

---

**MEMBANGUN EKONOMI KREATIF MELALUI WISATA BATIK SEBAGAI  
UPAYA MEMBANGKITKAN PEREKONOMIAN LOKAL DI ERA KEBIASAAN  
BARU DESA WISATA JARUM BAYAT**

---

**Ihsan Budi Santoso dan Lutfi Hendriyati**Akademi Pariwisata Yogyakarta, Indonesia, email: rasahgetun86@gmail.com

---

**ABSTRAK****Histori Artikel****Submitted:**

15 Januari 2022

**Reviewed:**

15 Februari 2022

**Accepted:**

21 Maret 2022

**Published:**

15 Mei 2022

Penelitian ini bertujuan Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya yang dilakukan pengelola wisata (pokdarwis) untuk membangkitkan perekonomian masyarakat desa wisata setempat serta apa saja kendala yang dihadapi dalam melakukan upaya-upaya tersebut. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Observasi, wawancara, dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan data yang diperlukan serta kelengkapan dalam penulisan ini. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa upaya pokdarwis untuk membangkitkan perekonomian lokal di era kebiasaan baru ini adalah dengan terus melakukan pemasaran produk wisata secara online dengan memanfaatkan media social, seperti facebook dan Instagram serta dengan mengikuti pelatihan/diklat terkait pengembangan dan peningkatan potensi dan sumber daya yang ada. Sedangkan kendala yang dihadapinya adalah terbatasnya sumber daya, kurangnya pengetahuan tentang pemasaran serta terjadinya penurunan kunjungan wistawan di era kebiasaan baru ini.

**Kata kunci:** Upaya, kendala, batik, Bayat

---

***DEVELOPING A CREATIVE ECONOMY THROUGH BATIK TOURISM AS AN  
EFFORT TO INCREASE THE LOCAL ECONOMY IN THE NEW HABIT ERA  
JARUM BAYAT TOURISM VILLAGE*****ABSTRACT**

*The aim of this study is to find out how the efforts made by the tourism assistance community group (pokdarwis) to increase the economy of the local tourism village community and what are the obstacles faced in carrying out these efforts. This study used descriptive qualitative method. Observations, interviews, documentation were carried out to collect the necessary data and completeness in this paper. Based on the research conducted, it can be concluded that the the tourism assistance community group (Pokdarwis) efforts to increase the local economy in this new era of habits are to continue to market tourism products online by utilizing social media, such as Facebook and Instagram as well as by participating in training/workshop related to the development and improvement of its potential and resources. Meanwhile, the obstacles faced are limited resources, lack of knowledge about marketing and the decrease in tourist visits in this new era of habit.*

**Keywords:** effort, obstacles, batik, Bayat**PENDAHULUAN**

Keberadaan pariwisata di daerah menjadikan sebuah perubahan, kemajuan bahkan bisa

merubah pola karakter masyarakat setempat. Saat ini pariwisata sedang diuji dengan adanya pandemi. Tidak hanya berpengaruh terhadap pariwisata, namun pandemi ini



sangat berpengaruh hampir kesemua bidang; sosial, budaya, pendidikan bahkan ekonomi. Pandemi ini sangat luar biasa dampaknya dimana hampir semua sektor penunjang pariwisata mengalami penurunan secara drastis. Keberadaan pariwisata ini berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat, daerah setempat.

Dalam prosenya pariwisata ini memberikan peluang kerja, pendapatan daerah sebagai media pembangunan perekonomian. Pengembangan dan pengelolaan pariwisata harus dibangun secara kuat untuk mendukung perekonomian suatu daerah. Perkembangan pariwisata di Indonesia berdampak positif terhadap perekonomian masyarakat. Pariwisata yang berkembang di tingkat desa memberi peluang bagi masyarakat untuk terlibat. Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata dapat mendorong terciptanya iklim pariwisata yang berbasis masyarakat. Salah satu tujuan wisata sekarang ini adalah desa. Berwisata ke desa adalah suatu hal yang unik karena jauh dari kondisi keramaian.

Masyarakat yang tinggal di desa dapat merasakan manfaat atas berlangsungnya kegiatan pariwisata melalui peningkatan pendapatan, (Biddulph, 2015). Pariwisata merupakan sebuah peluang usaha yang sangat menjanjikan kalau dalam pengelolaannya bisa berkelanjutan. Tidak hanya sekedar membuka sebuah wisata, namun harus bisa menjadi daya tarik bagi konsumen. Bagaimana bisa mendatangkan wisatawan supaya bisa merasakan dan bisa melakukan sesuatu ditempat wisata tersebut, bagaimana mempertahankan dan mengupgrade sebuah perkembangan dan yang tidak kalah penting adalah bisa merubah perekonomian lokal atau masyarakat setempat.

Dalam perkembangannya, keberadaan sebuah desa wisata sangat menunjang perekonomian sebuah masyarakat, masyarakat bisa merasakan keberadaan serta perubahan yang dialami secara ekonomi. Dalam mempertahankan keberadaan pariwisata dibutuhkan sebuah penanganan yang melibatkan dari berbagai pihak, seperti dari

unsur pemerintahan pengelola wisata (pokdarwis) serta masyarakat itu sendiri. Desa wisata batik Jarum Bayat adalah salah satu desa wisata yang ada di kabupaten Klaten. Desa wisata ini sudah mempunyai banyak pengalaman.

Desa Jarum yang berkembang dengan sejumlah potensi yang ada dengan memanfaatkan ketertarikan masyarakat dalam membuat. Pertumbuhan kunjungan wisatawan ke desa Jarum menunjukkan bahwa masyarakat lokal sadar bahwa kualitas karya batik adalah kunci dari keberlanjutan kegiatan batik di desa wisata Jarum Bayat.

Artikel ini menyajikan upaya pengelola desa wisata membangkitkan perekonomian lokal dan kendala-kendala yang dihadapinya. Daya tarik yang dimiliki desa bayat yaitu karya seni batik berdampak positif bagi perekonomian masyarakat lokal namun kemunculan pandemi covid 19 ini dampaknya sangat luar biasa bagi pelaku wisata. Pengelola wisata dituntut untuk bisa menemukan ide kreatif dalam menghadapi pandemi ini, agar supaya sektor wisata yang ada di desa wisata jarum ini bisa berjalan dengan baik.

## LITERATURE RIVIEW

### Strategi

Strategi adalah rute yang dibutuhkan agar sampai pada tempat tujuan. Strategi merupakan cara untuk meningkatkan usaha dari satu tingkat yang lebih rendah ke tingkat selanjutnya dan menentukan arah, memberi motivasi, membimbing mulai dari awal sampai akhir (Grade, 2008). Menurut (Sumarsono, et.al, 2006), strategi pada dasarnya merupakan seni dan ilmu menggunakan dan mengembangkan kekuatan (ideologi, politik, sosial, ekonomi, dan hankam) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya.

Strategi adalah suatu kegiatan merancang kegiatan agar strategis serta berhasil memperoleh hasil yang lebih baik. Keberhasilan tersebut haruslah selalu menjadi pedoman dan harus dilakukan evaluasi terhadapnya untuk mengetahui apakah benar-

benar telah sesuai dengan tujuan yang ingin diraihinya (Gitosudarmo 2001:12).

Menurut Sumadyo yang dikutip oleh Totok Mardikanto dan Poerwoko Soebianto, mengatakan bahwa upaya pemberdayaan tersebut adalah:<sup>18</sup>Pertama, bina usaha yang meliputi peningkatan pengetahuan teknis guna memperbaiki nilai tambah produk, perbaikan manajemen agar bertambahnya jejaring kemitraan, pengembangan jiwa wirausaha, peningkatan aksesibilitas terhadap modal, pasar dan informasi. Kedua, bina manusia yang mengarah pada kemampuan manusia. Ketiga, bina lingkungan. Pemberdayaan ini dilakukan untuk menjaga dan melestarikan lingkungan. Dan keempat, kemudian ditambahkan oleh Mardikanto bahwa selain ketiga upaya tersebut juga perlu ditambah satu upaya lagi yaitu bina kelembagaan.

### Upaya

Upaya-upaya dalam melakukan pemberdayaan usaha kecil dan menengah yang diungkapkan Suseno TW, terdapat 4 pilar, yaitu: (a) Memperkuat Permodalan Modal dapat disamakan dengan dana. Jadi, yang dimaksud dengan modal adalah semua dana yang tersedia untuk menjalankan usaha yang meliputi modal sendiri dan modal pinjaman. Modal tidak hanya penting untuk memulai bisnis akan tetapi juga untuk membantu melanjutkan kegiatan oprasi. Sebagai Negara berkembang secara fundamental memiliki 2 tipe permodalan bagi usaha kecil, yaitu pertama pinjaman dari luar yang biasanya dari bank dengan pengambilan sistem bunga, dari koperasi. Kedua adalah modal sendiri yang sudah terkumpul. Modal yang dimaksud dalam penelitian ini adalah modal berupa uang yang digunakan untuk mengembangkan usaha batik desa wisata Jarum yang diharapkan dapat meningkatkan nilai jual sehingga pada akhirnya akan meningkatkan perekonomian. (b) Meningkatkan manajemen usaha dalam meningkatkan sebuah usaha hal ini terpenting yang harus dipersiapkan adalah manajemen usaha, agar proses usaha dapat berjalan dengan baik dan maksimal sampai

kedepannya nanti. (c) Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) Upaya penggerakan sumber daya masyarakat untuk mengembangkan potensi ekonomi masyarakat ini akan meningkatkan produktivitas masyarakat, sehingga baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam disekitar masyarakat dapat ditingkatkan produktivitasnya. Dengan demikian masyarakat dan lingkungan mampu secara partisipasif menghasilkan dan menumbuhkan nilai tambah yang meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan mereka. (d) Memperluas Pemasaran Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan manusia yang diarahkan untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Keberhasilan dalam berwirausaha ini tidak lepas dari adanya pemasaran yang baik. Pemasaran ini sangat penting bagi seseorang yang akan berwirausaha, apalagi untuk pengusaha kecil. Banyak perusahaan-perusahaan besar yang dulunya berawal dari usaha kecil Keberhasilan perusahaan tersebut salah satunya berkaitan dengan strategi pemasaran

Upaya-upaya dalam meningkatkan ekonomi masyarakat yaitu, dengan cara sebagai berikut: adanya modal yakni untuk memberikan bantuan dalam membangun produksi usaha bagi yang tidak mampu ekonominya, memiliki Keterampilan yakni membantu untuk seseorang dalam menentukan usaha produksinya, menguasai teknologi yakni membantu seseorang untuk mempermudah produksi usaha maupun pemasaran, memiliki lahan usaha yakni untuk mendirikan suatu usaha yang akan dijalani.

### Ekonomi Kreatif

Rakib (2017) menjelaskan bahwa kreativitas muncul dari kearifan lokal yang dimiliki oleh masyarakat didalam pengembangan budaya. Karena kearifan lokal mampu menciptakan produk maupun jasa yang memiliki ciri unik tersendiri yang menunjukkan ciri khas daerah tersebut. Sehingga keragaman dan keunikan budaya masing-masing daerah dapat digunakan sebagai potensi kreatif.

### Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif

Rahayu (2016) menjelaskan pariwisata berbasis ekonomi kreatif mampu memadukan antara keindahan alam dengan kekayaan budaya dan kearifan lokal yang dimiliki. Hal ini yang dilakukan oleh kota-kota lain seperti kota Bali, Yogyakarta, Bandung dan yang lainnya. Hal senada juga dijelaskan oleh Wulandari (2014) dalam pengembangan wisata perlu dilakukan dengan pengembangan yang berbasis desa wisata dengan memperhatikan keistimewaan setiap daerah baik alam maupun produk-produk lokal.

Rakib (2017) menjelaskan keragaman budaya dan adat istiadat merupakan potensi dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Hal ini disebabkan karena banyaknya keberagaman produk baik pakaian maupun makanan lokal setiap daerah di Indonesia. Pengembangan kearifan lokal berbasis budaya menjadi keunggulan yang harus ditonjolkan didalam pengembangan pariwisata. Rahayu (2016) menjelaskan bahwa pariwisata kreatif merupakan pariwisata yang memberikan pengalaman otentik kepada wisatawan dengan keterlibatan dan pembelajaran terhadap alam, seni dan budaya setempat. Kegiatan yang dapat dikembangkan dengan melibatkan wisatawan dengan berbagai kegiatan seperti pengamatan satwa, spa, wisata agro atau aktivitas-aktivitas yang berkaitan dengan kegemaran wisatawan (2014).

## METODE

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Creswell (2016) metode penelitian kualitatif yaitu penelitian yang digunakan untuk meneliti lingkungan alamiah, peneliti adalah instrumen kunci dalam mengumpulkan data dari beragam sumber data, menganalisis data secara induktif dan deduktif, memperhatikan makna yang disampaikan oleh partisipan, mengikuti perkembangan masalah di lapangan, serta menekankan proses untuk menggambarkan masalah yang diteliti secara menyeluruh. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara terhadap pengelola

wisata/Pokdarwis desa wisata Jarum Bayat, observasi serta dokumentasi desa wisata Jarum Bayat. Metode analisis yang digunakan mengacu pada kaidah-kaidah metodologi kualitatif secara umum seperti reduksi, penyajian data, verifikasi serta triangulasi data

Data dikumpulkan melalui wawancara kepada pengelola desa wisata (Pokdarwis) setempat. Wawancara juga dilakukan terkait dengan upaya dalam membangkitkan perekonomian masyarakat setempat sekaligus untuk mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapinya. Selain wawancara pengamatan langsung dilapangan juga dilakukan serta menghubungkan dengan teori terkait. Data yang dikumpulkan dari informan di intepretasikan dengan hasil pengamatan serta teori yang terkait tanpa merubah otentisitas data. Dokumentasi dilakukan untuk mendukung data terkait dengan penelitian yang dilakukan. Sedangkan untuk memperoleh gambaran terhadap data non verbal digunakan metode observasi lapangan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Upaya Pengelola Desa Wisata

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti menyimpulkan upaya strategi yang dilakukan Pokdarwis dalam menjaga eksistensi wisata dan membangkitkan perekonomian pelaku wisata/masyarakat di desa wisata Jarum Bayat di era kebiasaan baru sebagai berikut:

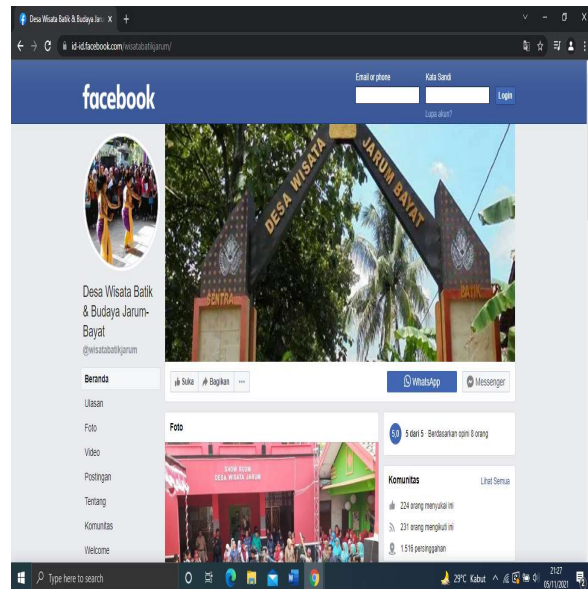
#### Marketing online

Pandemi Covid-19 telah memberikan dampak luar biasa pada perekonomian nasional maupun lokal, khususnya di sektor Usaha Kecil dan Menengah. Dalam kondisi pandemi covid 19 pokdarwis desa Jarum Bayat bersama pelaku wisata di desa Jarum bayat terus melakukan pemasaran akan hasil karya wisata di desa tersebut sehingga roda perekonomian lokal bisa berjalan. Dalam masa saat ini, pokdarwis melakukan promosi terkait produk desa wisata tersebut dengan cara melakukan pemasaran online. Sekarang ini,

Media sosial menjadi media utama dalam melakukan promosi produk yang mana mempunyai dampak yang sangat besar dan efektif. Berikut ini media online yang dimaksimalkan oleh pokdarwis dalam pemasaran wisata desa Jarum Bayat:

#### Facebook

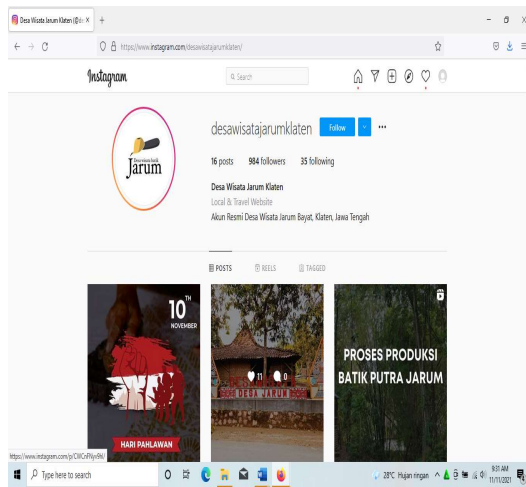
Media sosial facebook menjadi salah satu alternatif pokdarwis untuk mempromosikan desa wisata Jarum Bayat. Dengan memanfaatkan media social facebook, pokdarwis berharap mampu membantu dalam pemasaran secara online untuk mempertahankan roda perekonomian disaat masa pandemi covid 19 ini. Dengan memposting berbagai kegiatan dan hasil produk wisata desa jarum bayat, pokdarwis berkomitmen untuk tetap menjaga, melestarikan serta meningkatkan kualitas pelayanan wisata desa jarum. Dengan adanya peningkatan pelayanan berharap sangat adanya sebuah kontribusi transaksi penjualan produk melalui media sosial ini. Dengan adanya sebuah transaksi penjualan online melalui media sosial ini, pokdarwis beserta pelaku wisata setempat akan sangat terbantu dalam memutar roda perekonomian di era kebiasaan baru ini. Dengan semakin banyaknya pengguna media sosial ini, maka yang akan banyak pula yang mengenal desa wisata jarum bayat ini. Media sosial facebook menjadi salah satu sarana komunikasi dalam melakukan penjualan hasil produk desa wisata setempat. Dengan menampilkan berbagai kegiatan dan hasil karyanya, maka pengguna yang lain akan melihat, tertarik lebih dalam dan akhirnya terjadilah suatu transaksi penjualan. Sehingga bisa membantu perekonomian lokal desa wisata tersebut.



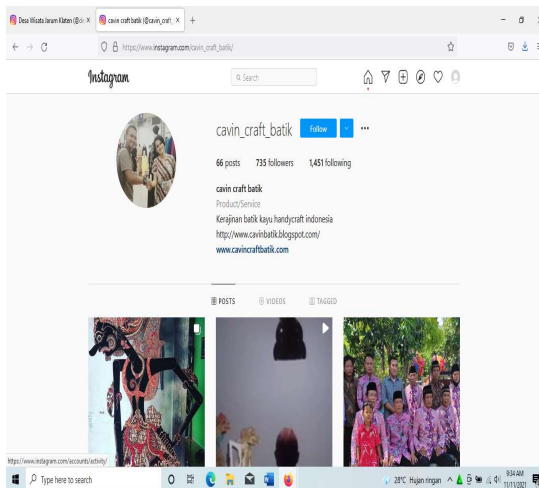
Gambar 1. Tampilan beranda facebook desa wisata jarum bayat

#### Instagram

Media sosial Instagram ini memiliki keunggulan yang menarik bagi para penggunanya. Dengan berbagai tampilan yang menarik akan mempengaruhi pengguna lain untuk melihat dan mengetahuinya. Media ini menjadi salah satu sarana promosi yang dipakai oleh pokdarwis jarum bayat. Dengan konten visual yang menarik akan menjadi kekuatan utama dalam mengenalkan hasil produk desa wisata tersebut. Banyak orang yang membeli sesuatu justru mengetahui dari media sosial Instagram ini. Tampilan sederhana tapi menarik inilah yang dimunculkan dalam media ini.



Gambar 2. Tampilan beranda Instagram desa wisata jarum



Gambar 3. Tampilan beranda instagram cavin batik desa jarum

Pemanfaatan media sosial ini membuat pemasaran produk desa wisata jarum menjadi sangat efektif yang memberikan manfaat dan kelebihan serta keuntungan bagi desa wisata tersebut. Dengan adanya interaksi, komunikasi yang efektif akan meningkatkan penjualan produk yang akan berdampak pada perekonomian lokal setempat.

### Workshop

Kegiatan workshop/pelatihan yang pernah diikuti oleh pokdarwis mempunyai banyak manfaat dan bertujuan untuk meningkatkan sumber daya yang ada di desa wisata jarum bayat. Berikut ini berbagai workshop/pelatihan yang pernah diikuti pokdarwis desa wisata Jarum Bayat:

Pelatihan tata kelola, bisnis, pemasaran di destinasi pariwisata.

Pelatihan tata kelola, bisnis dan pemasaran destinasi pariwisata di destinasi pariwisata ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, motivasi dan kemampuan para pengelola daya tarik wisata dan desa wisata dalam melakukan tata kelola, bisnis dan pemasaran di destinasi pariwisata, khususnya di desa wisata Jarum Bayat. Pelatihan ini dilaksanakan pada tanggal 21-23 Oktober 2021 oleh dinas pariwisata, budaya pemuda dan olahraga kab klaten di hotel Grand Cokro Klaten. Kegiatan ini berlangsung selama 3 hari dimana 2 hari dilaksanakan di hotel Grand Cokro Klaten kemudian hari terakhir dilanjutkan dengan studi banding ke “The Lawu Park”



Gambar 4. Studi banding ke the lawu park

Dengan mengikuti kegiatan pelatihan tersebut diharapkan pokdarwis setempat bisa memperoleh pengalaman serta pengetahuan baru untuk bisa memaksimalkan sumber daya setempat untuk bisa membantu memulihkan perekonomian lokal setempat karena pandemi covid 19 ini.

Diklat pengembangan umkm pewarnaan alam kerajinan kayu dan serat anyaman,

Pelaksanaan diklat ini diselenggarakan oleh dekranas dan kementerian ESDM pada tanggal 25-29 Oktober 2021 yang bertempat di Joglo desa Jarum Bayat. Diklat ini bertujuan untuk mempersiapkan tenaga kerja lokal serta membangun jiwa kewirausahaan di era kebiasaan baru ini.

Dalam diklat tersebut diharapkan pokdarwis bersama masyarakat setempat selaku tenaga kerja akan siap dan mandiri dalam berusaha. Sebagai desa wisata dan masyarakat yang produktif perlu mengembangkan sebuah Kreativitas dari masyarakat Desa Jarum dari kerajinan kayu dan anyaman. Sehingga diperlukan sebuah dukungan pengembangan dan upaya menjaga kelestarian lingkungan hidup dan pembangunan ekonomi masyarakat setempat.



Gambar 5. Diklat pengembangan UMKM di Joglo desa Jarum Bayat

Dengan berkembangnya industri kerajinan di desa jarum bayat tersebut, diharapkan stelah kegiatan diklat ini mampu memberikan lapangan pekerjaan kepada masyarakat dan mampu mendorong perekonomian masyarakat sekitar. Pokdarwis Bersama pelaku wisata setempat juga bisa mendorong pelaku UMKM di desa tersebut untuk meningkatkan produknya menjadi lebih bervariasi, berkualitas, serta mampu memperluas jangkauan pemasarannya melalui laman daring atau sosial media yang ada sehingga bisa meningkatkan daya saing produk yang akan berpengaruh pada perekonomian lokal setempat.

Kendala-kendala yang dihadapi pokdarwis dalam membangkitkan perekonomian lokal di era kebiasaan baru desa wisata jarum bayat disebabkan beberapa faktor, sebagai berikut:

Terbatasnya SDM pemasaran

SDM merupakan faktor utama dalam pengembangan kerajinan batik di desa Jarum.

Saat ini proses kerajinan batik itu sendiri didominasi oleh para pemilik kerajinan itu sendiri. Dari proses membatik bahkan sampai ke kegiatan pemasaran kerajinan tersebut. Terbatasnya SDM sangat berpengaruh dalam keberlangsungan kerajinan batik tersebut. Kendala seperti ini sangat sering dijumpai dalam sebuah usaha produk. Dalam kondisi saat ini yang selalu mengikuti perkembangan jaman, maka dibutuhkan sebuah keahlian yang tidak hanya sekedar memproduksi kerajinan batik itu sendiri. Namun harus diimbangi dengan SDM yang memiliki keahlian diluar memproduksi batik itu sendiri, seperti membuat inovasi-inovasi baru, bagaimana mengenalkan serta mempromosikan kerajinan batik tersebut. Bisa jadi kerajinan ini hanya sekedar menjadi kegiatan sampingan dari masyarakat sendiri, sehingga hasil produksinya kurang maksimal. Bagaimana mengelola sebuah usaha dibutuhkan manajemen usaha yang bagus pula supaya bisa lebih eksis serta mampu mengikuti persaingan usaha serta perkembangan jaman yang selalu mengalami perubahan.

Terbatasnya pengetahuan pemasaran

Pengetahuan strategi pemasaran sebuah produk memang sangat berpengaruh dalam hasil penjualan produk. Pemasaran yang dilakukan pokdarwis setempat sudah dilakukan dengan beberapa media sosial yang ada. Namun pemasarannya masih terbatas dengan media sosial yang mereka punya, seperti facebook dan Instagram. Hal ini disebabkan karena terbatasnya sumber daya yang menangani pemasaran secara khusus dan intensif. Pemasaran dengan memperluas jaringan juga menjadi kendala. Pemasaran *mouth to mouth* juga menjadi salah satu media pemasaran yang dilakukan. Dengan terbatasnya pengetahuan tersebut, maka perlu sebuah pendampingan yang intensif terkait pengembangan desa wisata sehingga nanti bisa meningkatkan perekonomian lokal setempat.

Terjadinya penurunan kunjungan wisatawan

Secara global, adanya pandemi covid 19 ini berdampak luar biasa terkait pariwisata. Salah

satu dampak yang dirasakan adalah terjadinya penurunan kunjungan wisatawan. Dengan adanya berbagai anjuran dan peraturan dimasa pandemi covid 19 ini, secara langsung merubah kondisi pariwisata global, khususnya di desa jarum bayat. Peraturan yang menganjurkan untuk selalu menjaga jarak menjadi salah satu alasan turunnya kunjungan wisatawan. Ditahun-tahun sebelum adanya pandemi covid 19 ini, kunjungan wisatawan bisa dikatakan setiap bulan terjadi kunjungan wisatawan dari luar kota. Namun dengan kondisi pandemi covid 19 ini, kunjungan wisatawan mengalami penurunan. Pada saat kunjungan wisatawan, para wisatawan bisa melakukan edukasi batik secara Bersama-sama, namun yang terjadi justru sebaliknya. Secara otomatis dengan adanya penurunan jumlah kunjungan tersebut sangat berpengaruh terhadap *income* bagi perekonomian lokal setempat.

## SIMPULAN

Upaya yang dilakukan pokdarwis desa wisata jarum bayat untuk meningkatkan perekonomian lokal di era kebiasaan baru adalah sebagai berikut:

Media promosi merupakan salah satu media untuk mengenalkan hasil produk yang dihasilkan oleh seorang pengrajin. Di desa wisata Jarum sudah menjalankan promosi dengan baik. Dilihat dari beberapa postingan di media sosial yang ada, dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan di desa wisata jarum tersebut. Dengan menggunakan media sosial, itu menunjukkan bahwa sebagian besar para pengrajin bersama pokdarwis menyadari bahwa media tersebut sangat efektif untuk mengenalkan hasil kerajinannya. Secara tidak langsung dengan media tersebut, dalam mengenalkan hasil kerajinannya bisa dinikmati dari berbagai kalangan calon pembeli maupun konsumen. Media ini sangat ampuh untuk mengenalkan produk mereka. Selain lebih efektif, media ini juga sangat mudah untuk diaplikasikan dalam strategi promosi, bahkan tidak membutuhkan modal/uang banyak untuk promosi hasil kerajinannya. Kedepannya untuk penggunaan

media sosial sebagai media promosi, bisa diakomodir oleh pokdarwis sehingga bisa satu atap dalam hal pemasaran.

Kegiatan pelatihan/diklat yang diikuti pokdarwis sangat membantu dalam menunjang peningkatan perekonomian lokal setempat. Pelatihan/diklat tersebut bertujuan untuk menumbuh kembangkan potensi desa wisata jarum serta untuk memunculkan kreativitas masyarakat setempat untuk produktif dan berwirausaha. Dengan adanya pelatihan tersebut sangat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pokdarwis dan masyarakat. Dengan bertemu langsung dengan ahlinya, pokdarwis dan masyarakat bisa memperoleh berbagai manfaat seperti menambah skill, wawasan, memperluas jaringan dan mencoba usaha baru yang akan dikembangkan. Sehingga perekonomian lokal setempat bisa mengalami kenaikan di era kebiasaan baru ini.

Kendala yang dihadapi pokdarwis, seperti terbatasnya sumber daya pemasaran, terjadinya penurunan kunjungan wisatawan menjadikan kendala dalam meningkatkan perekonomian lokal setempat. Kondisi dan situasi yang membuat pokdarwis untuk selalu berpikir cara mengatasi hal tersebut. Dengan adanya beberapa kendala tersebut, maka pokdarwis beserta desa wisata bisa memetakan serta memahami kendala yang dihadapi dalam proses promosi hasil kerajinannya. Pokdarwis, pengrajin serta desa wisata bisa mengevaluasi mana kendala yang paling urgent untuk ditangani segera.

Pokdarwis sebaiknya melakukan kerjasama dengan pihak ketiga baik negeri maupun swasta untuk melakukan kegiatan yang mendukung pengembangan dan peningkatan perekonomian masyarakat di era kebiasaan baru ini. Dengan memperluas jaringan akan sangat membantu dalam meningkatkan perekonomian lokal, dimana jaringan itulah yang akan membantu dalam pemasaran.

Dari berbagai kendala yang ada, pokdarwis bisa mengutamakan kendala utama yang harus segera ditangani begitu seterusnya supaya tidak menurunkan perekonomian lokal setempat. Maka diperlukan sebuah



pendampingan untuk mengatasi kendala tersebut.

## REFERENSI

- Albab .(2015). *Pengrajin Batik Paguyuban Putri Kawung: Studi Peningkatan Kesejahteraan Keluarga di Desa Jarum, Bayat, Klaten*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Creswell, J.W. (2016). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Gitosudarmo, I. (2001). *Manajemen Strategis. Edisi Pertama*. Yogyakarta: PT. BPF.
- Grade, R. (2008). *Strategi Ampuh Berbisnis*. Yogyakarta: B-First.
- Hermawan, H. (2016). Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglanggeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Jurnal Pariwisata*, 3(2).
- Mardikanto, T, and, Soebianto, P. (2013). *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perspektif kebijakan Publik*. Alfabeta. Surakarta.
- Sumarsono, et.al. (2006). *Pendidikan Kewarganegaraan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sofjan, A. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, Hlm. 5
- Nurchayati dan Ratnawati., A. T. (2016). *Strategi Pengembangan Industri Kreatif Sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang*. Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu ke 2 Tahun 2016. Hal 180-90. ISBN 978-979-3649-96-2
- Prakoso.(2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Kreatif Berbasis Masyarakat (Community-based Creative Tourism) di Bintan, *Journal of Tourism and Creativity*,3,(2).
- Rahayu, S. (2016). *Pariwisata Kreatif: Strategi Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA)*. Prosiding Seminar Nasional Pendidikan. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Samawan. Hal 416-423. ISBN 978-602-61182-0-2
- Rakib. M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata. *Jurnal Kepariwisataaan*, 1(2)
- Suseno TW, dkk. (2005). “*Resposisi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dalam Perekonomian Nasional*”, (Yogyakarta : Universitas Danata Dharma,) hlm. 14.
- Simarmata. Hengki M P, Panjaitan.N J.(2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal EK&BI* , 2(2)
- Usman Y dan Enny A.H.(1992). *Zakat dan Pajak*. Jakarta: PT.Bina Rena Parieara.hlm. 243.
- Wulandari, L. W. (2014). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa Wisata Berbasis Budaya Sebagai Niche Market Destination (Studi Kasus pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Sleman). *Aplikasi Bisnis*, 16(9).