(e)ISSN 2747-125X
Glory: JurnalEkonomi&IlmuSosial

PENGEMBANGAN USAHA EKONOMI KREATIF BERKELANJUTAN UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN MASYARAKAT DI DAERAH OBJEK WISATA ALAM FATUMNASI KABUPATEN TIMOR TENGAH SELATAN

Sustainable Creative Economic Business Development to Improve Community Income in the Fatumnasi Natural Tourism Area, South Central Timor Regency

Vilya K. Ulnang[1,a)], Nikson Tameno[2,b)], Rikhard T. C Bolang[3,c)]
[1,2,3)]*Prodi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Nusa Cendana Kupang, Indonesia*
Koresponden : [a)] vilyaulnang25@gmail.com [b)] niksontameno@gmail.com
` [c)] rikhard.bolang@staf.undana.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penerapan ekonomi kreatif dalam pengembangan objek wisata alam Fatumnasi, mengidentifikasi peluang dan tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi pengembangan yang berkelanjutan guna meningkatkan pendapatan masyarakat lokal. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif, melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berbagai subsektor ekonomi kreatif, seperti kerajinan tangan, kuliner lokal, dan produk hasil alam, telah dikembangkan oleh masyarakat, namun masih menghadapi kendala seperti kurangnya promosi, minimnya keterampilan kewirausahaan, dan fasilitas wisata yang belum memadai. Partisipasi masyarakat, dukungan pemerintah, dan strategi promosi terpadu menjadi kunci penting dalam mewujudkan pengembangan ekonomi kreatif yang berkelanjutan. Dengan penguatan sektor ini, tidak hanya pendapatan masyarakat meningkat, tetapi juga daya tarik wisata dan pelestarian budaya lokal dapat terjaga.Top of Form

Kata Kunci : Ekonomi Kreatif, Wisata Alam Fatumnasi, Pengembangan Berkelanjutan, Pendapatan Masyarakat Bottom of Form

PENDAHULUAN

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merupakan daya tarik yang saling terkait, keduanya saling mendukung dalam menciptakan daya tarik wisata. Produk dan jasa ekonomi kreatif dapat menjadi daya tarik utama di suatu destinasi, dimana wisatawan dapat menikmati berbagai produk yang merupakan produk ekonomi kreatif yang menjadi andalan suatu destinasi wisata, karena produk-produk itu memiliki keunikan bahkan menjadi daya tarik utama yang tidak dapat dinikmati di destinasi wisata lainnya. Dengan produk-produk ekonomi kreatif dan jasa ekonomi kreatif yang dihasilkan, dapat dijadikan wadah promosi destinasi wisata yang efektif.

Ekonomi kreatif memiliki peran penting dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, terutama di daerah-daerah dengan potensi wisata alam yang tinggi. Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi wisata alam yang indah dan menarik. Objek wisata alam yang terkenal di

Kabupaten Timor Tengah Selatan adalah objek wisata alam Fatumnasi yang terletak di kecamatan Fatumnasi.

Kecamatan Fatumnasi menyimpan dan memiliki potensi Daya Tarik Wisata yang sangat potensial, diantaranya adalah Danau Nefo Kaneka , Fatu Nausus, Bukit Nubui dan Fatu Kolen, Bekas Marmer Desa Tunua, Serta Gunung Mutis yang merupakan puncak tertinggi di Nusa Tenggara Timur dengan ketinggian 2.458 mdpl. Objek wisata alam Fatumnasi juga memiliki beberapa fasilitas wisata seperti *homestay*, lopo atau pondok, toilet, tangga yang dibuat untuk mempermudah naik ke atas bukit, dan kios-kios UMKM. selain itu objek wisata alam fatumnasi juga menyediakan beberapa spot swafoto seperti jembatan kecil di pinggir danau, dekorasi-dekorasi seperti kata-kata motivasi yang di pasang di sekitar objek wisata, serta rumah-rumah pohon yang bisa dijadikan tempat berfoto. Masyarakat sekitar juga menyediakan kuda yang bisa digunakan oleh wisatawan untuk sekedar berfoto.

Kerajinan tangan merupakan salah satu subsektor ekonomi kreatif yang memiliki potensi besar di Fatumnasi. Masyarakat lokal dapat mengembangkan produk-produk kerajinan yang unik dengan memanfaatkan bahan baku lokal dan keterampilan tradisional yang telah diwariskan secara turun-temurun. Kuliner khas daerah juga menjadi salah satu daya tarik wisata yang dapat dikembangkan di Fatumnasi, Makanan dan minuman tradisional tidak hanya menarik bagi wisatawan, tetapi juga dapat menjadi sumber pendapatan bagi masyarakat lokal. Selain itu, Seni pertunjukan tradisional merupakan aset budaya yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan daya tarik wisata Fatumnasi. Pertunjukan seni tradisional tidak hanya memberikan hiburan bagi wisatawan, tetapi juga berperan penting dalam melestarikan warisan budaya lokal.

Berdasarkan pengamatan awal yang peneliti lakukan di objek wisata alam Fatumnasi, Desa ini memiliki permasalahan kesenjangan ekonomi dan potensi pemberdayaan masyarakat. Dimana objek wisata alam Fatumnasi ini merupakan destinasi wisata alam yang paling populer di kabupaten Timor Tengah Selatan dan memiliki banyak pengunjung, namun masih belum memberikan manfaat ekonomi yang optimal bagi masyarakat lokal. Masyarakat di sekitar objek wisata ini masih hidup dalam keterbatasan ekonomi meskipun mereka memiliki kekayaan budaya dan keterampilan tradisional yang berpotensi menjadi produk bernilai tinggi dalam industri kreatif.

Produk Kerajinan tangan, produk olahan makanan dan minuman merupakan subsektor ekonomi kreatif yang sudah dikembangkan oleh masyarakat lokal Fatumnasi melalui kelompok-kelompok yang dibentuk. Pembuatan produk ekonomi kreatif di Fatumnasi pada dasarnya sudah lama dilakukan, namun kurang dikenal dan dipromosikan sehingga peminatnya masih terhitung sedikit. Kerajinan tangan yang dibuat berupa Cinderamata yang dibuat secara *handmade* dengan teknik khusus dan tradisional berupa kain tenun, sarung tenun, selendang tenun, destar (biasanya digunakan di kepala), kalung dan gelang tradisional menggunakan bahan "muti", dan gantungan-gantungan kunci modern khas daerah. Ini bertujuan untuk memperkenalkan kepada wisatawan tentang budaya yang ada di Fatumnasi.

Terdapat olahan jajanan atau produk makanan dan minuman khas daerah yang beragam, mulai dari makanan ringan seperti keripik singkong, keripik ubi ungu, keripik keladi, keripik kelapa, keripik pisang yang diolah dengan berbagai macam rasa. Selain itu ada juga produk minuman herbal yang dijual seperti kunyit, jahe, temulawak, yang sudah diolah menjadi

produk herbal bubuk. Masyarakat sekitar juga menanam bunga di polybag yang kemudian dijual kepada wisatawan yang datang ke objek wisata alam Fatumnasi.

Tabel 1.

Data Industri Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Fatumnasi Tahun 2024

No	Kelompok	Tahun	Anggota	Produk
1	Futnekaf	2013	20	Selimut, Sarung, Selendang, Keripik Ubi, Keripik Talas, Keripik Pisang, Stik Bawang, Dll
2	Jaringan Madu Mutis	2020	20	Madu Alam Murni
3	Toife'u	2021	20	Selimut,Sarung,Selendang, Tas, Dll
4	Karya Mutis	2021	10	Meja, Kursi, Lemari, Dll
5	Nekmese	2021	10	Meja, Kursi, Lemari, Dll

Sumber: Data IKM Dinas PPK dan UMKM 2024

Pengembangan ekonomi kreatif di sekitar objek wisata alam Fatumnasi juga menghadapi berbagai tantangan, salah satu tantangan utama adalah kurangnya promosi untuk produk-produk ekonomi kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat lokal sehingga peminat produk-produk ekonomi kreatif di sekitar objek wisata alam Fatumnasi ini masih terbilang sedikit. Selain itu keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha kreatif juga menjadi permasalahan yang perlu diperhatikan. Banyak masyarakat lokal yang belum mampu memanfaatkan potensi wisata ini untuk meningkatkan taraf hidup mereka. Hal ini perlu mendapat perhatian dan dukungan dari pemerintah daerah dalam hal pengembangan ekonomi kreatif, dengan memberikan bantuan promosi tidak hanya promosi objek wisata tetapi promosi untuk produk-produk ekonomi kreatif yang dihasilkan oleh masyarakat lokal, dan membantu dalam memberikan informasi dan modal berupa pelatihan mengenai kewirausahaan kreatif (*entrepreneurship*), serta modal usaha agar masyarakat lokal mampu untuk meningkatkan taraf hidup mereka sehingga masyarakat tidak hanya menggantungkan hidup hanya pada sektor pertanian/perkebunan semata.

Dengan pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata alam Fatumnasi, diharapkan masyarakat lokal dapat menjadi lebih mandiri secara ekonomi. Melalui pemanfaatan potensi alam dan budaya secara inovatif, masyarakat tidak hanya bergantung pada sektor pertanian atau bantuan dari luar, tetapi mampu menciptakan lapangan kerja dan sumber pendapatan sendiri. Misalnya, dengan memproduksi kerajinan tangan, kuliner tradisional, atau menyelenggarakan kegiatan wisata berbasis pengalaman, masyarakat dapat menghasilkan pendapatan langsung dari kunjungan wisatawan. Selain meningkatkan kemandirian ekonomi, kegiatan ekonomi kreatif juga mendorong kesadaran akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Karena alam menjadi aset utama dalam menarik wisatawan, maka menjaga kebersihan, keaslian, dan keberlanjutan alam sekitar menjadi bagian penting dari upaya ekonomi tersebut.

KAJIAN TEORI

Konsep Pengembangan

Secara umum istilah pengembangan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti proses, cara, pembuatan mengembangkan. Pengembangan adalah pembuatan menjadikan bertambah,

berubah sempurna (pikiran, pengetahuan dan sebagainya). Pengembangan artinya proses, cara, perbuatan mengembangkan. Dengan demikian konsep pengembangan adalah rancangan mengembangkan sesuatu yang sudah ada dalam rangka meningkatkan kualitas lebih maju. Dari uraian diatas pengembangan adalah suatu proses yang dipakai untuk mengembangkan dan memvalidasi suatu produk. Pengembangan dapat berupa produk, proses dan rancangan (Makawoka dkk., 2021).

Konsep Keberlanjutan

Konsep keberlanjutan atau *sustainable* mengacu pada kemampuan untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri. Hal ini dihadirkan sebagai bentuk tanggapan atas dampak negatif yang dihasilkan oleh model ekonomi yang hanya mengejar keuntungan finansial tanpa memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Definisi ini menekankan pentingnya mencapai keseimbangan antara tiga aspek utama, yaitu lingkungan, ekonomi, dan sosial, dalam upaya mencapai keberlanjutan global (Hapsoro & Bangun, 2020).

Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif adalah suatu konsep untuk merealisasikan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan berbasis kreativitas. Pemanfaatan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, bahkan tidak terbatas, yaitu ide, gagasan, bakat atau talenta dan kreativitas. Nilai ekonomi dari suatu produk atau jasa di era kreatif tidak lagi ditentukan oleh bahan baku atau sistem produksi seperti pada era industri, tetapi lebih kepada pemanfaatan kreativitas dan penciptaan inovasi melalui perkembangan teknologi yang semakin maju. Terdapat 3 hal pokok yang menjadi dasar dari ekonomi kreatif, antara lain kreativitas, inovasi dan penemuan (Purnomo, 2016).

Pengertian Pariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 1 menyatakan bahwa “Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara”. Destinasi pariwisata merupakan tempat atau daerah yang menjadi tujuan objek wisata. Sedangkan “pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung sebagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah”

Pengertian Desa Wisata

Desa wisata (*Rural tourism*) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman desa, atraksi alam, tradisi, unsur-unsur unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan (Ningsih dkk., 2023). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara potensi daya tarik wisata alam, wisata budaya, dan wisata hasil buatan manusia dalam satu kawasan tertentu dengan didukung oleh atraksi, akomodasi, dan fasilitas lain sesuai kearifan lokal masyarakat (Huwaida dkk., 2023).

Pendapatan Masyarakat

Menurut Susanti (2016) dalam (Pingge dkk., 2019) Pendapatan (*revenue*) merupakan pendapatan yang diperoleh jangka waktu tertentu. Pendapatan yaitu semua yang diterima dari hasil penjualan barang dan jasa yang didapat dalam unit usaha. Pengertian pendapatan berbeda dengan pengertian penghasilan (*income*). Pendapatan adalah pendapatan yang belum dikurangi biaya dan beban, sedangkan penghasilan adalah pendapatan bersih yang sudah dikurangi dengan beban dan biaya.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan studi kasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menggali secara mendalam pengembangan usaha ekonomi kreatif berkelanjutan di objek wisata alam Fatumnasi. Fokus utamanya adalah mengidentifikasi potensi usaha kreatif, peningkatan keterampilan masyarakat, serta peran berbagai pihak dalam mendukung sektor ini. Data yang digunakan terdiri dari data kualitatif (hasil observasi dan wawancara) dan data kuantitatif (jumlah wisatawan, UMKM, dan fasilitas wisata), yang dikumpulkan melalui observasi langsung, wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan dengan model interaktif dari Miles dan Huberman, yang meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan untuk memperoleh hasil yang akurat dan bermakna.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Penerapan Ekonomi Kreatif Dalam Pengembangan Objek Wisata Alam Fatumnasi

Dalam upaya mengembangkan potensi wisata alam Fatumnasi, penerapan ekonomi kreatif terbukti menjadi strategi yang sangat penting dan relevan. Pemerintah Kabupaten Timor Tengah Selatan (TTS) telah melihat potensi besar dari Fatumnasi bukan hanya sebagai destinasi wisata biasa, tetapi sebagai ikon pariwisata unggulan daerah. Hal ini tercermin dari keberhasilan Fatumnasi masuk dalam 50 besar desa wisata nasional serta adanya pembangunan villa sebagai bagian dari bentuk nyata dukungan pemerintah terhadap pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata.

Pengolahan produk ekonomi kreatif di alam Fatumnasi lebih sering dikelola pada saat musim libur atau pada saat event musim dingin. Fatumnasi sebagai destinasi unggulan di Kabupaten Timor Tengah Selatan memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat mendukung untuk pengembangan ekonomi kreatif. Hal ini ditunjukkan dari keberadaan produk-produk lokal seperti produk madu Mutis, keripik hasil pertanian, kopi khas, serta tenunan tradisional Fatumnasi yang telah ada. Produk-produk yang dihasilkan ini mencerminkan kombinasi antara potensi sumber daya lokal dan kekuatan budaya yang merupakan fondasi utama dalam ekonomi kreatif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelaku usaha lokal memberikan gambaran bagaimana ekonomi kreatif berjalan di tingkat masyarakat. Ibu Luisa Tapatab, seorang pengrajin tenun lokal, menunjukkan bahwa produk tenunan tidak hanya berperan dalam menopang perekonomian keluarga, tetapi juga berfungsi sebagai sarana pelestarian budaya lokal. Tenunannya mengandung makna simbolik yang mendalam, seperti warna dan motif yang mewakili nilai-nilai budaya dan kondisi alam Fatumnasi. Kehadiran wisatawan menjadi

peluang untuk mengenalkan warisan budaya ini, sekaligus memberikan pengalaman wisata yang lebih bermakna, bukan sekadar melihat pemandangan, tetapi juga menyentuh sisi budaya yang hidup dan otentik.

Hal serupa juga diungkapkan oleh Bapak Twenty Nesi, yang mengolah madu hutan murni dari kawasan Gunung Mutis. Ia memanfaatkan momen kunjungan wisatawan untuk menjual produk madu olahannya yang berasal langsung dari alam Fatumnasi. Ini menunjukkan bahwa produk lokal seperti madu tidak hanya memiliki nilai ekonomi, tetapi juga bisa menjadi daya tarik wisata itu sendiri, sebagai produk yang otentik, alami, dan mencerminkan kekayaan alam Fatumnasi. Produk-produk seperti ini berpeluang besar untuk menjadi bagian dari brand pariwisata Fatumnasi secara keseluruhan.

Sementara itu, dari sektor jasa, Bapak Mateos Anin mengembangkan Homestay Lopo Mutis dengan konsep yang sangat lokal dan alami. Ia membangun penginapan menggunakan material tradisional seperti bambu, kayu, dan ilalang, sehingga wisatawan dapat merasakan pengalaman tinggal layaknya masyarakat asli Fatumnasi. Harga yang ditawarkan cukup terjangkau dan justru keunikan dari konsep inilah yang membuat *homestay* ini diminati, terutama oleh wisatawan asing. Ini membuktikan bahwa dengan pendekatan yang kreatif dan tetap berpijak pada kearifan lokal, sektor jasa seperti homestay bisa menjadi peluang ekonomi yang nyata dan berkelanjutan bagi masyarakat.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan ekonomi kreatif di sekitar objek wisata alam Fatumnasi tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan masyarakat, tetapi juga memberikan kontribusi penting dalam pelestarian budaya dan lingkungan. Keberhasilan ekonomi kreatif di Fatumnasi sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat lokal, dukungan kebijakan pemerintah, serta promosi yang konsisten. Jika ketiganya berjalan sinergis, maka Fatumnasi tidak hanya akan dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena kekuatan komunitasnya dalam menjaga dan mengembangkan identitas lokal melalui ekonomi kreatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori ekonomi kreatif yang dikemukakan oleh Arjana, yang berpendapat bahwa ekonomi kreatif didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Jika industri lain lebih banyak ditopang oleh modal dan tenaga kerja, maka industri kreatif bertumpu pada karya.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan arah kebijakan dalam RPJMD Perubahan Kabupaten Timor Tengah Selatan Tahun 2019-2024, yang menempatkan pariwisata dan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif sebagai isu strategis dalam pengembangan pariwisata. RPJMD secara eksplisit menyebut bahwa salah satu permasalahan yang dihadapi adalah rendahnya pengelolaan destinasi wisata dan kurang berkembangnya UMKM yang berbasis ekonomi kreatif , hal ini memiliki tujuan pembangunan berkelanjutan meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan, kesempatan kerja yang produktif dan menyeluruh, serta pekerjaan yang layak untuk semua masyarakat.

Peluang Dan Tantangan Dalam Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah Objek Wisata Alam Fatumnasi

1. Peluang Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah Objek Wisata Alam Fatumnasi

Pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata alam Fatumnasi menunjukkan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Keberadaan objek wisata yang terkenal, meskipun tidak selalu ramai pengunjung setiap harinya, tetapi secara rutin selalu ada wisatawan, khususnya saat musim liburan. Kondisi ini menciptakan permintaan yang potensial bagi produk-produk lokal yang bisa dikembangkan sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Produk-produk ini tidak hanya memiliki nilai jual, tetapi juga nilai budaya dan kearifan lokal yang khas, sehingga bisa memperkaya pengalaman wisata para pengunjung.

Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Yozua Polly dan Bapak Samuel Naben dari pihak kecamatan, potensi ekonomi kreatif di Fatumnasi tidak hanya berasal dari keindahan alam dan daya tarik wisata, tetapi juga dari kekayaan sumber daya lokal seperti hasil pertanian berupa sayur-mayur dan kacang-kacangan, serta hasil hutan seperti madu. Produk-produk ini telah mulai dikelola oleh kelompok masyarakat, termasuk kelompok ibu rumah tangga yang mengolah ubi dan talas menjadi keripik. Ini menunjukkan bahwa ekonomi kreatif di Fatumnasi bukan sekadar wacana, tetapi sudah mulai dijalankan dengan pendekatan berbasis komunitas. Namun demikian, pengembangannya masih membutuhkan dukungan dari sisi pelatihan, promosi, dan distribusi agar hasilnya bisa lebih maksimal.

Lebih lanjut, Ibu Wasti Anin berpendapat bahwa keterampilan masyarakat dalam menenun adalah kekuatan tersendiri. Tenun bukan hanya produk ekonomi, tetapi juga representasi budaya lokal yang telah diwariskan turun-temurun. Tenun Fatumnasi, dengan segala corak dan simbol yang mencerminkan alam dan filosofi hidup masyarakat, memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai oleh-oleh khas atau bagian dari identitas pariwisata budaya Fatumnasi. Selain itu, hasil pertanian yang melimpah bisa diolah menjadi berbagai produk makanan ringan, seperti keripik, yang cocok dijual kepada wisatawan. Dengan demikian, wisata dan ekonomi kreatif berjalan berdampingan, saling mendukung dalam mendorong pendapatan masyarakat.

Hal menarik juga datang dari Bapak Twenty Nesi yang mengelola usaha madu murni. Ia menegaskan bahwa kondisi hutan yang masih alami di Fatumnasi menjadi habitat ideal bagi lebah liar. Dari satu pohon saja bisa ditemukan hingga empat atau lima sarang lebah. Ini menunjukkan bahwa potensi alam Fatumnasi bukan hanya untuk dilihat, tetapi bisa dimanfaatkan secara bijak untuk mendukung ekonomi lokal. Produk madu tidak hanya menjadi komoditas, tetapi juga dapat menjadi simbol kekayaan alam yang dikelola secara lestari oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, ekonomi kreatif di Fatumnasi tumbuh dari kekuatan lokal, baik alam, budaya, maupun komunitas. Masyarakat mulai menunjukkan inisiatif dalam mengolah hasil pertanian dan alam menjadi produk bernilai jual tinggi. Namun, untuk mendorong pertumbuhan yang berkelanjutan, diperlukan peran aktif pemerintah dan lembaga terkait dalam menyediakan pelatihan, sarana promosi, akses pasar, serta pendampingan usaha. Dengan sinergi yang baik, Fatumnasi bukan hanya akan dikenal karena keindahan alamnya, tetapi juga karena kekuatan ekonominya yang berbasis pada kreativitas dan budaya lokal.

2. Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif Di Daerah Objek Wisata Alam Fatumnasi

Meskipun Fatumnasi memiliki potensi besar dalam pengembangan ekonomi kreatif yang berbasis pariwisata, berbagai tantangan yang muncul di lapangan menunjukkan

bahwa implementasinya belum berjalan semulus yang diharapkan. Potensi keindahan alam dan kekayaan budaya Fatumnasi sebenarnya memberikan peluang besar untuk mendukung usaha-usaha kreatif masyarakat, seperti kerajinan tangan, olahan pangan lokal, produk berbasis hasil hutan, hingga jasa homestay. Namun, daya dukung tersebut belum sepenuhnya bisa dimaksimalkan karena masih banyak kendala yang menghambat pengembangannya.

Salah satu tantangan utama adalah rendahnya pemahaman masyarakat tentang konsep ekonomi kreatif. Sebagian besar warga Fatumnasi masih fokus pada aktivitas pertanian sebagai sumber utama penghidupan mereka. Menurut Bapak Yozua Polly, masyarakat belum terbiasa mengelola usaha secara mandiri dan profesional, serta terkendala pada aspek modal dan pemasaran. Kondisi infrastruktur seperti jalan yang belum diaspal juga membuat akses menuju Fatumnasi tidak selalu mudah, terutama bagi wisatawan yang datang dari luar. Selain itu, kurangnya promosi membuat banyak produk lokal belum dikenal luas oleh pengunjung, padahal ini menjadi peluang utama dalam ekosistem ekonomi pariwisata.

Dari hasil wawancara dengan Ibu Wasti Anin yang menjalankan usaha keripik olahan dari ubi dan pisang, ditemukan masalah serius dalam hal pemasaran. Produk yang dihasilkan hanya bisa terjual jika ada wisatawan yang datang, karena masyarakat lokal sendiri tidak menjadi pasar utama. Ini menunjukkan bahwa usaha ekonomi kreatif di Fatumnasi masih sangat bergantung pada keberadaan wisatawan. Ketika kunjungan menurun, seperti saat musim sepi atau setelah terjadi insiden tragis yang melibatkan wisatawan, penjualan langsung merosot. Selain itu, rendahnya semangat kerja sama antaranggota kelompok juga menjadi tantangan. Banyak anggota kelompok hanya ingin ikut jika ada hasil langsung yang bisa dibawa pulang, tanpa melihat pentingnya proses dan keberlanjutan usaha secara jangka panjang.

Tantangan lainnya diungkapkan oleh Bapak Novemris Tefa yang mengelola usaha madu lokal. Ia menjelaskan bahwa kasus kematian wisatawan beberapa waktu lalu berdampak langsung pada kunjungan ke Fatumnasi. Sejak saat itu, jumlah wisatawan menurun drastis, membuat sentra penjualan produk madu hanya buka pada hari-hari tertentu ketika ada pengunjung. Selain itu, produksi madu sendiri memiliki tantangan alam, seperti risiko gagal panen karena kondisi cuaca atau gangguan alam lainnya. Produk madu juga bukan kebutuhan pokok bagi semua orang, sehingga permintaannya cenderung fluktuatif. Ini menambah lapisan kesulitan bagi pelaku usaha untuk menjaga stabilitas pendapatan mereka.

Dari semua tantangan yang terungkap melalui wawancara, terlihat bahwa pengembangan ekonomi kreatif di Fatumnasi tidak hanya membutuhkan potensi alam dan budaya, tetapi juga ekosistem pendukung yang lebih kuat. Edukasi kepada masyarakat, pelatihan manajemen usaha, pembentukan kelompok yang solid, promosi produk, dan perbaikan infrastruktur adalah aspek-aspek penting yang harus diperhatikan secara bersama-sama. Tanpa intervensi yang tepat, usaha ekonomi kreatif di Fatumnasi akan terus berjalan dalam lingkaran ketergantungan pada wisatawan dan minim keberlanjutan. Maka dari itu, sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pihak pendukung lainnya menjadi kunci untuk membuka jalan bagi berkembangnya ekonomi kreatif yang benar-benar memberi manfaat jangka panjang bagi warga lokal.

Pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata alam Fatumnasi menunjukkan potensi besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Dukungan dari potensi alam, budaya, dan inisiatif komunitas seperti produksi madu, tenun, dan olahan hasil pertanian menjadi kekuatan utama. Produk-produk ini tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga mencerminkan kearifan lokal yang memperkaya pengalaman wisatawan. Meski masih bersifat sederhana, masyarakat mulai memanfaatkan peluang ini dengan pendekatan komunitas dan semangat kewirausahaan yang terus tumbuh, meski masih butuh dukungan dalam hal pelatihan, promosi, dan akses pasar.

Terdapat berbagai tantangan menghambat perkembangan yang optimal. Minimnya pemahaman tentang ekonomi kreatif, keterbatasan modal, pemasaran yang lemah, serta infrastruktur yang belum memadai menjadi hambatan utama. Ketergantungan tinggi terhadap jumlah kunjungan wisatawan membuat banyak usaha lokal tidak stabil. Di samping itu, semangat kerja sama dalam kelompok usaha masih rendah, dan fluktuasi permintaan produk seperti madu semakin menambah beban. Oleh karena itu, dibutuhkan sinergi antara masyarakat, pemerintah, dan pihak terkait untuk memperkuat ekosistem ekonomi kreatif di Fatumnasi secara berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga dengan judul penelitian Implikasi Potensi Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Perkembangan UMKM yang menunjukkan hasil bahwa Pengembangan pariwisata di kawasan wisata desa mela-II Tapian Nauli mampu mengembangkan usaha ekonomi kreatif dan meningkatkan pendapatan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sekitar kawasan wisata. Namun, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti tingkat pendapatan pelaku UMKM di sektor wisata alam yang belum meningkat secara merata, karena jumlah wisatawan yang ramai hanya pada saat hari libur. Selain itu, pengembangan UMKM dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti rendahnya tingkat sumber daya manusia, modal usaha yang terbatas, dan kurangnya motivasi serta inovasi masyarakat dalam mengembangkan ide-ide peningkatan usaha.

Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat Di Sekitar Objek Wisata Alam Fatumnasi

Pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata alam Fatumnasi secara umum menunjukkan arah yang positif, meskipun tetap memerlukan strategi yang matang dan berkelanjutan. Strategi utama yang ditemukan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang berbasis pada potensi lokal baik dari segi sumber daya alam maupun keterampilan masyarakat. Melalui wawancara dengan berbagai pelaku usaha dan pihak pemerintah, tergambar bahwa berbagai inisiatif telah dilakukan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat melalui penguatan sektor ekonomi kreatif, mulai dari legalitas produk, peningkatan kualitas, hingga pelatihan keterampilan.

Salah satu strategi yang cukup menonjol adalah yang dilakukan oleh pelaku usaha madu lokal seperti Bapak Novembris Tefa dan Bapak Twenty Nesi. Mereka menyadari bahwa untuk bisa bersaing dan dipercaya oleh konsumen, terutama wisatawan dari luar daerah, maka produk yang dijual harus memiliki legalitas yang jelas. Oleh karena itu, mereka mengurus izin dari Departemen Kesehatan dan sertifikasi halal sebagai bentuk tanggung jawab dan jaminan mutu. Tidak hanya itu, mereka juga menjaga kualitas produk dengan cara produksi yang lebih

higienis, seperti penggunaan alat tiris untuk memproses madu agar tetap bersih dan tidak berbusa. Ini adalah langkah konkret yang menunjukkan kesadaran akan pentingnya standar produk dalam industri pariwisata dan oleh-oleh.

Sementara itu, strategi dari sektor kerajinan juga tak kalah penting. Ibu Luisa Tapatab, seorang pengrajin tenun, menjelaskan bahwa menjaga kualitas dan memuat nilai-nilai budaya lokal dalam hasil tenunan merupakan strategi utama untuk mempertahankan minat wisatawan terhadap produknya. Tenunan bukan sekadar barang, tetapi sebuah cerita dan identitas budaya. Maka menjaga unsur warna, motif khas, serta kerapian dalam proses tenun menjadi prioritas. Ini menunjukkan bahwa pelestarian budaya dan ekonomi bisa berjalan beriringan melalui pendekatan kreatif dan sensitif terhadap nilai lokal.

Dari sisi pemerintah, strategi yang dikemukakan oleh Ibu Eny Kristinawati dari Dinas PPK dan UMKM juga menunjukkan peran penting lembaga publik dalam pengembangan ekonomi kreatif. Pemerintah daerah tidak hanya menyediakan pelatihan untuk keterampilan seperti menenun atau membuat olahan pangan, tetapi juga memberikan bantuan alat, membangun sentra produksi seperti Sentra Madu Mutis, dan bahkan memfasilitasi legalitas dan promosi produk. Pendekatan ini membuktikan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak bisa dilepas sepenuhnya pada masyarakat, tetapi perlu dukungan sistematis dan menyeluruh dari pemerintah.

Pelatihan dan pemberdayaan masyarakat diarahkan tidak hanya pada satu produk utama seperti kain tenun, tetapi juga pada inovasi produk turunannya, seperti dompet, gantungan kunci, dan tas dari kain tenun. Dengan cara ini, masyarakat bisa memperluas variasi produk dan menyesuaikannya dengan selera pasar wisatawan. Untuk olahan pangan, pendekatan yang sama juga dilakukan, mendorong masyarakat agar bisa mengolah hasil pertanian lokal menjadi produk bernilai ekonomi tinggi, seperti keripik dari ubi dan pisang.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif di Fatumnasi mulai bergerak ke arah yang tepat, yakni memadukan potensi lokal, kualitas produk, nilai budaya, serta dukungan pemerintah. Strategi-strategi ini tidak hanya memberi peluang ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas daerah sebagai destinasi wisata yang autentik. Jika strategi ini terus dikembangkan secara konsisten dan inklusif, maka bukan tidak mungkin Fatumnasi akan menjadi contoh sukses pengembangan ekonomi kreatif berbasis komunitas dan pariwisata di wilayah Nusa Tenggara Timur.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Mangiring dengan judul strategi pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif dalam peningkatan perekonomian masyarakat Toba Samosir, yang mendapat hasil pentingnya strategi pengembangan pariwisata yang terintegrasi dengan ekonomi kreatif melalui pelatihan masyarakat, penguatan infrastruktur, promosi digital, kolaborasi lintas sektor, dan perlindungan terhadap budaya serta lingkungan. Dengan strategi yang tepat dan keterlibatan aktif masyarakat, pengembangan ini diharapkan dapat meningkatkan pendapatan, membuka lapangan kerja baru, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penerapan ekonomi kreatif di objek wisata alam Fatumnasi telah menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, melestarikan budaya lokal, dan

memperkuat daya tarik wisata. Melalui pengembangan usaha tenun tradisional, produk madu hutan, kuliner khas, hingga homestay bernuansa lokal, masyarakat berhasil mengolah potensi alam dan budaya menjadi sumber ekonomi. Keberhasilan ini tidak lepas dari peran aktif masyarakat, dan dukungan pemerintah, yang menjadikan Fatumnasi bukan hanya menarik dari sisi keindahan alam, tetapi juga sebagai simbol kekuatan komunitas lokal dalam menjalankan ekonomi berbasis kreativitas.

2. Pengembangan ekonomi kreatif di Fatumnasi memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya alam, budaya, dan kreativitas lokal. Namun, pengembangan ini masih menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan modal, pemasaran, infrastruktur, dan pemahaman masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi aktif antara masyarakat, pemerintah, dan pihak terkait agar ekonomi kreatif di Fatumnasi dapat tumbuh secara berkelanjutan.
3. Pengembangan ekonomi kreatif di kawasan wisata alam Fatumnasi berjalan ke arah positif dengan strategi yang berfokus pada potensi lokal, kualitas produk, nilai budaya, dan dukungan pemerintah. Pelaku usaha seperti pengrajin tenun dan produsen madu mulai sadar akan pentingnya legalitas dan standar mutu, sementara pemerintah turut aktif memberikan pelatihan, bantuan alat, dan promosi produk. Dengan pendekatan yang kolaboratif dan berkelanjutan, strategi ini tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat, tetapi juga memperkuat identitas budaya daerah sebagai daya tarik wisata yang autentik.

DAFTAR PUSTAKA

Andi, P. 2010. *Menguasai teknik-teknik Koleksi Data Penelitian Kualitatif.* Jogjakarta: DIVA press

Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Rajawali Pers.

Alfadri, F., & Harahap, A. B. (2021). Pemberdayaan Kemandirian Masyarakat Berbasis Ekonomi Kreatif Di Kecamatan Sipirok Kabupaten Tapanuli Selatan. *Dakwah Dan Pemberdayaan Masyarakat Desa*, *4*(1).

Batilmurik, R. ., & Lao, H. . (n.d.). *Pengembangan Model Ekonomi Kreatif bagi Masyarakat di Daerah Objek Wisata Bahari Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur*.

Gea, A. (2024). Arus Jurnal Sosial dan Humaniora (AJSH) Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank UOB Indonesia Divisi Transaction Banking dalam Mempromosikan Produk Trade Finance. *Jurnal Sosial dan Humaniora*, *4*(1).

Hapsoro, N. A., & Bangun, K. (2020). Perkembangan Pembangunan Berkelanjutan Dilihat Dari Aspek Ekonomi Di Indonesia. *Arsitektur*, *03*(02), 88–96.

Hendriyani, I. G. A. D. (2023). *Siaran Pers: Menparekraf: Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Terbukti Lebih Cepat Pulih dari Pandemi*. Kemenparekraf/Baparekraf RI.

Huwaida, N. A., Alfarez, T. R., Setiawati, A., Maulana, R., & Arthamevilia, R. (2023). *Pedoman Pemberdayaan MAsyarakat Desa Berbasis Kelembagaan Lokal Dalam Peningkatan Ekonomi Desa Wargasara, Pulau Tunda, Kabupaten Serang*.

Makawoka, N., Tulusan, F. M. G., & Londa, V. (2021). Pengembangan Sumber Daya Manusia Melalui Pelatihan Pembuatan Hand Sanitizer Oleh Dinas Ketenagakerjaan Kota Manado. *Jap*, *VII*(107), 99–107.

Mangiring, H., Simarmata, P., & Panjaitan, N. J. (2019). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Ekonomi Kreatif Dalam Peningkatan Perekonomian Masyarakat Kabupaten Toba Samosir. *Jurnal Ek&Bi*, *2*.

Muliasari, Y. (2024). *Pengelolaan Ekowisata Sebagai Upaya Pembangunan Pariwisata Pada Objek Daya Tarik Wisata Fatumnasi Di Kabupaten Timor Tengah Selatan*. 148.

Ningsih, M., Lailin, I. A., Rahmawati, L., Umam, C., Sutrisno, E., Fitrianto, A., Wijaya, D., Ramadhani, R., Dewi, R. M., & Utama, J. Y. (2023). *Desa Wisata, Wisata Desa (Inovasi, Potensi, Dan Strategi)*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.

Peraturan Daerah Kabupaten Timor Tengah Selatan Nomor 3 Tahun 2018 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Timor Tengah Selatan Tahun 2018-2025 (2018).

Pingge, E., Rozari, P. E. De, Ndoen, W. M., & Christien, C. (2019). *Analisis Penerapan Metode Electronic Commerce Terhadap Pendapatan Bubur Ayam Farmasi Di Kota Kupang Analysis Of The Application Of E-Commerce Methods To The Income Of The Farmasi Chicken Porridge In Kupang City*. *2018*, 1031–1038.

Purnomo, R. A. (2016). *EKONOMI KREATIF Pilar Pembangunan Indonesia*. CV.Garuda Mas Sejahtera.

Purwanto, H. A. (2023). *MEMILIH TEKNIK ANALSISI DATA DAN UJI VALIDASI*. EDULITERA.

Putri, I. S., & Wahyuningsih, D. D. (2021). PERAN EKONOMI KREATIF DALAM PEMBERDAYAAN EKONOMI MASYARAKAT DI DESA WISATA ROTAN TRANGSAN, GATAK, KABUPATEN SUKOHARJO. Dalam *Global Financial Accounting Journal* (Vol. 05, Nomor 01).

Sinaga, N. A., Koto, mhd. S., Tanjung, A., Panggabean, N. Z., & Riwayani. (2024). Implikasi Potensi Wisata Berbasis Ekonomi Kreatif Terhadap Perkembangan UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*, *7*. https://doi.org/https://doi.org/10.36778/jesya.v7i2.1641

Sudibya, B. (2018). Bali Membangun Bali Jurnal Bappeda Litbang Wisata Desa dan Desa Wisata. *BALI MEMBANGUN BALI JURNAL BAPPEDA LITBANG Wisata Desa dan Desa Wisata*, *1*(1), 1–30.

Supardi, S. (2019). Pengembangan Pegawai Melalui Pendidikan Dan Pelatihan Di Kantor Badan Perencanaan Pembangunan Kota Bandung. *Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, *7*(September), 70–77.

Suryana. (2013). *Ekonomi Kreatif, Ekonomi Baru Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang*. Penerbit Salemba Empat.

Kecamatan Fatumnasi Dalam Angka 2024

Kecamatan Timor Tengah Selatan Dalam Angka 2024

Profil Kecamatan Fatumnasi 2020

Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Perubahan Kabupaten Timor Tengah Selatan, 2019-2024

Undang-undang (UU) Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Undang-undang (UU) Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif