

STUDI EKSPLORASI PELUANG PENGEMBANGAN DESA WISATA MENGUNAKAN PERSPEKTIF KREATIVITAS

Theofan Adrianus Arthur Auri*¹

M. Yasser Iqbal Daulay²

^{1,2} Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bengkulu, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini akan difokuskan pada teori pembentukan kreativitas pada individu pengelola desa wisata dengan menggunakan kerangka kerja 4P (person, press, process, product) yang dikemukakan oleh Dimov (2007). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan dari 3 sumber yaitu pengelola dan pemrakarsa pengembangan desa wisata. Metode pengumpulan data menggunakan teknik observasi dan wawancara. Pemilihan populasi dan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Pengukuran penelitian dalam wawancara ini terdiri dari 5 pertanyaan kepada narasumber. Tahapan analisis dalam penelitian yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Aspek Personal individu berpengaruh positif terhadap pembentukan kreativitas dalam pengembangan desa wisata (2) Aspek Accepted Pressure individu berpengaruh positif terhadap pembentukan kreativitas dalam pengembangan desa wisata (3) Aspek Proses yang dilalui individu berpengaruh positif terhadap pembentukan kreativitas dalam pengembangan desa wisata (4) Aspek Produk individu merupakan hasil dari tahapan pembentukan kreativitas yang dapat berupa barang atau jasa.

Kata Kunci: *Manajer Kreativitas Pribadi; Pers; Proses; Produk Tur Desa*

Abstract

Study This will focus on theory formation creativity on individual manager village tours with the use 4P framework (person, press, process, product) put forward by Dimov (2007). Method Research used _ is method descriptive qualitative. Data was collected from 3 sources manager And initiator development village tour. Method data collection using technique observation And interview. Election population And sample in the study This uses the purposive sampling method. Measurement study in interview This consists of 5 questions to sources. Stages of analysis in a study that is data reduction, data presentation, and withdrawal conclusion. Results study This shows that (1) the Aspect of Personal individual influential positive to the formation of creativity in the development of village tourism (2) the Aspect of Accepted pressure _ individual influential positive to the formation of creativity in the development village tourism (3) Aspects of the process that goes through individual influential positive to formation creativity in development village tourism (4) Aspect Product individual results from stages formation creativity that can form goods or services.

Keyword: *Personal; Press; Process; Product Creativity Manager Village Tour*

Article History: *Received: (17-03-2025); Revised: (09-04-2025); and Published: (30-05-2025)*

PENDAHULUAN

Indonesia, negara kepulauan yang menonjol dengan potensi wisata yang sangat besar, yang mencakup kekayaan alam, keragaman budaya dan etnis, berbagai pilihan makanan, berbagai kerajinan tangan, dan atraksi lainnya. Seluruh kekayaan alam Indonesia terbagi dari Sabang sampai Merauke. Provinsi Bengkulu merupakan salah satu Provinsi di Indonesia dengan luas wilayah 19.919,33 km² yang terletak di barat daya pulau Sumatera. Disetiap Kabupaten/Kota di Provinsi Bengkulu memiliki banyak tempat objek wisata, seperti wisata alam air terjun, pantai, sungai, gunung, dan persawahan. Maka besar kemungkinan untuk mengembangkan desa wisata (village tourism) di Provinsi Bengkulu. Menurut data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Bengkulu (2022) ada 204 jenis daya tarik wisata di Provinsi Bengkulu, jenis objek wisata yang paling banyak adalah desa wisata dengan jumlah 119 objek.

UNWTO (1980) menjelaskan bahwa pariwisata berhubungan dengan kehidupan sosial dan ekonomi, khususnya memiliki peran penting dalam kegiatan ekonomi suatu bangsa. Banyak lembaga dan sektor yang terlibat dalam industri pariwisata. Selain itu, pariwisata terhubung dengan faktor lingkungan, politik, dan sosial budaya selain faktor ekonomi (Febriandhika & Kurniawan, 2020).

Desa wisata menurut Kachniewska (2015) merupakan suatu daerah yang terdapat tempat wisata berdasarkan kekayaan alam yang ada di daerah tersebut, yang berbasis pada masyarakat dan nantinya desa wisata itu pula yang akan meningkatkan tingkat kesejahteraan dari masyarakat lokalnya. Desa wisata didefinisikan sebagai kawasan pedesaan yang menawarkan suasana yang utuh mencerminkan pedesaan dengan keasliannya, baik tata letak, arsitektur bangunan, maupun pola sosial dan kehidupan budaya masyarakat, dan kegiatan sehari-hari (Suwanto, 1997 didalam Suniastha Amerta, 2017).

Menurut Gautama, B. P et al., (2020) melalui pengembangan desa wisata dapat menjadi pendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat, untuk itu diperlukan pendekatan pengembangan pariwisata yang melibatkan peran aktif masyarakat. Desa wisata dan ekowisata memiliki konsep dan definisi yang sedikit berbeda dengan pariwisata, Damanik & Weber (2006) menjelaskan ekowisata adalah

jenis wisata unik yang sering digambarkan sebagai lawan dari wisata massal. Ekowisata, berbeda dengan wisata konvensional, ekowisata merupakan jenis wisata yang sangat mengutamakan kelestarian sumber daya alam (Aryunda, 2011).

Oleh sebab itu, penelitian ini akan berfokus pada teori pembentukan kreativitas individu pengelola desa wisata menggunakan kerangka 4P (person, press, process, product) yang dikemukakan oleh Dimov, D (2007) selanjutnya Dimov menjelaskan bahwa kreativitas penting dalam kewirausahaan, sehingga dianggap perlu mempelajari kreativitas yang dimiliki oleh seseorang untuk menumbuhkan ide-ide baru demi kemajuan kewirausahaannya. Sesuai dengan sudut pandang Rhodes didalam Munandar (2004) yang menjelaskan konsep kreativitas dengan penekanan 4P yaitu (1) Person, mengembangkan pribadi yang kreatif adalah sangat mungkin, perilaku kreatif dari pengelola desa wisata merupakan suatu faktor yang sangat kuat mendukung penciptaan kreativitas layanan; (2) Press, kreativitas pengelola desa wisata membutuhkan dorongan dalam diri individu maupun dorongan dari lingkungan seperti keluarga dan kerabat untuk menciptakan kreativitas layanan; (3) Process, proses kreatif merupakan tahap pembentukan suatu produk, ada empat tahap proses kreatif, yaitu : persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi; (4) Product, merupakan hasil dari kreativitas yang dibuat, produk kreatif diharapkan muncul jika memiliki kondisi pribadi dan lingkungan yang mendukung perilaku kreatif atau lingkungan yang memberikan peluang atau kesempatan untuk berkreasi secara kreatif.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Metode ini memiliki kelebihan karena memberikan peneliti berbagai variabel yang berasal dari pelaku usaha yang sudah ada. Cooper (2014) menjelaskan penelitian kualitatif biasanya menggunakan ukuran dengan sampel kecil karena tujuan penelitian adalah untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang sesuatu. Pemilihan sampel dan objek penelitian, peneliti menggunakan teknik purposive sampling dengan tujuan untuk mencapai keefektifan waktu penelitian, dan efisien. Oleh sebab itu, maka objek dari penelitian ini adalah Desa Wisata Tangsi Duren, Kabawetan, Kabupaten Kepahiang yang berjarak 66,7 kilometer dari kota Bengkulu, dengan informan yaitu pengelola objek wisata Tebing Wetan.

Alasan peneliti memilih desa wisata Tangsi Duren pada objek wisata Tebing Wetan sebagai objek dan pengelolanya sebagai informan adalah karena peneliti melihat desa wisata Tangsi Duren merupakan wisata yang dikembangkan oleh masyarakat yang bekerja sama dengan pemerintah, namun dalam proses pengembangan desa wisata ini pengelola mengalami beberapa kendala seperti kurangnya dana yang diberikan oleh pemerintah sehingga peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana proses pengembangan desa wisata yang dilakukan oleh pengelola, dan apakah terdapat pembentukan kreativitas dalam individu pengelola yang berfokus pada kerangka 4P (Person, Press, Process, Product) untuk menciptakan kreativitas layanan demi pengembangan desa wisata. Peneliti menganggap perlu untuk diteliti untuk mempelajari eksplorasi peluang pengembangan desa wisata.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep Pengembangan Ekonomi dan Pariwisata

Hasan dan Hermawan (2018) menjelaskan Pengembangan Ekonomi Pariwisata (Tourism Economic Development - TED) merupakan konsep yang menekankan pada pemberdayaan masyarakat untuk lebih memahami nilai-nilai dan aset yang dimiliki masyarakat, seperti budaya, adat istiadat, keragaman kuliner, dan cara hidup. Melalui konsep TED setiap individu dalam masyarakat diarahkan untuk menjadi bagian dalam rantai ekonomi pariwisata, untuk itu individu diberi pengetahuan dan keterampilan untuk mengembangkan sebuah destinasi wisata di daerah tempat mereka berasal, dengan ragam produk (barang dan jasa).

Peluang Usaha

Kusmulyono (2016) menjelaskan bahwa awal mula hadirnya sebuah usaha ditentukan dengan kemampuan mengidentifikasi adanya peluang untuk usaha tersebut. Peluang usaha adalah ketika produk, layanan, bahan baku, atau strategi manajemen diperkenalkan dan dijual lebih dari biaya produksinya (Sane dan Venkataraman, 2000). Peluang juga dapat dianggap sebagai ide atau mimpi yang diciptakan. Kewirausahaan selalu diungkapkan melalui analisis untuk mendapatkan potensi hasil yang menguntungkan (Short *et al.*, 2010).

Desa Wisata

Muljadi (2012) menjelaskan desa wisata adalah suatu bentuk pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat lokal dan tidak mengubah apa yang sudah ada tapi lebih umumnya akan memanfaatkan kapasitas komponen dan kemampuan apa yang menjadi ciri khas, barang dan industri dalam skala terbatas dan mampu memenuhi berbagai kebutuhan perjalanan wisata, baik dari segi daya tarik maupun dari berbagai fasilitas pendukung. Desa Wisata meliputi: Kawasan pedesaan dengan suasana yang utuh yang mencerminkan keaslian pedesaan dari segi kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, dan kehidupan sehari-hari, serta ruang khas desa dengan arsitektur bangunan dan struktur struktur unik dan menarik, kemudian memiliki potensi untuk mengembangkan berbagai komponen pariwisata, seperti: atraksi, penginapan, makan minum, dan kebutuhan lainnya bagi wisatawan (Priasukmana dan Mulyadin, 2001).

Kreativitas

James J. Gallagher dalam Rachmawati dan Kurniati (2011) mengatakan bahwa kreativitas adalah proses mental yang dilalui seseorang untuk memunculkan ide-ide baru, produk, atau kombinasi dari keduanya yang akan melekat pada dirinya. Menurut Nisa (2011) kreativitas adalah kemampuan untuk membayangkan atau menciptakan sesuatu yang baru; untuk menggabungkan, memodifikasi, dan mengimplementasikan kembali ide- ide yang sudah ada; khususnya kemampuan untuk bereksperimen, terbuka terhadap ide- ide baru, dan menerima perubahan; suatu prosedur, khususnya prosedur yang terus- menerus mengerahkan upaya untuk melakukan perubahan dan peningkatan tambahan pada pekerjaan yang sedang dilakukan.

Definisi kreativitas tergantung pada penekanan yang diberikan. Rhodes didalam Munandar (2004) membagi kreativitas menjadi empat dimensi yakni person, press, process, product. Dimensi 4P ini saling terkait satu sama lain: orang kreatif dalam prosesnya menghasilkan produk kreatif, mereka menerima dukungan dan dorongan. Berikut penjelasannya :

1. Kreativitas dalam Dimensi Person (Pribadi)

Dimensi person didefinisikan sebagai kreativitas yang berfokus pada individu atau berbasis usaha yang berfokus pada individu itu. Guilford (1967) menjelaskan bahwa kreativitas adalah kemampuan atau seperangkat keterampilan yang melekat pada seseorang, yang terkait erat dengan bakat.

2. Kreativitas dalam Dimensi Press (Tekanan)

Definisi dan pendekatan kreativitas yang menekankan pengaruh tekanan atau dorongan dibagi menjadi dua yaitu, dorongan eksternal yaitu lingkungan sosial dan keluarga, mengenai tekanan dari lingkungan ada yang menghargai imajinasi dan fantasi serta menekankan inovasi dan kreativitas, untuk itu jika dalam budaya yang terlalu menekankan tradisi maka kreativitas juga kurang berkembang dan kurang terbuka terhadap perubahan atau perkembangan baru. Sedangkan dorongan internal yaitu dari dalam diri berupa keinginan untuk berkreasi atau sibuk berkreasi. Kesimpulannya kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru (produk) atau proses konstruksi ide yang dapat dimanfaatkan dalam kegiatan pemecahan masalah (Hendrawan *et al.*, 2019).

3. Kreativitas dalam Dimensi Process (Proses)

Hendrawan *et al.*, (2019) menjelaskan Pengertian dimensi proses adalah bahwa kreativitas diartikan dengan upaya yang menitikberatkan pada prosesberpikir untuk menghasilkan ide-ide yang orisinal dan kreatif. Kreativitas adalah suatu proses atau kemampuan yang menunjukkan kefasihan, kemampuan menyesuaikan diri, orisinalitas, dan kemampuan untuk mengembangkan, memperkaya, dan merinci suatu gagasan.

4. Kreativitas dalam Dimensi Product (Produk)

Definisi pada dimensi produk merupakan upaya mendefinisikan kreativitas yang berfokus pada produk dengan melihat apa yang dihasilkan oleh pribadi (person) baik sesuatu yang baru dan original atau penggabungan yang inovatif. Kepribadian kreatif menciptakan produk kreatif yang berupa konfigurasi, yang dapat berupa ide, model, tindakan, cara merangkai kata, melodi, atau bentuk (Cropley, 1972).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Polit dan Beck (2009) menjelaskan jenis penelitian ini biasanya dipakai dalam fenomena sosial. Metode penelitian kualitatif mengkaji kondisi objek yang alamiah dengan menggunakan peneliti sebagai instrumen utama, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil yang lebih menekankan makna daripada generalisasi (Abdussamad, 2021).

Jenis dan sumber data yang dimaksud adalah dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi yang jelas dan sesuai dengan penelitian yang dilakukan. Untuk itu sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer yaitu data yang diperoleh dengan survei lapangan dengan menggunakan semua metode pengumpulan data orisinal (Hanke & Reitsch, 1997). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh objek desa wisata di Provinsi Bengkulu yang telah dikembangkan sesuai dengan konsep desa wisata. Satuan eksperimen dalam penelitian ini terdiri dari 1 desa wisata yang ada di Provinsi Bengkulu. Dengan demikian sampel penelitian yaitu pengelola objek wisata di desa wisata Tangsi Duren, Kabawetan, Kabupaten Kepahiang, Provinsi Bengkulu.

Lokasi pelaksanaan penelitian ini adalah di Desa Wisata Tangsi Duren, Kabawetan, Kabupaten Kepahiang, Bengkulu pada objek wisata Tebing Wetan. Dasar pertimbangan penentuan lokasi karena peneliti ingin mengetahui peluang pengembangan desa wisata menggunakan perspektif kreativitas dengan mendeskripsikan pribadi, tekanan, proses, dan produk pengelola desa wisata dalam menciptakan kreativitas layanan bagi wisatawan/konsumen.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi, Observasi yang merupakan kegiatan dengan menggunakan pancaindera, bisa penglihatan, penciuman, pendengaran, untuk memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab masalah penelitian. Hasil dari observasi berupa aktivitas, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu, dan perasaan emosional. Yang kedua adalah teknik wawancara yang dalam penelitian ini bertujuan untuk menjawab indikator dari

dimensi yang bisa menjelaskan bagaimana pengelola desa wisata menciptakan kreativitas layanan.

Tahapan analisis pada penelitian ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Huberman dan Miles (2002) adalah sebagai berikut yaitu, pertama reduksi data adalah proses meringkas, memilah informasi yang paling penting, berkonsentrasi dan mencari tema dan pola, kedua proses pengorganisasian data agar mudah dianalisis dan ditarik kesimpulannya disebut dengan data display, dan yang ketiga dalam analisis data kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi hasilnya

HASIL PENELITIAN

Deskripsi Objek Wisata Kabupaten Kepahiang

Kabupaten Kepahiang menarik wisatawan karena keindahan alamnya, khususnya di Kecamatan Kabawetan yang merupakan daerah tujuan wisata populer dengan berbagai tempat wisata seperti persawahan, air terjun, hamparan kebun teh, dan spot foto yang menarik. Desa Tangsi Duren merupakan salah satu desa yang dijadikan desa wisata. Desa seluas 260 hektar ini memiliki objek antara lain Tebing Wetan, Sky Walk, dan Air Terjun Tirta Mandiri, serta Taman Bunga.

Informan Penelitian

Informan diperoleh melalui teknik purposive sampling, sesuai dengan pemilihan desa wisata serta informan pendukung yang merupakan inisiator pengembangan desa wisata yang ingin diteliti serta peneliti menganggap informan mengetahui dan dapat menjawab masalah dan pertanyaan penelitian yang diangkat, maka didapati informan pada penelitian ini berjumlah 3 orang yang terdiri dari 1 pengelola desa wisata dan 2 inisiator desa wisata di Provinsi Bengkulu. Berikut peneliti sajikan tabel informan penelitian beserta informasi singkat, yakni:

Tabel Informan Kunci

No	Nama	Umur
1.	Fhery Albert	24 Tahun

Tabel Informan Tambahan

No	Nama	Umur
1.	Ahmad Iqbal Jilan	26 Tahun
2.	Chomarul Zaman	26 Tahun

PEMBAHASAN

Aspek *Person* (Pribadi)

Menurut Catron dan Allen (1999) individu yang berani mengambil resiko ketika melakukan hal yang berbeda ataupun lebih sulit. Individu kreatif juga banyak bertanya, imajinatif, dan memiliki ketertarikan akan hal yang baru. Wawasan pribadi tentang peluang dan potensi suatu lokasi sangat penting untuk pertumbuhan desa wisata, hal ini memungkinkan penggunaan aset lokasi tersebut secara kreatif dalam penciptaan desa wisata. Oleh sebab itu peneliti melakukan wawancara dengan informan penelitian yang merupakan salah satu pengelola objek wisata dan dua orang inisiator pengembangan desa wisata, untuk mengetahui bagaimana pribadi pengelola objek wisata ini dalam melihat perkembangan desa wisata saat ini.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Fhery Albert selaku pengelola objek wisata Tebing Wetan pada hari Jumat, 17 Februari 2023 di lokasi objek wisata Tebing Wetan, pengelola tersebut menyampaikan :

“...untuk saat ini pengembangan desa wisata termasuk sangat maju, dan untuk ekonomi warga juga alhamdulillah sedikit banyaknya terbantu dengan adanya aktivitas wisata di kepahiang, dan khusus kabawetan adalah destinasi utama Kabupaten Kepahiang. Dan alhamdulillah pemuda-pemuda sadar wisata juga, jadi dengan pengolahan ini kita bisa berjalan dengan lancar. Kepala desa, dengan dinas- dinas juga mensupport kita...”

Berikut berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Ahmad Iqbal Jilan dan Chomarul Zaman selaku inisiator pengembangan desa wisata di Bengkulu pada hari

Minggu, 12 Maret 2023 yang berlokasi di Kantor Balai Wilayah Sungai Sumatera VII, dari sudut pandang inisiator mereka menyampaikan :

“...Di Bengkulu itu banyak potensi wisata yang kira-kira bisa kita jadikan sebagai sektor pendamping ataupun sektor utama selain agraria. Melihat banyak potensi ini, pariwisata inikan pengembangannya luar biasa hebat, dari pariwisata dapat menimbulkan domino effect seperti UMKM bermunculan. Kalo perkembangannya itu, trend desa wisata di Bengkulu khususnya, kalo di Jawa sudah lama mulai, kita melihat bahwasanya mass tourism yang sudah ditutup akibat pandemi itu ternyata menimbulkan potensi baru yaitu desa wisata. Saya bisa mengklaim bahwa itu desa wisata pertama yang ada di Bengkulu dibawah inisiasi kami. Efek dari desa wisata yang kita buat itu ternyata memiliki trend yang luar biasa, indikatornya adalah bermunculan desa-desa wisata yang lainnya karena melihat bahwa potensi ini sangat menjanjikan untuk desa sendiri, karena memang mereka mau desa mereka mandiri. Setelah itu baru diadakanlah lomba desa wisata provinsi Bengkulu tahun 2021...”

Dari hasil wawancara yang dilakukan dapat dilihat bahwa dari sisi aspek pribadi baik pengelola maupun inisiator ini pada awalnya mempelajari dan mengamati bahwa Bengkulu memiliki potensi wisata yang sangat menarik serta tren pariwisata yang mulai berubah. Dengan adanya pengembangan desa wisata ini ternyata meningkatkan perekonomian warga desa, dengan munculnya UMKM dan dengan terbukanya lapangan pekerjaan yang baru serta kesempatan untuk memajukan daerah agar lebih dikenal luas. Terlebih khusus untuk kawasan wisata di Kecamatan Kabawetan yang menjadi pusat pariwisata Kabupaten Kepahiang. Selanjutnya pemuda-pemudi setempat sadar wisata, hal ini menandakan bahwa pemuda desa sadar akan potensi alam Tangsi Duren yang dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata. Dari sisi pribadi inisiator, pengembangan desa wisata ini sangat bagus karena dapat menjadi pendorong pengembangan pada desa-desa yang lain di Provinsi Bengkulu. Menurut Rusvitasari dan Solikhin (2014) pariwisata di

Indonesia merupakan sektor ekonomi yang signifikan. Selain komoditas migas dan kelapa sawit dalam perolehan devisa pada tahun 2009, pariwisata menempati urutan ketiga.

Selanjutnya peneliti ingin mengetahui seperti apa langkah awal yang dilakukan pengelola dan juga inisiator pengembangan desa wisata dalam mengembangkan objek wisata.

Berikut hasil wawancara dengan pengelola objek Tebing Wetan saudara Fhery Albert pada hari Jumat, 17 Februari 2023 di lokasi desa Tangsi Duren, ia menceritakan :

“...jadi, cerita awalnya itu kita kan memang anak-anaknya hobi-hobi mendaki gunung, kemudian ngobrol-ngobrol sama teman terus kita main ke wisata curup, nah disitukan banyak wisatanya. Jadi dari situ kita terinspirasi, gimana sih kalau kita mempergunakan tanah PEMDA dengan baik tapi kita laporan dengan orang PEMDA baik-baik juga, dan itu alhamdulillah PEMDA juga, memang itu yang dia mau gitu. PEMDA sampaikan olahlah ini dengan bagus, dengan kalian yang harus konsisten, kreativitas kalian ditunjukkan. Dan alhamdulillah sampai sekarang kita terus berkreasi-berkreasi. Kalau masalah uang dan lain-lain itu kita nggak mandang pemasukannya berapa, pengeluarannya berapa cuman kita memang hobi berkreasi begitu. Walaupun memang agak kurang tapi berapa saja pendapatannya itu sudah lebih dari cukup...”

Berdasarkan hasil wawancara dengan inisiator pengembangan desa wisata di Provinsi Bengkulu Saudara Ahmad Iqbal Jilan & Chomarul Zaman pada hari Minggu, 12 Maret 2023 mereka menceritakan :

“...Ide awal itu, kita melihat dari trend pariwisata yang mulai berubah. Sebenarnya konsep desa wisata ini kan sudah lama muncul dari tahun 2009 atau 2010 di daerah Malang Jawa Timur, Cuma itu tidak pernah terlihat secara jelas. Efek dari kita berjalan kita menemukan referensi akhirnya kita bawa dan coba untuk diterapkan. Jadi memang ide itu muncul karena kita berjalan dan mendapat pengalaman kemudian kita terapkan. Atau dengan kata lain kita tiru, amati, dan modifikasi ...”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat diketahui bahwa langkah awal pembentukannya karena berangkat dari latar belakang pengelola dan anggota lainnya yang adalah kelompok pencinta alam dengan hobi mendaki gunung, selain itu inspirasi pembentukan destinasi ini juga ada karena pengelola mengunjungi beberapa destinasi wisata yang sudah ada. Selain itu, Pemerintah Daerah mendukung aksi tersebut dengan memberikan izin pendirian objek wisata. Sejalan dengan pandangan pengelola, inisitor pengembangan desa wisata juga memulai dari mengamati fenomena yang ada kemudian mencari referensi dan mencoba untuk melakukan pengembangan suatu desa menjadi desa wisata. Menurut Rusvitasari dan Solikhin (2014) para pelaku pariwisata mulai melakukan tindakan pengembangan dengan penelitian, observasi terhadap objek-objek wisata di Indonesia. Langkah tersebut dilakukan guna mengetahui potensi dan permasalahan yang ada pada setiap objek untuk kemudian mencari solusinya.

Aspek *Press* (Tekanan)

Dalam prosesnya tekanan dari dalam diri seorang individu atau tekanan dari luar individu itu sendiri sangat berpengaruh dalam pembentukan kreativitas, karena dapat menumbuhkan niat dan kemauan yang kuat untuk menciptakan sesuatu produk yang kreatif, namun sebaliknya jika tekanan itu bersifat negatif maka dapat menimbulkan ketidakpercayaan diri dari individu tersebut. Untuk itu peneliti ingin mengetahui apakah ada tekanan atau dorongan yang dirasakan oleh pengelola maupun inisiator baik dari dalam diri sendiri atau dari lingkungan keluarga dan lingkungan sosial dalam mempengaruhi kretivitas individu.

Berikut hasil wawancara dengan Sdr. Fhery Albert sebagai pengelola objek wisata, yang dilakukan pada hari Jumat, 17 Februari 2023 di lokasi objek wisata Tebing Wetan :

“...kalau tekanan sih nggak ada, tapi kalau support itu paling banyak. Kita juga kan mau buat wisata di tanah PEMDA di desa wisata tangsi duren, jadi kita juga izin sama kepala desa dan masyarakat. Alhamdulillah orang-orang tersebut mensupport kita. Silahkan katanya itu malah lebih baik, itu

membantu perekonomian warga juga katanya, dan alhamdulillah ya sekarang kita tugas- tugasnya begini setiap hari menjaga objek wisata. Dan alhamdulillah kita bisa membangun nama kepahiang. Banyak juga kok turis- turis yang datang kesini, berarti kan kita ini termasuk dikenal. Bapak Bupati juga alhamdulillah dia support juga. Jadi tekanan yang lebih besar adalah dari dalam diri sendiri untuk berusaha bagaimana caranya membuat suatu objek wisata dengan cara sederhana untuk buat kreasi wisata begitu, soalnya kemarin di kabawetan ini di tunjukan di kabupaten sebagai objek wisata utama kabupaten jadi kami makin semangat begitu, karena disupport kan. Kalau masalah sumbang dana masih sangat kurang, jadi kita hanya fokus berkreasi dari awal merintis dengan modal sedikit dan bekreasi dengan bahan seadanya...”

Berikut hasil wawancara yang dengan Saudara Ahmad Iqbal Jilan & Chomarul Zaman pada hari Minggu, 12 Maret 2023 mereka menjelaskan :

“...tekanan ini sebenarnya itu dari diri masing-masing individu, kebetulan saya masih single belum ada keluarga otomatis saya tidak dibatasi, baik itu dari financial ataupun yang lain. Dan dari keluarga khususnya orang tua itu sangat mendukung dengan inisiasi yang saya lakukan. Dan tekanan yang bentuknya negatif itu justru lebih besar datang dari warga desa dimana kita melakukan inisiasi pengembangan ini, kita sampai dibilang orang gila karena mereka menganggap nggak bakal mungkin kalian itu bisa mendatangkan orang dari luar sedangkan ini desa paling pelosok namun kalo dikatakan berpengaruh atau tidak kepada saya itu tidak berpengaruh karena menurut saya itu cuman sekedar kerikil-kerikil biasa saja tapi saya menyikapinya sebagai sebuah motivasi untuk kita bisa melakukan hal-hal besar lainnya. Intinya kita berkomitmen bahwa yang kita lakukan ini benar- banar murni kita ingin membangun bengkulu melalui desa wisata. Kembali lagi tinggal kita bagaimana bisa menyikapinya apakah itu positif atau negative...”

Berdasarkan hasil wawancara pembentukan kreativitas dari aspek press (tekanan) sangatlah penting untuk mengeksplorasi peluang pengembangan desa wisata sehingga dapat menciptakan kreativitas layanan yang baik bagi pengunjung. Seperti yang telah jelaskan oleh pengelola dan inisiator diatas, bahwa ada dorongan positif dan juga dorongan negatif. Tekanan atau dorongan positif yang diterima pengelola maupun inisiator pengembangan desa wisata yaitu berupa dorongan dari dalam diri untuk berkreasi dan melakukan inisiasi, selain itu adanya support dari orang tua, kepala desa, masyarakat desa, bahkan support dari pemerintah daerah. Selanjutnya menurut para informan, ada juga kelompok yang tidak menyukai atau mendukung pengembangan destinasi ini, Konsekuensinya, hal ini menimbulkan tekanan negatif bagi pengelola maupun inisiator, namun dengan adanya tekanan berupa semangat dari dalam diri individu untuk berkreasi mengembangkan kreativitas maka pengelola tetap berusaha dengan sumber dana yang seadanya untuk terus berkembang, dan selebihnya dengan memanfaatkan sumber daya alam yang dimiliki oleh satu desa.

Aspek Process (Proses)

Wallace (1926) menjelaskan aspek proses terdiri dari: (1) tahap persiapan; (2) tahap pematangan (inkubasi); (3) tahap gagasan baru (iluminasi); dan (4) tahap perbaikan (verifikasi). Pada tahap ini seorang individu akan mencari tahu dan menemukan kemampuan dasar untuk penyelesaian masalah, mengemukakan bermacam-macam tanggapan terhadap suatu masalah dengan cara yang unik dan jarang terjadi, serta mengimplementasikan ide menjadi karya nyata. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada indikator proses, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana proses yang dialami oleh pengelola dalam mengembangkan desa wisata.

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Jumat, 17 Februari 2023 dengan pengelola objek wisata Tebing Wetan yaitu Saudara Fhery Albert menjelaskan :

“...Kita hanya bermodalkan kreasi, bermodalkan alam itu ya hanya

sebatasnya saja, kita mempergunakan alam semua kalau disini. kalau kendala pasti ada jadi kita terkendala di pendanaan, ya kalau kita wisata ada dananya itu mungkin lebih wow...”

Wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada hari Minggu, 12 Maret 2023 dengan Saudara Ahmad Iqbal Jilan & Chomarul Zaman mereka menjelaskan :

“...Ketika kita melihat potensinya ini akan dibuat seperti apa, bagaimana langkah kita selanjutnya untuk berusaha mendampingi masyarakat dalam tanda kutip maaf awam tentang pariwisata, nah langkah-langkah seperti itu yang harus kita lakukan, nah mungkin disitulah letak kreatifitas kita bagaimana kita mengatur masyarakat, bagaimana kita mengatasi konflik seminimal mungkin yang ada disana...”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, pembentukan kreativitas dari aspek process (proses) sangatlah penting untuk melihat peluang pengembangan desa wisata dan juga terhadap penciptaan kreativitas layanan yang baik bagi pengunjung. Menurut interpretasi peneliti dari wawancara tersebut, pengelola objek wisata sebenarnya sangat terkendala dengan dana yang sangat minim dari pemerintah, untuk itu pengelola menggunakan sumber daya alam yang ada untuk menciptakan layanan yang inovatif bagi pengunjung untuk mengatasi kendala modal yang mencegahnya memperluas ruang objek wisata selama tiga tahun terakhir. Selanjutnya dari pandangan inisiator pengembangan desa wisata, bahwa kreativitas juga digunakan dalam mengatur dan mendampingi masyarakat desa sehingga masyarakat desa dapat mengeluarkan ide kreatif untuk memajukan desa dengan adanya objek wisata, selain itu inisiator berusaha semaksimal mungkin untuk mengatasi konflik yang muncul diantara masyarakat desa.

Aspek Product (Produk)

Menurut Cropley (1972) kreativitas merupakan kegiatan yang mendatangkan hasil yang sifatnya : (1) baru (novelty), yang berarti belum pernah ada sebelumnya dan aneh; (2) berguna (useful), yang berarti lebih praktis, mempermudah, mengatasi kesulitan, dan menghasilkan yang lebih baik ; (3) dimengerti (understandable), yang

berarti hasil yang sama dapat dimengerti atau dipahami dan dapat dibuat pada waktu yang berbeda. Peneliti ingin mengetahui dari uraian indikator aspek produk, bagaimana pengelola menciptakan suatu produk layanan yang baru dan berguna serta dimengerti oleh masyarakat sekitar dan juga konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Fhery Albert selaku pengelola objek wisata Tebing Wetan yang berada di desa wisata Tangsi Duren pada hari Jumat, 17 Februari 2023, beliau menjelaskan :

“...Objek sendiri sudah berjalan selama 3 tahun, dan bisa dilihat bahwa ada perkembangan. Contohnya dulu gerbang masuk objek itu dibuat dari bambu, terus ada teman kasih saran apa yang sekiranya bagus kita lakukan disini, dan guyur- guyur dapatlah bantuan alhamdulillah kita bisa buat gerbang seperti ini yang lebih bagus yang bisa menarik pengunjung dan sepenuhnya ini adalah kreativitas anak- anak tebing wetan. Dan sekarang kita lebih semangat lagi, ini juga ada rencana lagi untuk membuat spot di bulan puasa nanti. Kalau untuk pengunjung yang pernah datang kesini, alhamdulillah kalau satu kali kesini pasti mau kesini lagi, karena kita juga kan berusaha memberikan layanan yang baik kepada pengunjung, contohnya saya sudah bilang sama anggota-anggota yang lain kalau dengan pengunjung itu harus sopan, ramah. Jadi kalo orang datang kesini dia tau itu namanya siapa sih penjaganya kok ramah banget karena kita juga senang memperkenalkan diri. Jadi orang-orang yang pernah datang kesini sering tanya lewat media sosial, ada nggak spot baru di tebing wetan...”

Berdasarkan hasil wawancara dengan Saudara Ahmad Iqbal Jilan & Chomarul Zaman selaku inisiator pengembangan desa wisata pada hari Minggu, 12 Maret 2023, kemudian dijelaskan :

“...Produk hasil desa wisata itu seperti tempat camping yang nyaman, river side atau wisata air sungai, terus ada tubing, trus ada fasilitas pendukung seperti tempat parkir, rumah makan, toilet umum, souvenir dan lain-lain yang menciptakan suasana nyaman bagi pengunjung. Setiap desa wisata memiliki keunikannya tersendiri...”

Dari hasil wawancara tersebut, dapat dilihat bahwa pembentukan kreativitas dari aspek product (produk) sangatlah penting bagi peluang pengembangan desa wisata dan juga terhadap penciptaan kreativitas layanan yang baik bagi pengunjung, karena pengelola berusaha menjadikan desa wisata sebagai tempat yang nyaman bagi setiap orang yang datang, yang membuat orang ingin kembali atau menceritakannya kepada orang lain. Produk yang dihasilkan oleh pengelola objek wisata tebing wetan ini berupa spot-spot foto yang menarik, gazebo dan tempat duduk yang nyaman, makanan ringan khas Desa Tangsi Duren, namun disatu sisi pengelola masih memiliki kekurangan dalam hal menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dari objek desa wisata yang lain. Pandangan inisiator pengembangan desa wisata sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh pengelola sehingga peneliti berkesimpulan bahwa pembentukan kreativitas untuk menciptakan kreativitas layanan ini terlaksana dengan baik jika pengunjung merasa nyaman berada di desa wisata tersebut dan menikmati setiap produk yang ditawarkan disana.

Setelah melakukan penelitian dan melalui beberapa tahapan kegiatan diantaranya observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif, di mana dalam menjalankan penelitian ini, peneliti mengamati fenomena yang terjadi. Dalam menganalisis hasil penemuan data dalam penelitian ini, peneliti memosisikan diri sebagai Konsumen atau pengunjung pada objek wisata yang kemudian dapat mengamati fenomena sekaligus menjadi bagian dalam penelitian ini. Berdasarkan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dibuat, yaitu mengenai proses pembentukan kreativitas 4P dalam menciptakan kreativitas layanan yang baik bagi pengunjung. Oleh sebab itu, peneliti ingin membahas hasil dari temuan yang telah dijelaskan diatas, yaitu sebagai berikut :

Aspek Person (Pribadi)

Setelah melakukan wawancara peneliti berkesimpulan bahwa pembentukan kreativitas dari aspek person (pribadi) sangat penting dalam mengeksplorasi peluang pengembangan desa wisata karena individu pengelola maupun inisiator memahami bahwa perkembangan desa wisata di Provinsi Bengkulu saat ini dapat dikatakan

sangat maju, dan dapat dijadikan sebagai salah satu sektor peningkatan ekonomi daerah. Karena berangkat dari pribadi pengelola dan bahkan inisitor yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi dan kemauan untuk mengembangkan kreativitas tersebut untuk memanfaatkan peluang pengembangan desa wisata, sesuai dengan indikator dari dimensi pribadi bahwa ide kreativitas ini muncul dari dalam diri sendiri karena rasa ingin tahu yang tinggi, minat yang luas, keterbukaan terhadap pengalaman, berani mengambil risiko, toleransi terhadap keadaan, dan percaya diri dalam merealisasikan kreativitas yang dimiliki. Sesuai dengan teori kretiativitas dalam dimensi pribadi yang dikemukakan oleh Guilford (1967) bahwa kretivitas adalah kemampuan atau seperangkat keterampilan yang melekat pada seseorang, yang terkait erat dengan bakat. Maka dapat dikatakan informan kunci dan informan pendukung telah memenuhi poin-poin penting pengembangan kreativitas dari aspek pribadi.

Aspek Press (Tekanan)

Setelah melakukan wawancara peneliti berkesimpulan bahwa pembentukan kreativitas dari aspek press (tekanan) sangat penting dalam hal melihat peluang pengembangan desa wisata karena tekanan yang paling besar muncul adalah dari dalam diri individu pengelola maupun inisiator sehingga dapat menyalurkan kretivitas menjadi sebuah produk. Fokus tekanan pada teori pembentukan kretivitas 4P ini dapat berupa tekanan yang bersifat positif dan tekanan yang bersifat negatif. Tekanan positif ditandai dengan adanya kekuatan dari dalam diri individu itu sendiri yang pada dasarnya individu pengelola maupun inisiator berkomitmen bahwa yang lakukan adalah murni ingin mengembangkan kreativitas yang dimiliki dengan tujuan untuk membangun bengkulu melalui desa wisata. Adapun tekanan yang sifatnya negatif, namun bagaimana individu dapat menyikapi semua tekanan dari luar individu tersebut, dan menjadikan tekanan negatif tersebut menjadi motivasi untuk lebih berkembang. Menurut teori Carl Rogers didalam Hanip dan Fahrudin (2020) dorongan ini merupakan motivasi primer untuk kreativitas ketika individu membentuk hubungan baru dengan lingkungannya dalam upaya menjadi

dirinya sepenuhnya. Untuk itu dorongan dari dalam diri maupun dari luar sangat berpengaruh terhadap pembentukan kreativitas.

Aspek *Process* (Proses)

Setelah melakukan wawancara peneliti berkesimpulan bahwa pembentukan kreativitas dari aspek process (proses) sangat penting dalam hal melihat peluang pengembangan desa wisata karena dalam prosesnya pengelola maupun inisiator memanfaatkan kreativitas yang mereka miliki serta bekerja sama dengan pemerintah untuk merintis desa wisata, hal ini dilakukan dengan memanfaatkan Sumber Daya Alam (SDA) yang ada di daerah tersebut dan juga mendampingi masyarakat desa sehingga dapat mengeluarkan ide kreatif yang akan dijadikan sebagai produk desa wisata. Namun dalam prosesnya juga pengelola mengalami beberapa kendala, salah satunya karena kurangnya dukungan dana yang diberikan oleh pemerintah sehingga hal ini menjadi masalah untuk menambah fasilitas yang lebih baru dan unik. Sejalan dengan apa yang dikemukakan oleh Hendrawan et al., (2019) pengertian dari dimensi proses adalah bahwa kreativitas diartikan dengan upaya yang menitikberatkan pada proses berpikir dan menyalurkan kreativitas yang dimiliki untuk menghasilkan ide-ide produk yang baru. Untuk itu informan kunci dan informan pendukung telah mengalami proses yang dimaksud dalam pembentukan kreativitas yang dimiliki yang menghasilkan produk desa wisata yang bernilai guna.

Aspek *Product* (Produk)

Setelah melakukan wawancara peneliti berkesimpulan bahwa pembentukan kreativitas dari aspek product (produk) sangat penting dalam hal melihat peluang pengembangan desa wisata karena setelah melalui setiap tahapan proses pembentukan kreativitas, maka dapat tercipta beberapa produk desa wisata yang menarik bagi pengunjung desa wisata. Produk merupakan hasil dari proses yang telah dilalui oleh pengelola maupun inisiator hingga tercipta suatu layanan yang kreatif berupa terbentuknya objek pada suatu desa yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat desa tersebut. Produk desa wisata ini berupa spot-spot

foto yang menarik, gazebo dan tempat duduk yang nyaman, makanan ringan khas Desa Tangsi Duren. Adapun hal yang sama disampaikan oleh Cropley (1972) kepribadian kreatif dapat menciptakan produk yang kreatif berupa konfigurasi, yang dapat berupa ide atau tindakan. Aspek produk dikatakan tercapai karena pengelola objek wisata dan inisiator yang merupakan informan dalam penelitian ini telah berhasil membuat produk desa wisata yang berguna bagi masyarakat desa dan pemerintah dalam peningkatan sektor ekonomi.

Implikasi Penelitian

Dalam mengeksplorasi peluang pengembangan desa wisata tentunya faktor utama yang menjadi pendorong keberhasilannya adalah pribadi yang memiliki rasa ingin tahu, dan mau berusaha untuk mengembangkan kreativitas dalam dirinya, tetapi ketika seorang individu berinteraksi dengan lingkungan sosialnya dalam hal untuk merealisasikan ide yang dimiliki tentunya mengalami tekanan yang bersifat positif untuk mendukung individu atau dapat juga tekanan yang bersifat negatif yang dapat membuat individu menjadi minder dan tidak dapat mengembangkan kreativitas yang dimiliki. Untuk itu dalam proses yang dilalui oleh individu, mereka mengalami beberapa kendala yang menghambat dalam proses merealisasikan ide kreatif yang berupa produk desa wisata untuk ditawarkan kepada pengunjung.

Kendala utama yang dihadapi oleh individu pengelola desa wisata ini yaitu kurangnya sokongan dana dari Pemerintah Daerah dalam hal ini melalui Pemerintah Desa yang bekerja sama dengan individu untuk mengeksplorasi peluang pengembangan desa wisata pada daerah tersebut. Hal ini juga dapat menjadi perbandingan dengan desa wisata yang dikelola oleh pihak swasta, setelah melakukan observasi ternyata hasilnya menunjukkan bahwa desa wisata yang dikelola oleh pihak swasta cenderung lebih berkembang jika dibandingkan dengan desa wisata yang bekerja sama dengan Pemerintah Daerah, ini terjadi karena dalam proses merealisasikan ide kreatif pihak swasta cenderung lebih terbuka dengan hal-hal baru yang menarik minat konsumen, sebaliknya proses yang dilalui oleh individu pengelola yang bekerja sama dengan Pemerintah Daerah pada dasarnya aspek

pribadi pengelola memiliki ide kreatif yang baru namun karena kekurangan dana oleh sebab itu maka pengembangannya cenderung tidak terlalu bagus.

Untuk menjawab masalah dan pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini yaitu dari aspek pribadi, tekanan, proses, dan produk yang dihasilkan individu bagi pengembangan desa wisata, maka peneliti menganggap perlu bagi Pemerintah Daerah agar lebih fokus dalam mendukung pengembangan Ekonomi Kreatif masyarakatnya melalui pengembangan Desa Wisata, karena dengan adanya Desa Wisata tentunya dapat membantu bahkan meningkatkan perekonomian daerah tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep pengembangan Desa Wisata yaitu pariwisata yang dikelola oleh Pemerintah Daerah yang bekerja sama dengan masyarakat lokal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil temuan dari masalah dan pertanyaan penelitian yang diangkat dalam penelitian ini yaitu tentang teori pembentukan kreativitas 4P (aspek pribadi, aspek tekanan, aspek proses, dan aspek produk) menunjukkan bahwa ke empat aspek ini saling berhubungan antara satu dan lainnya, karena ketika individu memiliki ide kreatif dalam dirinya kemudian individu ini berinteraksi dengan lingkungannya maka individu ini akan merasakan tekanan baik dari dalam diri maupun dari lingkungan sosial dan keluarga yang dapat mendukungnya mengembangkan diri, selanjutnya individu akan melalui tahapan proses untuk merealisasikan ide kreatif yang ada pada dirinya sehingga dapat tercipta produk kreatif yang bermanfaat bagi masa yang akan datang dalam mendukung pengembangan desa wisata lebih baik lagi terutama pada objek yang diteliti yaitu Desa Wisata Tangsi Duren pada objek Tebing Wetan.

Walaupun dalam tahapan proses pengembangan kreativitas, individu mengalami beberapa kendala seperti kurangnya dukungan dana dari Pemerintah Daerah sehingga proses kreativitas 4P (Person, Press, Process, Product) tidak dapat berjalan dengan maksimal. Untuk itu perhatian Pemerintah Daerah bagi Desa Wisata sangat diperlukan agar dalam proses merealisasikan ide kreatif individu dapat meminimalisir kendala, dan

dapat menciptakan produk desa wisata yang menarik bagi pengunjung serta berguna dan dimengerti oleh masyarakat local.

Saran

Kreativitas merupakan salah satu komponen utama dalam mengeksplorasi peluang pengembangan pariwisata berbasis masyarakat lokal dengan tradisi, adat istiadat, serta lingkungan sosial dan alam yang tetap dilestarikan keasliannya. Untuk itu dengan menerapkan teori pembentukan kreativitas 4P dalam menciptakan kreativitas layanan diharapkan dapat meningkatkan pengembangan desa wisata, memanfaatkan sumber daya alam yang ada pada satu daerah. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi gambaran untuk memanfaatkan kreativitas yang dimiliki oleh individu, sehingga dapat bermanfaat bagi individu itu sendiri bahkan bagi lingkungan untuk masa yang akan datang.

Rekomendasi Untuk Peneliti Lebih Lanjut

Dengan segala keterbatasan yang telah diungkapkan sebelumnya maka peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya :

- Bagi para peneliti yang tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut disarankan untuk menggunakan objek dan sampel yang lebih banyak agar dapat melihat berbagai perspektif kreativitas yang lebih beragam dalam mengembangkan desa wisata.
- Bagi peneliti selanjutnya juga dapat menambah periode penelitian, mungkin lebih panjang ataupun dapat memfokuskan pada periode tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif* Dalam Rapanna, P (ed). Makassar: Syakir Media Press.
- Aryunda, H. (2011). Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 22(1): 1-16
- Badan Pusat Statistik. (2022). Banyaknya Desa Wisata Dan Jumlah Objek Wisata Komersil Menurut Jenis Daya Tarik Wisata. Bengkulu.
- Gautama, B. P., Yuliawati, A. K., Nurhayati, N. S., Fitriyani, E., & Pratiwi, I. I. (2020).

- Pengembangan Desa Wisata Melalui Pendekatan Pemberdayaan Masyarakat. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(4): 355–369
- Catron, C. E., & Allen, J. (1999). *Early Childhood Curriculum: A Creative-Play Model*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Cooper, D., Pamela, R., & Schindler, S. (2014). *Business Research Methods*. (9th ed). New York: McGraw-Hill
- Cropley, A. (1972). *Creativity*. Dalam Vernon, P.E (ed), "S-R Psychology and Cognitive Psychology". New York: Penguin Books.
- Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori Ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Dimov, D. (2007). Beyond the Single-Person, Single-Insight Attribution in Understanding Entrepreneurial Opportunities. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 860: 713–731.
- Febriandhika, I., & Kurniawan, T. (2020). Pengembangan Pariwisata Melalui Pemberdayaan Masyarakat Dilihat Dari Perspektif Implementasi Kebijakan. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 5(1): 1–11.
- Guilford, J. P. (1967). Creativity: Yesterday, Today and Tomorrow. *The Journal of Creative Behavior*, 1(1): 3–14
- Hanip, S. P. N., & Fahrudin. (2020). Implementasi Pendekatan 4P Dalam Pembelajaran Pendidikan Islam Kreatif. *eL-HIKMAH: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam*. 14(2): 123–140.
- Hanke, J. E., & Reitsch, A. G. (1997). *Business Forecasting*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hasan, A., & Hemawan, B. (2018). Model Pengembangan Ekonomi Pariwisata. *Jurnal Media Wisata*. 16(1): 639–650.
- Hendrawan, A., Kuswantoro, F., & Sucahyawati, H. (2019). Dimensi Kreativitas dan Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Humansi (Humaniora, Manajemen, Akuntansi)*. 2(1): 25–36.
- Huberman, M. A., & Miles, M. B. (2002). *The Qualitative Researcher's Companion*. California: Sage Publications, Inc.
- Kachniewska, M. A. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*. 7(5): 500–515.
- Kusmulyono, M. S. (2016). Peran Pengetahuan Pendahulu Dan Kepekaan Terhadap Kemampuan Mengidentifikasi Peluang Usaha Mikro Pedesaan. *Jurnal Manajemen Maranatha*. 16(1): 27–42.
- Muljadi, J. A. (2012). *Kepariwisata dan perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Munandar, U. (2004). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nisa, T. F. (2011). Pembelajaran Matematika Dengan Setting Model Treffinger Untuk Mengembangkan Kreativitas Siswa. *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*. 1(1): 35–50.

- Polit, D. F., & Beck, C. T. (2009). *Essentials of Nursing Research: Appraising Evidence for Nursing Practice*. Philadelphia: Wolters Kluwer Health.
- Priasukmana, S., & Mulyadin, R. M. (2001). Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Ekonomi Daerah. *Jurnal Info Sosial Ekonomi*. 2(1): 37–44.
- Rachmawati, Y., & Kurniati, E. (2011). *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rusvitasari, E., & Solikhin, A. (2014). Strategi Pengembangan Wisata Alam Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Obyek Wisata Umbul Sidomukti Bandungan Semarang. *Jurnal Pariwisata Indonesia*. 10(1): 1–24.
- Sane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship As a Field of Research. *Academy Of Management Review*. 25(1): 217–226.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The Concept of “Opportunity” in Entrepreneurship Research: Past Accomplishments and Future Challenges. *Journal of Management*. 36(1): 40–65.
- Amerta, I. M. S. (2017). The Role of Tourism Stakeholders At Jasri Tourism Village Development, Karangasem Regency. *International Journal of Social Sciences and Humanities*. 1(2): 20–28.
- Wallace, G. (1926). *The Art of Thought*. New York: Harcourt, Brace & Company.
- World Tourism Organization (UNWTO). (1980). Manila Declaration on World Tourism. Manila: 1–4.