiap aspek ekonomi kreatif (Sugiyono, 2015). Berdasarkan rumus analisis skala likert bobot yang diambil dikategorikan sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	: 4
Setuju (S)	: 3
Tidak Setuju (TS)	: 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1

Pembobotan jawaban dari responden yang didapat, dapat dilihat pada (Tabel 2) sebagai berikut.

Tabel 2 Pembobotan Sub-Sektor Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Mejono

No.	Aspek Ekonomi Kreatif	Preferensi Responden Terkait Pengembangan								Total	Total Bobot
		SS	SSxBobot	S	SxBobot	TS	TSxBobot	STS	STSxBobot		
		4		3		2		1			
1.	Arsitektur	1	4	35	105	0	0	0	0	36	109
2.	Desain Interior	4	16	32	96	0	0	0	0	36	112
3.	Desain Komunikasi Visual	20	80	15	45	1	2	0	0	36	127
4.	Desain Produk	18	72	17	51	1	2	0	0	36	125
5.	Film, Animasi, Vidio	1	4	34	102	1	2	0	0	36	108
6.	Fotografi	1	4	34	102	1	2	0	0	36	108
7.	Kriya	1	4	34	102	1	2	0	0	36	108
8.	Kuliner	27	108	9	27	0	0	0	0	36	135
9.	Musik	2	8	33	99	1	2	0	0	36	109
10.	Fesyen	0	0	35	105	1	2	0	0	36	107
11.	App&Games	2	8	31	93	3	6	0	0	36	107
12.	Penerbitan	4	16	30	90	2	4	0	0	36	110
13.	Periklanan	10	40	26	78	0	0	0	0	36	118
14.	TV & Radio	2	8	31	93	3	6	0	0	36	107
15.	Seni Pertunjukan	2	8	31	93	3	6	0	0	36	107
16.	Seni Rupa	1	4	32	96	3	6	0	0	36	106
Total		96	384	459	1377	21	0	0	0	36	1803

Sumber: Hasil Analisis 2022

Preferensi untuk kategori “sangat setuju” total berjumlah 96 dengan nilai 384, kategori

“setuju” berjumlah 459 dengan nilai 1377, kategori “tidak setuju” berjumlah 21 dengan

nilai 42, kategori “sangat tidak setuju” berjumlah 0 dengan nilai 0. Untuk itu dapat disimpulkan bahwa preferensi pengunjung terkait usulan pengembangan ekonomi kreatif dinilai tinggi karena nilai tertinggi terdapat pada kategori setuju yaitu sebesar 459. Setelah tahapan pemberian bobot selesai, selanjutnya untuk mengetahui interval penilaian preferensi dari responden terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif di Desa Wisata Mejono. Perhitungan skor maksimum dan skor minimum dijabarkan sebagai berikut :

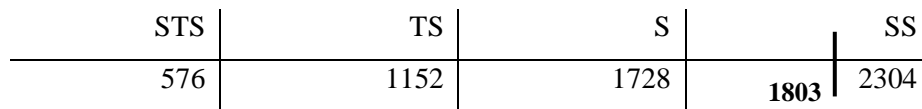
Skor Maksimum

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah Responden} \times \text{Nilai Bobot Tertinggi} \\ & = 36 \times 4 \\ & = 144 \end{aligned}$$

Skor Minimum

$$\begin{aligned} & \text{Jumlah Responden} \times \text{Nilai Bobot Terendah} \\ & = 36 \times 1 \\ & = 36 \end{aligned}$$

Perhitungan skor di atas didapat nilai skor maksimum sebesar 144 dan skor terendah sebesar 36. Jadi indeks interval penilaian adalah 36 sampai dengan 144. Jadi indeks likert dapat digambarkan sebagai berikut :

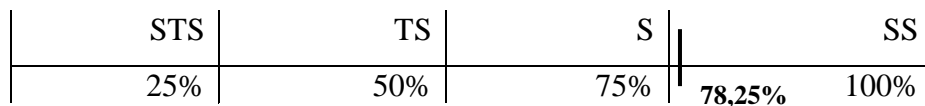


Gambar 7. Indeks Skala Likert Ekonomi Kreatif Desa Wisata Mejono

Dari skala likert gabungan diatas dapat dimasukkan ke indeks persentase untuk mengetahui kesimpulan dari hasil penelitian. Kesimpulan hasil penelitian yang dimaksud adalah berupa tingkat presentase preferensi pengunjung terhadap pengembangan ekraf, yang nantinya akan terlihat arah preferensi responden dari kategori likert.

$$\begin{aligned} & = \frac{\text{Total Skor Pembobotan}}{\text{Total Skor Maksimum}} \times 100 \\ & = \frac{1803}{2304} \times 100 = 78,25\% \end{aligned}$$

Jadi, indeks presentase pengembangan ekraf 78,21%. Jika dimasukkan kedalam skala pengukuran adalah sebagai berikut :



Gambar 8. Indeks Skala Likert Ekonomi Kreatif Desa Wisata Mejono Dalam Persen

Dari indeks presentase skala likert tersebut maka dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat preferensi responden terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Desa Wisata Mejono, dilihat dari 16 sub-sektor ekonomi kreatif tergolong pada pilihan kategori “setuju”. Hasil tersebut menunjukkan bahwa skor hasil validasi kuesioner, dari 36 responden menunjukkan persentase skor total sebesar 78,25%. Dari hasil persentase skor validasi kuesioner dapat disimpulkan bahwa dapat dilakukan pengembangan pada setiap aspek ekonomi kreatif untuk yang belum mendominasi, dan pengoptimalan ekonomi kreatif yang sudah mendominasi pada 7 sub-sektor ekonomi kreatif diantaranya arsitektur; desain interior; DKV; film, animasi, dan video; fotografi; kuliner; dan periklanan.

3. Arahannya Pengembangan Desa Wisata Mejono Berbasis Ekonomi Kreatif

Karakteristik Desa Wisata Mejono sangat beragam serta didukung dengan potensi-potensi dari sub-sektor ekonomi kreatif, hal ini mendorong dilakukannya pengembangan desa wisata melalui beberapa arahan. Oleh karenanya diperlukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang mana data didapat dari hasil analisis deskriptif terhadap karakteristik desa wisata dan hasil preferensi masyarakat terhadap pengembangan desa wisata.

A. Kekuatan (S)

- 1) Daya tarik wisata alam berupa sungai irigasi yang dimanfaatkan sebagai destinasi wisata.
- 2) Fasilitas pendukung keseluruhan sudah lengkap.
- 3) Kearifan lokal/ sosial budaya yang masih dipertahankan seperti Grebeg Suro dan Ketoprak Budaya.
- 4) Salah satu ekraf paling menonjol adalah tutuk melinjo. Memiliki keunggulan diantaranya produksi emping melinjo selalu memenuhi permintaan konsumen, kualitas produk terjamin, dan harga jual bersaing,
- 5) Preferensi masyarakat terhadap pengembangan sub-sektor ekraf, mendekati sangat setuju.
- 6) Sudah terdapat sinergitas antara Desa Wisata dengan Pemerintah Desa Mejono.

- 7) Pengelolaan Desa Wisata Mejono sudah dikelola Bumdes sejak tahun 2019.
- 8) Transparansi antar anggota dan sistem pengelolaan berbasis saham, sebagian besar saham dimiliki bersama oleh masyarakat desa wisata.
- 9) Masyarakat selalu terlibat dalam kegiatan desa wisata, dari pembangunan destinasi

B. Kelemahan (W)

- 1) Kondisi jalan pada objek utama wisata Gronjong Wariti di beberapa bagian masih berupa tanah yang tercampur dengan sampah plastik.
- 2) Pada subs kuliner belum ada kreatifitas mengolah melinjo menjadi produk olahan lain yang lebih bernilai ekonomi untuk menjadi produk unggulan.
- 3) Belum mempunyai batas antara desa dengan desa wisata.
- 4) Kesadaran warga terhadap kemauan dalam pemanfaatan lahan mereka untuk digunakan sebagai area wisata.

C. Peluang (O)

- 1) Aksesibilitas baik sehingga mudah dijangkau bagi wisatawan, serta dapat diakses dari kendaraan kecil sampai besar.
- 2) Terdapat kedekatan dengan destinasi wisata lain yaitu Kebun Bibit Kediri yang merupakan objek utama dari Desa Wisata Jambu.
- 3) Emping melinjo memiliki nilai ekonomi tinggi, dapat dilihat dari tingkat konsumsi emping melinjo, yang dapat berpengaruh pada terciptanya lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar, Selain itu sentra emping melinjo di Desa Mejono ini sudah dikenal sejak zaman dahulu.
- 4) Dukungan dari pihak pemerintah untuk pengembangan desa wisata, salah satunya desa wisata mejono sebagai desa wisata rintisan yang merupakan binaan kementerian sejak tahun 2021.

D. Ancaman (T)

- 1) Kondisi alam dari wisata gronjong wariti dikelilingi tumbuhan bambu, apabila curah hujan meningkat dan kondisi alam yang tidak bersahabat akan menyebabkan banjir dan pohon tumbang di area wisata tersebut.
- 2) Pada subs kuliner bidang umkm melinjo, harga bahan baku tidak stabil, ketersediaan bahan baku yang tidak menentu,

- banyaknya pesaing dari luar desa, 1. munculnya makanan sejenis dengan inovasi baru, dan cuaca yang berubah – ubah dan tidak menentu.
- 3) Pengetahuan tentang desa wisata secara umum belum dipahami.
 - 4) Masih kurangnya pendampingan secara intens dari pemerintah pada masyarakat desa terkait pengembangan desa wisata.
 - 5) Sering terjadi miss komunikasi dengan pihak pemerintah desa mengenai pengembangan desa wisata yang diupayakan oleh pengelola.

Strategi atau program yang dapat diusulkan, adalah pengembangan potensi wisata yang bersinergi dengan ini adalah :

- a. Sektor/objek yang ada di Desa Wisata Mejono ditambah lagi, sebagai daya tarik yang memiliki potensi tinggi untuk bisa dikembangkan dan yang diminati wisatawan. Contohnya seperti wahana - wahana edukasi dengan kegiatan tutuk melinjo untuk paket wisata (S – O)
 - b. Pengelola melakukan inovasi terhadap ekraf yang belum mendominasi, khususnya pada sektor UMKM Melinjo yang masuk kedalam subs-ekraf kuliner, inovasi yang dimaksud untuk meningkatkan added value dari sektor UMKM Melinjo itu sendiri dari aspek kualitas produk maupun pemasarannya. (S – T)
 - c. Optimalisasi dan efisiensi pada seluruh aspek kriteria desa wisata utamanya untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas desa wisata oleh pengelola dan pemerintah desa, juga pemeliharaan sungai untuk menjamin keberlanjutan lingkungan sungai dalam jangka panjang. (W – O)
 - d. Pengembangan desa wisata dilakukan secara bersinergi atau kolaborasi dengan stakeholder terkait secara *pentahelix* dimana pengelola desa wisata secara aktif mengupayakan untuk bermitra dengan pihak akademisi, pelaku usaha, komunitas wisata/ masyarakat setempat, pemerintah desa/ pemerintah kabupaten, dan media massa. (W – T)
4. **Simpulan**
- Berdasarkan pembahasan maka kesimpulan dari penelitian ini adalah:
1. Kondisi eksiting Desa Wisata Mejono dilihat dari segi daya tarik terdapat destinasi wisata alam gronjong wariti, dengan beberapa atraksi wahana didalamnya. Fasilitas pendukung yang ada di Desa Wisata Mejono sudah cukup baik dalam menunjang kegiatan desa wisata dilihat dari, tersedianya *homestay*, tempat makan, toilet, tempat parkir yang luas, serta utilitas lain seperti jaringan listrik, air dan telekomunikasi. Aksesibilitas mudah di jangkau karena kondisi jalan sudah beraspal, terdapat rambu-rambu penunjuk jalan, dan moda transportasi umum berupa kereta kelinci sudah tersedia. Keterlibatan masyarakat sangat tinggi dibuktikan dengan adanya penjual tiket, operator wahana wisata, pusat pengumuman dan keamanan.
 2. Preferensi responden terhadap pengembangan 16 sub-sektor ekonomi kreatif adalah sebesar 78,25%, artinya preferensi masyarakat setuju, yang mana pengembangan Desa Wisata Mejono dapat di dorong untuk diarahkan terlebih dahulu pada 7 potensi sub-sektor ekonomi kreatif yang sudah ada saat ini diantaranya adalah sub-sektor arsitektur; desain interior; desain komunikasi visual; film, animasi dan video; fotografi; kuliner; dan periklanan.
 3. Strategi atau program yang dapat diusulkan, adalah pengembangan potensi wisata yang bersinergi dengan ini adalah :
 - a. Sektor/objek yang ada di Desa Wisata Mejono ditambah lagi, sebagai daya tarik yang memiliki potensi tinggi untuk bisa dikembangkan dan yang diminati wisatawan. Contohnya seperti wahana - wahana edukasi dengan kegiatan tutuk melinjo untuk paket wisata (S – O)
 - b. Pengelola melakukan inovasi terhadap ekonomi kreatif yang belum mendominasi, khususnya pada sektor UMKM Melinjo yang masuk kedalam subs-ekraf kuliner, inovasi yang dimaksud untuk meningkatkan added value dari sektor UMKM Melinjo itu sendiri dari aspek kualitas produk maupun pemasarannya. (S – T)

- c. Optimalisasi dan efisiensi pada seluruh aspek kriteria desa wisata utamanya untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas desa wisata oleh pengelola dan pemerintah desa, juga pemeliharaan sungai untuk menjamin keberlanjutan lingkungan sungai dalam jangka panjang. (W – O)
- d. Pengembangan desa wisata dilakukan secara bersinergi atau kolaborasi dengan stakeholder terkait secara *pentahelix* dimana pengelola desa wisata secara aktif mengupayakan untuk bermitra dengan pihak akademisi, pelaku usaha, komunitas wisata/ masyarakat setempat, pemerintah desa/ pemerintah kabupaten, dan media massa. (W – T).

5. Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Laboratorium PWK Universitas PGRI Adi Buana yang memfasilitasi penelitian ini, dukungan dari bapak ibu dosen PWK dan pihak pemerintah desa Mejono Kediri yang telah memberikan banyak data sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Afandi, A., Indrawan, A. K., & Miharso, A. (2018). Strategi Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif. *Prosiding Penelitian*, 1, 222–228.
- Anggarini, W. (2019). *Kolaborasi Sektor Pariwisata dan Industri Kreatif Bisa Bikin Indonesia Makin Keren*. Diakses Pada 28 Oktober 2022. <https://plus.kapanlagi.com/>
- Antara.news. (2022). *Inovasi, Adaptasi, dan Kolaborasi Kunci Pemulihan Pariwisata*. Diakses Pada 14 Oktober 2022. <https://www.antaraneews.com/>
- BPS, K. K. (2021). *Kecamatan Plemahan Dalam Angka 2021* (B. P. S. K. Kediri (ed.); p. 116). Badan Pusat Statistik Kabupaten Kediri.
- Indonesia, D. P. R. (2021). *Desa Wisata Jadi Tren Pengembangan Wisata*. Diakses Pada 14 Oktober 2022. <https://www.dpr.go.id/>
- Indonesia, P. R. (2009). *Undang - Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009* (Vol. 2).
- Iriani, A. Y. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berdasarkan Preferensi Masyarakat Asli: Studi Kasus Di Raja Ampat. *Journal Masyarakat Dan Budaya*, 3(21), 271–292.
- Jadesta.kememparekraf. (2021). *Desa Wisata Mejono*. Diakses Pada 28 Oktober 2022. <https://jadesta.kememparekraf.go.id/>
- Nurhadi, S. K., & Nucifera, F. (2018). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Pada Desa Wisata Blue Lagoon, Kabupaten Sleman, Yogyakarta. *Implementasi Teknologi Tepat Guna Kepada Masyarakat*, ISSN 2615-(April), 25–30.
- Pattisinai, A. R. (2016). Keselamatan Berjalan Kaki pada Bagian Crosswalk berdasarkan Pedestrian Environment Quality Index (Peqi) Guna Mendukung Sustainable Urban Transportation (Studi Kasus : Jalan Pahlawan Kota Semarang). *Prosiding Seminar Nasional Teknik Sipil*, 2(4), 1–10.
- Pramesti, T., Puspaningtyas, A., Octaviani, M., & Administrasi, P. (2021). Pengembangan Wisata Budaya Plunturan Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif. *Pengembangan Wisata Budaya Plunturan Dalam Meningkatkan Ekonomi Kreatif*, Vol 2 No 1(1), 136–142.
- Prasetyo, H., & Sulistyarso, H. (2017). Arah Pengembangan Kawasan Desa Wisata Tulungrejo, Kecamatan Pare, Kabupaten Kediri. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2).
- Purnomo, R. A. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*.
- RI, K. K. B. P. (2021). *Pembangunan Kepariwisata Melalui Pengembangan*

Desa Wisata Untuk Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi. Diakses Pada 14 Oktober 2022. <https://www.ekon.go.id/>

Satria, D., & Wibowo, J. M. (2021). Peran Klaster Pariwisata Terhadap Ekonomi Kreatif Kabupaten Banyuwangi di Era Industri 4.0. *Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisataaan Indonesia*, 15(2), 134–147.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. In *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*.

UNWTO. (2020). International Tourism Highlights Trends , 2019. *Unwto*, 1–24.