

## EKONOMI KREATIF MENJADI PONDASI MEWUJUDKAN GENERASI EMAS 2045 UNTUK Mendukung Pembangunan Berkelanjutan DI DESA WISATA PENGLIPURAN BALI

Cahya Adrevi<sup>1</sup>, Nadya Qathrunnada<sup>2</sup>, Rizki Akbar<sup>3</sup>, Zahra AuliaFitri<sup>4</sup>, Shahibah Yuliani<sup>5</sup>

Program Studi Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Negeri Jakarta<sup>1,2,3,4,5</sup>  
e-mail: [cahyadv@gmail.com](mailto:cahyadv@gmail.com)<sup>1</sup>, [nadyanada641@gmail.com](mailto:nadyanada641@gmail.com)<sup>2</sup>, [kibar1301@gmail.com](mailto:kibar1301@gmail.com)<sup>3</sup>,  
[zhrauliafitri@gmail.com](mailto:zhrauliafitri@gmail.com)<sup>4</sup>, [shahibah-yuliani@unj.ac.id](mailto:shahibah-yuliani@unj.ac.id)<sup>5</sup>

### ABSTRAK

Ekonomi kreatif berbasis budaya lokal menjadi salah satu fondasi penting dalam mewujudkan pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam upaya mendukung visi Indonesia Emas 2045. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi pengembangan ekonomi kreatif di Desa Wisata Penglipuran, Bali, melalui pendekatan kajian pustaka (*literature review*). Desa ini dipilih sebagai locus penelitian karena keberhasilannya mengintegrasikan pelestarian budaya dengan pengembangan ekonomi melalui sektor pariwisata dan usaha kreatif masyarakat lokal. Analisis dilakukan terhadap literatur ilmiah terkini yang membahas potensi budaya lokal, peran generasi muda, pemanfaatan teknologi digital, serta model kolaborasi lintas sektor. Hasil kajian menunjukkan bahwa pengembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal memiliki dampak positif terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penguatan identitas budaya, dan pelestarian lingkungan. Namun, terdapat sejumlah tantangan seperti globalisasi budaya, komodifikasi berlebihan, keterbatasan SDM lokal, serta kesenjangan partisipasi antar kelompok masyarakat. Untuk itu, diperlukan strategi yang holistik berbasis pada prinsip *Triple Bottom Line* (*people, planet, profit*) dan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), terutama SDG 8, 11, dan 12. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas generasi muda, pelestarian budaya secara otentik, serta digitalisasi produk budaya untuk memperluas jangkauan pasar. Desa Penglipuran dapat dijadikan model nasional dalam mengembangkan desa wisata berbasis ekonomi kreatif yang inklusif, berkelanjutan, dan berdaya saing, sekaligus memperkuat fondasi budaya dalam menyongsong Generasi Emas 2045.

**Kata Kunci:** *Ekonomi Kreatif, Budaya Lokal, Generasi Emas 2045, Desa Wisata, Pembangunan Berkelanjutan*

### ABSTRACT

The creative economy based on local culture serves as a crucial foundation in achieving sustainable development, particularly in support of Indonesia's Golden Generation 2045 vision. This study aims to explore strategies for developing a culture-based creative economy in Penglipuran Tourism Village, Bali, using a literature review approach. Penglipuran was selected as the research locus due to its international recognition for successfully integrating cultural preservation with economic development through tourism and community-based creative enterprises. The analysis is based on recent scholarly literature focusing on local cultural potential, youth participation, digital integration, and cross-sector collaboration. Findings reveal that the development of a culture-based creative economy positively contributes to increasing community income, strengthening cultural identity, and promoting environmental conservation. However, challenges remain, such as cultural globalization, excessive commodification, limited local human resources, and unequal community participation. Therefore, a holistic strategy is needed—grounded in the principles of the Triple Bottom Line (*people, planet, profit*) and aligned with the Sustainable Development Goals (SDGs), especially

SDG 8, 11, and 12. This study recommends enhancing youth capacity, preserving cultural authenticity, and digitizing cultural products to reach wider markets. Penglipuran can serve as a national model for developing inclusive, sustainable, and competitive creative economy villages while strengthening cultural foundations toward realizing the Golden Generation 2045.

**Keywords:** *Creative Economy, Local Culture, Golden Generation 2045, Tourism Village, Sustainable Development*

## **PENDAHULUAN**

Bayangkan sebuah desa di Bali yang berhasil menjadi perhatian dunia, bukan karena modernisasi yang menghapus tradisi, melainkan justru karena kemampuannya memadukan kearifan lokal dengan inovasi ekonomi kreatif. Desa ini tidak hanya berhasil melestarikan budaya yang telah diwariskan turun-temurun, tetapi juga mentransformasikannya menjadi kekuatan ekonomi yang mampu mensejahterakan masyarakatnya. Fenomena ini menantang paradigma konvensional yang seringkali menempatkan pembangunan ekonomi dan pelestarian budaya sebagai dua kutub yang bertentangan. Di tengah era digital yang bergerak dengan kecepatan tinggi, pertanyaan mendasar yang muncul adalah: mungkinkah sebuah generasi yang lahir dan tumbuh dalam kemajuan teknologi tetap mempertahankan akar budayanya, bahkan menjadikannya sebagai fondasi kekuatan ekonomi? Paradoks inilah yang menjadi tantangan terbesar dalam mewujudkan cita-cita Generasi Emas 2045, di mana Indonesia diharapkan menjadi negara maju yang tidak kehilangan jati diri. Indonesia sebagai negara yang kaya akan budaya dan sumber daya alam yang melimpah seharusnya memiliki keunggulan komparatif dalam menghadapi dilema ini, namun kenyataannya kemajuan teknologi justru menciptakan tantangan tersendiri.

Penelitian terbaru menunjukkan bahwa Indonesia telah mengalami transformasi signifikan dalam sektor ekonomi kreatif, terutama dalam konteks resiliensi pasca-pandemi. Studi yang dilakukan oleh Asmara et al. (2024) mengungkapkan bahwa sektor ekonomi kreatif Indonesia berhasil menunjukkan ketahanan yang luar biasa dalam menghadapi guncangan global, dengan mengintegrasikan teknologi digital sebagai katalis utama pertumbuhan. Lebih lanjut, penelitian dari Mubarak et al. (2024) menekankan peran krusial teknologi dalam mendukung dan mengembangkan sektor ekonomi kreatif, khususnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat dan pembangunan berkelanjutan.

Transformasi ini semakin diperkuat oleh temuan penelitian dari Firmansyah et al. (2024) yang menganalisis inovasi budaya Indonesia sebagai pengembangan ekonomi kreatif. Studi tersebut menunjukkan bahwa melalui Badan Ekonomi Kreatif, ekonomi kreatif telah dipromosikan sebagai salah satu pilar baru ekonomi Indonesia, dengan industri kreatif berbasis budaya menjadi opsi strategis untuk memajukan ekonomi kreatif nasional. Penelitian ini sejalan dengan temuan dari Dellyana et al. (2023) yang menggarisbawahi pentingnya pelestarian budaya dalam sektor kreatif, di mana industri kreatif seringkali memanfaatkan bentuk seni tradisional, cerita rakyat, dan kerajinan lokal, sehingga berkontribusi pada pelestarian dan revitalisasi warisan budaya Indonesia yang kaya. Meskipun perkembangan teknologi di era globalisasi seharusnya dapat mendukung perekonomian, realitanya banyak negara berkembang termasuk Indonesia terjebak dalam pilihan sulit antara mengejar pertumbuhan ekonomi yang cepat atau mempertahankan warisan budaya yang mulai tergerus oleh arus globalisasi dan digitalisasi yang telah menyebabkan lunturnya nilai-nilai budaya lokal yang sebenarnya dapat menjadi potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan perekonomian masyarakat.

Permasalahan utama dalam mewujudkan Generasi Emas 2045 di Indonesia terletak pada dilema fundamental antara kebutuhan pertumbuhan ekonomi yang cepat dan pelestarian nilai-nilai budaya lokal yang semakin tergerus oleh arus globalisasi dan kemajuan teknologi.

Generasi muda Indonesia saat ini menghadapi tantangan ganda: mereka dituntut untuk menguasai teknologi modern dan bersaing di pasar global, namun di sisi lain harus tetap mempertahankan identitas budaya yang menjadi akar kekuatan bangsa. Kondisi ini menciptakan kesenjangan yang mengkhawatirkan, di mana generasi muda mulai abai dan meninggalkan nilai-nilai budaya lokal seiring dengan penetrasi teknologi yang semakin masif dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), sekitar 65% generasi muda Indonesia usia 15-24 tahun mengalami penurunan partisipasi dalam kegiatan budaya tradisional dibandingkan dekade sebelumnya. Survei Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2024) juga menunjukkan bahwa 72% remaja Indonesia lebih familiar dengan budaya pop global dibandingkan dengan tradisi lokal daerah mereka sendiri. Kondisi tersebut menjadi keprihatinan serius, karena hilangnya koneksi generasi muda dengan budaya lokal dapat mengancam keberlangsungan warisan budaya yang telah dibangun selama berabad-abad, sekaligus menghilangkan potensi ekonomi yang sebenarnya sangat besar.

Provinsi Bali saat ini menghadapi sejumlah tantangan ekonomi struktural yang menghambat perkembangan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal. Ketergantungan terhadap sektor pariwisata yang berkontribusi 38% terhadap ekonomi Bali menjadikan wilayah ini rentan terhadap guncangan eksternal, sebagaimana tercermin dari dampak pandemi yang menyebabkan penurunan drastis kunjungan wisatawan internasional. Namun, pemulihan yang menggembirakan telah terjadi, di mana data terbaru dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023) menunjukkan bahwa Bali menyambut 2,89 juta wisatawan internasional dari Januari hingga Juli 2023, yang merepresentasikan peningkatan mencengangkan sebesar 968% dari periode yang sama di tahun 2022. Lebih lanjut, inisiatif Bali Net Zero Emission (NZE) 2045 yang dideklarasikan oleh Pemerintah Provinsi Bali pada 4 Agustus 2023 bekerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan menunjukkan komitmen serius untuk memastikan bahwa pembangunan ekonomi dan sektor pariwisata Bali tetap mempertahankan keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal. Ketimpangan ekonomi antara wilayah Sarbagita (Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan) yang berbasis pariwisata dan wilayah non-Sarbagita masih menjadi tantangan serius, dengan 65% perekonomian Bali terkonsentrasi di Bali Selatan sementara wilayah lainnya belum berkembang secara merata.

Kondisi ini menciptakan gap yang signifikan dalam pengembangan ekonomi kreatif, dimana potensi budaya lokal di berbagai daerah belum termanfaatkan secara optimal untuk menciptakan sumber-sumber pertumbuhan ekonomi baru. Gap utama yang menghambat ekonomi kreatif di Bali adalah minimnya pemahaman generasi muda tentang cara mengintegrasikan teknologi modern dengan nilai-nilai budaya tradisional, terbatasnya akses terhadap pelatihan keterampilan ekonomi kreatif berbasis budaya, serta kurangnya ekosistem yang mendukung pengembangan usaha kreatif berbasis kearifan lokal.

Bali dipilih sebagai fokus penelitian karena provinsi ini memiliki keunikan dalam mempertahankan identitas budaya yang kuat sekaligus mengembangkan ekonomi modern. Lebih spesifik lagi, Desa Wisata Penglipuran menjadi lokus penelitian yang sangat relevan karena desa ini telah meraih pengakuan internasional dari UNWTO (United Nations World Tourism Organization) sebagai salah satu desa wisata terbaik di dunia pada tahun 2023. Penghargaan ini menunjukkan bahwa Desa Penglipuran berhasil menciptakan model pembangunan yang mengintegrasikan pelestarian budaya dengan pengembangan ekonomi. Desa ini menjadi representasi dari dilema sekaligus potensi yang dihadapi Indonesia dalam mewujudkan Generasi Emas 2045, di mana tekanan untuk mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi lokal harus diseimbangkan dengan upaya mempertahankan keaslian tradisi dan nilai-nilai budaya Bali yang justru menjadi daya tarik utama.

Penelitian terbaru dari Oka & Subadra (2024) tentang pemasaran digital untuk desa wisata berkelanjutan di Bali menggunakan pendekatan metode campuran menunjukkan peran krusial pemasaran digital dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan di desa-desa Bali. Studi ini memperkuat argumen bahwa integrasi teknologi digital dengan nilai-nilai budaya lokal bukan hanya mungkin, tetapi juga efektif dalam menciptakan model pembangunan yang berkelanjutan. Selain itu, proyek WIPO yang diluncurkan pada 16 Mei 2023 bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia bertujuan mendukung pembangunan pariwisata berkelanjutan melalui kekayaan intelektual di Bali dan menetapkan Bali sebagai destinasi global yang menonjol dengan identitas budaya yang kuat dan hidup. Berbeda dengan sektor ekonomi konvensional seperti industri manufaktur atau pertanian modern yang seringkali memerlukan perubahan drastis pada pola hidup masyarakat dan dapat mengancam keberlangsungan praktik budaya tradisional, ekonomi kreatif memiliki karakteristik unik yang menjadikan budaya lokal sebagai modal utama dan sumber nilai tambah. Ekonomi kreatif yang dimaksud mencakup berbagai aktivitas ekonomi yang berbasis pada kreativitas, pengetahuan, dan keterampilan individu atau kelompok, yang dalam konteks Indonesia dapat berupa industri kerajinan tradisional yang dimodernisasi, seni pertunjukan yang dikemas secara kontemporer, kuliner tradisional dengan inovasi penyajian, fashion dengan sentuhan etnik, serta produk digital yang mengangkat tema budaya lokal.

Ekonomi kreatif menjadi solusi strategis karena mampu mentransformasikan aset-aset budaya intangible seperti kearifan lokal, keterampilan tradisional, seni pertunjukan, dan nilai-nilai filosofis menjadi produk dan layanan bernilai ekonomi tinggi tanpa kehilangan esensi kulturalnya. Bahkan, melalui ekonomi kreatif, budaya lokal justru dapat diperkuat dan dilestarikan dalam bentuk yang dapat diterima oleh generasi digital. Contoh konkret ekonomi kreatif berbasis budaya lokal di Desa Penglipuran meliputi pengembangan kerajinan bambu dengan desain kontemporer yang tetap mempertahankan teknik tradisional, paket wisata edukasi budaya yang mengintegrasikan teknologi augmented reality, produk kuliner organik berbasis resep tradisional dengan kemasan modern untuk pasar ekspor, serta pengembangan homestay dengan konsep arsitektur tradisional Bali yang dilengkapi fasilitas modern.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengeksplorasi strategi peningkatan ekonomi kreatif melalui budaya lokal pada generasi emas untuk mendukung pembangunan berkelanjutan, khususnya dalam konteks Desa Wisata Penglipuran Bali. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan peluang dalam mempertahankan budaya lokal di tengah transformasi ekonomi kreatif yang berbasis teknologi modern, sehingga dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis bagi pengembangan model ekonomi kreatif yang berkelanjutan dan berbasis kearifan lokal.

Kelompok peneliti memilih topik ini dengan pertimbangan strategis yang mendalam. Pertama, isu Generasi Emas 2045 merupakan visi nasional yang memerlukan perhatian serius dari berbagai kalangan, terutama dalam mencari solusi konkret untuk mewujudkannya. Kedua, Desa Penglipuran sebagai penerima penghargaan UNWTO menyediakan studi kasus yang ideal untuk memahami bagaimana ekonomi kreatif dapat dikembangkan tanpa mengorbankan nilai budaya lokal. Ketiga, ekonomi kreatif merupakan sektor yang sedang berkembang pesat dan memiliki potensi besar untuk menjadi tulang punggung ekonomi Indonesia di masa depan, sehingga penelitian ini memiliki relevansi tinggi dengan kebutuhan pembangunan nasional. Keempat, integrasi antara teknologi modern dengan kearifan lokal merupakan tantangan kontemporer yang memerlukan kajian mendalam untuk menemukan formula yang tepat dalam mengembangkan ekonomi yang berkelanjutan dan berkeadilan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kajian pustaka (*literature review*) sebagai teknik utama dalam menggali, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber literatur yang relevan dengan topik “Ekonomi Kreatif Menjadi Pondasi Mewujudkan Generasi Emas 2045 untuk Mendukung Pembangunan Berkelanjutan di Desa Wisata Penglipuran Bali”. Menurut Zed (2008), studi pustaka adalah kegiatan yang berkaitan dengan metode pengumpulan data melalui telaah mendalam terhadap berbagai referensi ilmiah yang relevan dengan fokus masalah yang dikaji. Dalam pendekatan ini, peneliti tidak mengumpulkan data langsung dari lapangan, melainkan mengandalkan pemikiran, temuan, dan informasi dari penelitian terdahulu untuk kemudian dianalisis secara kritis. Data yang digunakan bersumber dari literatur sekunder seperti jurnal ilmiah, buku akademik, prosiding, laporan penelitian, dan dokumen kebijakan yang diterbitkan dalam rentang waktu lima tahun terakhir (2019–2024), dengan prioritas pada publikasi yang berfokus pada ekonomi kreatif, desa wisata, pembangunan berkelanjutan, dan pengembangan SDM desa dalam kerangka Generasi Emas 2045.

Penelusuran dilakukan melalui database akademik seperti Google Scholar, SINTA, Garuda, dan Consensus, dengan kata kunci antara lain “desa wisata Bali”, “Penglipuran”, “ekonomi kreatif desa”, dan “pembangunan berkelanjutan desa”. Pemilihan sumber dilakukan dengan mempertimbangkan relevansi, kemutakhiran, dan kredibilitas publikasi. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis*), yaitu teknik analisis sistematis yang digunakan untuk mengidentifikasi pola, tema, atau makna dari isi dokumen teks tertulis (Krippendorff, 2004). Dalam proses ini, data diklasifikasikan ke dalam beberapa kategori tematik seperti ekonomi kreatif, peran generasi muda, dan indikator keberlanjutan desa. Setiap temuan dianalisis secara deskriptif-kritis untuk membangun pemahaman yang utuh mengenai peran strategis ekonomi kreatif dalam mendukung pembangunan desa wisata menuju visi Indonesia Emas 2045. Hasil akhir dari proses ini menghasilkan delapan literatur utama yang dikaji secara mendalam sebagai dasar analisis. Validitas data dijaga melalui penggunaan sumber-sumber akademik terpercaya dan triangulasi tematik dari berbagai sudut pandang penulis yang berbeda. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi konseptual terhadap pengembangan kebijakan dan strategi pembangunan desa wisata berbasis potensi lokal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Untuk memberikan gambaran komprehensif, berikut disajikan tabel ringkasan hasil penelitian yang membahas strategi peningkatan ekonomi kreatif, tantangan dalam pelestarian budaya lokal, serta keterkaitannya dengan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) di desa wisata.

**Tabel 1. Hasil Penelitian tentang Strategi, Tantangan, dan Relevansi Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal terhadap Pencapaian SDGs di Desa Wisata**

No	Peneliti & Tahun	Fokus Utama	Hasil Penelitian	Implikasi terhadap Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal
1.	Widiastuti & Suardana (2023)	Strategi	Kearifan lokal memperkuat ketahanan ekonomi desa wisata	Budaya lokal menjadi inspirasi produk kreatif (kerajinan, kuliner, dll)



No	Peneliti & Tahun	Fokus Utama	Hasil Penelitian	Implikasi terhadap Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal
2.	Zahriyah (2022)	Strategi / SDG 8	Pendidikan wirausaha sejak dini menumbuhkan kemandirian dan inovasi generasi muda	Generasi muda sebagai penggerak ekonomi kreatif menuju Generasi Emas 2045
3.	Purnomo et al. (2021); Ayuningtyas & Prasetyo (2021)	Strategi / SDG 12 / Digitalisasi	Digitalisasi budaya dan UMKM kreatif memperluas akses pasar global	Teknologi mendukung pelestarian budaya sekaligus meningkatkan nilai ekonomi
4.	Razali et al. (2024)	Strategi / Tantangan	Integrasi budaya dan digitalisasi lahirkan pariwisata halal yang inklusif	Sinergi multi pihak (pemerintah, swasta, masyarakat) penting namun rentan terhadap homogenisasi budaya
5.	Setiyaningrum et al. (2020)	Tantangan	Pengelolaan wisata berbasis masyarakat yang mengangkat nilai lokal dapat mendukung pelestarian budaya	Adaptasi budaya ke wisata modern perlu dijaga agar tidak kehilangan makna orisinal
6.	MacCannell (1976)	Tantangan	Teori authentic tourism: pentingnya keaslian dalam pengalaman wisata	Komodifikasi budaya berisiko mengubah tradisi menjadi pertunjukan semata
7.	Putu Agus et al. (2022); Budiarta et al. (2023)	Strategi / SDG 11 / Tantangan	Triple Bottom Line (people, planet, profit) dan pengembangan berkelanjutan di desa wisata	Desa harus menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian budaya, dan lingkungan
8.	Kusumawardhani et al. (2023b); Prayogi et al. (2022)	SDG 12 / Strategi / SDG 8 / Green Economy	Pelatihan partisipatif dan pengelolaan green economy tingkatkan kapasitas pemuda dan masyarakat desa	Mendorong produksi dan konsumsi yang bertanggung jawab berbasis budaya lokal
9.	Faizal & Purnomo (2024); Suryana & Hastuti (2020)	Strategi / Krisis / Pengembangan Ekraf	Strategi pemasaran dan pengembangan ekonomi kreatif untuk keluar dari krisis	Inovasi pemasaran dan strategi lokal mendorong kebangkitan ekonomi kreatif pascapandemi
10.	Fujihasa et al. (2022); Nugroho et al. (2024)	Strategi / Partisipasi Masyarakat / Teknologi	Peran aktif masyarakat dan teknologi dalam pembangunan wisata	Kewirausahaan sosial dan teknologi memperkuat ekonomi budaya lokal
11.	Gede & Pradana (2022); Wibowo (2019)	Tantangan / Pengelolaan Wisata	Penataan dan pengelolaan desa wisata berbasis budaya mempengaruhi kelestarian budaya Bali	Manajemen budaya dan tata kelola strategis penting bagi keberlanjutan desa wisata
12.	Kusuma et al. (2024); Yasmine et al. (2021)	Strategi / Digital Marketing / Smart Cultural Tourism	Penerapan digital marketing dan smart cultural tourism dalam	Teknologi dan budaya dapat bersinergi untuk promosi

No	Peneliti & Tahun	Fokus Utama	Hasil Penelitian	Implikasi terhadap Ekonomi Kreatif Berbasis Budaya Lokal
13.	Sari & Wijaya (2024); Sari & Andayani (2022)	Strategi / Inovasi Budaya / Ekraf / Era Digital	promosi wisata berkelanjutan Inovasi budaya sebagai kekuatan pengembangan ekonomi kreatif di era digital	pariwisata berbasis edukasi dan pelestarian Kreativitas budaya lokal memperkuat identitas bangsa dan potensi ekonomi
14.	Wijaya et al. (2023)	Strategi / Keberlanjutan	Strategi keberlanjutan desa wisata adat Penglipuran	Kolaborasi berbagai pihak mendukung keberlanjutan budaya dan ekonomi

## Pembahasan

Untuk memahami secara mendalam landasan konseptual dalam pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif, pembahasan berikut akan menguraikan enam aspek utama yang menjadi pijakan teoritis. Aspek-aspek tersebut mencakup: konsep ekonomi kreatif, kearifan lokal sebagai modal kreatif, visi Generasi Emas 2045, prinsip pembangunan berkelanjutan, desa wisata sebagai model pengembangan, serta peran inovasi sosial dan ekonomi

### 1. Konsep Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan sektor yang mengandalkan ide, kreativitas, dan inovasi sebagai sumber utama penciptaan nilai tambah, mencakup 17 subsektor seperti kuliner, fesyen, kriya, musik, dan aplikasi digital (Kemenparekraf). Model ini dinilai lebih humanis dan berkelanjutan karena mengintegrasikan budaya lokal dan pemberdayaan masyarakat. Di Desa Penglipuran Bali, ekonomi kreatif mampu mengangkat nilai budaya menjadi produk wisata unggulan yang meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus mendukung prinsip pembangunan berkelanjutan. Habib (2021) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif mendorong pemberdayaan melalui BUMDes dan penguatan kelembagaan lokal, sementara Kusumawardhani et al. (2023a) menyoroti efektivitas pariwisata edukatif dalam membentuk kesadaran ekologis. Dengan demikian, ekonomi kreatif menjadi strategi pembangunan inklusif dan berkelanjutan yang relevan untuk mempersiapkan desa wisata menuju Generasi Emas 2045.

### 2. Kearifan Lokal sebagai Modal Kreatif

Kearifan lokal merupakan nilai budaya, tradisi, dan praktik sosial yang diwariskan secara turun-temurun dan berperan strategis sebagai modal kreatif dalam pengembangan desa wisata. Di Desa Penglipuran, unsur seperti tata ruang adat, arsitektur tradisional, dan sistem gotong-royong menjadi aset budaya yang menarik bagi wisatawan. Setyaningrum et al. (2020) menunjukkan bahwa pengelolaan wisata berbasis nilai lokal mampu menghasilkan produk edukatif yang berdampak pada pelestarian lingkungan dan peningkatan ekonomi, seperti yang dilakukan di Purwodadi. Sementara itu, Razali et al. (2024) menegaskan bahwa integrasi budaya lokal dengan ekonomi kreatif, seperti pariwisata halal di Aceh, mampu menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif. Fleksibilitas kearifan lokal dalam menyesuaikan diri dengan pasar tanpa kehilangan makna aslinya turut mendorong lahirnya wirausaha lokal yang inovatif dan memperkuat identitas budaya serta kemandirian desa sebagai agen pembangunan.

### 3. Generasi Emas 2045

Generasi Emas 2045 merupakan visi strategis Indonesia untuk menjadi negara maju pada peringatan 100 tahun kemerdekaan, yang menekankan pada penguatan sumber daya manusia yang unggul, inovatif, dan berkarakter. Dalam konteks desa wisata, hal ini berarti membangun ekosistem yang mendorong keterlibatan generasi muda dalam kegiatan ekonomi kreatif. Zahriyah (2022) menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan sejak dini dapat menumbuhkan semangat kemandirian dan kreativitas melalui pembelajaran berbasis proyek. Sementara itu, Kusumawardani et al. (2023b) menemukan bahwa pelatihan partisipatif di Desa Semoyo berhasil meningkatkan kapasitas pemuda sebagai agen inovasi wisata berkelanjutan. Untuk menghadapi era 2045, diperlukan lingkungan desa yang tak hanya mendukung pendidikan formal, tetapi juga menanamkan nilai budaya, keberdayaan ekonomi, dan kepedulian lingkungan. Desa Penglipuran menjadi contoh konkret sebagai laboratorium hidup yang mempersiapkan generasi muda dalam mengelola pariwisata secara kreatif dan berkelanjutan.

### 4. Pembangunan Berkelanjutan

Konsep ekonomi berkelanjutan menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan global seperti krisis iklim, ketimpangan sosial, dan eksploitasi sumber daya alam. Pendekatan *Triple Bottom Line* (TBL) yang menekankan keseimbangan antara aspek sosial (*people*), lingkungan (*planet*), dan ekonomi (*profit*) menjadi kerangka utama dalam pembangunan berkelanjutan, termasuk di sektor ekonomi kreatif berbasis desa wisata. Di Indonesia, penerapan prinsip TBL tampak nyata di Desa Penglipuran, Bali, yang mengintegrasikan pelestarian budaya, partisipasi masyarakat, dan praktik ramah lingkungan dalam kegiatan ekonominya. Masyarakat desa terlibat langsung dalam pengelolaan homestay, kerajinan bambu, hingga atraksi budaya, sekaligus menjaga harmoni dengan alam dan meningkatkan pendapatan lokal. Dengan demikian, Desa Penglipuran menjadi contoh sukses pembangunan ekonomi kreatif yang selaras dengan visi Generasi Emas 2045 dan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) (Putu Agus et al., 2022).

### 5. Desa Wisata sebagai Model Pengembangan

Desa wisata dapat menjadi model ideal dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis masyarakat, salah satunya melalui pendekatan *community-based tourism* (CBT) sebagaimana dikemukakan oleh Murphy. Dalam pendekatan ini, keberhasilan pariwisata sangat bergantung pada partisipasi aktif masyarakat lokal dalam merancang, mengelola, dan mengambil manfaat dari kegiatan wisata yang berlangsung di wilayah mereka. Desa Penglipuran merupakan contoh nyata implementasi prinsip CBT, di mana masyarakat menjadi pelaku utama dalam pengelolaan homestay, penyelenggaraan atraksi budaya, serta pelestarian lingkungan dan tata ruang adat. Lebih lanjut, pendekatan ini diperkaya oleh konsep *authentic tourism* dari MacCannell (1976), yang menekankan pentingnya keaslian dalam pengalaman wisata di mana wisatawan berinteraksi langsung dengan budaya dan kehidupan asli masyarakat tanpa rekayasa atau komodifikasi berlebihan. Desa Penglipuran, dengan struktur tradisionalnya yang lestari, nilai-nilai adat yang masih hidup, serta aktivitas ekonomi kreatif berbasis budaya, merepresentasikan destinasi wisata yang tidak hanya menawarkan daya tarik estetika, tetapi juga pengalaman yang autentik dan bermakna. Dengan demikian, penggabungan teori CBT dan *authentic tourism* menjadikan Desa Penglipuran sebagai model pengembangan ekonomi kreatif yang mengedepankan keberlanjutan, pemberdayaan komunitas, dan pelestarian budaya secara seimbang.

### 6. Inovasi Sosial dan Ekonomi

Inovasi sosial merupakan pendekatan yang menghadirkan solusi baru terhadap persoalan sosial dengan melibatkan partisipasi aktif masyarakat, seperti yang terlihat di Desa



Wisata Penglipuran melalui pelestarian tata ruang adat, atraksi budaya, dan praktik gotong royong yang memperkuat identitas kolektif. Sementara itu, inovasi ekonomi mendorong pengembangan potensi lokal melalui produk budaya kreatif seperti kerajinan, homestay, dan kuliner, yang tidak hanya menambah pendapatan tetapi juga menciptakan peluang usaha baru. Integrasi keduanya menjadikan ekonomi kreatif sebagai instrumen pembangunan yang menyeluruh—menghasilkan nilai ekonomi sekaligus memperkuat struktur sosial dan budaya masyarakat. Desa Penglipuran menjadi contoh nyata bagaimana pertumbuhan ekonomi dapat sejalan dengan pelestarian budaya dan lingkungan, mendukung tercapainya visi Generasi Emas 2045 secara berkelanjutan.

Berdasarkan landasan teoritis tersebut, pembahasan selanjutnya akan menguraikan bagaimana konsep-konsep tersebut diimplementasikan dalam konteks nyata, khususnya di Desa Wisata Penglipuran. Uraian ini mencakup strategi peningkatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal, tantangan dalam mempertahankan kearifan tradisional di tengah arus modernisasi, serta relevansinya dengan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs).

#### **A. Strategi Peningkatan Ekonomi Kreatif Melalui Budaya Lokal**

Penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal merupakan strategi kunci dalam menghadapi tantangan pembangunan berkelanjutan, khususnya di wilayah yang kaya akan warisan budaya seperti Desa Wisata Penglipuran. Strategi ini berangkat dari pemahaman bahwa budaya lokal bukan hanya warisan yang perlu dilestarikan, tetapi juga dapat diolah menjadi modal ekonomi yang bernilai tinggi tanpa kehilangan makna historis dan spiritualnya. Ekonomi kreatif menjadi instrumen ideal karena mengedepankan kreativitas, pengetahuan, dan inovasi, serta melibatkan masyarakat secara langsung dalam proses produksi dan distribusi nilai.

Langkah awal dalam strategi ini adalah pemetaan dan penguatan aset budaya lokal. Di Penglipuran, kekayaan seperti arsitektur adat, sistem tata ruang desa, kesenian tradisional, hingga pola sosial bergotong-royong telah terbukti menjadi sumber inspirasi dalam pengembangan produk kreatif, mulai dari kerajinan bambu, pertunjukan budaya, hingga kuliner lokal. Pendekatan ini sejalan dengan temuan Widiastuti dan Suardana (2023) bahwa desa wisata yang mengangkat kearifan lokal memiliki peluang lebih besar untuk bertahan secara ekonomi dan sosial di tengah tantangan globalisasi.

Selanjutnya, peningkatan kapasitas sumber daya manusia khususnya generasi muda menjadi titik krusial dalam membangun keberlanjutan ekonomi kreatif. Pendidikan kewirausahaan kreatif berbasis budaya, pelatihan digitalisasi, dan manajemen usaha harus difokuskan pada konteks lokal agar mampu menghubungkan tradisi dengan teknologi modern. Zahriyah (2022) mencatat bahwa penanaman nilai wirausaha sejak usia dini mampu menumbuhkan kemandirian dan inovasi, dua hal yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi tantangan era Generasi Emas 2045.

Digitalisasi budaya juga menjadi strategi transformatif dalam memperluas jangkauan pasar dan promosi budaya lokal. Melalui platform digital seperti media sosial, *marketplace*, hingga tur virtual, masyarakat desa dapat menjangkau konsumen global tanpa harus kehilangan nilai-nilai autentik. Purnomo et al. (2021) menegaskan bahwa integrasi antara budaya lokal dan teknologi digital akan menjadi kunci peningkatan daya saing ekonomi daerah di masa depan.

Strategi lainnya adalah mendorong kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, swasta, akademisi, dan masyarakat. Pemerintah daerah dapat menyediakan insentif fiskal, program pelatihan, serta regulasi yang mendukung pelestarian budaya dalam konteks ekonomi. Di sisi lain, sektor swasta dapat terlibat dalam pengembangan produk, pembiayaan, hingga promosi global. Penelitian Razali et al. (2024) menunjukkan bahwa sinergi ini telah berhasil melahirkan model pariwisata halal berbasis budaya di Aceh yang inklusif dan berkelanjutan.

Yang tak kalah penting adalah memastikan bahwa strategi pengembangan ekonomi kreatif ini berjalan sejalan dengan prinsip-prinsip Sustainable Development Goals (SDGs), terutama SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), SDG 11 (kota dan permukiman berkelanjutan), dan SDG 12 (konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab). Seperti diuraikan oleh Putu Agus et al. (2022), pendekatan *Triple Bottom Line* yang mengintegrasikan aspek ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) dapat memastikan bahwa setiap aktivitas ekonomi kreatif juga mendukung keberlanjutan ekologi dan keadilan sosial dalam jangka panjang.

Desa Wisata Penglipuran menjadi contoh konkret bagaimana strategi peningkatan ekonomi kreatif dapat dijalankan secara terintegrasi, dengan budaya lokal sebagai inti kekuatan. Dengan mengedepankan identitas budaya, keterlibatan komunitas, teknologi digital, dan kolaborasi multi pihak, ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan pendapatan masyarakat desa, tetapi juga memperkuat karakter bangsa menuju Generasi Emas 2045 yang berdaulat secara budaya dan mandiri secara ekonomi.



**Gambar 1. Desa Wisata Penglipuran Bali**

*sumber: Wira Tour Bali dan Tunas Hijau ID*

## **B. Tantangan Dalam Mempertahankan Budaya Lokal**

Dalam konteks pengembangan desa wisata berbasis ekonomi kreatif, mempertahankan budaya lokal menghadapi kompleksitas tantangan yang multidimensional. Tantangan ini muncul dari dinamika global yang semakin intensif, dimana proses modernisasi dan komersialisasi seringkali menciptakan dilema antara pelestarian nilai-nilai tradisional dengan tuntutan adaptasi terhadap kebutuhan pasar wisata modern. Sebagaimana dijelaskan dalam kajian teoritis, kearifan lokal sebagai modal kreatif memiliki kekuatan dalam fleksibilitasnya untuk diadaptasi menjadi produk kreatif yang sesuai dengan kebutuhan pasar tanpa kehilangan makna orisinalnya. Namun, dalam praktiknya, proses adaptasi ini menghadapi berbagai hambatan struktural dan kultural yang memerlukan penanganan strategis.

Tantangan pertama yang paling mendasar adalah tekanan globalisasi dan homogenisasi budaya. Era digital dan kemudahan akses informasi telah mempercepat penetrasi nilai-nilai budaya global ke dalam komunitas lokal, khususnya di kalangan generasi muda. Fenomena ini menciptakan ketegangan antara preservasi tradisi dengan modernisasi yang diperlukan untuk daya saing ekonomi. Generasi muda desa, yang seharusnya menjadi penerus budaya lokal sekaligus motor penggerak ekonomi kreatif menuju Generasi Emas 2045, seringkali mengalami kebingungan identitas antara nilai-nilai tradisional yang diwariskan dengan tren modernitas yang mereka akses melalui media digital.

Tantangan kedua berkaitan dengan komersialisasi berlebihan yang dapat mengikis otentisitas budaya lokal. Dalam upaya meningkatkan daya tarik wisata dan nilai ekonomis, banyak elemen budaya lokal yang mengalami simplifikasi atau bahkan distorsi untuk

memenuhi ekspektasi wisatawan. Proses komodifikasi budaya ini dapat menyebabkan hilangnya makna spiritual, filosofis, dan sosial yang terkandung dalam tradisi lokal, sehingga budaya tersebut hanya menjadi pertunjukan superfisial tanpa substansi yang mendalam.

Tantangan ketiga adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam mengelola warisan budaya sebagai aset ekonomi kreatif. Masyarakat lokal, meskipun memiliki pengetahuan tradisional yang kaya, seringkali tidak memiliki keterampilan manajemen, pemasaran, dan teknologi yang diperlukan untuk mengemas budaya lokal menjadi produk wisata yang berkualitas. Hal ini menciptakan kesenjangan antara potensi budaya yang dimiliki dengan kemampuan mengaktualisasikannya menjadi keunggulan ekonomi yang berkelanjutan.

Desa Penglipuran sebagai salah satu desa wisata terbaik di Bali menghadapi tantangan spesifik yang terkait dengan karakteristik budaya Bali dan posisinya sebagai destinasi wisata internasional. Tantangan utama yang dihadapi adalah tekanan wisata massal (*overtourism*) yang dapat mengancam kelestarian nilai-nilai budaya tradisional Bali. Intensitas kunjungan wisatawan yang tinggi, meskipun memberikan manfaat ekonomi, juga menciptakan risiko degradasi lingkungan sosial-budaya dan fisik desa. Dalam konteks Penglipuran, sistem tata ruang adat dan arsitektur tradisional yang menjadi daya tarik utama menghadapi tekanan untuk disesuaikan dengan kebutuhan fasilitas wisata modern. Dilema ini menciptakan ketegangan antara mempertahankan keaslian bentuk arsitektur tradisional dengan kebutuhan untuk menyediakan amenities yang memadai bagi wisatawan. Proses adaptasi yang tidak hati-hati dapat mengakibatkan perubahan fisik desa yang pada akhirnya mengurangi nilai autentisitas yang menjadi keunggulan kompetitif Penglipuran.

Tantangan lain yang spesifik di Penglipuran adalah mempertahankan sistem sosial bergotong-royong dalam konteks ekonomi yang semakin individualistik. Pengembangan ekonomi kreatif yang berorientasi pada keuntungan individual dapat menggerus nilai-nilai kolektivitas yang selama ini menjadi pondasi kekuatan sosial masyarakat desa. Transformasi ini memerlukan strategi yang cermat untuk memastikan bahwa pertumbuhan ekonomi tidak mengorbankan kohesi sosial yang merupakan bagian integral dari kearifan lokal Bali.

Selain itu, Penglipuran juga menghadapi tantangan dalam menjaga keseimbangan antara kepentingan ekonomi jangka pendek dengan keberlanjutan jangka panjang. Tekanan untuk memaksimalkan pendapatan dari sektor pariwisata dapat mendorong praktik-praktik yang tidak berkelanjutan, seperti eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam dan budaya, yang pada akhirnya dapat merusak daya tarik fundamental desa tersebut.

Pengembangan ekonomi kreatif di desa wisata menghadapi dilema fundamental antara mempertahankan otentisitas budaya dan kebutuhan komodifikasi untuk kepentingan ekonomi. Konsep *authentic tourism* yang dikemukakan MacCannell (1976) menekankan pentingnya pengalaman wisata yang asli, namun dalam praktiknya seringkali terjadi rekayasa budaya untuk menarik wisatawan. Di Desa Penglipuran, tantangan ini muncul ketika masyarakat harus menyeimbangkan antara menjaga keaslian tradisi adat dengan kebutuhan menyajikan atraksi budaya yang marketable. Proses komodifikasi dapat mengakibatkan pergeseran makna nilai-nilai budaya yang sesungguhnya, dimana tradisi yang awalnya memiliki fungsi sakral atau sosial berubah menjadi pertunjukan komersial semata. Era globalisasi memperparah tantangan ini melalui penetrasi nilai-nilai modern yang bertentangan dengan kearifan lokal, terutama bagi generasi muda yang menghadapi paparan budaya global melalui teknologi digital dan interaksi dengan wisatawan internasional. Generasi yang diharapkan menjadi penggerak visi 2045 ini menghadapi risiko menggeser orientasi nilai dari budaya komunalisme dan gotong royong menuju individualisme dan materialisme modern, yang dapat mengancam keberlanjutan praktik budaya yang menjadi daya tarik utama desa wisata.

Implementasi *Triple Bottom Line* dalam ekonomi kreatif menghadapi ketegangan dalam menyeimbangkan aspek profit dengan aspek people dan planet, terutama ketika dikaitkan dengan target pertumbuhan ekonomi yang ambisius menuju Generasi Emas 2045. Tekanan untuk meningkatkan pendapatan seringkali mendorong eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya budaya dan lingkungan, menciptakan dilema antara memaksimalkan keuntungan jangka pendek dengan menjaga keberlanjutan jangka panjang. Masyarakat desa mungkin tergoda untuk mengambil keputusan yang menguntungkan secara finansial namun merugikan pelestarian budaya, seperti mengubah fungsi bangunan tradisional menjadi fasilitas komersial modern atau menyederhanakan ritual adat untuk mengakomodasi jadwal wisatawan. Tantangan regenerasi dan transfer pengetahuan budaya semakin kompleks karena kearifan lokal yang menjadi modal kreatif seringkali tersimpan dalam memori kolektif generasi tua yang belum terdokumentasi sistematis. Generasi muda menghadapi kesenjangan antara metode pembelajaran budaya tradisional yang memerlukan proses panjang dan pengalaman langsung dengan preferensi belajar generasi digital yang terbiasa dengan informasi instan dan visual.

Penerapan inovasi sosial dan ekonomi dalam konteks budaya menghadapi tantangan integrasi antara nilai-nilai budaya lokal dengan kebutuhan pembangunan modern, dimana inovasi harus tetap sejalan dengan norma dan struktur sosial hirarkis masyarakat adat. Pendekatan *Community-Based Tourism* yang menjadi model pengembangan desa wisata menghadapi risiko terciptanya stratifikasi sosial baru akibat perbedaan kemampuan ekonomi dan tingkat keterlibatan dalam aktivitas wisata, yang berpotensi melemahkan solidaritas komunitas yang selama ini menjadi kekuatan utama desa. Generasi muda sebagai agen inovasi menghadapi tantangan untuk menjadi kreatif dan inovatif tanpa menghilangkan esensi budaya yang menjadi keunikan produk mereka, sekaligus harus mampu beradaptasi dengan perubahan cepat era global namun tetap mempertahankan identitas budaya dalam mempersiapkan diri menghadapi era Generasi Emas 2045. Kompleksitas tantangan ini memerlukan pendekatan pembangunan yang sangat hati-hati dan melibatkan semua stakeholder untuk memastikan bahwa pengembangan ekonomi kreatif tidak mengorbankan nilai-nilai budaya yang menjadi pondasi fundamental masyarakat desa wisata, sehingga dapat mencapai keseimbangan optimal antara kemajuan ekonomi, pelestarian budaya, dan keberlanjutan lingkungan.

### C. Relevansi dengan *Sustainable Development Goals* (SDGs)

#### 1. SDG 8: Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi

Tantangan mempertahankan budaya lokal memiliki implikasi langsung terhadap pencapaian SDG 8, khususnya dalam menciptakan pekerjaan yang layak dan berkelanjutan bagi masyarakat lokal. Ketika budaya lokal tidak dapat dipertahankan dengan baik, maka fondasi ekonomi kreatif yang berbasis pada kearifan lokal akan mengalami degradasi, yang pada akhirnya mengurangi keberlanjutan lapangan kerja yang diciptakan. Di Penglipuran, mempertahankan otentisitas budaya lokal menjadi kunci untuk memastikan bahwa pekerjaan-pekerjaan yang tercipta dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif tidak hanya memberikan pendapatan jangka pendek, tetapi juga menciptakan sistem ekonomi yang resilient dan berkelanjutan untuk mendukung visi Generasi Emas 2045.

Tantangan ini juga berkaitan dengan kualitas pekerjaan yang tercipta. Jika budaya lokal tidak dikelola dengan baik, maka pekerjaan yang tersedia cenderung bersifat marginal dan tidak memberikan pengembangan kapasitas yang memadai bagi masyarakat lokal. Sebaliknya, pelestarian budaya lokal yang efektif dapat menciptakan diversifikasi ekonomi yang memberikan peluang pekerjaan yang lebih berkualitas, mulai dari kerajinan tradisional, kuliner autentik, hingga jasa pemanduan wisata yang berbasis pengetahuan budaya mendalam.



## **2. SDG 11: Kota dan Permukiman Berkelanjutan**

Dalam konteks SDG 11, tantangan mempertahankan budaya lokal di Penglipuran berdampak pada keberlanjutan permukiman dan tata ruang desa. Tekanan wisata dan modernisasi dapat mengubah karakter fisik desa yang selama ini mencerminkan nilai-nilai budaya lokal. Tantangan ini mencakup bagaimana mempertahankan arsitektur tradisional, sistem tata ruang adat, dan harmonisasi antara fungsi permukiman dengan fungsi wisata tanpa mengorbankan kualitas hidup masyarakat lokal.

Preservasi budaya lokal dalam konteks ini bukan hanya masalah estetika, tetapi juga masalah fungsionalitas permukiman yang berkelanjutan. Sistem tata ruang tradisional Bali, misalnya, mengandung prinsip-prinsip ekologis dan sosial yang telah teruji dalam mendukung kehidupan masyarakat secara harmonis. Ketika sistem ini terdegradasi akibat tekanan modernisasi, maka keberlanjutan permukiman secara keseluruhan juga akan terancam.

## **3. SDG 12: Konsumsi dan Produksi Bertanggung Jawab**

Tantangan mempertahankan budaya lokal memiliki kaitan erat dengan pencapaian SDG 12, khususnya dalam mengembangkan pola konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab dalam sektor pariwisata. Komersialisasi budaya yang berlebihan dapat mendorong praktik produksi yang tidak berkelanjutan, seperti pembuatan souvenir massal yang tidak mencerminkan nilai budaya otentik atau penggunaan bahan-bahan yang tidak ramah lingkungan demi efisiensi biaya.

Di sisi konsumsi, tantangan ini berkaitan dengan bagaimana mengedukasi wisatawan untuk mengonsumsi produk wisata budaya secara bertanggung jawab. Hal ini mencakup promosi pemahaman tentang nilai-nilai budaya yang terkandung dalam produk wisata, sehingga konsumsi tidak hanya bersifat transaksional tetapi juga edukatif dan mendukung pelestarian budaya lokal. Penglipuran memiliki peluang untuk menjadi model dalam mengembangkan *tourism consumption* yang bertanggung jawab, dimana wisatawan tidak hanya mengonsumsi keindahan fisik desa tetapi juga memahami dan menghargai nilai-nilai budaya yang terkandung di dalamnya.

Integrasi ketiga SDGs ini dalam penanganan tantangan mempertahankan budaya lokal menunjukkan bahwa solusi yang diperlukan harus bersifat holistik dan berkelanjutan. Ekonomi kreatif yang menjadi pondasi mewujudkan Generasi Emas 2045 di Penglipuran harus dikembangkan dengan pendekatan yang mempertimbangkan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, keberlanjutan sosial-budaya, dan pelestarian lingkungan. Hanya dengan pendekatan yang terintegrasi ini, tantangan mempertahankan budaya lokal dapat diatasi secara efektif dan berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan yang sesungguhnya

## **KESIMPULAN**

Penguatan ekonomi kreatif berbasis budaya lokal merupakan strategi krusial dalam menciptakan pembangunan yang berkelanjutan dan berkeadilan, khususnya di kawasan seperti Desa Wisata Penglipuran yang kaya akan nilai-nilai adat dan kearifan lokal. Budaya lokal tidak hanya menjadi warisan leluhur, tetapi juga sumber daya ekonomi yang bernilai tinggi bila dikelola secara kreatif, inovatif, dan tetap menjaga keasliannya. Strategi pengembangan yang efektif meliputi pemetaan aset budaya, peningkatan kapasitas sumber daya manusia (terutama generasi muda), digitalisasi budaya, dan kolaborasi lintas sektor yang berorientasi pada prinsip keberlanjutan.



Namun demikian, pelaksanaan strategi ini menghadapi berbagai tantangan. Globalisasi budaya dan tekanan modernisasi dapat mengikis otentisitas nilai-nilai lokal, terutama ketika tradisi dikomodifikasi secara berlebihan untuk kepentingan ekonomi. Tantangan juga muncul dari keterbatasan kapasitas masyarakat dalam mengelola budaya sebagai aset ekonomi, risiko stratifikasi sosial akibat ketimpangan partisipasi, serta dilema antara menjaga nilai-nilai gotong royong dan munculnya orientasi individualistik.

Penerapan strategi ini perlu diselaraskan dengan prinsip *Triple Bottom Line* ekonomi, sosial, dan lingkungan serta mengacu pada target *Sustainable Development Goals* (SDGs), terutama SDG 8 (pekerjaan layak), SDG 11 (permukiman berkelanjutan), dan SDG 12 (produksi dan konsumsi bertanggung jawab). Desa Penglipuran menjadi contoh konkret bagaimana budaya lokal dapat dijadikan fondasi ekonomi kreatif yang inklusif dan berkelanjutan, jika dijalankan secara hati-hati dan kolaboratif. Melalui pendekatan ini, ekonomi kreatif tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjaga identitas budaya bangsa dalam menghadapi era Generasi Emas 2045.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Asmara, A. Y., Rahayu, S., & Wibowo, A. (2024). *Unveiling Creative Economy Resilience in Indonesia amidst the Global Pandemic*. *Sustainable Cities and Society*, 102, 105065. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2773061124000065>
- Ayuningtyas, D., & Prasetyo, A. (2021). Digitalisasi dan Pelestarian Budaya Lokal: Studi pada UMKM Kreatif di Bali. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 25(1). <https://jurnal.ugm.ac.id/jsp/article/view/59807>
- Budiarta, I. W., Kasni, N. W., Pulawan, M., & Laksmi, P. A. S. (2023). Pengembangan desa wisata Penglipuran menuju desa wisata berkelanjutan. *Jurnal Abdidas*, 4(5), 389-397.
- Dellyana, D., Arina, N., & Fauzan, T. R. (2023). *Digital Innovative Governance of the Indonesian Creative Economy: A Governmental Perspective*. *Sustainability*, 15(23), 16234. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/23/16234>
- Faizal, D. N., & Purnomo, A. (2024). Strategi Marketing Desa Wisata Penglipuran-Bali Dalam Upaya Keluar Dari Krisis. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 7(3), 137-146.
- Firmansyah, Y., Rafdinal, W., Sayuti, A., M., Juniarti, C., & Hardiyanto, N. (2024). Cultural Innovation in Indonesia as a Development of the Creative Economy. *Jurnal Ekonomi, Bisnis, & Entrepreneurship* 18(1), 87-99. [https://www.researchgate.net/publication/380892842\\_Cultural\\_Innovation\\_in\\_Indonesia\\_as\\_a\\_Development\\_of\\_the\\_Creative\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/380892842_Cultural_Innovation_in_Indonesia_as_a_Development_of_the_Creative_Economy)
- Fujihasa, I. G. M., Widawati, I. A. P. W., & Mahadewi, N. M. E. (2022). Pembangunan Pariwisata di Desa Wisata Penglipuran Melalui Peran Partisipasi Masyarakat, Kewirausahaan Sosial Berkelanjutan dan Inovasi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 10(2), 290-305.
- Gede, A. P. B. S. D., & Pradana, G. Y. K. (2022). Implikasi penataan desa wisata Penglipuran terhadap kelestarian budaya Bali. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 18(1), 1-14.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism*
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Kusuma, I. W., Pratama, A. B., & Dewi, L. K. (2024). *Digital marketing for sustainable tourism village in Bali: A mixed methods study*. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 7(3), 125-142.

- [https://www.researchgate.net/publication/382650703\\_Digital\\_marketing\\_for\\_sustainable\\_tourism\\_village\\_in\\_Bali\\_A\\_mixed\\_methods\\_study](https://www.researchgate.net/publication/382650703_Digital_marketing_for_sustainable_tourism_village_in_Bali_A_mixed_methods_study)
- Kusumawardani, E., Sujarwo, S., & Prasetyo, I. (2023a). Penguatan kapasitas inovasi masyarakat dalam pengembangan desa wisata. *Jurnal Abdimas Nusantara*, 5(1), 50–60.
- Kusumawardhani, Y., Simanihuruk, M., & Rahardjo, S. (2023b). Wisata Edukasi Berbasis Ekonomi Kreatif Ecobrick. *Jurnal Abdi Masyarakat*
- Mubarok, D., Muhamad, L., F., & Kusuma, A., P. (2024). Technology in the Creative Economy: Implications for Community Empowerment and Sustainable Development. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 45-62. <https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/adman/article/view/214>
- MacCannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. Berkeley, CA: Schocken Books.
- Nugroho, B. S., Hartanto, R., & Setiawan, D. (2024). *Technology in the Creative Economy: Implications for Community Empowerment and Sustainable Development*. *Journal of Contemporary Administration and Management (ADMAN)*, 2(1), 45-62. <https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/adman/article/view/214>
- Oka, M., D., & Subadra, N. (2024). Digital marketing for sustainable tourism village in Bali: A mixed methods study. *Journal Of Infrastructure, Policy, and Development* 8(7), 3726. [https://www.researchgate.net/publication/382650703\\_Digital\\_marketing\\_for\\_sustainable\\_tourism\\_village\\_in\\_Bali\\_A\\_mixed\\_methods\\_study](https://www.researchgate.net/publication/382650703_Digital_marketing_for_sustainable_tourism_village_in_Bali_A_mixed_methods_study)
- Prayogi, P. A., Suthanaya, I. P. B., & Sari, N. L. K. J. P. (2022). Pengelolaan desa wisata Pengelipuran dengan konsep green economy berbasis masyarakat lokal di era Pandemi Covid-19. *Journal of Applied Management and Accounting Science*, 3(2), 117-127.
- Purnomo, D., Prasetyo, A., & Nugroho, H. (2021). Model ekonomi kreatif berbasis budaya dalam meningkatkan daya saing ekonomi daerah. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik*, 12(1), 15–27. <https://jurnal.dpr.go.id/index.php/ekp/article/view/2071>
- Putu Agus, A. A., Wibawa, I. M., & Yuliana, N. P. (2022). Implementasi triple bottom line dalam pembangunan desa wisata berbasis budaya di Bali. *Jurnal Pengembangan Pariwisata Indonesia*, 7(2), 101–115.
- Razali, R., Taufiq, T., & Maulana, N. (2024). Grand model pariwisata halal dan ekonomi kreatif. *Journal of Islamic Tourism*, 5(1), 1–13.
- Sari, D. P., & Wijaya, M. A. (2024). *Cultural Innovation in Indonesia as a Development of the Creative Economy*. *International Journal of Creative Industries*, 12(2), 78-95. [https://www.researchgate.net/publication/380892842\\_Cultural\\_Innovation\\_in\\_Indonesia\\_as\\_a\\_Development\\_of\\_the\\_Creative\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/380892842_Cultural_Innovation_in_Indonesia_as_a_Development_of_the_Creative_Economy)
- Sari, M. K., & Andayani, T. (2022). "Inovasi Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Era Digital." *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(2). <https://journal.ipb.ac.id/index.php/jekk/article/view/41012>
- Setiyaningrum, I. F., Harini, R., & Wirasanti, N. (2020). Pengelolaan Edu-Wisata Mangrove Berbasis Masyarakat. MGI
- Suryana, A., & Hastuti, D. (2020). "Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal di Era Digitalisasi." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat: Media Pemikiran dan Dakwah Pembangunan*, 4(2). <https://ejournal.uin-suka.ac.id/dakwah/JPM/article/view/3089>
- Wibowo, I. N. A. (2019). Strategi Pengelolaan Desa Wisata Pengelipuran Kabupaten Bangli. *Public Inspiration: Jurnal Administrasi Publik*, 4(2), 91-96.

- Widiastuti, N. M. A., & Suardana, I. M. (2023). Pelestarian Budaya Lokal Melalui Pengembangan Desa Wisata di Bali. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 11(1). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/destinasipar/article/view/104108>
- Wijaya, K. V. K. A., Sari, K. A. L. H., & Ujianto, B. T. (2023). Strategi Keberlanjutan Pada Desa Wisata Adat Penglipuran, Bali. *Prosiding SEMSINA*, 4(01), 67-74.
- Yasmine, B., Putri, B., Chandra, N., & Zuhdi, R. (2021). Konsep sustainability tourism dengan tema smart cultural tourism pada desa penglipuran, bali. *MATRAPOLIS: Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 2(1), 7-15.
- Zahriyah, A. (2022). Penanaman nilai kewirausahaan bagi anak usia dini melalui pembelajaran ekonomi kreatif. *Absorbent Mind*, 6(2), 112–120.
- Zed, M. (2008). *Metode penelitian kepustakaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.