

**Esti Cemporaningsih*; Destha Titi
Raharjana; Janianton Damanik**Pusat Studi Pariwisata, Universitas
Gadjah Mada*) *corresponding author:*
estipuspar@ugm.ac.id**Ekonomi Kreatif sebagai Poros
Pengembangan Pariwisata di
Kecamatan Kledung dan
Bansari, Kabupaten
Temanggung****Abstrak**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya potensi wisata dan ekonomi kreatif di Kledung dan Bansari, Temanggung yang beragam. Namun sayangnya pengelolaan yang dilakukan sejauh ini terkesan apa adanya tanpa konsep, arah, dan strategi yang jelas. Oleh sebab itu penelitian ini bertujuan untuk mensinergikan pengelolaan berbagai potensi wisata dan ekonomi kreatif tersebut supaya lebih dapat memberikan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Penelitian ini didekati secara deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, survey, observasi, dan FGD. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara rasional berdasarkan pola logika berfikir tertentu. Setelah itu data dikaitkan dengan gambaran perkembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata di lokasi tersebut. Pada akhirnya, hasil analisis akan diformulasikan untuk menarik kesimpulan terkait strategi pengembangan pariwisata berdasarkan ekonomi kreatif. Hasil penelitian ini adalah; 1) kopi Kledung dan keseinan Bansari adalah klaster ekonomi kreatif dengan pengelolaan yang cukup baik di antara klaster lain; 2) orientasi pengembangan pariwisata didasarkan pada penguatan sektor ekonomi kreatif sebagai titik tumpunya; 3) rendahnya kompetensi SDM menjadi fokus utama dalam pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Akhir penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif belum tersinergikan dengan optimal. Keadaan tersebut kemudian membawa implikasi terhadap formulasi konsep, arah dan strategi yang secara faktual tertuang dalam dokumen visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Dokumen tersebut akan menjadi dasar para *stakeholder* terkait dalam pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif agar fokus dan terarah sehingga akan mendekatkan pada kesejahteraan.

Kata kunci: ekonomi kreatif; pariwisata; klaster ekonomi; rantai ekonomi**Abstract**

This research was motivated by the various tourism potential and creative economy in Kledung and Bansari, Temanggung. But unfortunately the management that has been carried out so far has been impressed without a clear concept, direction and strategy. Therefore, this study aims to synergize the management of various tourism potentials and the creative economy so that it can provide more welfare for the surrounding community. This research is approached descriptively qualitatively. Data obtained through in-depth interviews, surveys, observations, and FGD. The data obtained were then analyzed rationally based on certain logical patterns of thinking. After that the data is linked to the description of the development of the creative economy as a driver of tourism in that location. In the end, the results of the analysis will be formulated to draw conclusions regarding the tourism development strategy based on the creative economy. The results of this study are; 1) Kledung coffee and Kledung Bansari coffee are creative economy clusters with fairly good management among other clusters; 2) tourism development orientation is based on strengthening the creative economy sector as its fulcrum; 3) the low competency of human resources is the main focus in developing tourism based on the creative economy. The end of this study concludes that the management of tourism and the creative economy has not been optimally synergized. This situation then has implications for the formulation of concepts, directions and strategies which are factually contained in the document of the vision, mission, goals and objectives of tourism development based on creative economy. This document will be the basis for relevant stakeholders in developing tourism-based creative economy so that it is focused and directed so that it will draw closer to welfare.

Key words: *creative economy; tourism; economic cluster; economic chain*

PENDAHULUAN

Perkembangan pesat pariwisata tercermin oleh geliat daerah dalam mengembangkan potensi pariwisata untuk mengundang para wisatawan baik lokal, nasional, maupun mancanegara. Pariwisata seolah telah bertransformasi menjadi kebutuhan pokok masyarakat di atas kejenuhan rutinitas pekerjaan. Klasifikasi jenis pariwisata berdasarkan letak geografis dijelaskan menjadi pariwisata lokal (*local tourism*), pariwisata regional (*regional tourism*), pariwisata nasional (*national tourism*), pariwisata internasional-regional (*regional-international tourism*), dan pariwisata internasional (*international tourism*) (Suwena & Widyatmaja, 2017). Kurun waktu lima tahun (2013-2018), intensitas perjalanan wisatawan domestik mengalami peningkatan sebesar lebih dari 21%, seperti dikutip dari data Badan Pusat Statistik yang dijabarkan oleh (Kusnandar, 2019).

Peningkatan tersebut didukung oleh keberagaman atraksi wisata baik alamiah maupun hasil cipta manusia. pengelompokan jenis pariwisata berdasarkan objeknya menjadi; wisata seni budaya (*cultural tourism*), wisata kesehatan (*recuperational tourism*), wisata niaga/belanja (*commercial tourism*), wisata olah raga (*sport tourism*), wisata politik (*political tourism*), wisata sosial (*social tourism*), wisata religi (*religion tourism*), dan wisata air (*marine tourism*) (Suwena & Widyatmaja, 2017). Keberagaman tersebut memungkinkan setiap daerah untuk mengembangkan sektor pariwisata sesuai dengan potensi dan karakteristik masing-masing.

Geliat pariwisata daerah juga ditandai oleh munculnya berbagai *branding* berupa logo visual dan *tagline*. *Tagline* tersebut berdasarkan mesin pencarian (Google Images, n.d.) misalnya *Stunning Bandung*, *Wonosobo*, *The Paradise of Java*, *Friendly Lombok*, *Explore Makassar*, *Bali*, *The Island of Gods*, *Majestic Banyuwangi*, dan *Purbalingga Memikat*. Di sisi lain, geliat pengembangan wisata daerah terasa sekedarnya karena tidak disertai konsep dan strategi konkrit. Sebagian besar daerah hanya terfokus pada

“eksploitasi” potensi wisata alam. Belum profesionalnya pengelolaan pariwisata menyebabkan aspek pariwisata belum mendapatkan perhatian. Aspek terpenting tersebut adalah kepuasan wisatawan. Para ahli pariwisata (Corte *et al.*, 2015) menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan unsur terpenting dalam pengembangan pariwisata. Saat kepuasan wisatawan tercapai, biaya dan elastisitas harga produk dapat ditekan, serta reputasi destinasi akan meningkat. Pendapat lain menyatakan bahwa kepuasan wisatawan merupakan rangkuman hasil evaluasi produk fisik (*instrumental performance*) dan interpretasi psikologis atas produk tersebut (*expressive attributes*) (Yoon & Uysal, 2005). Pada akhirnya, kepuasan wisatawan menjadi faktor penentu kesan positif destinasi, mengundang lebih banyak pengunjung, dan meningkatkan loyalitasnya, (Meng *et al.*, 2008). Sekian banyak daerah yang giat mengembangkan sektor pariwisatanya, penulis menentukan Kabupaten Temanggung sebagai fokus lokasi penelitian, khususnya Kecamatan Kledung dan Bansari.

Berbagai potensi wisata di kedua kecamatan tersebut telah dapat diakses secara umum meskipun belum dikelola secara profesional. Wisata yang ditawarkan masih sebatas pada wisata alam. Di sisi lain, inovasi dan kreatifitas mutlak diperlukan dalam pengelolaan pariwisata dari proses kreasi hingga komersialisasi. Latar belakang tersebut mendorong penulis untuk melakukan penelitian dengan judul *Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung* dengan tujuan agar pengelolaan pariwisata di Kledung dan Bansari dapat lebih terkonsep, terarah, dan profesional dengan berbasis optimalisasi sektor ekonomi kreatif.

Kreatifitas dan inovasi sangat dibutuhkan untuk mensinergikan sektor pertanian, perkebunan, perikanan, peternakan, dan pariwisata untuk memacu pertumbuhan ekonomi. Untuk mensinergikan berbagai sektor tersebut, pada penelitian ini penulis menggunakan konsep ekonomi kreatif sebagai penggerak

pengembangan pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari. Pengembangan pariwisata melalui ekonomi kreatif di masing-masing daerah akan terpacu untuk lebih kreatif dan inovatif dalam meningkatkan nilai tambah dan daya saing berbagai produknya. Namun demikian, konsep tersebut memerlukan sinergi dari berbagai pihak yaitu pemerintah, cendekiawan, dan pengelola/pelaku pariwisata.

Pada akhirnya, penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan berbagai pemetaan dan formulasi terkait pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di Kecamatan Kledung dan Bansari yaitu; 1) pemetaan sub-sektor ekonomi kreatif dan potensi pariwisata; 2) klaster dan analisis mata rantai wisata ekonomi kreatif; 3) perumusan arah visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan ekonomi kreatif; dan 4) strategi pengembangan pariwisata ekonomi kreatif.

TINJAUAN PUSTAKA

Pariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun belajar (Suwanto, 2004).

Lebih spesifik pakar lainnya berpendapat bahwa “pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan berekreasi untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam” (Yoeti, 2008).

Pendapat lainnya mengemukakan bahwa “Pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri, dll) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen” (Pitana, 2005).

Rangkuman dari ketiga pemahaman pariwisata di atas adalah pariwisata merupakan kegiatan perjalanan oleh satu orang atau lebih untuk sementara menuju satu tempat atau lebih dengan tujuan bertamasya atau rekreasi sembari menikmati layanan, fasilitas, dan atraksi wisata untuk mendapatkan kepuasan batin. Selbihnya, berdasarkan rangkuman tersebut terdapat beberapa elemen dasar perjalanan wisata agar tercapai kepuasan batin; 1) jenis/atraksi wisata; 2) transportasi; 3) fasilitas dan layanan wisata.

Globalisasi membuat kreatifitas mutlak diperlukan di setiap sektor, tidak terkecuali pada perekonomian. Bahkan pada 2009, Presiden Republik Indonesia mengeluarkan Inpres No. 6, 2009 tanggal 5 Agustus 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, seperti dikutip dari (Fitriana *et al.*, *n.d.*), bahwa dalam rangka mendorong percepatan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai wilayah, khususnya kabupaten/kota sebagai penghasil utama produk unggulan, maka perlu dilakukan percepatan ke arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal dan penggunaan produk yang telah memperoleh sentuhan nilai tambahan secara optimal dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi (Howkins, 2001). Pendapat lain, ekonomi kreatif merupakan “penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreatifitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi (Kemenparekraf, dikutip El Hasanah, 2018).

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, ekonomi kreatif merupakan potensi (ide dan gagasan) yang mengandung kreatifitas dan inovasi untuk meningkatkan nilai ekonomi produk, sehingga mampu membawa kesejahteraan. Jika dikaitkan dengan pariwisata, maka ekonomi kreatif sebagai penggerak pengembangan pariwisata merupakan ide dan gagasan yang diberikan sentuhan kreatifitas dan inovasi guna meningkatkan nilai ekonomi dari aspek-aspek pariwisata (atraksi, objek, fasilitas,

transportasi, produk, dan layanan) sehingga akan meningkatkan kunjungan wisatawan dan mewujudkan kepuasan wisatawan. Pada saat itulah perputaran ekonomi terjadi yang akan membawa pada kesejahteraan.

Sinergi antara ekonomi dan pariwisata akan menghasilkan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan pariwisata yang positif. Secara umum, pengembangan pemberdayaan masyarakat (komunitas setempat) melalui ekonomi kreatif sangat membawa dampak positif dan merupakan salah satu model pengembangan pembangunan pariwisata ke depan. Pemberdayaan tidak hanya dalam pengembangan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berdaya, namun juga pada upaya peningkatan harkat, martabat, percaya diri, dan harga diri, serta terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat (Wulandari, 2014).

Ekonomi kreatif memang sangat strategis untuk dikolaborasikan dengan pariwisata. Sebagai contoh, Pemerintah Kota Pekalongan tengah gencar mendorong kreatifitas dan inovasi dalam pengelolaan dan produksi batik melalui berbagai strategi untuk menggenjot kunjungan wisatawan. Namun demikian, strategi-strategi tersebut masih berfokus pada aspek fisik saja. Lebih lanjut lagi, strategi yang diterapkan seharusnya tidak hanya membangun aspek fisik namun aspek non-fisik, seperti penyelenggaraan pameran, pelatihan, atau agenda pariwisata lainnya. Kreatifitas dan inovasi dapat dituangkan pada konsep acara agar dapat menarik lebih banyak wisatawan. (Damayanti & Latifah, 2015).

Keterkaitan yang erat antara pariwisata dengan ekonomi kreatif juga diperlihatkan di Yogyakarta. Yogyakarta memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak utama pariwisata. Namun hal ini masih mendapati kendala yang secara umum terkait dengan ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) produktif dan bahan baku. SDM yang kreatif dan melimpah justru lebih tertarik untuk merantau ke kota-kota besar atau berorientasi pada status pegawai. Potensi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata ini justru bertolak belakang

dengan minat muda-mudi saat ini. Oleh sebab itu, pengembangan ekonomi kreatif khususnya berbasis budaya perlu dilakukan dengan berbagai strategi-strategi pengembangan (El Hasanah, 2018).

Penulis simpulkan bahwa pola dasar pada pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif ini adalah dengan memacu kuantitas dan kualitas berbagai produksi ekonomi kreatif. Produk ekonomi kreatif yang bagus kemudian akan menjadi daya pikat wisatawan, sehingga daya tarik wisata yang ditawarkan tidak hanya potensi wisata alam, namun juga berbagai produk kreatif dan inovatif. Muara dari *simbiosis mutualisme* antara pariwisata dan ekonomi kreatif adalah meningkatnya kesejahteraan masyarakat.

Namun demikian, rencana pengembangan tersebut memerlukan sinergi yang kuat antar-*stakeholder* yaitu pemerintah, cendekiawan, tokoh masyarakat, dan para pelaku wisata. Walaupun pada akhirnya, semua strategi pengembangan tersebut akan bertumpu pada peran aktif masyarakat.

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian adalah di Kecamatan Kledung dan Bansari, Temanggung, Jawa Tengah. Daerah ini memiliki potensi wisata ekonomi kreatif yang beragam untuk dikembangkan, sehingga dipilih sebagai lokasi penelitian untuk pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif.

Studi ini didekati secara kualitatif dan tergolong sebagai studi deskriptif. Tujuan yang ingin dicapai adalah mendapatkan gambaran dan strategi pengembangan pariwisata melalui ekonomi kreatif di lokasi penelitian. Gambaran tersebut diharapkan bersifat faktual dan sistematis tentang konsep pengembangan pariwisata melalui ekonomi kreatif di kedua kecamatan tersebut. Data yang didapatkan diolah dengan analisis rasional berdasarkan pola logika berfikir tertentu. Data-data tersebut dikaitkan dengan gambaran perkembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata di lokasi tersebut untuk kemudian didapatkan kesimpulan terkait strategi pengembangan pariwisata

berdasarkan ekonomi kreatif yang lebih spesifik dan sistematis.

Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan cara: 1) Wawancara mendalam; mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada sumber yang dapat memberikan informasi secara faktual terkait permasalahan yang akan diteliti. 2) Survey; mengamati dan membuat catatan faktual dan sistematis mengenai fenomena obyek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung. Serta, 3) FGD; yaitu diskusi dengan para *stakeholder* terkait guna menggali ide dan gagasan dan merumuskannya secara kolektif dalam rangka pengembangan pariwisata melalui optimalisasi ekonomi kreatif.

Sedangkan data sekunder didapatkan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kabupaten Kledung dan Bansari, Temanggung. Serta data paguyuban pengelola desa wisata dan pelaku usaha wisata lokal.

Peneliti membuat batasan fokus berdasarkan rumusan masalah yang sebelumnya telah ditentukan;

- Pemetaan sub-sektor ekonomi kreatif dan potensi pariwisata;
- identifikasi klaster dan analisis mata rantai wisata ekonomi kreatif;
- perumusan arah visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan ekonomi kreatif; dan
- identifikasi strategi pengembangan pariwisata ekonomi kreatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Profil Sosial dan Masyarakat, Perekonomian, dan Pariwisata Kecamatan Kledung dan Bansari

a. Sosial dan masyarakat

Secara kuantitas, kedua kecamatan memiliki cukup SDM untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Namun demikian, secara kualitas SDM harus memiliki kecakapan dan etos untuk mengelola dan mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak pariwisata.

Tabel 1 Data Jumlah Penduduk Kecamatan Kledung

No.	Desa	Rumah Tangga	Jumlah penduduk		
			Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Batursari	412	794	758	1.552
2	Kledung	664	1.151	1.163	2.314
3	Jambu	207	429	402	831
4	Canggal	127	268	260	528
5	Kruwisan	581	1.129	1.103	2.232
6	Petarangan	967	1.840	1.786	3.626
7	Tlahap	929	1.679	1.647	3.326
8	Kwadungan Jurang	301	516	518	1.034
9	Kwadungan Gunung	572	1.064	1.072	2.136
10	Jeketro	313	599	551	1.150
11	Tuksari	977	1.896	1.793	3.689
12	Paponan	439	714	749	1.463
13	Kalirejo	248	432	442	874
Jumlah		6.737	12.511	12.244	24.755

Sumber: Kecamatan Kledung dalam Angka 2018

Tabel 2 Data Jumlah Penduduk Kecamatan Bansari

No	Desa	Rumah Tangga	Rumah Tangga Miskin (RTM)	Jumlah penduduk		
				Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1	Tlogowero	315	123	507	518	1025
2	Balesari	760	193	1.213	1.200	2.413
3	Campuranom	516	155	820	822	1.642
4	Mojosari	840	176	1.210	1.181	2.391
5	Mranggan Kidul	431	133	676	716	1.392
6	Mranggan Tengah	286	67	458	403	861
7	Bansari	1.504	492	2.472	2.369	4.841
8	Gentingsari	388	150	669	649	1.319
9	Tanurejo	258	70	419	438	856
10	Purborejo	593	205	982	930	1912
11	Rejosari	298	96	454	492	946
12	Candisari	1.159	348	1.709	1.658	3.367
13	Gunungsari	491	132	768	733	1.501
Jumlah		7.839	2.340	12.357	12.109	24.466

Sumber: RPKP Eduwisata Kecamatan Bansari, 2018.

Meskipun tidak selalu, tingkat pendidikan masyarakat sering dijadikan parameter kualitas SDM. Untuk mengetahuinya, di bawah ini merupakan data tingkat pendidikan penduduk di kedua kecamatan.

Tabel 3 Data Tingkat Pendidikan Penduduk Kecamatan Kledung

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD/Sederajat	9.133 jiwa	40%
2	SMP/Sederajat	2.983 jiwa	13%
3	SMA/Sederajat	979 jiwa	4%
4	Akademi	97 jiwa	0,5%
4	Pendidikan Tinggi/Universitas	91 jiwa	0,5%
5	Tidak Tamat SD	9.560 jiwa	42%
Jumlah		22.843 jiwa	100%

Sumber: Kecamatan Kledung dalam Angka 2018

Tabel 4 Data Tingkat Pendidikan Penduduk Kecamatan Bansari

No	Tingkat Pendidikan	Jumlah	Prosentase
1	SD	4.994 jiwa	48%
2	SMP	2.453 jiwa	24%
3	SMA	1.891 jiwa	18%
4	Pendidikan Tinggi	492 jiwa	5%
5	Tidak Tamat SD	527 jiwa	5%
Jumlah		10.357 jiwa	100%

Sumber: RPKP Eduwisata Kecamatan Bansari, 2018.

Rekapitulasi data di atas, lebih dari 50% masyarakat hanya mengenyam pendidikan hingga SMP. Berdasarkan wawancara dengan

penduduk, dahulu masih terdapat paradigma bahwa bertani dan bekerja untuk menghasilkan uang adalah lebih baik daripada menghabiskan uang untuk sekolah. Penulis merasa bahwa masyarakat di kedua kecamatan tersebut sangat membutuhkan pelatihan intensif terkait pengelolaan pariwisata berbasis ekonomi kreatif supaya pengembangan wisata ekonomi kreatif dapat diwujudkan dengan maksimal.

b. Perekonomian

Kondisi perekonomian masyarakat terlihat dari beragamnya jenis mata pencaharian yang ada.

Tabel 5 Data Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Kledung

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	Prosentase
1	Pertanian	11.561 jiwa	79,16%
2	Industri Pengolahan	361 jiwa	2,47%
3	Bangunan	260 jiwa	1,78%
4	Perdagangan	1.350 jiwa	9,24%
5	Angkutan	182 jiwa	1,25%
6	Jasa	680 jiwa	4,66%
7	Lain-lain	211 jiwa	1,44%
Jumlah		14.605 jiwa	100%

Sumber: Kabupaten Temanggung dalam Angka 2018

Tabel 6 Data Mata Pencaharian Penduduk Kecamatan Bansari

No	Jenis Mata Pencaharian	Jumlah	Prosentase
1	Petani	7.388 jiwa	90,52%
2	Buruh	676 jiwa	8,28%
3	PNS/TNI/POLRI	98 jiwa	1,20%
Jumlah		8.162 jiwa	100%

Sumber: RPKP Eduwisata Kecamatan Bansari, 2018.

Keragaman mata pencaharian tersebut dapat saling disinergikan, sehingga semua sektor dapat berkembang secara proporsional. Penduduk di Kecamatan Kledung memiliki mata pencaharian yang lebih beragam, sementara di Kecamatan Bansari hanya terdapat tiga mata pencaharian berbeda. Namun demikian, terdapat kesamaan di antara keduanya yaitu mayoritas merupakan petani. Keadaan ini menegaskan bahwa kedua kecamatan merupakan wilayah agraris yang subur. Hasil pertanian dan perkebunan tersebut berasal dari sawah, ladang tembakau, ladang hortikultura, jambu merah, kopi, dan lain sebagainya.

Berdasarkan data yang didapatkan, sektor pertanian dan perkebunan merupakan penyokong ekonomi terbesar di Kecamatan Kledung. Lebih rinci, penyokong komoditi terbesar secara berurutan berasal dari tanaman sayuran, tanaman

pangan, perkebunan (kopi dan tembakau), dan terakhir buah-buahan.

Tabel 7 Luas Panen dan Hasil Produksi Tanaman Pangan, Sayur, Buah, dan Perkebunan Kecamatan Kledung 2017

No	Jenis Tanaman	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
Tanaman Pangan			
1	Padi	186,30	1.128,79
2	Jagung	269,00	1.198,13
Sayuran			
3	Tomat	94,50	1.195,53
4	Bawang Putih	475,00	3.507,18
5	Bawang Merah	837,00	6.442,00
6	Kentang	51,00	888,00
7	Kubis	271,00	5.897,40
8	Cabai	589,00	4.077,00
9	Sawi	10,00	127,82
Buah-buahan			
10	Pisang*	1.946,00	144,96
Tanaman Perkebunan			
11	Kopi Arabica	588,09	319,69
12	Kopi Robusta	1,10	0,74
13	Tembakau	2.128,50	1.392,04

Ket: *) rumpun.

Sumber: Kabupaten Temanggung dalam Angka 2018

Tabel 8 Populasi Ternak dan Unggas Kecamatan Kledung 2017

No	Jenis	Jumlah Populasi (Ekor)
Ternak		
1	Sapi Potong	452
2	Kambing	70
3	Domba	8.267
4	Babi	13
5	Kelinci	1.065
Unggas		
6	Ayam Kampung	62.485
7	Itik	437
8	Entok	262
9	Angsa	891

Sumber: Kabupaten Temanggung dalam Angka 2018

Tabel 9 Produksi Perikanan Tangkap Kecamatan Kledung 2017

No	Tempat	Produksi (Kw)
1	Kolam	1.851,69
2	Mina Padi	713,89
3	Sungai	42,97
Jumlah		2.608,55

Sumber: Kabupaten Temanggung dalam Angka 2018

Selanjutnya dari sektor peternakan, komoditi tertinggi adalah ayam kampung dan disusul domba. Budidaya perikanan tangkap juga turut menyokong perekonomian Kecamatan Kledung.

Sementara itu, meskipun belum signifikan, sektor pariwisata juga turut berkontribusi melalui wisata Embung Kledung, Desa Wisata Tlahab, dan Wisata Alam Plosong. Tentu sangat diperlukan sinergi di antara semua sektor supaya pariwisata dapat dikelola dan dikembangkan agar lebih bermanfaat.

Seperti halnya dengan Kecamatan Kledung, perekonomian Bansari juga paling banyak ditopang oleh sektor pertanian dan perkebunan dengan komoditas terbesar adalah tanaman pangan seperti padi dan jagung.

Tabel 10 Luas Panen dan hasil Produksi Tanaman Pangan per Desa di Kecamatan Bansari 2017

No	Desa	Padi		Jagung	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Tlogowero	-	-	36	154,3
2	Balesari	62,8	421	2,2	9,6
3	Campuranom	155,9	1.044,6	4,8	20,5
4	Mojosari	39	261,1	3,8	16,4
5	Mranggen Kidul	-	-	1	4,1
6	Mranggen Tengah	-	-	45,7	195,4
7	Bansari	85,1	570,3	76	352,2
8	Gentingsari	-	-	132,2	565,7
9	Tanurejo	3,2	21,4	51,7	221,4
10	Purborejo	109	730,1	88,1	377,2
11	Rejosari	81,1	543,6	55,9	239,1
12	Candisari	67,6	453	107	457,8
13	Gunungsari	61,3	410,4	121,6	520,6
Jumlah		665	4.455,5	726	3107,3

Sumber: Kecamatan Bansari Dalam Angka, Tahun 2018

Tabel 11 Luas Panen dan hasil Produksi Tanaman Sayuran per Desa di Kecamatan Bansari 2017

No	Desa	Cabe		Bawang Merah		Tomat		Kubis	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)
1	Tlogowero	25,44	81,30	12,25	2,8	19,5	9	221,2	98,02
2	Balesari	15,26	48,74	7,35	1,7	11,7	5,4	132,7	58,81
3	Campuranom	25,44	81,30	12,25	2,8	19,5	9	221,2	98,02
4	Mojosari	25,44	81,30	12,25	2,8	19,5	9	221,2	98,02
5	Mranggen Kidul	15,26	48,74	7,35	1,7	11,7	5,4	132,7	58,81
6	Mranggen Tengah	30,54	97,57	14,70	3,4	23,4	10,8	265,5	117,62
7	Bansari	25,44	81,30	12,25	2,8	19,5	9	221,2	98,02
8	Gentingsari	39,54	97,57	14,70	3,4	23,4	10,8	265,5	117,62
9	Tanurejo	15,23	48,56	7,35	1,7	11,7	5,4	132,7	58,81
10	Purborejo	25,44	81,30	12,25	2,8	19,5	9	221,2	98,02
11	Rejosari	40,70	130,04	19,60	4,5	31,2	14,4	354	156,83
12	Candisari	35,61	113,76	17,15	3,9	27,3	12,6	309,7	137,23
13	Gunungsari	96,66	308,82	46,55	10,7	74,2	34,2	840,6	372,47
Jumlah		407	1.300,4	196	45	312,4	144	3.539,5	1.568,3

Sumber: Kecamatan Bansari Dalam Angka, Tahun 2018

Tabel 12 Jumlah Pohon Buah-Buahan dan Hasil Produksi per Desa di Kecamatan Bansari 2015

No	Desa	Pisang	
		Pohon Produksi	Produksi (Kw)
1	Tlogowero	221,38	11,37
2	Balesari	132,83	6,82
3	Campuranom	221,38	11,37
4	Mojosari	221,38	11,37
5	Mranggen Kidul	132,83	6,82
6	Mranggen Tengah	265,65	13,64
7	Bansari	221,38	11,37
8	Gentingsari	265,65	13,64
9	Tanurejo	132,83	6,82
10	Purborejo	221,38	11,37
11	Rejosari	354,20	18,19
12	Candisari	309,93	15,92
13	Gunungsari	841,22	43,20
Jumlah		3.542,0	181,9

Sumber: Kecamatan Bansari Dalam Angka, Tahun 2018

Tabel 13 Luas Panen dan hasil Produksi Tanaman Perkebunan per Desa di Kecamatan Bansari 2015

No	Desa	Tembakau		Kopi	
		Luas Panen (Ha)	Produksi (Kw)	Luas Panen (Ha)	Produksi (Ton)
1	Tlogowero	15,91	9,23	-	-
2	Balesari	9,55	5,54	-	-
3	Campuranom	15,91	9,23	-	-
4	Mojosari	15,91	9,23	-	-
5	Mranggen Kidul	9,55	5,54	-	-
6	Mranggen Tengah	19,09	11,08	3,07	3,40
7	Bansari	15,91	9,23	4,83	4,19
8	Gentingsari	19,09	11,08	3,75	3,68
9	Tanurejo	9,55	5,54	5,11	4,36
10	Purborejo	15,91	9,23	-	-
11	Rejosari	25,46	14,77	4,68	3,43
12	Candisari	22,28	12,93	4,93	4,22
13	Gunungsari	841,22	43,20	11,23	11,38
Jumlah		254,6	147,7	37,6	34,7

Sumber: Kecamatan Bansari Dalam Angka, Tahun 2018

Tabel 14 Jumlah Ternak Besar, Ternak Kecil, dan Unggas per Desa di Kecamatan Bansari 2017

No	Desa	Sapi	Kambing/Domba	Ayam Buras
1	Tlogowero	15	148	473
2	Balesari	63	202	397
3	Campuranom	86	116	458
4	Mojosari	92	249	490
5	Mranggen Kidul	4	47	497
6	Mranggen Tengah	8	188	508
7	Bansari	41	383	476
8	Gentingsari	61	180	441
9	Tanurejo	26	165	331
10	Purborejo	181	412	473
11	Rejosari	55	210	481
12	Candisari	50	689	612
13	Gunungsari	30	163	604
Jumlah		711	3.152	6.242

Sumber: Kecamatan Bansari Dalam Angka, Tahun 2018

Sektor peternakan salah satunya domba masih sebagai komoditas terbesar. Sektor pariwisata juga cukup berperan melalui potensi wisata Banyu Cibon Lestari, Sindoro Water Park, Desa Wisata Mranggen Kidul, Rejosari, dan Tlogowero. Tentu saja potensi-potensi wisata tersebut masih sangat perlu untuk disinergikan dan dikembangkan.

c. Pariwisata

Berdasarkan Perda Kabupaten Temanggung Nomor 1 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Temanggung Tahun 2011 – 2031 potensi alam dan budaya digolongkan menjadi 3 kategori, yaitu:

- Pariwisata alam; pendakian Gunung Sindoro, Gunung Sumbing, kawasan Kledung, mata air Jumprit, air terjun Onje,

air terjun Lawe, air terjun Trocoh, goa Lawa, curug Surodipo, dan sebagainya.

- Pariwisata budaya; Kawasan Candi Pringapus, Candi Gondosuli, situs Liyangan, dan peninggalan sejarah lainnya.
- Pariwisata buatan; taman rekreasi Pikatan Waterpark, monument Bambang Sugeng, monument Meteorit, dan sebagainya.

Berbagai potensi wisata tersebut jika disinergikan dengan sektor ekonomi kreatif akan memberikan manfaat yang lebih luas.

2. Pemetaan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata di Kledung dan Bansari

a. Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Kecamatan Kledung

Sektor ekonomi kreatif yang terdapat di Kecamatan Kledung terbagi menjadi berbagai sub-sektor, yaitu *fashion*, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan seni pertunjukan. Seni pertunjukan, kuliner, dan *fashion* merupakan sub-sektor yang paling mendominasi.

Tabel 15 Pemetaan Subsektor Ekonomi Kreatif di Kecamatan Kledung

NO	DESA	Subsektor Ekonomi Kreatif					
		Fashion	Fotografi	Kriya	Kuliner	Musik	Seni Pertunjukan
1	Kledung	x	x		x		x
2	Jeketro	x			x		x
3	Petarangan	x			x	x	x
4	Canggal	x				x	x
5	Jambu	x		x	x	x	x
6	Tlahab	x		x	x	x	x
7	Batur Sari	x			x		x
8	Kruwisan	x			x	x	x
9	Tuksari	x	x		x	x	x
10	Kwadungan Gunung	x	x	x	x	x	x
11	kwadungan Jurang	x	x		x		x
12	Paponan	x	x		x		x
13	Kallirejo	x			x		x

Sumber: Bappellitbangda Temanggung, Kecamatan Kledung Dalam Angka 2019, Survey Lapangan, 2019

Seni pertunjukan (kesenian) didominasi oleh atraksi kuda. Selain itu, seni pertunjukan juga meliputi adalah Lengger, Sendratari, dan Bangilun. Sub-sektor kuliner, di Kledung terdapat berbagai sajian kuliner khas yang dikreasikan dari bahan utama jagung dengan produk utamanya nasi dan gendar jagung.



Sumber: Survey; 2019

Gambar 1 Nasi Jagung Khas Salah Satu Restoran di Kledung

Kledung juga memiliki industri pengolahan kuliner siap saji. Sebagai contohnya adalah Nasi Jagung *Instan* dan Cangjahe Plethok Kuncoro. Kendati proses dan hasil produksi belum stabil, namun adanya industri lokal kuliner siap saji merupakan potensi yang strategis untuk dikembangkan.



Sumber: Survey; 2019

Gambar 2 Contoh Olahan Kuliner Siap Saji di Kecamatan Kledung

Selanjutnya, produk kuliner yang tidak pernah sepi penggemar adalah kopi. Kopi temanggung dikenal memiliki rasa dan aroma yang khas karena ditanam di antara perkebunan tembakau. Beberapa produsen kopi lokal telah mengelola kopi dengan profesional dari pemetikan biji kopi, pengolahan *-roasting*, pengemasan, hingga distribusi. Bahkan beberapa juga memiliki *café* sehingga konsumen atau wisatawan dapat menikmati langsung seduhan kopi Kledung.



Sumber: Survey; 2019

Gambar 3 Olahan Kopi Sindoro Sumbing
Produksi Kecamatan Kledung

Selanjutnya, sub-sektor *fashion* di Kledung mayoritas merupakan industri jasa desain dan produksi pakaian (konveksi). Produksi batik sebenarnya telah mulai dikembangkan namun masih sebatas *prototype* sehingga masih sebatas bahan *display*. Beranjak ke sub-sektor kriya. Meskipun tidak terlalu banyak produknya, namun terdapat satu produksi kriya yang memiliki potensi yang kuat yaitu parfum kopi yang diproduksi di Desa Tlahab.

Berdasarkan survey dan wawancara, penulis membuat tabel persebaran sub-sektor ekonomi kreatif di masing-masing desa di Kledung.

Tabel 16 Produk-Produk Ekonomi Kreatif di Kecamatan Kledung

NO	DESA	Subsektor Ekonomi Kreatif					
		Fashion	Fotografi	Kriya	Kuliner	Musik	Seni Pertunjukan
1	Kledung	Modiste, Sablon kaos	Studio foto	--	Dodol tomat, Gendar jagung, Kopi	--	Kuda lumping, Bangilun
2	Jeketro	Modiste	--	--	Pisang coklat	--	Kuda lumping, Bangilun, Angguk, Ndolal, Ketoprak
3	Tlahab	Batik (embrio), Sablon kaos, Modiste	--	Miniatur, Cenderamata dari kayu, Parfum Kopi	Sagon, Nasi jagung, Keripik tempe, Cimol kering	Drum band, Angklung, Karawitan	Kuda lumping
4	Tuksari	Modiste	Studio foto	--	Criping, Kopi, Bawang goreng	Drum band, Karawitan	Angguk, Wulang sunu, Kuda kepaang, Lengger, Reog, Warokan
5	Kwadungan Gunung	Modiste	Studio foto	Rajut	Kopi, Gendar	Angklung	Kuda lumping, Bangilun, Kubro siswo, Megot, Topeng ireng
6	Kalirejo	Modiste	--	--	Wedang uwuh, Ceriping ketela, Gula kacang	Campursari, Rebana,	Lengger
7	Petarangan	Modiste	--	--	Aneka kripik, Balok	Rebana	Kuda lumping, Bangilun, Ketoprak, Topeng ireng
8	Canggal	Modiste (pakaian wanita)	--	--	--	Rebana	Angguk
9	Jambu	Modiste	--	Ukir peralun, Kerajinan bahan bekas	Keripik jagung, Jenang koro	Rebana, Drum band, Karawitan	Kuda lumping, Wulang sunu
10	Batur Sari	Modiste	--	--	Tempe dele, Olahan carica, Nasi jagung	--	Kuda lumping, Bangilun putra
11	Kruwisan	Modiste	--	--	Kopi	Karawitan Sholawatan	Kuda lumping, Wulang sunu, Dayakan, Sendratari, Wayang kulit
12	Kwadungan Jurang	Batik (embrio), Modiste	Studio foto	--	Dodol karamel, Keripik waluh, Wedang uwuh, Cangjahe plethok, Nasi jagung instan, Dodol kacang merah	--	Wulang sunu, Ketoprak, Topeng ireng
13	Paponan	Batik tulis warna sintetis (embrio), Modiste	Studio foto	--	Jenang sumsum, Kripik pelepah pisang, Peyek	--	Kuda lumping, Wulang sunu

Sumber: diolah dari hasil survey, 2019

Pariwisata Kecamatan Kledung

Secara geografis, Kecamatan Kledung dianugerahi keindahan alam karena berada tepat di antara Gunung Sindoro dan Gunung Sumbing. Keindahan lereng gunung-gunung tersebut, terbentang luas hamparan perkebunan kopi dan tembakau yang juga menjadi daya tarik wisata tersendiri dengan atraksi wisata *sunrise* dan *sunset view* di tengahnya. Selain wisata alam tersebut, terdapat atraksi wisata lain yaitu upacara kebudayaan tradisional atau yang lebih dikenal dengan Sadranan. Sadranan ini terbagi menjadi Sadranan Kali, Sadranan Gunung, dan Sadranan Bumi.

Tabel berikut merupakan sebaran daya tarik wisata di Kecamatan Kledung.

Tabel 17 Persebaran Daya tarik Wisata Kecamatan Kledung

NO	DESA	Nama	Atraksi	Pengelola
1	Kledung	pendakian Gunung Sindoro	Pendakian Gunung Sindoro-Sumbing	Grasindo
		Rest Area Kledung	Restoran Sight seeing	Dinas Pariwisata
2	Jeketro	-	-	-
3	Petarangan	-	-	-
4	Canggal	-	-	-
5	Jambu	Basecamp pendakian Sijetung	Camping Ground	Greengrass
		Embung Kledung	Sight seeing	
6	Tlahab	Wisata Alam Posong (swasta)	Area Outbond	Pengelola Embung Kledung
		Wisata Alam Posong (desa wisata)	Tempat Makan dan rekreasi	
			Restoran	Camping Ground
		Sight Seeing	Sight Seeing	
7	Batur Sari	-	-	-
8	Kruwisan	-	-	-
9	Tuksari	-	-	-
10	Kwadungan Gunung	Wisata Sedapad	Camping Ground	Bumdes
11	Kwadungan Jurang	-	-	-
12	Paponan	-	-	-
13	Kalirejo	-	-	-

Sumber: Bappelitbangda Temanggung dan Survey Lapangan, 2019.

Terkait dengan fasilitas pariwisata, berdasarkan PP No. 50 tahun 2011 tentang RIPPARNAS, fasilitas tersebut terbagi ke dalam beberapa jenis yaitu; 1) akomodasi; 2) rumah makan; 3) informasi dan pelayanan wisata; 4) pelayanan keimigrasian; 5) pusat informasi pariwisata (*tourism information center*); 6) *e-tourism kiosk*; 7) polisi dan satgas wisata; 8) toko cinderamata (*souvenir shops*); 9) penunjuk arah wisata; dan 10) *landscaping*. Namun sayangnya tidak semua fasilitas tersebut dapat dijumpai di Kledung. Beberapa di antaranya yang dapat dijumpai adalah rumah makan khas, akomodasi sederhana (*homestay*), dan papan penunjuk arah sederhana.

Pengelolaan pariwisata masih dilakukan dengan sederhana sehingga masih terdapat berbagai kendala. Berdasarkan wawancara dengan salah satu pelaku wisata lokal, Grasindo, mereka mengaku belum memiliki kantor tetap, SDM belum profesional, dan fasilitas pariwisata sangat terbatas. Kendala lain disampaikan oleh Ibu Suci, salah seorang pemilik rumah makan yang menyajikan nasi jagung khas. Kendala yang dihadapi adalah keterbatasan jagung sebagai bahan baku sehingga harus mendatangkan dari daerah lain. Selebihnya, kendala yang dihadapi adalah keterbatasan modal lahan untuk memperluas warung makan.

Sementara itu, pengelola Desa Wisata Tlahab mengaku bahwa konsep desa wisata belum dipahami oleh masyarakat lokal. Pelibatan masyarakat lokal dalam penyusunan *masterplan* desa wisata saat ini juga dirasa kurang. Disebutkan juga bahwa fasilitas pengembangan SDM kurang tepat. Desa Tlahab yang memiliki daya tarik wisata pegunungan, justru mendapatkan pelatihan pemandu wisata air.

b. Sub-Sektor Ekonomi Kreatif Kecamatan Bansari

Bansari telah memulai langkah konkrit untuk mengembangkan potensi alam, budaya, dan SDM dengan penyusunan Rencana Pembangunan Kawasan Pedesaan Eduwisata Kecamatan Bansari, Temanggung Tahun 2019-2023. Rencana tersebut juga telah dengan rinci mengidentifikasi sub-sektor ekraf yang paling berpotensi.

Tabel 18 Pemetaan Subsektor Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bansari

NO	DESA	Subsektor Ekonomi Kreatif					
		Fashion	Fotografi	Kriya	Kuliner	Musik	Seni Pertunjukan
1	Bansari	x		x	x	x	x
2	Tlogowero			x	x	x	x
3	Rejosari			x	x	x	x
4	Mranggenkidul	x	x	x	x	x	x
5	Campuranom	x		x	x	x	x
6	Gunungsari			x	x	x	x
7	Mranggentengah			x	x	x	x
8	Candisari			x	x	x	x
9	Purborejo			x	x	x	x
10	Gentingsari			x	x	x	x
11	Tanurejo			x	x	x	x
12	Mojosari			x	x	x	x
13	Balesari			x	x	x	x

Sumber: Bappellitbangda Temanggung, Kecamatan Bansari Dalam Angka 2019, Survey Lapangan, 2019

Pada dasarnya, Bansari telah memiliki modal dasar untuk pengembangan pariwisata dengan

berbasis ekonomi kreatif. Berbagai sub-sektor telah dapat berkontribusi dengan baik dan menghasilkan produksi yang bervariasi.

Tabel 19 Produk-Produk Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bansari

NO	DESA	Subsektor Ekonomi Kreatif					
		Fashion	Fotografi	Kriya	Kuliner	Musik	Seni Pertunjukan
1	Bansari	Kaos sablon (rubber dan plastisol)	--	Topeng kayu, Kain flanel (dompet - tas), Artwork, (gantungan kunci), Cacak kayu	Aneka criping, Sambel uwur, Kopi	Karawitan	Kuda lumping, Bangilun, Ketoprak, Kubro siswo, Dayakan, Sandul, Warokan
2	Tlogowero	--	--	Daur ulang sampah, Lampu dan tudung saji	Aneka criping, Sambel uwur, Nasi jagung instan, Tembakau liting, Kopi	Karawitan	Kuda lumping, Ketoprak, Lengger
3	Mranggen-kidul	--	Jasa Foto Pernikahan	Tas dari bahan jeans, Badhongan (pakaian kuda lumping), Pecut mini	Aneka criping, Krupuk, Aneka makanan basah, Kopi, Sambel uwur, Brambang goreng	Karawitan Drumband, Group dangdut, Campursari, Solatawan	Kuda lumping, Blendrong, Ketoprak, Lengger
4	Mranggen-tengah	--	--	Kerajinan kayu	Bakpia Sambel uwur	Karawitan	Kuda lumping, Ketoprak
5	Candisari	--	--	Badong Cetak dan desain stiker	Aneka criping, Tembakau liting, Kopi	Karawitan, Rebana, Campursari	Kuda lumping, Bangilun, Dolalak, Ketoprak, Wulang sunu, Topeng ireng
6	Rejosari	--	--	Kerajinan bambu, Bathok kelapa, Daur ulang sampah	Aneka jajan basah tradisional, Sambel uwur, Wedang lombok, Jenang waluh kuning	Rebana	Kuda lumping, Dayakan, Warokan
7	Campuranom	--	--	Kerajinan kulit (jaket dan produk lainnya)	Aneka criping, Kopi, Makanan	Karawitan	Kuda lumping, Ketoprak, Wulang
8	Gunungsari	--	--	Aksesoris Akrilic - Kayu, Daur ulang sampah	olahan, Keripik daun labu siam, Sempe	Rebana	sunu, Warokan, Wayang wong, Dayakan, Kubro siswo
9	Purborejo	--	--	Pakaian kesenian dari sumbu kompor, Aneka kerajinan dari tas plastik	Aneka criping, Kopi, Yangko	Rebana	Kuda lumping
10	Gentingsari	--	--	Ekstrak jahe dan sirup jahe	Olahan jamur, Sambal uwur	--	Kuda lumping
11	Tanurejo	--	--	Kain flanel, Lampu hias dari pralon	--	--	Kuda lumping, Dayakan, Warokan, Lengger, Topeng ireng
12	Mojosari	--	--	Bunga dari stocking	Brambang goreng, Sambel uwur	--	Kuda lumping, Wulang sunu, Warokan
13	Balesari	--	--	Vas dari tas kresek	--	--	Kuda lumping, Wulang sunu, Warokan

Sumber: diolah dari hasil survey, 2019

Meskipun masih terdapat ketidakstabilan dalam pengelolaan, proses produksi, maupun hasil produksi. Namun setidaknya, geliat dari desa-desa terlihat positif dalam mengembangkan pariwisata ekonomi kreatif.

c. Pariwisata Kecamatan Bansari

Tabel 20 Persebaran Daya Tarik Wisata Kecamatan Bansari

NO	DESA	Nama	Atraksi	Pengelola
1	Bansari	Sidempul	Camping Ground Sight seeing	Kompas (Komunitas pencinta alam Sindoro)
2	Tlogowero	Banyu Ciblon Lestari	Kolam Area Outbond Sight seeing	Badan Usaha Milik Desa (Bumdes)
3	Rejosari	Sindoro Waterpark	Kolam renang Flyng Fox	Bumdes
4	Mranggenkidul	Sidengok	Bendungan Sight seeing	Bumdes
5	Campuranom	-	-	-
6	Gunungsari	-	-	-
7	Mranggentengah	-	-	-
8	Candisari	Gumuk Kembang Mijil loka	Melihat reruntuhan candi Sunrise	Bumdes Kopaska (Komunitas pengelola alam Mijil Loka)
9	Purborejo	-	-	-
10	Gentingsari	-	-	-
11	Tanurejo	-	-	-
12	Mojosari	-	-	-
13	Balesari	-	-	-

Sumber: Bappelitbangda Temanggung dan Survey Lapangan, 2019.

Bansari memberikan perhatian lebih pada sektor pariwisata yaitu dengan disusunnya Rencana Pembangunan Kawasan Pedesaan Eduwisata Kecamatan Bansari, Temanggung Tahun 2019-2023. Bansari gencar mengembangkan berbagai potensi wisata dengan tema besar “eduwisata”. Pengembangan tersebut bukan sekedar untuk tujuan rekreatif namun juga edukatif. Sebut saja pengembangan daya tarik wisata *outbound*, pelatihan *hidroponik*, dan observasi situs-situs candi.

Meskipun memiliki daya tarik wisata yang sangat potensial, rencana pengembangan pariwisata dengan ekonomi kreatif di Bansari masih memiliki banyak “pekerjaan rumah”. Salah satunya yaitu masih kurangnya fasilitas wisata, seperti rumah makan yang tersedia masih terbatas dan hanya tersedia di sekitar DTW sesuai jam operasionalnya. Akomodasi (*homestay*) juga masih sangat jarang. Kendala yang paling krusial adalah kondisi akses jalan Kecamatan Bansari yang masih berupa jalan kampung dengan minim rambu dan penunjuk arah. Kuantitas dan kualitas SDM juga masih menjadi kendala klasik. Jumlah SDM di DTW yang sangat terbatas diperparah oleh rendahnya kompetensi dalam hal *hospitality service* dan

pertolongan pertama pada kecelakaan khususnya di DTW alam.

Secara umum, kedua kecamatan masih memiliki kendala yang relatif sama terkait pengelolaan dan pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif. Namun demikian, berdasarkan data-data yang telah diperoleh di lapangan, penulis telah membuat rumusan strategi pengembangan wisata ekonomi kreatif.

3. Identifikasi Klaster dan analisis rantai ekonomi kreatif

a. Klaster Ekonomi Kreatif

Klaster merupakan kedekatan spasial di antara beberapa industri dengan lokasi yang sama. Kedekatan lokasi memungkinkan para pelaku industri untuk saling bertukar informasi dengan cepat dan efektif. Beberapa karakteristik klaster industri adalah; 1) kedekatan spasial antar-industri; 2) kepadatan kegiatan ekonomi yang tinggi; dan 3) keterlibatan beberapa perusahaan dalam satu kegiatan serupa.

Terkait dengan teori klaster, (Dijk & Sverrisson, 2003) menyampaikan pembagian tipologi menjadi lima bagian, yaitu:

- Tipologi I
Baru awal berkembang, terbentuk akibat kedekatan lokasi. Keterkaitan yang terbentuk sebatas pertukaran informasi. Karakter yang mempengaruhi adalah kedekatan spasial, lokasi strategis, dan pertukaran informasi.
- Tipologi II
Mulai berkembang. Aktivitas sejenis membuat jaringan antar-industri mulai terjalin. Telah terjadi imitasi dan kompetisi antar-industri di dalam klaster. Karakter yang mempengaruhi adalah konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, pengelompokan aktivitas sejenis, imitasi produk, dan imitasi lokal.
- Tipologi III
Telah ada spesialisasi dan pembagian kerja antar-industri. Teknologi mulai modern. Karakter yang mempengaruhi konsentrasi spasial, lokasi strategis,

pertukaran informasi, pengelompokan aktivitas sejenis, imitasi produk, kompetisi lokal, insentif antar-perusahaan dalam klaster, pembagian kerja, spesialisasi, dan perkembangan teknologi.

- Tipologi IV

Terjadi perkembangan pesat, persaingan telah berkembang dengan klaster lain dan inovasi dilakukan untuk perkembangan klaster sendiri.

- Tipologi V

Klaster telah maju, ditandai dengan adanya lembaga atau organisasi yang berperan untuk memajukan dan mengembangkan klaster. Kerja sama antar-perusahaan maupun antar-klaster dilakukan secara legal dan formal.

b. Klaster Ekonomi Kreatif di Kecamatan Kledung

Tabel 21 Klaster Ekonomi Kreatif

No	Klaster	Desa	Karakteristik	Tipologi
1	Kopi	Kledung Tlahab Jokerto	Konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, aktivitas yang sama, terdapat asosiasi, imitasi produk, kompetisi lokal dan antar daerah perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	II
2	Agrowisata	Tlahab Jokerto	Konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, aktivitas yang sama, imitasi produk, perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	I
3	Makanan Tradisional dan Batik	Kwadungan Paponan	pertukaran informasi, aktivitas yang sama, terdapat asosiasi, imitasi produk, kompetisi lokal dan antar daerah, perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	I

Kecamatan Kledung memiliki keuntungan berdasarkan letak geografisnya. Kekayaan dan keindahan alamnya merupakan modal utama untuk pengembangan ekonomi kreatifnya. Jalan utama Wonosobo yang melalui kecamatan ini juga merupakan modal tersendiri karena menjadikan kemudahan akses transportasi. Secara umum, tembakau merupakan produk industri yang menonjol. Namun industri lain yang juga tengah berkembang adalah industri kopi. Terdapat sekitar 2.418 petani kopi yang

tersebar di berbagai desa. Kopi dapat dikatakan sebagai klaster utama ekraf di Kledung karena kepadatan industrinya.

Aspek jaringan lokal merupakan sinyal telah terjadi pertukaran informasi dalam klaster kopi. Secara formal, telah terdapat organisasi Masyarakat Perlindungan Indikasi Geografis Kopi Temanggung. Organisasi ini merupakan wadah formal yang menjaga kualitas kopi Temanggung. Pelatihan pengolahan kopi untuk pelaku industri kopi juga telah dilakukan baik di hulu maupun di hilir. Mereka juga memiliki pertemuan rutin untuk membahas segala sesuatu tentang pengelolaan industri kopi.

Selanjutnya, klaster agrowisata juga telah berkembang dan memiliki jaringan lokal meskipun masih bersifat non-formal. Di dalam jaringan tersebut telah terjadi pertukaran informasi terkait informasi pelatihan bidang pariwisata maupun pengembangan produk wisata. Pertemuan formal belum terbentuk karena memang belum ada organisasi resmi yang dibentuk. Untuk klaster kuliner tradisional, jaringan lokal didasarkan pada kelompok usaha bersama. Mayoritas anggota merupakan petani wanita. Berdasarkan hasil wawancara, kelompok usaha bersama tersebut melakukan kegiatan pengadaan alat produksi dan pengolahan, dan berbagai pelatihan pengembangan dan pemasaran produk.

Terkait dengan aspek spesialisasi, terdapat dua karakter yang dapat diamati yaitu imitasi dan spesialisasi produk. Klaster kopi Kledung memiliki tingkat imitasi produk yang tinggi terutama dilihat dari proses pengolahannya. Begitu pun dengan klaster agrowisata yang umumnya menawarkan produk berupa *spot* berfoto. Berbeda dengan klaster kuliner tradisional, tingkat imitasinya masih rendah dilihat dari jenis olahan dan bentuk makanan. Meski demikian, nasi jagung merupakan kuliner utama di setiap desa karena memang menjadi kuliner khas Kledung.

Aspek selanjutnya adalah terkait jangkauan pemasaran. Terdapat dua indikator dalam aspek ini yaitu kompetisi lokal dan kompetisi antar-daerah. Kompetisi lokal ditandai dengan belum

adanya divisi pemasaran dalam klaster dan standar harga baku. Seluruh klaster di Kledung belum memiliki keduanya. Setiap industri memasarkan produk secara mandiri dengan harga masing-masing. Lebih lanjut, kompetisi antar-daerah mengindikasikan kekuatan daya saing suatu klaster terhadap pasar di luar Temanggung. Klaster kopi, kompetisi luar daerah ditandai dengan kepemilikan Indikasi Geografis Kopi dan intensitas ekspor kopi. Kopi Arabica di Temanggung telah memiliki sertifikat Indikasi Geografis Kopi yang diterbitkan oleh Dirjen HAKI dengan Nomor ID G 000-000-030. Terkait ekspor, beberapa industri kopi juga telah memiliki pasar luar negeri, terutama di Korea. Untuk memenuhi kebutuhan ekspor, beberapa industri kopi saling bekerja sama.

Terkait aspek teknologi, klaster-klaster di Kledung telah menggunakan mesin dalam produksinya yang diperoleh dari hibah Dinas Perindustrian.

Berdasarkan karakteristik pada setiap klaster ekraf dapat disimpulkan mengenai tipologi di setiap klaster. Klaster kopi telah mencapai tipologi II, sementara klaster kuliner tradisional dan kriya masih berada pada tipologi I karena secara keseluruhan masih pada tahap awal perkembangan.

c. Klaster Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bansari

Tabel 22 Klaster Ekonomi Kreatif di Kecamatan Bansari

No	Klaster	Desa	Karakteristik	Tipologi
1	Kesenian	Mranggen Kidul dan Tlogowero	Konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, aktivitas yang sama, terdapat asosiasi, imitasi produk, kompetisi lokal dan antar daerah perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	II
2	Kopi	Candisari	Konsentrasi spasial, lokasi strategis, pertukaran informasi, aktivitas yang sama, imitasi produk, perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	I
3	Kriya	Balesari, Campuranom, Mojosari, Bansari	pertukaran informasi, aktivitas yang sama, terdapat asosiasi, imitasi produk, kompetisi lokal dan antar daerah, perkembangan teknologi dan inovasi kolektif	I

Kecamatan Bansari telah bergerak untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai dasar pengembangan pariwisata. Sektor ekraf telah dikembangkan melalui berbagai sub-sektornya; *fashion*, kuliner, kriya, seni pertunjukan, dan kopi tentu saja. Seni pertunjukan merupakan sub-sektor yang paling menonjol di Bansari dengan variasi pertunjukannya yaitu ketoprak, kuda lumping, jathilan, dan kesenian tradisional lainnya. Kriya juga cukup berkembang khususnya pengolahan limbah kulit dan kayu. Kopi di bansari belum semaju di Kledung karena memang baru pada tahap awal perkembangan.

Aspek jaringan lokal dari klaster kopi baru terbentuk secara non-formal. Namun komunikasi telah terjalin secara informal melalui pertukaran informasi dan pelatihan pengolahan kopi baik di hulu maupun di hilir. Klaster seni pertunjukan telah lebih berkembang dengan adanya wadah komunikasi formal. Organisasi formal yang ada berupa kelompok-kelompok seni yang rutin mengadakan pertemuan. Forum tersebut juga menjadi media pertukaran informasi pengelolaan pariwisata kesenian dan permintaan pementasan. Sementara untuk kriya, komunikasi masih bersifat non-formal terkait informasi pelatihan dan bantuan alat produksi.

Mengenai aspek spesialisasi, klaster kopi Bansari memiliki karakter yang sama dengan dengan klaster kopi Kledung. Tingkat imitasi tinggi terutama dilihat dari proses pengolahannya. Klaster seni pertunjukan memiliki diferensiasi di antara kelompok seni dengan modifikasi cerita walaupun sumber cerita induk sama. Klaster kriya masih memiliki variasi produk yang tinggi. Belum terdapat cukup imitasi karena komunikasi antar-industri belum terjalin dengan baik.

Dari aspek jangkauan pasar, semua industri di Bansari belum memiliki standar harga baku maupun divisi pemasaran. Harga masih bervariasi dengan pemasaran mandiri. Klaster kopi telah mengantongi ID geografis. Sayangnya, permintaan ekspor belum dapat dilakukan karena pengelolaan yang masih tradisional. Klaster kriya dan kesenian tidak memiliki kompetisi lokal karena diferensiasi

produknya yang tinggi. Klaster kesenian telah melakukan pentas hingga cakupan nasional karena kekhasannya. Sementara jangkauan klaster kriya masih sebatas lingkup Temanggung dan beberapa mulai memasarkan secara *online*.

Pada aspek teknologi, klaster kopi dan kriya telah menggunakan mesin dalam produksinya. Mesin-mesin didapatkan dari hibah Dinas Pariwisata. Namun beberapa industri masih menggunakan metode manual, khususnya pada klaster kriya. Klaster kriya memiliki keunggulan pada desain dan kemasan. Klaster kesenian berperan dalam melestarikan budaya dan tradisi. Inovasi yang dilakukan adalah kontekstualisasi cerita supaya dapat diterima oleh generasi sekarang.

Berdasarkan karakteristik pada setiap klaster ekraf di atas, klaster kesenian telah mencapai tipologi II, sementara klaster kopi dan kriya masih berada pada tipologi I karena secara keseluruhan masih pada tahap awal perkembangan.

d. Rantai Ekonomi Kreatif

Penulis akan mengukur efektifitas industri-industri dalam meningkatkan daya kompetisinya dengan menggunakan analisis rantai ekonomi. Dalam industri kreatif ini, rantai ekonomi banyak dipengaruhi oleh daya cipta dan kreatifitas setiap individu yang diterapkan pada setiap proses. Dengan analisis rantai ekonomi, pemerintah dan *stakeholder* akan lebih mudah memahami kondisi setiap industri sehingga dapat merumuskan arah strategi pengembangan dengan akurat. Rantai ekonomi kreatif didukung oleh empat faktor yaitu kreasi, produksi, distribusi, dan komersialisasi.



Sumber: Departemen Perdagangan; 2008

Gambar 4 Mata Rantai Ekonomi Kreatif

e. Rantai Ekonomi Kreatif di Kledung

Proses kreasi merupakan proses awal yang terjadi di hulu. Seperti pada klaster kopi, biji kopi dipetik langsung dari perkebunan lokal. Pada klaster agrowisata, proses kreasi berupa atraksi berbasis perkebunan terutama kopi dan

tembakau. Sementara itu, proses kreasi pada klaster kuliner tradisional dan kriya dilakukan pada pengemasan dan produksi untuk menambah nilai jual selain label “tradisional”.

Selanjutnya merupakan proses produksi. Pada klaster kopi, proses ini terjadi saat petani menyerahkan ceri kopi kepada kelompok petani. Selanjutnya ceri kopi dijemur dan diproduksi dalam bentuk bubuk dan biji kopi. Pada klaster agrowisata, proses produksi terjadi ketika pengunjung membeli tiket di loket masuk atraksi wisata. Proses ini dikelola BUMDes dan Pokdarwis. Selanjutnya pada klaster kuliner tradisional, petani wanita akan menyetorkan hasil pertanian ke kelompok tani, kemudian hasil pertanian tersebut akan diproduksi di sekretariat.

Pada proses distribusi, kopi Kledung mengandalkan *online marketplace*. Klaster ini juga memiliki pelanggan dari luar Temanggung, misalnya jaringan *café* di Yogyakarta dan Semarang. Distribusi juga dilakukan melalui *outlet-outlet* mandiri. Klaster kuliner tradisional juga memanfaatkan *online marketplace* dan melalui toko lokal dalam distribusinya. Penitipan di pusat oleh-oleh di Magelang pernah dilakukan namun tidak menguntungkan sehingga dihentikan. Distribusi klaster agrowisata mengandalkan pokdarwis sebagai operator utama seperti jasa *guide*. Sementara BUMDes berperan dalam pengelolaan *homestay*.

Proses terakhir adalah komersialisasi. Seluruh klaster telah melakukan upaya komersialisasi dengan berpartisipasi pada berbagai pameran. Klaster kopi telah lebih dulu berkembang dengan ID Geografis dan beberapa industri telah memiliki merk paten di Kemenkumham. Pencitraan klaster kuliner tradisional sebagai “Khas Temanggung” belum maksimal sehingga upaya *branding* sebagai oleh-oleh khas Temanggung belum tercapai. Sementara itu, klaster agrowisata melakukan *branding* sebagai Agrowisata Posong sebagai upaya komersialisasi.



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 5 Analisis Mata Rantai Ekraf - Kluster Kopi



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 6 Analisis Mata Rantai Ekraf - Kluster Kuliner Tradisional

Selain itu, penulis juga telah membuat daftar rantai ekonomi kreatif berdasarkan analisis penulis.

Tabel 23 Rantai Ekonomi Kreatif di Kledung

Kluster	Kreasi	Produksi	Distribusi	Komersialisasi
Kopi	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki Indikasi Geografis Kopi beraroma tembakau 	<ul style="list-style-type: none"> Produk yang dihasilkan berupa <i>green beans</i> sampai bubuk 	<ul style="list-style-type: none"> Distribusi langsung kepada pelanggan Marketplace online 	<ul style="list-style-type: none"> Pameran produk Memiliki merk terdaftar
Agrowisata	<ul style="list-style-type: none"> Lanskap pegunungan dan perkebunan tembakau dan kopi 	<ul style="list-style-type: none"> Pengembangan produk oleh masyarakat sekitar dengan dikelola oleh Pokdarwis dan BUMDes 	<ul style="list-style-type: none"> Belum adanya sentralisasi pemesanan 	<ul style="list-style-type: none"> Sudah ada nama lokasi wisata yang mengidentifikasi sebagai agrowisata
Makanan Tradisional dan Kriya	<ul style="list-style-type: none"> Membuat makanan kering yang lebih awet dan mudah dikemas berdasarkan makanan lokal 	<ul style="list-style-type: none"> Tenaga kerja merupakan kelompok tani wanita Mesin pengolah mendapatkan bantuan dari dinas perindustrian 	<ul style="list-style-type: none"> Distribusi langsung kepada pelanggan Marketplace online 	<ul style="list-style-type: none"> Pameran produk Memiliki merk terdaftar

Sumber: Diolah dari hasil survey, 2019

f. Rantai Ekonomi Kreatif di Bansari

Secara umum, kluster ekonomi kreatif yang dimiliki Bansari hampir sama dengan yang dimiliki Kledung. Proses kreasi kluster kopi tidak berbeda dengan proses kreasi kopi di Kledung.

Proses kreasi kluster kesenian diawali dengan pengembangan ide cerita dari setiap kesenian; kuda lumping dan ketoprak. Selanjutnya kreasi kluster kriya bermula dari desain yang dikembangkan dari referensi di internet atau adaptasi kerajinan lokal yang sudah ada.

Proses produksi kluster kopi Bansari juga sama dengan kluster kopi Kledung. Diawali dari petani kopi yang menyerahkan ceri kopi ke kelompok tani, kemudian dijemur lalu mulai diproduksi menjadi kopi bubuk dan biji kopi. Produksi kluster kesenian diwujudkan dengan latihan secara rutin. Tawaran pentas langsung disampaikan di sanggar latihan. Lokasi pementasan beragam dari skala desa, kecamatan, hingga kabupaten. Kluster kriya mendapatkan pasokan bahan baku dari luar Kecamatan Bansari. Namun seluruh proses produksi dilakukan di Bansari.

Distribusi kopi di Bansari masih sama dengan di Kledung. Pada kluster kesenian, distribusi dilakukan dengan tampil di pementasan atau festival Kabupaten Temanggung secara rutin sebagai media untuk memperluas jaringan. Industri kesenian juga telah memanfaatkan media sosial sebagai sarana distribusi informasi eksistensi.

Proses terakhir, komersialisasi, dilakukan dengan berpartisipasi dalam berbagai pameran industri kreatif. Kopi telah memiliki Indikasi Geografis, kluster kriya telah memiliki merk terdaftar, sementara kluster kesenian memiliki kekhasan produk seni dan telah rutin mengikuti berbagai pementasan.



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 7 Analisis Mata Rantai Ekraf di Bansari - Kluster Kopi



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 8 Analisis Mata Rantai Ekraf di Bansari - Kluster Kesenian



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 9 Analisis Mata Rantai Ekraf di Bansari - Kluster Fashion



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 10 Analisis Mata Rantai Ekraf di Bansari - Kluster Kriya

Penulis telah melakukan analisis rantai ekonomi kreatif di Bansari dan menyajikannya dalam daftar di bawah ini.

Tabel 24 Rantai Ekonomi Kreatif di Bansari

Kluster	Kreasi	Produksi	Distribusi	Komersialisasi
Kopi	<ul style="list-style-type: none"> Memiliki Indikasi Geografis Kopi beraroma tembakau 	Produk yang dihasilkan berupa green beans sampai bubuk	<ul style="list-style-type: none"> Distribusi langsung kepada pelanggan Marketplace online 	<ul style="list-style-type: none"> Pameran produk Memiliki merk terdaftar
Kriya	Perajin mencari inspirasi melalui internet atau berdasarkan pengalaman	Tenaga kerja yang direkrut merupakan kerabat atau keluarga sendiri	<ul style="list-style-type: none"> Menggunakan market place online Bahan baku didapatkan diluar Temanggung, beberapa mengolah limbah yang ada 	<ul style="list-style-type: none"> Mengikuti pameran mengenai kerajinan Memiliki promosi online melalui platform sosial media
Kesenian	Cerita dikembangkan oleh kelompok seniman berdasarkan legenda masyarakat lokal	<ul style="list-style-type: none"> Latihan rutin dilakukan baik ada pertunjukan ataupun tidak Seniman yang bergabung merupakan masyarakat sekitar 	Pertunjukan diluar hanya dilakukan apabila ada pesanan	Mengikuti berbagai festival pariwisata baik di tingkat Kabupaten ataupun provinsi

4. Formulasi Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran

Setelah mendapatkan berbagai data yang dibutuhkan melalui berbagai metode yaitu wawancara, survei, pengamatan lapangan, dan diskusi, penulis kemudian membuat rumusan visi-misi terkait arah pengembangan pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari. Perumusan visi-misi tersebut dilakukan dengan *stakeholder* terkait guna menghasilkan rumusan yang akurat.

Arah pengembangan pariwisata di kedua kecamatan tersebut disesuaikan dengan kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif. Orientasi pengembangan pariwisata di Kledung dan Bansari pada akhirnya didasarkan pada penguatan sektor ekonomi kreatif. Berdasarkan data-data dan penjelasan yang telah disampaikan sebelumnya, kedua kecamatan tersebut memiliki berbagai sub-sektor ekonomi kreatif yang sangat potensial. Begitu juga dengan sektor pariwisata sendiri yang memiliki potensi atau daya tarik wisata yang masih dapat dieksplorasi untuk menarik wisatawan. Berikut merupakan tabel visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif di kedua kecamatan.

Tabel 25 Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Pengembangan Pariwisata

VISI	Mewujudkan Kawasan Kledung dan Banskari sebagai Destinasi Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif yang Unggul*	
MISI	Misi 1	Misi 2
	Mengembangkan Daya Saing SDM Bidang Ekonomi Kreatif Agar Lebih Berkualitas, Kompeten, Dan Profesional Di Bidangnya	Mengembangkan Ekosistem Ekonomi Kreatif Yang Mampu Mendorong Keberlanjutan Proses Dan Produk Kreatif Yang Dihilaskan.
TUJUAN	Memberikan Peningkatan Daya Saing Atas Produk Kreatif Yang Dihilaskan Sekaligus Meningkatkan Kuantitas Dan Kualitas SDM Kreatif Yang Kompeten Dan Profesional Didiidangnya	Mendorong Iklim Usaha Yang Kondusif Untuk Meningkatkan Kualitas Industri Kreatif Di Kabupaten Temanggung
SASARAN	1) Meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM (orang) kreatif; 2) Meningkatnya infrastruktur yang mendukung proses penciptaan produk kreatif secara merata dan berkelanjutan; 3) Terjaminnya ketersediaan bahan baku untuk mendukung proses produksi atas produk kreatif yang dihasilkan;	1) Menghasilkan regulasi yang mendukung penciptaan iklim kondusif bagi pengembangan ekonomi kreatif; 2) Meningkatnya peran serta segenap pihak (<i>Pentahelix</i>) dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif yang berkualitas dan berkelanjutan; 3) Meningkatnya akses pembiayaan bagi sektor industri kreatif yang mudah diakses, dan kompetitif; 4) Meningkatnya ketersediaan infrastruktur dan teknologi tepat guna penunjang industri kreatif yang mudah diakses, dan kompetitif; 5) Meningkatnya apresiasi segenap pihak terhadap proses dan produk kreatif yang mampu memberikan nilai kebanggaan.

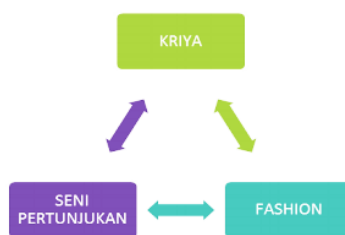
5. Strategi pengembangan

Kedua kecamatan memiliki produk unggulan ekonomi kreatif masing-masing. Namun dalam pengembangannya, strategi dapat dirumuskan agar dapat mencakup semua sub-sektor ekraf di kedua kecamatan tersebut. Berikut adalah ilustrasi bagan unggulan sub-sektor ekraf di masing-masing kecamatan.



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 11 Unggulan Ekraf di Kledung



Sumber: Diolah dari hasil survey; 2019

Gambar 12 Unggulan Ekraf di Banskari

Secara rinci, berikut merupakan strategi dan indikasi program pengembangan pariwisata di Kledung dan Banskari.

Tabel 26 Strategi dan Indikasi Program Pengembangan Pariwisata di Kledung

No	Strategi	Indikasi Program Kegiatan	Tahun pelaksanaan					OPD Penanggung Jawab	Pemangku Kepentingan Terkait	
			1	2	3	4	5			
1	Peningkatan SDM Ekonomi Kreatif yang Kompeten dan Profesional dibiidangnya	• Pelatihan SDM bersertifikasi sesuai bidangnya	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Bappelitbang, Kecamatan Kledung, Pengurus Pokdarwis, Pengurus Desa Wisata	
		• Rekrutmen calon wirusaha kreatif untuk regenerasi	x		x		x			
		• Fasilitasi studi banding di beberapa Kota Kreatif	x		x		x			
2	Peningkatan Produk Kreatif agar lebih Berkualitas dan memiliki nilai jual kompetitif berdaya saing	• Desa Wisata Agro dan Budaya	x	x	x	x	x	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Bappelitbang, Dinas Pertanian Dan Kelahanan Pangan	
		• Pengembangan Area Transil sebagai sentra kerajinan		x				Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Bappelitbang; Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	
		• Pendampingan dibidang disain dan kemasan	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Pelaku Usaha. Lembaga pendidikan	
		• Pendampingan dibidang marketing berbasis Teknologi 4.0	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	
		• Fasilitasi pembelian bahan dan alat	x		x		x		—	
		• Fasilitasi bibit / tanaman kepada petani kopi		x		x			Dinas Pertanian Dan Kelahanan Pangan	Kelompok Petani
		• Festival Tematik Penunjang Ekonomi Kreatif	x	x	x	x	x		Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Pemerintah Kecamatan, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah.
3	Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif secara terpadu	• Pengembangan lembaga pendidikan kejuruan tematik		x	x	x		Dinas Pendidikan & Kebudayaan Prov insi Jawa Tengah	Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga	
melibatkan segenap stakeholder (Pentahelix)	(SMK)	• Pendampingan di bidang regulasi (IRT, BPOM, dsb)	x	x	x	x	x	Dinas Kesehatan	—	
		• Pendampingan di bidang finansial	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Perbankan (BUMN, BUMD, atau swasta/CSR)	
		• Pendampingan di bidang HAKI	x	x	x	x	x	Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata; Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	

Tabel 27 Strategi dan Indikasi Program Pengembangan Pariwisata di Bansari

No	Strategi	Indikasi Program Kegiatan	Tahun pelaksanaan					OPD Penanggung Jawab	Pemangku Kepentingan Terkait
			1	2	3	4	5		
1	Peningkatan SDM Ekonomi Kreatif yang Kompeten dan Profesional dibidangnya	• Pelatihan SDM bersertifikasi sesuai bidangnya	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Kecamatan Kledung, Pengurus Pokdarwis, Pengurus Desa Wisata
		• Rekrutmen calon wirausaha kreatif untuk regenerasi		x					
		• Fasilitasi studi banding di beberapa Kota Kreatif	x		x		x		
2	Peningkatan Produk Kreatif agar lebih Berkualitas dan memiliki nilai jual kompetitif berdaya saing	• Desa Wisata Agro dan Budaya	x	x	x	x	x	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Bappelitbang, Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan
		• Pengembangan souvenir kerajinan khas Temanggung dari Bansari	x	x	x	x	x	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah
		• Pengembangan brand produk khas Temanggung	x					Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, Bappelitbang
		• Pendampingan dibidang disain dan kemasan	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Pelaku Usaha, Lembaga pendidikan
		• Pengembangan Agro Eduwisata	x	x	x	x	x	Bappelitbang	Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga; Kebudayaan dan Pariwisata; Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan
		• Pendampingan dibidang marketing berbasis Teknologi 4.0	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata
		• Fasilitasi pembelian bahan dan alat	x		x		x		—
		• Fasilitasi bibit / tanaman kepada petani kopi	x		x			Dinas Pertanian Dan Ketahanan Pangan	Kelompok Petani
		• Festival Tematik Penunjang Ekonomi Kreatif	x	x	x	x	x	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	Pemerintah Kecamatan, Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah,
		• Pengembangan lembaga pendidikan kejuruan tematik (SMK)			x	x	x	Dinas Pendidikan & Kebudayaan Prov insi Jawa Tengah	Dinas Pendidikan, Pemuda, dan Olahraga
3	Pengembangan ekosistem ekonomi kreatif secara terpadu melibatkan segenap stakeholder (Pentahelix)	• Pendampingan di bidang regulasi (IRT, BPO, dsb)	x	x	x	x	x	Dinas Kesehatan	—
		• Pendampingan di bidang finansial	x	x	x	x	x	Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah	Bank (BUMN, BUMD, atau swasta)
		• Pendampingan di bidang HAKI	x	x	x	x	x	Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata; Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan, penulis dapat menyimpulkan hasil pemetaan sub-sektor ekonomi kreatif dan potensi pariwisata di kedua kecamatan relatif sama yakni *fashion*, fotografi, kriya, kuliner, musik, dan kesenian. Di Kledung, tiga sub-sektor terpopuler adalah kuliner, kesenian, dan *fashion*. Sementara tiga sub-sektor

terpopuler di Bansari adalah kesenian, kriya, dan kuliner.

Daya tarik pariwisata yang terdapat di kedua kecamatan relatif sama yaitu pegunungan dan perkebunan dengan *sunrise/sunset view*, air terjun, embung, situs candi, dan *camping ground*.

Hasil identifikasi kluster dan analisis mata rantai pariwisata ekonomi kreatif berdasarkan karakteristik pada setiap kluster ekraf dapat disimpulkan bahwa tipologi tertinggi adalah tipologi II yakni kluster kopi di Kledung dan kluster kesenian di Bansari. Kedua kluster telah berkembang dengan baik. Hal ini ditandai dengan adanya proses imitasi dan kompetisi di dalam kluster, serta adanya organisasi formal untuk saling bertukar informasi.

Kluster-kluster ekonomi kreatif telah memiliki proses yang sistematis meliputi proses kreasi, proses produksi, proses distribusi, dan proses komersialisasi. Akan tetapi, bercermin pada penggolongan tipologi, kluster kopi di Kledung dan kluster kesenian di Bansari merupakan dua kluster yang telah menerapkan proses rantai ekonomi kreatif dengan optimal.

Kebijakan nasional terkait ekonomi kreatif menjadi dasar pengembangan pariwisata ekonomi kreatif. Pengembangan pariwisata ekonomi kreatif berorientasi pada optimalisasi sektor ekonomi kreatif sebagai poros utama. Kedua kecamatan pada dasarnya memiliki berbagai sub-sektor ekonomi kreatif yang sangat potensial. Pun sektor pariwisata sendiri dengan daya tarik wisatanya yang masih dapat dieksplorasi. Visi dan misi yang dirumuskan akan mensinergikan sektor ekonomi kreatif dengan pariwisata untuk menuju kesejahteraan masyarakat.

Hasil identifikasi strategi yang didapatkan berdasarkan data dan analisis adalah sebagai berikut:

1. Peningkatan kompetensi dan profesionalisme SDM
2. Peningkatan kualitas dan daya saing produk-produk ekonomi kreatif
3. Pelibatan seluruh *stakeholder* terkait secara terpadu dan konsisten

Berikut beberapa saran terkait dengan studi ini:

1. Penyusunan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif.
2. Membangun sarana yang menunjang pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif.
3. Menyelenggarakan pelatihan-pelatihan dengan tepat sasaran untuk meningkatkan kompetensi SDM.
4. Merangkul seluruh *stakeholder* untuk bahu-membahu mendukung pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif secara konsisten.
5. Seluruh *stakeholder* berusaha mengembangkan kompetensi diri melalui pelatihan dan fasilitas lainnya.
6. Seluruh *stakeholder* saling bekerja sama untuk kemajuan bersama, tidak mengutamakan kelompok.

DAFTAR PUSTAKA

- Corte, V., Sciarelli, M., Cascella, C., & Del Gaudio, G. (2015). Customer Satisfaction in Tourist Destination: The Case of Tourism Offer in The City of Naples. *Journal of Investment and Management*, 4, 39–50. <https://doi.org/10.11648/j.jim.s.2015040101.16>
- Damayanti, M., & Latifah, L. (2015). Strategi Kota Pekalongan Dalam Pengembangan Wisata Kreatif Berbasis Industri Batik. *Jurnal Pengembangan Kota*, 3(2), 100. <https://doi.org/10.14710/jpk.3.2.100-111>
- Dijk, M. P. V., & Sverrisson, Á. (2003). Enterprise Clusters in Developing Countries: Mechanisms of Transition and Stagnation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(3), 183–206.
- El Hasanah, L. L. N. (2018). Pengembangan Wirausaha Muda Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Studi Pemuda*, 4(2), 268. <https://doi.org/10.22146/studipemudaugm.36812>
- Fitriana, A. N., Noor, I., & Hayat, A. (n.d.). Studi tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu. *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 281–286.
- Google Images. (n.d.). *Tagline Wisata Daerah—Google Search*. Retrieved February 15, 2020, from <https://www.google.com/search?safe=strict&q=tagline+wisata+daerah&tbm=isch&source=univ&client=firefox-b-d&sa=X&ved=2ahUKEwjd0tes0NLnAhXayzgGHYvYDscQsAR6BAgKEAE>
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Allen Lane.
- Kusnandar, V. B. (2019). *Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2018 Tumbuh 12% | Databoks*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/03/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara-2018-tumbuh-12>
- Meng, F., Tepanon, Y., & Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-Based Resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14, 41–56. <https://doi.org/10.1177/135676670707084218>
- Pitana, I. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Andi.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Andi.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata (Revisi)*. Pustaka Larasan.
- Wulandari, L. W. (2014). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa Wisata Berbasis Budaya Sebagai Niche Market Destination (Studi Kasus Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten). *Aplikasi Bisnis*, 16(9), 2140–2167.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya Paramita.

Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56.