



---

## **Peran Ekonomi Kreatif dalam Mendorong Pertumbuhan Kota: Studi Kasus Lokawisata Baturraden**

**Maylaffayzza Rahma Asyiffa**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Putri Dwi Sherawati**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Lilis Nur Febriyanti**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

**Yoiz Shofwa Shafrani**

Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto

Alamat: Jl. Ahmad Yani No. 40 A, Purwokerto

Korespondensi penulis: [maylaffayzzarahmaa@gmail.com](mailto:maylaffayzzarahmaa@gmail.com)

***Abstract.** This research examines the role of the creative economy in driving urban growth, with a particular focus on the Baturraden Tourism Area as a center for community-based creativity. By utilizing a qualitative descriptive approach and case study analysis, the research reveals that creative sub sectors such as culinary, crafts, performing arts, and fashion have significantly contributed to increase tourism attractiveness, increase local income, and reduce economic inequality in rural areas. Community involvement through organizations like Banyumas Kreatif plays a pivotal role in sustaining these initiatives and preserving local cultural identity. However, there are still various structural challenges that need to be resolved, including the lack of adequate regulations, the lack of public understanding of digitalization, and weaknesses in supporting infrastructure. This paper recommends several strategic solutions, including: strengthening human resource capacity through digital skills training and business management; accelerating digital transformation; developing protective legal frameworks such as local regulations; expanding access to inclusive financing; improving supporting infrastructure; utilizing digital technology for tourism promotion; managing tourist capacity sustainably; and conducting regular monitoring and evaluation. With consistent policy implementation and an inclusive development approach, Baturraden has great potential to become a national model of a sustainable creative city.*

***Keywords:** creative economy, urban development, Baturraden, community-based tourism, cultural preservation*

**Abstrak.** Penelitian ini mengkaji peran ekonomi kreatif dalam mendorong pertumbuhan kota, dengan fokus khusus pada Kawasan Wisata Baturraden sebagai pusat kreativitas berbasis komunitas. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan analisis studi kasus, penelitian ini mengungkapkan bahwa sub Desa sektor kreatif seperti kuliner, kerajinan, seni pertunjukan, dan fesyen telah secara signifikan berkontribusi dalam

---

Received Juni , 2025; Revised Juni , 2025; Agustus , 2025

\*Corresponding author, [maylaffayzzarahmaa@gmail.com](mailto:maylaffayzzarahmaa@gmail.com)

meningkatkan daya tarik pariwisata, meningkatkan pendapatan lokal, dan mengurangi ketimpangan ekonomi di wilayah pedesaan. Keterlibatan masyarakat melalui organisasi seperti Banyumas Kreatif memainkan peran penting dalam mempertahankan inisiatif ini dan melestarikan identitas budaya lokal. Namun, masih ada berbagai tantangan struktural yang perlu diselesaikan, termasuk kurangnya regulasi yang memadai, minimnya pemahaman masyarakat terhadap digitalisasi, serta kelemahan pada infrastruktur pendukung. Makalah ini merekomendasikan beberapa solusi strategis, termasuk: memperkuat kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan keterampilan digital dan manajemen usaha; mempercepat transformasi digital; mengembangkan kerangka hukum yang protektif seperti Perda; memperluas akses pembiayaan inklusif; meningkatkan infrastruktur pendukung; memanfaatkan teknologi digital untuk promosi wisata; mengelola kapasitas wisatawan secara berkelanjutan; serta melakukan monitoring dan evaluasi berkala. Dengan implementasi kebijakan yang konsisten dan pendekatan pembangunan yang inklusif, Baturraden memiliki potensi besar menjadi model nasional kota kreatif yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** ekonomi kreatif, pembangunan kota, Baturraden, pariwisata berbasis masyarakat, pelestarian budaya

## LATAR BELAKANG

Perubahan struktur ekonomi global yang mengarah pada era industri kreatif menuntut setiap negara untuk mampu mengintegrasikan potensi budaya, teknologi, dan sumber daya manusia dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan. Ekonomi kreatif yang mengandalkan kreativitas dan inovasi telah menjadi tulang punggung baru dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat nasional maupun daerah. Dalam konteks Indonesia, peran ekonomi kreatif semakin diakui dengan terbentuknya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta penyusunan peta jalan pengembangan 17 subsektor industri kreatif seperti kuliner, kriya, fashion, aplikasi, dan seni pertunjukan (Kemenparekraf, 2023).

Berdasarkan laporan UNCTAD (2024), ekonomi kreatif global tumbuh dua kali lebih cepat dibanding ekonomi konvensional dan memiliki kontribusi besar terhadap penciptaan lapangan kerja dan pelestarian identitas budaya. Di Indonesia sendiri, ekonomi kreatif menyumbang lebih dari Rp1.100 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) serta menyerap lebih dari 17 juta tenaga kerja (BEKRAF, 2020). Namun, potensi luar biasa ini belum sepenuhnya terdistribusi merata ke wilayah-wilayah potensial di daerah, termasuk destinasi wisata unggulan seperti Baturraden.

Lokawisata Baturraden di Kabupaten Banyumas merupakan kawasan wisata dengan perpaduan antara lanskap alam yang eksotis dan kearifan budaya lokal. Potensi tersebut menjadi peluang besar untuk mengembangkan ekosistem ekonomi kreatif berbasis masyarakat. Fenomena ini sejalan dengan pendekatan *community-based tourism* (CBT), di mana masyarakat bukan hanya menjadi objek pembangunan, tetapi juga pelaku utama dalam pengelolaan dan inovasi produk kreatif (Álvarez et al., 2025).

Subsektor seperti kuliner, kriya, seni pertunjukan, hingga desain souvenir khas Banyumasan mulai tumbuh di Baturraden, dengan pengelolaan yang dilakukan oleh pelaku lokal dan komunitas kreatif seperti Banyumas Kreatif. Sayangnya, transformasi

ekonomi ini belum sepenuhnya optimal karena sejumlah tantangan mendasar masih dihadapi. Minimnya kebijakan daerah yang mendukung ekosistem kreatif, terbatasnya pelatihan keterampilan digital, belum adanya inkubator bisnis kreatif, serta ketergantungan tinggi pada musim wisata menjadi penghambat keberlanjutan sektor ini (Agus Wahyudi et al., 2024).

Lebih lanjut, studi Saraswati (2023) menunjukkan bahwa dampak ekonomi dan sosial dari kegiatan wisata kreatif di Baturraden sangat positif, namun belum inklusif. Kelompok rentan, seperti perempuan, lansia, dan penyandang disabilitas, masih belum banyak terlibat dalam program pemberdayaan di sektor kreatif. Hal ini menjadi indikator bahwa pengembangan ekonomi kreatif harus diarahkan secara holistik, tidak hanya fokus pada produk, tetapi juga pada proses penguatan kapasitas dan regulasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kontribusi ekonomi kreatif dalam mendorong perkembangan kota, dengan fokus studi kasus di Lokawisata Baturraden. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi tantangan spesifik yang dihadapi dan merumuskan strategi penguatan berbasis komunitas yang inklusif dan berkelanjutan.

## KAJIAN TEORITIS

Secara sederhana, ekonomi kreatif dapat dipahami sebagai sebuah pendekatan baru dalam kegiatan ekonomi yang bertumpu pada ide, imajinasi, dan daya cipta manusia. Menurut Howkins (2001), ekonomi kreatif merupakan kegiatan ekonomi yang lahir dari ide kreatif, yang kemudian diwujudkan menjadi produk atau jasa bernilai melalui pengakuan hak kekayaan intelektual. Dalam konteks Indonesia, ekonomi kreatif bahkan telah dijabarkan ke dalam 17 subsektor resmi yang mencakup kuliner, kriya, fashion, film, musik, hingga aplikasi digital (Kemenparekraf, 2023).

Tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, ekonomi kreatif juga membawa misi sosial dan budaya. UNCTAD (2024) menekankan bahwa sektor ini punya kekuatan besar dalam menjaga keberagaman budaya, membuka lapangan kerja bagi kelompok marginal, dan memperkuat identitas lokal. Di tingkat lokal, pendekatan yang paling sering digunakan adalah *community-based creative economy*, yaitu model yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama. Dalam model ini, masyarakat tidak hanya menjadi objek pengembangan, tetapi juga pencipta dan pengelola ide-ide kreatif mereka sendiri (Álvarez et al., 2025).

Landry (2000) memperkenalkan konsep kota kreatif, yang intinya adalah menjadikan kreativitas sebagai kekuatan inti dalam membentuk wajah kota. Kota tidak hanya dibangun dengan beton dan jalan raya, tetapi juga dengan gagasan, karya seni, dan aktivitas budaya yang hidup. Ini sangat relevan dengan kawasan wisata seperti Baturraden, di mana identitas lokal dapat menjadi fondasi bagi pembangunan ekonomi yang berbasis pada kekuatan budaya.

Di sisi lain, Etzkowitz dan Leydesdorff (2000) melalui teori *triple helix*-nya menjelaskan pentingnya kerja sama antara tiga pihak utama—pemerintah, sektor industri, dan akademisi—dalam mendorong inovasi dan menciptakan ekosistem kreatif yang berkelanjutan. Ketika ketiga unsur ini saling bersinergi, maka peluang tumbuhnya ekonomi kreatif menjadi lebih terbuka dan inklusif.

Dalam praktiknya, keberhasilan ekonomi kreatif di daerah sangat tergantung pada kesiapan ekosistemnya. Yuniarrachmi (2025) menyebutkan bahwa regulasi yang mendukung, akses terhadap pembiayaan, literasi digital, serta wadah kolaborasi antar pelaku kreatif merupakan elemen penting yang menentukan. Oleh karena itu, memahami teori-teori ini menjadi kunci untuk melihat potensi ekonomi kreatif tidak hanya sebagai tren semata, tetapi sebagai strategi jangka panjang dalam mendorong pertumbuhan kota yang inklusif dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam kontribusi ekonomi kreatif dalam mendorong pertumbuhan kota, dengan fokus pada studi kasus Lokawisata Baturraden. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengeksplorasi fenomena sosial dan ekonomi dalam konteks lokal yang kompleks, serta memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, hubungan, dan makna di balik data yang dikaji.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian utama, yaitu tinjauan literatur sistematis dan studi kasus. Tinjauan literatur dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber akademik dan dokumen kebijakan yang relevan, seperti jurnal ilmiah, buku, laporan lembaga pemerintah dan non-pemerintah, serta hasil penelitian sebelumnya yang membahas ekonomi kreatif dan pertumbuhan kota. Literatur dipilih berdasarkan tema utama seperti definisi dan karakteristik ekonomi kreatif, kontribusinya terhadap pembangunan kota, serta keterkaitannya dengan sektor pariwisata dan budaya lokal. Analisis literatur dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi konsep-konsep utama dan temuan-temuan penting yang kemudian digunakan sebagai dasar dalam menganalisis kasus Baturraden.

Studi kasus di Lokawisata Baturraden dilakukan untuk menyajikan ilustrasi konkret mengenai penerapan konsep ekonomi kreatif di tingkat lokal serta dampaknya terhadap perkembangan kawasan tersebut sebagai destinasi wisata. Baturraden dipilih karena merupakan salah satu contoh kawasan wisata yang memiliki potensi besar dalam mengembangkan ekonomi kreatif, baik melalui produk lokal, seni budaya, maupun keterlibatan komunitas kreatif. Data sekunder untuk studi kasus ini diperoleh dari berbagai sumber, seperti laporan pemerintah daerah, dokumen dinas pariwisata, publikasi media lokal, dan dokumentasi program pengembangan wisata.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis isi dan analisis tematik, dengan tahapan reduksi data, kategorisasi berdasarkan tema utama, serta interpretasi terhadap temuan yang dikaitkan dengan kerangka konseptual dari literatur yang telah ditinjau sebelumnya. Hasil dari proses analisis ini digunakan untuk membangun pemahaman yang utuh mengenai tantangan dan peluang pengembangan ekonomi kreatif di Baturraden, serta untuk merumuskan rekomendasi strategis yang kontekstual dan aplikatif bagi pengembangan wilayah wisata berbasis komunitas kreatif.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **1. Potensi Ekonomi Kreatif di Kawasan Wisata Baturraden**

Lokawisata Baturraden, yang terletak di Desa Karangmangu, Banyumas, merupakan kawasan wisata alam yang memiliki lanskap unik seperti hutan pinus, pemandian air panas, air terjun, Pancuran Pitu, dan Teater Alam. Perpaduan antara

potensi alam dan kekayaan budaya menjadikan Baturraden lokasi strategis untuk pengembangan ekonomi kreatif. Potensi ini tidak hanya hadir dalam bentuk destinasi wisata, tetapi juga dalam bentuk produk lokal seperti kerajinan tangan, makanan tradisional, pertunjukan seni lokal seperti ebeg dan kentongan, serta batik Banyumasan yang menjadi identitas visual daerah (Saraswati, 2023; Putri et al., 2019).

Subsektor yang berkembang pesat di Baturraden meliputi kuliner, kriya, seni pertunjukan, dan pariwisata berbasis budaya. Menurut BEKRAF (2020), sektor kuliner dan kriya menyumbang lebih dari 50% PDB ekonomi kreatif nasional, dan tren serupa terlihat di kawasan ini. Keunikan citarasa dan desain yang mengangkat kekayaan lokal menjadi daya tarik utama bagi wisatawan domestik dan mancanegara.

Tingginya jumlah wisatawan ke Baturraden setiap tahunnya menunjukkan daya tarik kawasan ini sebagai destinasi unggulan. Berdasarkan data dari Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan, dan Pariwisata (Dinporabudpar) Banyumas serta media lokal, tercatat kunjungan wisatawan mencapai 408.476 orang pada tahun 2022 dan 372.951 orang pada 2023. Kunjungan melonjak tajam saat periode libur panjang. Pada pekan Lebaran 2024, tercatat 21.173 kunjungan dalam sepekan dengan puncak harian mencapai 12.316 pengunjung, menghasilkan pendapatan sekitar Rp505 juta (Kompas, 2024; Detik Travel, 2024). Sementara itu, pada awal April 2025, tercatat sebanyak 40.549 wisatawan dalam satu pekan, menunjukkan peningkatan signifikan dibanding tahun sebelumnya (Radar Banyumas, 2025). Data ini memperkuat asumsi bahwa subsektor ekonomi kreatif seperti kuliner, kriya, dan seni pertunjukan memiliki pasar potensial yang terus berkembang.

## **2. Dampak Ekonomi dan Sosial Ekonomi Kreatif terhadap Masyarakat Lokal**

Ekonomi kreatif di Baturraden menciptakan efek berganda bagi masyarakat lokal, terutama di Desa Karangmangu. Banyak warga yang awalnya berprofesi sebagai petani beralih menjadi pelaku usaha kreatif, seperti pemandu wisata di Curug Telu, pengrajin kriya, dan penjual makanan khas daerah. Hal ini mengindikasikan adanya transformasi ekonomi lokal yang mendorong diversifikasi pendapatan rumah tangga (Syafiq, 2025).

Secara sosial, munculnya kegiatan ekonomi berbasis wisata juga meningkatkan partisipasi pemuda dalam aktivitas produktif. Komunitas muda mulai terlibat dalam festival budaya dan produksi konten kreatif, menciptakan ikatan sosial baru dan memperkuat rasa bangga terhadap identitas lokal (Saraswati, 2023). Namun, ada pula risiko meningkatnya komodifikasi budaya, di mana pertunjukan dan simbol budaya digunakan secara berlebihan untuk tujuan komersial tanpa pemahaman mendalam atas nilai budayanya (Studi Pembangunan dan Jember, 2024).

## **3. Pelestarian Budaya dan Transformasi Sosial Melalui Wisata Kreatif**

Selain dampak ekonomi, Baturraden juga memengaruhi kondisi sosial dan budaya masyarakat Karangmangu. Secara sosial, wisata ini meningkatkan kualitas hidup dan mendorong pembentukan komunitas baru, namun juga memunculkan tantangan seperti potensi kriminalitas (Saraswati, 2023). Dari sisi budaya, kedatangan wisatawan turut memperkuat keberlangsungan budaya lokal, namun di saat yang sama juga mendorong komersialisasi seni budaya serta membentuk perilaku masyarakat yang semakin terbuka terhadap kehadiran wisatawan (Saraswati, 2023). Untuk mengelola dampak positif dan negatif ini, strategi berbasis

masyarakat telah dirumuskan, meliputi partisipasi masyarakat, pemetaan dampak, pengambilan keputusan, edukasi, monitoring, dan evaluasi (Saraswati, 2023). Kolaborasi antara pelaku wisata, pengusaha kuliner, dan komunitas seni dapat memperkuat ekosistem kreatif, misalnya melalui festival seni atau produksi suvenir berbasis budaya Banyumas, yang berpotensi menjadi social enterprise untuk memperkuat identitas lokal (Studi et al., 2024).

#### **4. Strategi Komunitas dan Peran Banyumas Kreatif**

Komunitas Banyumas Kreatif memainkan peran penting dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat di Banyumas, termasuk wilayah Baturraden, dengan menjalankan empat fungsi utama: fasilitator, edukator, perwakilan, dan pelaksana teknis (Putri et al., 2017).

Peran fasilitatif meliputi penyediaan dukungan seperti basecamp dan stand gratis pada pameran untuk mempromosikan produk kreatif, serta pembentukan konsensus dengan anggota dan pemerintah. Peran edukasional dilakukan melalui diskusi rutin setiap dua minggu, pelatihan, dan penyampaian informasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang ekonomi kreatif. Peran representatif tercermin melalui kemitraan dengan pemerintah dalam penyelenggaraan acara seperti Art Kreanova serta partisipasi dalam Indonesian Creative Cities Network (ICCN), yang mengintegrasikan Banyumas dengan 160 kota kreatif di seluruh Indonesia.

Peran teknis diwujudkan melalui workshop seperti vector art, film, musik, fotografi, fashion, dan desain logo untuk meningkatkan keterampilan teknis masyarakat (Putri et al., 2019). Namun, tantangan seperti kurangnya regulasi pemerintah, ketidakselarasan ritme kerja antara komunitas dan pemerintah, serta keterbatasan sumber daya manusia (SDM), akses infrastruktur, dan pembiayaan masih menghambat (Agus Wahyudi et al., 2024).

#### **5. Tantangan Spesifik Baturraden: Regulasi, SDM, Infrastruktur, dan Masalah Riil**

Meskipun potensinya besar, pengembangan ekonomi kreatif di Baturraden belum lepas dari sejumlah hambatan krusial. Secara regulasi, hingga saat ini belum tersedia Peraturan Daerah (Perda) khusus yang melindungi dan mendorong aktivitas ekonomi kreatif secara komprehensif. Sebagai dampaknya, para pelaku UMKM dan komunitas kreatif masih dihadapkan pada ketidakpastian hukum, baik dalam hal perizinan usaha, pengelolaan hak kekayaan intelektual, maupun akses terhadap dukungan dari pemerintah daerah (Ulfa, 2022).

Dari sisi SDM, masih banyak pelaku usaha lokal yang belum menguasai keterampilan digital seperti pemasaran online, desain produk digital, dan manajemen merek. Literasi digital yang rendah menyebabkan keterbatasan promosi dan inovasi produk, serta membuat produk lokal sulit menembus pasar yang lebih luas (Yuniarrachmi, 2025).

Infrastruktur juga menjadi isu mendasar. Akses internet yang tidak merata, kondisi jalan menuju destinasi seperti Curug Telu yang masih rusak, dan ketiadaan co-working space atau inkubator kreatif membatasi ruang tumbuh bagi pelaku kreatif lokal (Budaya dan Desa, 2023).

Selain itu, tantangan nyata di lapangan termasuk:

- Kapasitas kunjungan wisatawan yang melebihi daya dukung lingkungan, terutama saat musim liburan, berisiko merusak ekosistem dan kenyamanan warga.
- Tidak adanya standar harga bagi jasa atau produk lokal membuat konsumen bisa merasa tertipu, atau sebaliknya, pelaku usaha merugi karena menjual terlalu murah.
- Sulitnya akses permodalan dari lembaga keuangan formal membuat banyak pelaku usaha bergantung pada pinjaman informal, yang tidak berkelanjutan (Putri et al., 2019).

Dengan tantangan yang sangat spesifik dan kontekstual ini, diperlukan pendekatan kebijakan yang adaptif dan responsif berbasis realitas lokal.

#### **6. Pembelajaran Global dan Potensi Baturraden sebagai Model Nasional**

Keberhasilan negara lain seperti Korea Selatan dalam mempromosikan budaya lokal melalui ekonomi kreatif (Korean Wave) dapat dijadikan acuan. Dengan memanfaatkan teknologi, video promosi, dan platform digital, Baturraden bisa memperluas daya tarik wisata budaya ke tingkat nasional bahkan internasional. Pemerintah pusat juga telah menyediakan berbagai regulasi dan dukungan seperti Perpres No. 24 Tahun 2019 yang menyatukan fungsi BEKRAF dalam Kemenparekraf (Kemenparekraf, 2023).

Dengan sinergi antara komunitas, pemerintah, dan pelaku UMKM, Baturraden berpeluang menjadi model kota wisata kreatif berkelanjutan berbasis komunitas yang tangguh dan adaptif di era ekonomi digital.

#### **7. Baturraden sebagai Model Ekonomi Kreatif Kota Wisata Berkelanjutan**

Dengan memanfaatkan potensi lokal yang melimpah, penguatan SDM kreatif, dan dukungan kebijakan yang tepat, Baturraden memiliki peluang besar untuk menjadi model kota wisata berbasis ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Melalui sinergi antara pemerintah, komunitas, pelaku usaha, dan lembaga pendidikan, serta didukung oleh inovasi dan digitalisasi, Baturraden dapat memperluas dampak ekonomi kreatif, tidak hanya secara lokal, tetapi juga sebagai destinasi wisata unggulan di tingkat nasional bahkan internasional (Pariwisata & Fatimah, 2025)

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian ini, bisa disimpulkan bahwa ekonomi kreatif di Baturraden benar-benar membawa dampak positif bagi masyarakat sekitar. Bukan cuma soal peningkatan pendapatan dan munculnya berbagai usaha lokal, tapi juga bagaimana warga mulai lebih peduli pada budaya dan potensi daerahnya sendiri. Aktivitas seperti menjual makanan khas, membuat kerajinan, atau tampil dalam seni pertunjukan tidak hanya jadi sumber penghasilan, tapi juga sarana untuk menjaga identitas lokal.

Namun, jalan menuju Baturraden sebagai kawasan wisata kreatif yang ideal masih panjang. Tantangan seperti kurangnya regulasi yang jelas, minimnya pelatihan dan literasi digital, serta terbatasnya akses permodalan dan infrastruktur masih jadi hambatan. Belum lagi soal pengelolaan wisata yang masih bergantung pada musim liburan.

Agar Baturraden bisa berkembang lebih baik ke depan, diperlukan kerja sama antara pemerintah, komunitas lokal, akademisi, dan pelaku usaha. Kolaborasi semacam ini akan memperkokoh ekosistem ekonomi kreatif agar lebih tangguh dalam menghadapi

dinamika zaman, sekaligus tetap melestarikan kekayaan budaya lokal yang menjadi daya tarik utamanya.

Untuk mendorong pengembangan ekonomi kreatif di Baturraden secara lebih maksimal dan berkelanjutan, berikut beberapa saran dan rekomendasi yang dapat dijalankan:

1. **Pemerintah daerah** perlu segera menyusun regulasi atau Perda khusus ekonomi kreatif yang berbasis kearifan lokal Baturraden. Regulasi ini harus melindungi pelaku usaha kecil, mengatur zonasi, dan mendorong kolaborasi antar sektor.
2. **Peningkatan kapasitas SDM** dapat dilakukan melalui pelatihan keterampilan digital, manajemen usaha, branding, dan pemasaran daring. Program pelatihan ini sebaiknya bekerja sama dengan kampus, komunitas kreatif, dan lembaga profesional.
3. **Pemerintah dan swasta** diharapkan membangun ruang kreatif publik (creative hub), memperbaiki akses infrastruktur ke lokasi wisata, serta menyediakan Wi-Fi gratis di area publik strategis.
4. **Skema pembiayaan inklusif**, seperti kredit UMKM tanpa agunan, dana hibah untuk inovasi kreatif, serta crowdfunding lokal perlu diperkenalkan untuk membantu pelaku usaha mikro yang kesulitan akses modal.
5. **Pentingnya promosi lintas kanal** melalui media sosial, website resmi, kerja sama dengan travel influencer, serta digitalisasi souvenir dan produk lokal ke marketplace nasional.
6. **Monitoring dan evaluasi rutin** dari pemerintah dan komunitas terhadap perkembangan ekonomi kreatif agar setiap tantangan bisa direspon cepat dan adaptif.

Dengan menjalankan rekomendasi ini secara konsisten, Baturraden tidak hanya akan menjadi destinasi wisata unggulan, tetapi juga menjadi contoh nyata kota kreatif berbasis komunitas yang tangguh dan inspiratif di Indonesia.

## DAFTAR REFERENSI

- Agus Wahyudi, Gresceilla Septiarini Anwar, Octavia Nuril Kamila, & Danisa Rada Silviana. (2024). Strategi Pengembangan Sektor Industri Kreatif Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Nasional. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 4(3), 274–288. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i3.3064>
- Alam, J., Alam, Q. N., & Kalam, A. (2022). *Prospects and challenges for sustainable tourism in South Asia*. arXiv [bio-conferences.org+1researchgate.net+1arxiv.org](https://arxiv.org/abs/2208.12345).
- Álvarez, M. et al. (2025). *Evolution of rural community-based tourism (2005–2023)*. **Humanities & Social Sciences Communications**, mapping sebaran literatur CBT [bio-conferences.orgnature.com](https://www.nature.com).
- Ariyani, N., & Fauzi, A. (2023). *Transformasi Pariwisata Pedesaan di Jateng*. *Sustainability*, 15(3), 2592 [mdpi.com](https://www.mdpi.com).

- Budaya, D. A. N., & Desa, M. (2023). *DAMPAK LOKAWISATA BATURRADEN TERHADAP KONDISI* Tesis untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S-2 Program Studi Magister Kajian Pariwisata Diajukan oleh : Arina Nindyar Saraswati.
- Consoli, S., et al. (2024). Cultural Data in European Cities. *arXiv*. [mdpi.com/arxiv.org](https://mdpi.com/arxiv.org).
- Detik.com. (2024). Infrastruktur Wisata Baturraden Masih Perlu Perbaikan. *Detik Travel*.
- Detik Travel. (2024). "Baturraden Raup Rp500 Juta dalam Sepekan Libur Lebaran".
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The Dynamics of Innovation: From National Systems to a Triple Helix of University–Industry–Government Relations. *Research Policy*, 29(2), 109–123.
- Firdaus, A. R., Vynatria, A. D., Husna, S. L., Alfareza, M. F. N., & Hidayah, A. A. (2024). Ekonomi Kreatif Sebagai Lokomotif Baru Perekonomian Indonesia Menuju Indonesia Yang Maju. *MANABIS: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 44–52. <https://doi.org/10.54259/manabis.v3i2.2518>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books.
- Jakarta Post. (2023). Creative SMEs Struggle Without Digital Access. *Jakarta Post*, 17 Jan.
- Kemenparekraf. (2023). *Regulasi dan Program Penguatan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kompas. (2023). Baturraden dan Tantangan SDM Ekraf. *Kompas Regional*.
- Kompas. (2024). "Kunjungan Wisatawan Baturraden Saat Lebaran Capai 21 Ribu". *Kompas Regional*.
- Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan.
- OECD. (2023). *Culture and Local Development: Maximizing Impact*. Paris: OECD Publishing.
- Mere, K., Hery Santoso, M., Utami Rahmawati, H., & Ade Kurnia Harahap, M. (2023). Peran Ekonomi Kreatif Dalam Menggerakkan Pertumbuhan Ekonomi Lokal. *Communnity Development Journal*, 4(6), 12324–12329.
- Nugrah Leksono Putri Handayani, & Poppy Fitrijanti Soeparan. (2022). Ekonomi Kreatif Sebagai Pendorong Pemulihan Ekonomi Pada Masa New Normal Di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Mahasiswa: Jurnal Ilmiah Penalaran Dan Penelitian Mahasiswa*, 4(2), 39–50. <https://doi.org/10.51903/jurnalmahasiswa.v4i2.382>
- Pariwisata, J. M., & Fatimah, Z. (2025). *Peran ekonomi kreatif dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi produk pariwisata di kota batam melalui perspektif kewirausahaan*. 4(1).

- Prakoso, A. A., et al. (2020). Konsep dan Tantangan CBT. *J. Sustainable Tourism & Entrepreneurship*, 2(2), 95–107. [researchgate.net+1mdpi.com+1](https://www.researchgate.net/1mdpi.com+1).
- Putri, S. I., Yuliardi, P. M., Al Gezon, Q., Febriani, M., & Putri, R. R. (2019). Peran Banyumas Kreatif dalam Pengembangan Potensi Ekonomi Kreatif Berbasis Komunitas di Kabupaten Banyumas. *Jurnal Administrasi Dan Kebijakan Publik*, 3(1), 80–90. <https://doi.org/10.25077/jakp.3.1.80-90.2017>
- Radar Banyumas. (2025). "Kunjungan Wisata Baturraden Awal April Tembus 40 Ribu".
- Republika. (2024). Pemerintah Diminta Segera Sah-kan Perda Ekonomi Kreatif Daerah. *Republika*.
- Saraswati, A. N. (2023). *Dampak Lokawisata Baturraden terhadap Kondisi Ekonomi, Sosial, dan Budaya Masyarakat Desa Karangmangu, Kecamatan Baturraden, Kabupaten Banyumas*. 3, 5–6. <https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/222042#filepdf>
- Suparta, I. W. (2019). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Untuk Mendorong. *Prosiding Penelitian*, 164. [file:///C:/Users/User/Downloads/ekraf/16\\_Iwayan\\_strategi.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/ekraf/16_Iwayan_strategi.pdf)
- Syafiq, H. (2025). Transformasi Ekonomi Kreatif di Desa Wisata Karangmangu. *Jurnal Ekonomi Lokal dan Desa*, 6(1), 22–34.
- Tan, S. Y., & Taeihagh, A. (2020). Smart City Governance in Developing Countries. *arXiv*.
- Tempo. (2023). Komodifikasi Budaya dalam Wisata Lokal. *Tempo Weekly*.
- Ulfa, N. (2022). Pengaruh Ekonomi Kreatif Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Kecamatan Masamba Kabupaten Luwu Utara. *Pengaruh Ekonomi Kreatif Terhadap ...*, 1–10. [http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/3182%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/3182/1/JURNAL\\_ULFA\\_%281%29.pdf](http://repository.umpalopo.ac.id/id/eprint/3182%0Ahttp://repository.umpalopo.ac.id/3182/1/JURNAL_ULFA_%281%29.pdf)
- UNCTAD. (2024). *Creative Economy Outlook 2024*. Geneva: United Nations.
- UNDP. (2023). *Inclusive Creative Economy for Local Communities*. New York: UNDP Report.
- UNESCO. (2023). *Culture 2030 Indicators: Measuring Impact*. Paris: UNESCO.
- Wiranatha, A. S., et al. (2024). Model Pariwisata Pedesaan Bali. *Systems*, 12(7), 245.
- World Bank. (2024). *Indonesia's Tourism and Creative Economy Outlook*. Washington, DC.
- Yuniarrachmi, A. (2025). *Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Pertumbuhan Regional : Transformasi Potensi Lokal Menjadi Daya Saing Daerah*. 6(3), 2118–2123.