

## Identifikasi Sektor Ekonomi Kreatif Sebagai Sarana Pendukung Perkembangan Desa Wisata Di Desa Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar

Biancha Capricornia Purba<sup>a, 1</sup>, I Nyoman Sukma Arida<sup>a, 2</sup>

<sup>1</sup> biancha40@student.unud.ac.id, <sup>2</sup> sukma\_arida@unud.ac.id

<sup>a</sup> Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Bali 80361 Indonesia

### Abstract

The research entitled "Identification of Creative Economy Sectors as Means to Support the Development of a Tourism Village in Beng Village, Gianyar Subdistrict, Gianyar Regency" is a qualitative descriptive study that utilized one informant as the data source. The aim of this research is to identify the creative economy sectors that play a role in supporting the development of a Tourism Village in Beng Village, Gianyar Subdistrict, Gianyar Regency. Beng Village has been designated as a Tourism Village by the local government, and the creative economy has significant potential to enhance the village's economy and sustainability. The research employed survey and interview methods with craftsmen, artists, and business owners in the village. The findings indicate that the dominant creative economy sectors in Beng Village are the production of Barong Clothes, Weaving, and the culinary industry of Babi Guling (Roast Suckling Pig). These three sectors contribute significantly to job creation, income improvement, and the promotion of tourism in the village. However, challenges faced in the development of the creative economy in Beng Village include price competition, product quality enhancement, and effective marketing. Therefore, collaboration among creative economy stakeholders, government support, and skills development are necessary to strengthen the creative economy sector in Beng Village. This research provides a better understanding of the potential and challenges in the development of the creative economy in a tourism village.

**Keywords:** Creative Economy, Tourism Village, Culinary, Fashion.

### I. PENDAHULUAN

Ekonomi kreatif telah menjadi bidang studi yang semakin berkembang dan menarik minat para akademisi dan praktisi di seluruh dunia. Konsep ini menekankan pentingnya kreativitas, inovasi, dan nilai-nilai budaya dalam menciptakan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan sosial. Beberapa ahli telah mengemukakan teori dan konsep yang relevan dalam memahami ekonomi kreatif. Salah satu teori yang relevan adalah "The Creative Economy" yang dikemukakan oleh John Howkins, seorang ahli ekonomi dan penulis. Dalam bukunya yang berjudul "The Creative Economy: How People Make Money from Ideas", Howkins menjelaskan bahwa ekonomi kreatif melibatkan produksi, distribusi, dan pemanfaatan intelektual serta budaya. Ia menekankan pentingnya kreativitas sebagai sumber nilai ekonomi baru dan menyoroti peran sektor budaya, seni, media, dan desain dalam menciptakan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi. Selain itu, sejumlah ahli ekonomi dan sosial lainnya juga memberikan kontribusi penting dalam memahami ekonomi kreatif. Misalnya, Richard Florida dengan teorinya tentang "The Creative Class" yang mengidentifikasi peran kunci pekerja kreatif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi regional. Florida berargumen bahwa lokasi yang ramah terhadap pekerja kreatif, budaya, dan gaya hidup inovatif akan menarik orang-orang kreatif dan mendukung perkembangan ekonomi.

Provinsi Bali telah lama dikenal sebagai salah satu tujuan wisata utama di dunia karena pulau ini menawarkan keindahan alam, budaya yang kaya, seni tradisional yang memukau, serta keramahan penduduk setempat. Kombinasi faktor-faktor ini telah

menciptakan lingkungan yang mendukung berkembangnya ekonomi kreatif di Bali. Bali memiliki warisan seni dan budaya yang kaya, seperti seni patung, tari, musik gamelan, kerajinan perak, tenun tradisional, dan lukisan. Para seniman dan pengrajin Bali telah lama dikenal karena keahlian mereka dan kemampuan mereka dalam menghasilkan karya-karya yang memukau. Dalam beberapa dekade terakhir, minat terhadap seni dan budaya Bali telah meningkat secara signifikan baik dari wisatawan domestik maupun internasional. Dengan adanya ekonomi kreatif yang berkembang di Bali, penduduk setempat telah mendapatkan kesempatan baru untuk berpartisipasi dalam ekonomi dan memperoleh pendapatan yang layak. Industri kreatif memberikan peluang kerja bagi seniman, pengrajin, desainer, musisi, dan orang-orang kreatif lainnya dan juga memberikan dampak positif terhadap pembangunan infrastruktur, peningkatan standar hidup, dan pelestarian warisan budaya Bali. Salah satu Kabupaten yang terkenal di Bali terkait sektor ekonomi kreatifnya adalah Kabupaten Gianyar, terlebihnya di Desa Beng.

Desa Beng yang terletak di Kecamatan Gianyar telah ditetapkan menjadi desa wisata oleh Dinas Pariwisata Gianyar pada pertengahan tahun 2020. Salah satu faktor penarik wisatawan untuk datang ke Desa Beng adalah sektor ekonomi kreatifnya. Dari ke-16 subsektor pada Ekonomi Kreatif, Desa Beng telah memiliki 4 sub-sektor yang berkembang, yaitu: Kerajinan, Desain, Fesyen, Kuliner. Keempat sub-sektor tersebut direpresentasikan oleh Baju Barong, Kain Tenun, dan Babi Guling yang khas dari Desa Beng. Berdasarkan

banyaknya sub-sektor Ekonomi Kreatif yang sudah berjalan dan berkembang di Desa Beng, hal tersebut mengindikasikan adanya potensi besar bagi sektor ekonomi kreatif untuk menjadi sarana pendukung dari perkembangan desa wisata di Desa Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian "Identifikasi Sektor Ekonomi Kreatif Sebagai Sarana Pendukung Perkembangan Desa Wisata di Desa Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar." agar dapat mengetahui bagaimana kondisi ekonomi kreatif di Desa Beng dan dapat dijadikan acuan untuk pembuatan strategi dalam rangka meningkatkan sektor Ekonomi Kreatif di Desa Beng. Gianyar.

## II. TINJAUAN PUSTAKA Ekonomi Kreatif

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 7 Tahun 2015 tentang Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif didefinisikan sebagai suatu sektor ekonomi yang memiliki potensi dalam menciptakan nilai tambah ekonomi, menciptakan lapangan kerja, serta mempromosikan dan memperkaya kebudayaan dan ekspresi budaya melalui kreativitas dan inovasi berbasis pengetahuan dan teknologi. Istilah ekonomi kreatif pertama kali diperkenalkan oleh John Howkins dalam bukunya *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. John Howkins mendefinisikan ekonomi kreatif sebagai *the creation of value as a result of idea*. Lebih jauh dijelaskan oleh Howkins bahwa ekonomi kreatif sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang mengabdikan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin dan berulang. Karena bagi masyarakat, menghasilkan ide merupakan hal yang harus dilakukan untuk kemajuan. Pada tahun 2012, data perkembangan ekonomi kreatif menunjukkan bahwa sektor ini mempunyai kontribusi yang positif dan tidak kalah jika dibandingkan dengan sektor lain. Ekonomi kreatif menempati posisi ke-7 dari 10 sektor ekonomi nasional dengan kontribusi terhadap Product Domestic Bruto (PDB) sebesar 6,9 % atau setara dengan Rp573,89 triliun. Dalam hal penyerapan tenaga kerja, ekonomi kreatif menempati posisi ke-4 dari 10 sektor ekonomi dengan jumlah penyerapan tenaga kerja sebanyak 11.799.568 orang atau setara dengan 10,65% pada angkatan kerja nasional. Kebijakan mengenai ekonomi kreatif ini dilanjutkan pada masa Presiden Joko Widodo dengan menerbitkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Badan ekonomi kreatif merupakan lembaga non kementerian yang bertanggung jawab terhadap perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia dan bertugas untuk membantu presiden dalam

merumuskan, menetapkan, mengkoordinasikan, dan sinkronisasi kebijakan di bidang ekonomi kreatif.

### Pengembangan.

Pengembangan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Menurut Setyosari (2016:277) pengembangan adalah suatu proses yang dipakai untuk mengembangkan dan mengevaluasi produk pendidikan. Sugiyono (2008:297) menjelaskan bahwa penelitian dan pengembangan adalah penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Menurut Seels dan Richey (dalam Sutarti & Irawan, 2017:6) penelitian pengembangan juga dapat didefinisikan sebagai suatu kajian sistematis terhadap pendesainan, pengembangan, dan evaluasi program, proses dan produk yang memenuhi kriteria validitas, kepraktisan dan efektivitas. Menurut Barreto dan Giantari (2015:34) Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar, objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

### Desa Wisata

Pengertian desa wisata menurut Prof. Dr. I Gde Pitana adalah desa yang memiliki daya tarik wisata, memanfaatkan dan melestarikan potensi alam, budaya, dan masyarakat lokalnya. Desa wisata menciptakan pengalaman wisata yang unik dan autentik bagi pengunjung serta memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Menurut Suharko, desa wisata adalah suatu desa yang mengembangkan potensi wisata alam, budaya, dan masyarakatnya dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Desa wisata juga melibatkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan potensi wisata. Mengutip dari pendapat Subagyo, jika dilihat dari perspektif kehidupan masyarakatnya, pariwisata pedesaan atau desa wisata merupakan suatu bentuk kehidupan desa yang memiliki ciri-ciri khusus dalam masyarakatnya, panorama alam dan budayanya, sehingga mempunyai peluang untuk dijadikan komoditi bagi wisatawan khususnya wisatawan asing. Kehidupan desa sebagai tujuan wisata adalah desa sebagai objek sekaligus juga sebagai subjek dari kepariwisataan yaitu sebagai pihak penyelenggara sendiri dari berbagai aktivitas kewisataan dan hasilnya akan dinikmati oleh masyarakat secara langsung. Oleh karena itu peran aktif masyarakat sangat menentukan kelangsungan kegiatan desa ini.

### Pariwisata Berbasis Masyarakat.

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu jenis pariwisata yang memasukkan partisipasi masyarakat sebagai unsur utama dalam pariwisata guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Telfer dan Sharpley dalam (Adikampana, 2017)). Community based tourism (CBT) juga dapat diartikan sebagai alat/sarana pengembangan masyarakat yang memperkuat kemampuan masyarakat pedesaan atau masyarakat setempat untuk mengelola sumber daya pariwisata sambil memastikan partisipasi masyarakat setempat (*Asia Pasific Economic Cooperation, 2009*). Selain pengertian diatas terdapat pula pengertian lainnya terkait dengan pariwisata berbasis masyarakat, yaitu *community based tourism (CBT) is a form of tourism that seeks to empower communities to manage tourism growth and achieve community aspirations relating to their well-being, and includes economic, social and environmental sustainable development (Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), 2016)*

### Tahap Tipologi Ekonomi Kreatif

Pendekatan Keberlanjutan Ekonomi Kreatif oleh UNESCO mengidentifikasi empat tahap perkembangan ekonomi kreatif yang mencerminkan tingkat pertumbuhan dan dampak ekonomi kreatif dalam suatu wilayah. Berikut adalah penjelasan lebih panjang dan terinci mengenai pendekatan ini: (1) Tahap Pertumbuhan dan Kreativitas. Tahap pertama ini mencakup periode awal di mana industri kreatif mulai tumbuh dan mengalami tingkat kreativitas yang tinggi. Pada tahap ini, mungkin terdapat potensi kreatif yang melimpah dan munculnya pelaku kreatif yang inovatif. Aktivitas kreatif mungkin belum sepenuhnya terorganisir atau terstruktur, namun telah ada tanda-tanda perkembangan potensial. Tahap Pertumbuhan dan Kreativitas merupakan periode di mana terjadi eksplorasi dan eksperimen dalam menciptakan ide-ide baru dan solusi kreatif. (2) Tahap Produksi dan Pemasaran; Pada tahap kedua, industri kreatif telah mengalami perkembangan yang signifikan dalam hal produksi dan pemasaran produk serta jasa kreatif. Di tahap ini, produk dan jasa kreatif mulai dipasarkan secara luas dan menjangkau khalayak yang lebih luas. Masyarakat di dalam dan luar wilayah tersebut mulai mengenali keberadaan dan kontribusi ekonomi kreatif. Tahap ini ditandai dengan produksi berbagai produk dan jasa kreatif yang berkualitas tinggi. Produk-produk ini mungkin meliputi karya seni, desain interior, produk fashion, permainan komputer, film, musik, dan banyak lagi. Pada tahap ini, fokus utama adalah memasarkan dan mempromosikan produk kreatif kepada pasar yang lebih luas. Pelaku kreatif mungkin menggunakan berbagai strategi pemasaran seperti media sosial, situs web, pameran, kolaborasi dengan merek terkenal, dan lain sebagainya. Upaya promosi ini bertujuan untuk

meningkatkan kesadaran dan daya tarik produk kreatif di pasar lokal, nasional, dan internasional. Tahap ini juga menandai peningkatan akses pelaku kreatif ke pasar yang lebih luas. Mereka dapat menjual produk kreatifnya melalui toko fisik, galeri seni, platform e-commerce, dan pasar lokal. Selain itu, kerja sama dengan distributor dan pengecer juga dapat membantu memperluas jangkauan pasar. (3) Tahap Keberlanjutan dan Ekspansi; Tahap ketiga adalah tahap di mana ekonomi kreatif menjadi lebih berkelanjutan dan berkembang pesat. Pada tahap ini, terdapat peningkatan yang signifikan dalam infrastruktur, dukungan kebijakan, dan regulasi yang mendukung ekonomi kreatif. Industri-industri kreatif yang telah terbentuk memberikan dampak ekonomi yang nyata, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian secara keseluruhan. Tahap Keberlanjutan dan Ekspansi ditandai dengan adanya dukungan kebijakan yang jelas dan terarah untuk mendukung pertumbuhan ekonomi kreatif. Pemerintah dan lembaga terkait dapat mengimplementasikan kebijakan yang menguntungkan, seperti insentif fiskal, bantuan pendanaan, perlindungan kekayaan intelektual, dan regulasi yang memfasilitasi pertumbuhan sektor kreatif. Pada tahap ini, ekonomi kreatif telah menciptakan lapangan kerja yang signifikan bagi masyarakat lokal. Pelaku kreatif, pekerja budaya, teknisi kreatif, dan profesional terkait lainnya dapat bekerja di industri kreatif tersebut. Pertumbuhan lapangan kerja ini memberikan manfaat sosial dan ekonomi yang penting, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. (4) Tahap Integrasi dan Transformasi; Tahap terakhir adalah tahap di mana ekonomi kreatif telah terintegrasi secara menyeluruh dalam struktur ekonomi yang lebih luas. Pada tahap ini, ekonomi kreatif tidak hanya dianggap sebagai sektor terpisah, tetapi menjadi bagian integral dari perkembangan ekonomi secara keseluruhan. Industri kreatif yang berkembang telah menghasilkan sinergi dan kolaborasi dengan sektor-sektor lain, seperti pariwisata, teknologi, desain, dan sektor budaya. Tahap ini juga mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi yang signifikan. Ekonomi kreatif memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, pemajuan budaya, pembangunan berkelanjutan, dan inklusi sosial. Pada tahap ini, terjadi sinergi dan kolaborasi antara sektor kreatif dengan sektor ekonomi lainnya, seperti pariwisata, teknologi, desain, industri manufaktur, pertanian, dan lain sebagainya. Industri kreatif tidak lagi beroperasi secara terisolasi, tetapi saling berhubungan dengan sektor-sektor lain untuk menciptakan nilai tambah dan mendorong pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

### III. METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan pada tahun 2023, yang secara administratif terletak di Desa Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali. Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah identifikasi sektor ekonomi kreatif, serta identifikasi SWOT. Teknik pengumpulan penelitian ini yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini dalam menentukan informan adalah purposive sampling. Adapun teknik analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dengan analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats). Data dari penelitian ini dilakukan melalui wawancara dengan mewawancarai Lurah di Desa Beng, dan beberapa pelaku usaha sektor ekonomi kreatif di Desa Beng, dan laporan penelitian ini juga memanfaatkan jurnal, buku referensi, dan kemudian diperbandingkan serta dianalisis yang menghasilkan data-data sesuai dengan topik masalah (Nazir, 2003).

#### **IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Gambaran Umum Desa Beng**

Pada pertengahan tahun 2020, Dinas Pariwisata Gianyar menetapkan Kelurahan Beng, yang terletak di Kecamatan Gianyar, sebagai desa wisata yang memiliki potensi ekowisata. Selain itu juga, Desa Beng memiliki potensi ekonomi kreatif, dibuktikan dengan perkembangannya yang sangat pesat. Di Kelurahan Beng, terdapat sejumlah UMKM yang menawarkan berbagai jenis produk menarik, salah satunya adalah produk kaos bergambar barong yang menjadi ciri khas Bali, yang termasuk dalam subsektor Ekonomi Kreatif yaitu Fashion dan Desain Produk. Meskipun Kelurahan Beng terletak jauh dari daerah kunjungan turis, namun desa ini merupakan pusat pembuatan baju kaos barong yang terkenal. Kaos barong dengan mudah dapat ditemui di pasar seni, obyek wisata pantai, maupun toko oleh-oleh khas Bali. Selain berfungsi sebagai souvenir, kaos ini juga sering digunakan oleh para wisatawan saat berkeliling, karena selain harganya yang terjangkau, kaos barong juga terasa nyaman saat dipakai. Di Kelurahan Beng, terdapat sekitar 15 UMKM yang berfokus pada produksi kaos barong, dan setiap UMKM tersebut telah memiliki pelanggan tetap baik di Denpasar, Badung, maupun pasar seni yang terdapat di Kabupaten Gianyar. Harga satu baju kaos barong dijual seharga Rp 20 ribu dengan minimum order sebanyak 1 kampil (setara dengan 250 pcs). Melalui upaya kolaboratif para UMKM ini, produksi kaos barong terus berjalan dengan lancar dan memberikan kontribusi positif pada ekonomi lokal. Proses awal dalam pembuatan kaos barong berwarna melibatkan penjahitan kain sesuai dengan ukuran yang dibutuhkan oleh pasar. Setelah itu, kaos tersebut akan mengalami proses pewarnaan. Untuk menciptakan pola lingkaran putih yang akan menjadi

tempat gambar barong, bagian depan dan belakang kaos diikat dan dibungkus dengan plastik. Bagian yang dibungkus tersebut akan tetap putih karena tidak terkena pewarnaan. Setelah proses pencelupan selesai, pembungkus dibuka, dan kaos kemudian dicuci dan dikeringkan. Setelah itu, kaos siap untuk diberi gambar barong. Sementara itu, dalam proses pembuatan kaos barong putih, gambar barong dibuat setelah kaos dijahit sesuai dengan ukuran yang ditentukan. Produksi kaos jenis ini lebih cepat dan efisien. Gambar barong pada kaos tersebut dilakukan oleh beberapa pekerja yang memiliki keterampilan melukis khusus. Penggunaan peralatan yang khusus juga diperlukan dalam proses melukis. Tahap awal melibatkan pembuatan pola barong, dan kemudian dilanjutkan dengan proses pewarnaan. Pewarnaan kaos ini dilakukan dengan hati-hati dan tanpa kesalahan, karena kesalahan tidak dapat dihapus. Kondisi ini berlaku untuk proses sketsa dan pewarnaan. Dalam proses pewarnaan, hanya warna hitam dan merah yang umumnya digunakan, karena sebelum digambar, kain sudah diberi naphthol putih, yang akan mengubah warna hitam menjadi coklat dan merah menjadi kuning, sehingga menghasilkan 4 warna pada kaos. Dalam sehari, para pembuat kaos barong mampu memproduksi sekitar 150 lembar baju barong. Baju-baju ini didistribusikan ke Pasar Seni Sukawati dan pusat perbelanjaan lainnya di Bali. Selain dijual di pasar lokal, baju barong juga banyak dipesan oleh pelanggan dari luar Bali, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan sekitarnya. Selain itu, baju-baju ini juga diekspor ke luar negeri, seperti Australia dan Belanda. Selain itu, perkembangan industri kaos barong di Kelurahan Beng juga memberikan dampak sosial dan ekonomi yang signifikan pada masyarakat setempat. Proses produksi kaos barong melibatkan tenaga kerja lokal, yang pada gilirannya menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan warga desa. Dengan adanya permintaan yang stabil, industri kaos barong di Kelurahan Beng turut memperkuat ekonomi lokal dan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Dengan demikian, Kelurahan Beng tidak hanya menjadi destinasi wisata yang menarik tetapi juga menyediakan peluang ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat. Maka dari itu, sektor ekonomi kreatif fashion di Desa Beng yaitu Baju Barong sudah mencapai tahap Integrasi dan Transformasi, dimana tahap ini mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi yang signifikan. Industri Baju Barong di Desa Beng telah memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, kemajuan budaya, pembangunan berkelanjutan, dan inklusi sosial.

Di samping itu terdapat juga sektor ekonomi kreatif lainnya yaitu kuliner babi guling. Yang paling terkenal adalah Babi Guling Pande Egi. Dimana, menyajikan babi guling dengan cita rasa yang khas Gianyar yaitu rasa yang tajam dengan sambal pedas.

Berlokasi tepat di Banjar Pande, Babi Guling Pande Egi ini menawarkan pengalaman menikmati nasi babi guling di tengah persawahan Gianyar. Tidak hanya itu saja, terdapat banyak juga restoran babi guling di Desa Beng, yang otomatis membuka lapangan pekerjaan dan menarik wisatawan untuk mengunjungi desa tersebut. Maka dari itu, sektor ekonomi kreatif kuliner di Desa Beng yaitu Babi Guling sudah mencapai tahap Integrasi dan Transformasi, dimana tahap ini mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi yang signifikan. Industri Babi Guling di Desa Beng telah memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, pemajuan budaya, pembangunan berkelanjutan, dan inklusi sosial.

Selain itu, ada juga seni tenun yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat di Desa Beng. Tenun termasuk dalam salah satu subsektor Ekonomi Kreatif yaitu Kerajinan, Fashion, dan Desain. Desa ini terkenal dengan keahlian tradisional dalam tenun, yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Tenun di Gianyar memiliki ciri khas dan keindahan yang memikat, menampilkan pola-pola yang rumit dan warna-warna yang memikat hati. Kain Tenun di Desa Beng dicirikan dengan teknik pewarnaan yang tidak mencolok, kalem atau dengan teknik pewarnaan dengan warna dop yaitu sebuah teknik pewarnaan yang mulat sarira artinya tidak berani menonjol, kalem, dan lembut, dengan menunjuk cipta karsa Cap Togog, Cili, Putri Bali dan Bakti. Usaha Tenun dari Desa Beng dapat dicirikan sebagai tenunan khas Gianyar dilihat dari teknik dan motif pewarnaan yaitu dengan warna yang lebih tajam daripada warna endek lainnya, dengan motif lubeng, gegalaran, kladi manis, pucuk (khas Gianyar) dan bunbunan. Para perajin tenun di Desa Beng menggunakan tenaga kerja lokal dan bahan-bahan alami seperti serat kapas dan sutra untuk menciptakan kain-kain yang menakjubkan. Mereka menggabungkan teknik tradisional dengan sentuhan inovatif, menciptakan karya-karya yang unik dan menarik perhatian. Setiap benang dijalin dengan hati-hati dan keahlian yang tinggi, menghasilkan kain tenun yang berkualitas tinggi dan tahan lama. Produk-produk tenun dari Desa Beng, Gianyar, telah mendapatkan apresiasi yang luas, baik di pasar lokal maupun internasional. Wisatawan dan kolektor seni sering datang ke desa ini untuk membeli kain tenun sebagai kenang-kenangan yang berharga. Selain itu, produk tenun dari Desa Beng juga diekspor ke berbagai negara, memperluas jangkauan dan mengapresiasi keindahan dan keahlian masyarakat Desa Beng.

Selain sebagai sumber mata pencaharian yang penting, industri tenun di Desa Beng juga berperan dalam melestarikan warisan budaya dan memperkuat identitas lokal. Masyarakat Desa Beng sangat bangga dengan warisan tenun mereka dan

menjaga tradisi ini agar tetap hidup. Mereka mengadakan berbagai kegiatan dan festival yang berkaitan dengan tenun, sebagai cara untuk memperkenalkan kekayaan budaya mereka kepada dunia. Tenun di Desa Beng bukan hanya sekadar kain, tetapi juga menceritakan cerita dan nilai-nilai yang diwariskan dari leluhur mereka. Keindahan dan kualitas kain tenun dari Desa Beng adalah hasil dari kerja keras, dedikasi, dan keterampilan yang terus dilestarikan. Desa Beng merupakan tempat yang menyajikan pesona tenun yang memukau, menawarkan pengalaman yang tak terlupakan bagi siapa pun yang mengunjunginya. Maka dari itu, sektor ekonomi kreatif kerajinan di Desa Beng yaitu Tenun sudah mencapai tahap Integrasi dan Transformasi, dimana tahap ini mencerminkan transformasi sosial dan ekonomi yang signifikan. Industri Tenun di Desa Beng telah memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat, pemajuan budaya, pembangunan berkelanjutan, dan inklusi sosial.

**Tabel 1.**  
**Jumlah Jenis Usaha Ekonomi Kreatif di Desa Beng**

No	Nama Usaha	Jenis Sub-sektor Ekonomi Kreatif	Jumlah
1	Baju Barong	Fashion dan Desain Produk	15 UMKM
2	Kain Tenun Endek	Kerajinan, Fashion, dan Desain	4 UMKM
3	Babi Guling	Kuliner	19 UMKM

(Sumber: Olahan Data Peneliti, 2023)

### Identifikasi Faktor Kekuatan dan Kelemahan Serta Peluang dan Ancaman Pada Ekonomi Kreatif di Desa Beng

Desa Beng memiliki faktor kekuatan ekonomi kreatif yang mempesona dengan mengembangkan potensi-potensi lokal yang telah ada sejak lama. Tiga sektor utama yang menjadi tulang punggung ekonomi kreatif di desa ini adalah industri baju barong, kain tenun, dan babi guling. Melalui keahlian dan kreativitas yang melekat pada masyarakat desa, potensi ini telah ditingkatkan menjadi produk-produk berkualitas tinggi yang memikat hati konsumen. Dalam upaya untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan pasar, beragam strategi promosi telah dilakukan dengan penuh semangat. Melalui promosi yang inovatif dan beragam, desa Beng telah berhasil membangun citra yang positif dan meraih reputasi yang baik di mata konsumen. Mereka telah menjadi tujuan yang diminati oleh wisatawan dan pecinta produk kreatif, yang tidak hanya mencari produk yang berkualitas, tetapi juga menghargai keunikan

dan sentuhan budaya yang terpancar dari baju barong, kain tenun, dan babi guling khas Desa Beng. Dengan potensi yang telah terus dikembangkan dan promosi yang terus berlanjut, desa Beng semakin mengukuhkan dirinya sebagai destinasi unggulan dalam ekonomi kreatif, memberikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat serta memperkaya keberagaman budaya dalam konteks global. Analisis SWOT dalam penelitian ini dapat mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi usaha sektor ekonomi kreatif tersebut:

Faktor Kekuatan : potensi ekonomi kreatif sudah dikembangkan sejak lama, promosi sudah dijalankan sejak lama, mempunyai beragam promosi dan sudah mempunyai pelanggan yang loyal .

Faktor Kelemahan : masih ada beberapa produk yang promosinya berjalan kurang baik, Belum memiliki hak cipta, Belum ada kesadaran mengenai hak cipta dan Permodalan masih bersifat individu.

Faktor Peluang : sudah kuatnya brand di mata pelanggan, adanya kebijakan oleh pemerintah mengenai ekonomi kreatif dan menargetkan wisatawan asing dalam promosinya.

Faktor Ancaman : produsen yang memproduksi lebih murah di luar Beng dan produk tidak diakui karena tidak memiliki brand.

Berdasarkan Penjelasan diatas, dapat dikatakan sektor ekonomi kreatif di Desa Beng telah berkembang cukup baik, namun disamping hal tersebut, masih banyak kekurangan serta ancaman dari eksternal yang dapat mengancam usaha sektor ekonomi kreatif tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan strategi yang dapat dilakukan oleh usaha sektor ekonomi kreatif berdasarkan peluang dan kekuatannya adalah sebagai berikut:

Strategi SO (*Strength-Opportunities*) : memperkuat kualitas produk dan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, memanfaatkan kebijakan oleh pemerintah serta mengarahkan upaya pemasaran khusus kepada wisatawan asing yang datang ke Desa Beng.

Strategi ST (*Strength-Threat*) : mempertahankan kualitas dan keunikan produk khas Desa Beng, menghadirkan desain yang lebih inovatif, memberikan pengalaman yang unik kepada konsumen serta mendorong pelaku ekonomi kreatif di Desa Beng untuk melindungi produk mereka dengan memperoleh hak cipta yang sah.

Strategi WO (*Weaknesses-Opportunities*) : Memperkuat promosi untuk produk yang masih kurang pemasarannya, dengan cara mempromosikan ke sosial media atau secara langsung, mengadakan penyuluhan mengenai hak cipta, serta mengadakan penyuluhan tentang permodalan yang dapat menguntungkan semua pihak yang terlibat.

Strategi WT (*Weaknesses-Threats*) : Memperbanyak inovasi yang baru serta membuat brand untuk produk yang diproduksi di Desa Beng.

## V. KESIMPULAN

### Simpulan

Ekonomi Kreatif di Desa Beng telah memberikan kontribusi yang signifikan dalam perkembangan desa tersebut. Tiga paya utama yang menjadi sarana pendukung adalah Baju Barong, Tenun, dan Babi Guling. Pertama, industri Baju Barong telah menjadi identitas dan ciri khas Desa Beng. Produksi baju barong telah menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat setempat, baik sebagai pengrajin maupun penjual. Baju Barong menjadi daya paya wisatawan dan menjadi salah satu produk unggulan yang dijual di pasar seni dan pusat perbelanjaan oleh-oleh di Bali. Perkembangan industri Baju Barong juga membuka peluang ekspansi pasar di luar Bali, seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan bahkan ekspor ke luar negeri. Kedua, industri Tenun di Desa Beng juga memiliki peran penting dalam ekonomi kreatif desa. Para pengrajin tenun telah melestarikan tradisi tenun yang kaya warisan budaya dan memproduksi kain-kain yang indah dan berkualitas tinggi. Kain-kain tenun dari Desa Beng menjadi daya paya bagi wisatawan dan kolektor seni, baik di pasar lokal maupun internasional. Industri tenun juga memberikan lapangan kerja lokal dan memperkuat identitas budaya desa. Ketiga, Babi Guling menjadi paya pendukung penting dalam Ekonomi Kreatif di Desa Beng. Warung-warung Babi Guling di payani telah menarik banyak pengunjung yang mencari pengalaman kuliner khas Bali. Usaha Babi Guling memberikan peluang pekerjaan dan membantu meningkatkan perekonomian desa. Selain itu, kehadiran Babi Guling juga memberikan nilai tambah bagi pariwisata di Desa Beng, yang berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi desa secara keseluruhan. Dengan adanya Baju Barong, Tenun, dan Babi Guling sebagai sarana pendukung perkembangan desa, Ekonomi Kreatif di Desa Beng telah memberikan dampak positif bagi perekonomian, pelestarian budaya, dan pembangunan desa secara menyeluruh. Masyarakat Desa Beng telah mampu memanfaatkan potensi lokal mereka untuk menciptakan lapangan kerja, mempromosikan keindahan budaya mereka, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan paya berkelanjutan dalam pengembangan dan pemasaran, diharapkan Ekonomi Kreatif di Desa Beng akan terus berkembang dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat desa.

### Saran

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan, dapat disarankan sebagai berikut:

meningkatkan promosi produk: penting untuk mengidentifikasi produk-produk yang masih belum mendapatkan promosi yang optimal dan mengembangkan strategi promosi yang lebih efektif. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial, situs web, pameran, kolaborasi dengan influencer, dan kegiatan promosi lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran produk kreatif dari Desa Beng. Meningkatkan perlindungan hak cipta: Perlu dilakukan upaya dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya hak cipta dan perlindungan kekayaan intelektual. Dapat dilakukan dengan mengadakan pelatihan, seminar, atau workshop yang membahas masalah hak cipta serta mendorong pelaku ekonomi kreatif di Desa Beng untuk melindungi produk mereka dengan memperoleh hak cipta yang sah.

Meningkatkan nilai diferensiasi: Untuk menghadapi produsen yang mampu memproduksi lebih murah di luar Beng, Desa Beng dapat fokus pada pengembangan produk dengan nilai tambah yang sulit ditiru. Misalnya, mempertahankan kualitas dan keunikan produk khas Desa Beng, menghadirkan desain yang lebih inovatif, memberikan pengalaman yang unik kepada konsumen, atau menekankan nilai-nilai budaya lokal dalam produk. Dengan melakukan ini, Desa Beng dapat mempertahankan daya tarik dan keunggulan kompetitif produk kreatif mereka di pasaran. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan ekonomi kreatif di Desa Beng dapat terus berkembang, mengatasi kelemahan yang ada, dan memanfaatkan peluang yang tersedia.

#### DAFTAR PUSTAKA

Armin, A. (2022). IDENTIFIKASI INDUSTRI KREATIF UNTUK Mendukung Desa Banyuurip di Kabupaten Gresik sebagai Desa Wisata Bunga. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. 10, 3 (Dec. 2022), 1756-1765.

Cemproningsih, A, & Raharjana, T. D., & Janianton, D. (2022). Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Nasional Pariwisata (JNP)*. 107-125.

Jihan, D., Nur Aolia, F.P. and Solihah, M. 2021. Pengembangan dan Pengelolaan Potensi Ekonomi Kreatif di Desa Wisata pada Desa Sukamaju Ciamis. *PROCEEDINGS UIN SUNAN GUNUNG DJATI BANDUNG*. 1, 40 (Dec. 2021), 86–101.

Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*.

Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*.

Indiani, N, L, P., MandasaRi, I, A, C, S., Dharmaneegara, I, B, A., Dewi, N, M, P., Sumartini, A, R. (2020). Pengembangan Ekonomi Kreatif dan Pelestarian Lingkungan di Kelurahan Beng, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar. *Community Service Journal (CSJ)*, 2(2), 51-57.1.