

**Madani: Jurnal Ilmiah Multidisiplin**  
Volume 2, Nomor 6, July 2024, Halaman 157-163  
Licenced by CC BY-SA 4.0  
E-ISSN: [2986-6340](https://doi.org/10.5281/zenodo.11534426)  
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.11534426>

## **Ekonomi Kreatif Sebagai Strategi Peningkatan Perekonomian Masyarakat Lokal Di Sekitar Farmhouse**

**Mutya Aulia Nissa<sup>1</sup>, Reffasya Novianhdita<sup>2</sup>, Shifa Aura Tobiha<sup>3</sup>, Tanaya Salma Alifah<sup>4</sup>**

<sup>1234</sup>Universitas Pendidikan Indonesia,

Email: [mutyaaulianissa11@upi.edu](mailto:mutyaaulianissa11@upi.edu)<sup>1</sup>, [reffasyann@upi.edu](mailto:reffasyann@upi.edu)<sup>2</sup>, [shifaaura2004@upi.edu](mailto:shifaaura2004@upi.edu)<sup>3</sup>, [tansalfah@upi.edu](mailto:tansalfah@upi.edu)<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Farmhouse Lembang merupakan destinasi wisata di Desa Gudang Kahuripan, Kecamatan Lembang yang berdiri sejak tahun 2015. Destinasi ini menawarkan berbagai daya tarik yang menarik bagi pengunjung karena mengusung konsep bergaya Eropa. Meningkatnya jumlah wisatawan menimbulkan pemanfaatan potensi ekonomi kreatif untuk menarik wisatawan dan menghasilkan keuntungan, baik melalui penjualan produk maupun penyediaan layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan ekonomi kreatif yang diterapkan masyarakat lokal di sekitar Farmhouse. Penelitian ini didasarkan pada pendekatan deskriptif kualitatif dan menggunakan data primer. Dalam penelitian ini dilibatkan enam orang masyarakat Lembang yang bekerja di Farmhouse sebagai narasumber. Wawancara dan observasi digunakan untuk mengumpulkan data. Data penelitian menunjukkan masyarakat mempromosikan dan membuat usaha yang *anti-mainstream*, serta membentuk kerjasama dengan pihak Farmhouse untuk meningkatkan usaha. Adanya kegiatan ekonomi kreatif dapat memberikan sisi positif terhadap masyarakat lokal seperti terbantunya perekonomian, mengurangi pengangguran, dan perubahan mata pencaharian.

Kata Kunci: Ekonomi kreatif, Masyarakat lokal, Destinasi wisata

### **Abstract**

*Farmhouse Lembang is a tourist destination in Gudang Kahuripan Village, Lembang District, which was founded in 2015. This destination offers various interesting attractions for visitors because it carries a European-style concept. The increasing number of tourists has led to the use of the potential of the creative economy to attract tourists and generate profits, both through product sales and service provision. This research aims to determine the creative economic activities implemented by local communities around the Farmhouse. This research is based on a qualitative descriptive approach and uses primary data. In this research, six Lembang residents who worked at the Farmhouse were involved as resource persons. Interviews and observations were used to collect data. Research data shows that the community promotes and creates anti-mainstream businesses, as well as collaborating with Farmhouse to improve business. The existence of creative economic activities can provide a positive side to local communities such as helping the economy, reducing poverty and changing livelihoods.*

**Keywords:** *Creative economy, local communities, tourist destinations*

---

### **Article Info**

Received date: 25 May 2024

Revised date: 30 May 2024

Accepted date: 07 June 2024

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan perjalanan atau petualangan ke tempat-tempat baru untuk menciptakan pengalaman baru yang unik. Pariwisata resmi digunakan pada tahun 1961 menggantikan istilah turisme atas usul Ir. Soekarno pada agenda musyawarah nasional yayasan turisme Indonesia ke-II (Situmorang, 2019). Menurut Herdiansya (2019), pariwisata adalah kegiatan perjalanan seseorang dari satu lokasi ke lokasi lain dengan tujuan menikmati liburan, dan memuaskan keinginan. Jadi, pariwisata adalah perjalanan di luar kebiasaan sehari-hari dari tempat asal menuju tempat lainnya dalam kurun waktu dan tujuan tertentu.

Pariwisata adalah sektor yang menjadi pilar utama pertumbuhan ekonomi di suatu Negara. Utama (2014) mengungkapkan bahwa pembangunan sektor pariwisata dapat membangkitkan kegiatan bisnis suatu negara karena akan bermanfaat terhadap aspek sosial, budaya dan ekonomi. Penduduk setempat yang tinggal dekat dengan tempat-tempat wisata pasti akan mendapat manfaat dari pengembangan pariwisata yang dijalankan dengan baik. Oleh karena itu, pariwisata tidak diragukan lagi menjadi salah satu pendorong utama ekonomi global dan dapat memengaruhi pembangunan suatu

negara. Menurut Edison et al. (2020), pengembangan pariwisata merupakan strategi untuk tujuan dalam waktu yang lama sebagai upaya mendongkrak daya tarik wisatawan. Hal ini mungkin menguntungkan pengunjung dan penduduk setempat.

Pariwisata tidak akan berkembang dan tidak dapat bertahan tanpa adanya dukungan dari masyarakat lokal. Menurut Wowor (2011), salah satu indikator pengembangan pariwisata dikatakan berhasil adalah jika terdapat dukungan dari masyarakat lokal. Masyarakat lokal dapat mendukung pengembangan pariwisata dalam segi penyediaan jasa. Masyarakat bisa memanfaatkan tenaga yang dimiliki untuk berkontribusi di bidang pariwisata. Ketika masyarakat lokal terlibat dalam pengelolaan pariwisata, mereka memiliki rasa kepemilikan yang lebih besar dan lebih bertanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan industri. Masyarakat dapat membantu memastikan bahwa industri ini berkembang secara berkelanjutan dan tidak merusak lingkungan. Masyarakat lokal menjadi penting karena mereka yang berada dekat dengan destinasi. Oleh karena itu, masyarakat lokal harus selalu dilibatkan dalam pengembangan destinasi wisata untuk terciptanya pariwisata berkelanjutan.

Perkembangan pariwisata di suatu daerah terkadang menimbulkan masalah. Salah satunya yaitu kurangnya keterlibatan masyarakat lokal sehingga mereka merasa tersingkirkan oleh adanya pariwisata. Hal tersebut terjadi di Desa Palawa Sumatera Selatan, masyarakat perlu dilibatkan sebagai pelaku utama dalam pengembangan sumber daya pariwisata. Dimulai dari proses identifikasi masalah hingga tahap pengembangan daya tarik wisata. Menurut artikel berjudul "Keterlibatan Masyarakat dalam Objek Wisata Palawa" yang ditulis oleh Eka & Hudiono (2020), kemakmuran desa wisata akan dibantu dengan keterlibatan aktif masyarakat dalam pembangunan. Oleh karena itu, penelitian tersebut bertujuan untuk menyelidiki dan mengevaluasi partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Palawa. Temuan penelitian mereka menunjukkan bahwa penduduk Desa Palawa belum berkontribusi penuh terhadap pertumbuhan industri pariwisata. Masyarakat hanya diberikan fasilitas sebagai pelaku pengembangan objek wisata tanpa adanya pelatihan dan penyuluhan mengenai pentingnya pariwisata bagi masyarakat. Tidak semua wilayah pariwisata mengalami hal serupa. Di beberapa wilayah, masyarakat lokal tetap bisa berkontribusi dan mendapatkan keuntungan dengan adanya pariwisata melalui penerapan kegiatan ekonomi kreatif.

Pentingnya melibatkan masyarakat dalam pengembangan ekonomi kreatif lokal. Menurut Alhada et al. (2021), ekonomi kreatif adalah membangun ekonomi lokal kreatif yang berkelanjutan. Sumber daya paling vital yang dibutuhkan oleh sektor kreatif adalah konsep, imajinasi, keterampilan, dan kreativitas orang. Dapat dipahami bahwa ekonomi kreatif sebagai suatu usaha yang mengutamakan kecerdasan, imajinasi, kreativitas dan inovasi. Ekonomi kreatif juga menggunakan ide, bakat, dan keterampilan yang ada dalam pembangunan ekonomi masyarakat. Potensi kreatif perekonomian nasional ditunjukkan melalui data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2017, Ekonomi kreatif membentuk 7,24% dari keseluruhan ekonomi dan tumbuh pada kecepatan 5,06%, yang sebanding dengan tingkat pertumbuhan ekonomi nasional. Selain itu Ekonomi kreatif juga menyumbang \$ 20 miliar USD untuk ekspor pada tahun 2019. Sektor kreatif menghasilkan 18,1 juta pekerjaan dalam hal pekerjaan di tahun yang sama.

Tempat wisata yang melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata salah satunya adalah Farmhouse. Farmhouse berlokasi di Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat. Banyaknya wisatawan akan membantu masyarakat setempat dan bahkan mungkin menjadi sumber pendapatan bagi mereka. Keingintahuan para pengunjung ini dipicu oleh lingkungan alam Bandung Barat, khususnya di wilayah Lembang. Karena Lembang banyak menawarkan pemandangan dan ragam budaya yang sangat eksotis dan berlokasi strategis untuk rute transit (Nugraha et al., 2017).

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya hanya membahas mengenai dampak positif dari adanya destinasi wisata Farmhouse terhadap masyarakat lokal. Penelitian tersebut berjudul "Eksternalitas Rumah Pertanian dan The Great Asia Afrika di Desa Gudangkahuripan, Kecamatan Lembang, Kabupaten Bandung Barat" (Chandra & Ria Haryatiningsih, 2023). Penelitian ini mencatat bahwa sebagian besar masyarakat setuju bahwa atraksi rumah pertanian meningkatkan ekonomi lokal. Seperti peningkatan pendapatan masyarakat lokal dengan melakukan usaha yang bervariasi, terbukanya lapangan pekerjaan baru, dan tersedianya peluang usaha baru akibat jumlah wisatawan.

*State of the Art* dari penelitian yang dilakukan adalah mengenai strategi masyarakat lokal untuk memperoleh keuntungan dari destinasi wisata Farmhouse. Penelitian ini berfokus pada strategi berbasis ekonomi kreatif dengan mengedepankan kreatifitas dan inovasi. Strategi yang diterapkan oleh masyarakat sekitar agar mereka mendapatkan manfaat dari efek baik tujuan wisata Farmhouse.

Penelitian diperlukan untuk mengeksplorasi strategi pengembangan ekonomi inovatif yang diterapkan oleh masyarakat lokal di sekitar Farmhouse. Sehingga mereka dapat berkontribusi dan mendapatkan manfaat dari pariwisata. Setelah mengetahui strategi yang diterapkan oleh masyarakat lokal di sekitar Farmhouse, maka strategi tersebut dapat dijadikan acuan oleh masyarakat lokal. Agar masyarakat lokal di daerah destinasi wisata lainnya dapat berkontribusi dan mendapatkan manfaat dari pariwisata.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian adalah upaya untuk mengumpulkan data yang nantinya akan dideskripsikan, dibuktikan, dan dikembangkan. Dalam penelitian ini digunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Nurmalasari & Erdiantoro (2020), penelitian kualitatif deskriptif menggunakan metodologi kualitatif langsung. Menggunakan teori untuk mendukung data lapangan, penelitian kualitatif merupakan teknik yang berfokus pada pandangan, proses, dan makna subjek (Arifin, 2014). Penelitian dilakukan di sekitar Farmhouse, Lembang. Populasi penelitian meliputi masyarakat lokal yang ada di sekitar Farmhouse. Sampel subjek yang menjadi informan terdiri dari pelaku usaha yang berada di Farmhouse.

Informasi yang dikumpulkan selama pengumpulan data, khususnya melalui observasi, rekaman, dan wawancara, adalah data dari penelitian kualitatif. Pengamatan langsung sangat penting dilakukan karena dapat membantu memahami subjek yang sedang dipelajari. Perjalanan ke lokasi dilakukan untuk pengumpulan data dan dokumentasi. Selanjutnya dilakukan wawancara dengan narasumber yang mengarah kepada pertanyaan penelitian. Hasil wawancara dan observasi berupa data kualitatif digunakan untuk memperkuat analisis.

Prosedur pemrosesan data, termasuk fase pengeditan dan interpretasi, akan digunakan untuk menangani data yang diperoleh. Prosedur editing digunakan untuk meneliti data primer yang diperoleh melalui wawancara narasumber, yaitu dengan anggota komunitas Farmhouse. Hal ini bertujuan untuk memastikan kembali kebenaran data yang di dapat sehingga tidak terjadi kekeliruan. Teknik interpretasi dapat digunakan untuk memahami pentingnya setiap informasi dan menghubungkannya dengan pertanyaan penelitian. Tugas ini diselesaikan dengan memahami dan mencoba mengekstrak informasi terpenting dari tanggapan masing-masing informan terhadap pertanyaan wawancara.

Model analisis interaktif digunakan untuk menganalisis data, prosesnya dimulai dengan reduksi data. Seperti klasifikasi dan identifikasi ulang data dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, penyajian data melibatkan analisis dalam bentuk refleksi sebelum diberikan sebagai teks. Dan sampai pada kesimpulan atau memverifikasinya, yaitu membentuk penilaian yang didukung oleh bukti yang kuat. Proses analisis data kualitatif bersifat partisipatif dan tidak pernah berakhir sampai tugas selesai.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Pariwisata memegang peranan signifikan dalam perekonomian Indonesia. Sumber pendapatan ekonomi Indonesia salah satunya berasal dari sektor pariwisata (Cakranegara, 2019). Pembangunan pariwisata Indonesia diprioritaskan untuk mencapai kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat dengan pemanfaatan sumber daya yang dimiliki dan tetap memerhatikan lingkungan (Sahir et al., 2014). Pembangunan pariwisata yang baik tentunya akan mendatangkan keuntungan bagi pemerintah melalui pendapatan dari setiap objek wisata. Masyarakat di sekitar lokasi wisata juga menikmati manfaat dari pariwisata karena akan membuka lapangan pekerjaan baru dengan mengandalkan ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif merupakan kegiatan yang mengandalkan ide kreatif dan keterampilan untuk mengelola semua potensi yang dimiliki untuk meningkatkan perekonomian masyarakat (Ananda & Susilowati, 2019).

Pembangunan pariwisata berbasis ekonomi kreatif salah satunya diterapkan di objek wisata Farmhouse Lembang. Pembangunan pariwisata merupakan transformasi yang dijalankan untuk menghasilkan nilai tambah pada komponen pariwisata, seperti infrastruktur, destinasi wisata, dan lain sebagainya (Kurniawati, 2013). Farmhouse Lembang berdiri sejak tahun 2015 yang beralamat di Jalan Raya Lembang Nomor 108, Gudangkahuripan, Lembang, Bandung Barat. Destinasi wisata ini merupakan salah satu yang terunik karena terinspirasi dari nuansa Eropa dan berbeda dengan tempat wisata Bandung lainnya. Salah satu yang paling menonjol dari tempat wisata ini adalah spot foto

bergaya eropa yang unik dan menarik. Hal tersebut juga didukung dengan area yang luas sehingga wisatawan dapat menikmati suasana dengan nyaman. Hal menarik lainnya dari Farmhouse Lembang ini adalah tersedianya *welcome drink* berupa susu murni khas Lembang dengan berbagai varian rasa. *Welcome drink* sudah termasuk harga tiket yaitu Rp35 ribu per orang yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan.

Farmhouse Lembang mempunyai fasilitas menarik yang berbeda dengan tempat wisata lainnya. Fasilitas wisatawan merupakan ujung tombak industri pariwisata, yang diartikan sebagai usaha memberikan pelayanan kepada wisatawan di destinasi wisata (Sarim & Wiyana, 2017). Farmhouse menyuguhkan banyak aktivitas seru yang didukung dengan fasilitas memadai yang dapat dilakukan oleh semua wisatawan dalam berbagai kelompok usia. Farmhouse mengedepankan kreatifitas sehingga dapat terciptanya fasilitas dan aktivitas menarik dengan mengoptimalkan sumber daya sehingga dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan. Banyaknya fasilitas dan aktivitas tersebut tentu membutuhkan pekerja untuk mengelolanya. Hal tersebut akan menjadi sebuah keuntungan bagi masyarakat lokal di sekitar Farmhouse Lembang. Masyarakat lokal mendapatkan peluang untuk bekerja mengelola usaha ekonomi kreatif tersebut yang tentunya akan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

**Tabel 1. Jenis Usaha Ekonomi Kreatif di Farmhouse**

Usaha Ekonomi Kreatif	Jenis
Kuliner	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Restoran</li> <li>2. Toko oleh-oleh</li> <li>3. <i>Stand booth</i></li> <li>4. <i>Food truck</i></li> <li>5. <i>Café</i></li> </ol>
Usaha Kreatif	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sketsa wajah dan foto tiga dimensi</li> <li>2. Kios kerajinan tangan dari kayu</li> <li>3. <i>Photobooth spin 360</i></li> <li>4. Gembok cinta</li> <li>5. Toko sewa kostum Eropa</li> <li>6. Toko souvenir</li> <li>7. Peternakan</li> <li>8. Istana balon</li> <li>9. Foto bersama hewan</li> <li>10. Penyewaan kuda</li> </ol>

Sumber : data penelitian yang sudah diolah (2024)

Indonesia terus mengembangkan potensi ekonomi kreatif untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Terdapat 17 subsektor ekonomi kreatif yang masih terus dikembangkan saat ini. Subsektor meliputi kriya, desain interior, musik, arsitektur, periklanan, *fashion*, kuliner, desain produk, seni rupa, pengembangan permainan, fotografi, video, televisi dan radio, film, desain komunikasi visual, aplikasi, animasi, pnerbitan, dan seni pertunjukan. Farmhouse berperan penting bagi masyarakat karena menyediakan lapangan pekerjaan baru sehingga terjadi perubahan mata pencaharian masyarakat lokal menjadi lebih baik.

Kehadiran Farmhouse dapat membawa banyak perubahan positif bagi masyarakat lokal di sekitarnya. Perubahan positif tersebut dapat berupa terbukanya lapangan pekerjaan baru dan perubahan mata pencaharian. Perubahan mata pencaharian masyarakat lokal di sekitar Farmhouse menjadi salah satu hal yang paling signifikan dan menguntungkan. Farmhouse dapat memberikan kesempatan bagi warga lokal untuk mendapatkan penghasilan dan meningkatkan taraf hidup mereka. Farmhouse mendorong pertumbuhan usaha kecil dan menengah di sekitar areanya. Masyarakat lokal dapat membuka toko, restoran, dan warung untuk memenuhi kebutuhan pengunjung Farmhouse. Farmhouse juga menerapkan beberapa subsektor ekonomi kreatif meliputi sektor kuliner, kriya, arsitektur, desain produk, seni rupa, pengembangan permainan, dan fotografi.

### **Kuliner**

Wisata kuliner telah menjadi salah satu strategi yang populer untuk menarik minat wisatawan dalam beberapa tahun terakhir. Kuliner dapat diartikan sebagai hasil olahan berupa makanan maupun

minuman sehari-hari dan berkaitan erat dengan makanan khas dari berbagai daerah (Sari, 2018). Kuliner termasuk dalam 17 subsektor yang berkontribusi besar terhadap pendapatan daerah. Farmhouse memanfaatkan wisata kuliner sebagai salah satu strategi untuk menarik minat kunjungan wisatawan. Farmhouse menyediakan toko, kios, hingga *stand booth* di banyak titik untuk memfasilitasi wisata kuliner ini. Terdapat toko oleh-oleh khas Bandung, restoran dengan arsitektur eropa, *café* untuk bersantai, serta *stand booth* dan *food truck* yang menyediakan makanan ringan dan minuman. Hal ini mendatangkan manfaat karena membuka banyak lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat. Sebagian besar pekerja yang mengelola wisata kuliner ini merupakan masyarakat asli Lembang. Para pekerja mengaku sangat terbantu dalam segi perekonomian dengan adanya wisata kuliner di Farmhouse ini. Farmhouse membuktikan bahwa wisata kuliner dapat menjadi strategi yang efektif untuk menarik minat wisatawan dan meningkatkan pendapatan daerah.

### **Usaha Kreatif**

Usaha kreatif yang ada di Farmhouse sangat bervariasi. Menurut Pendet et al. (2015), usaha kreatif adalah bidang usaha yang memanfaatkan kemampuan kreatif, keterampilan, dan talenta personal untuk menghasilkan potensi kekayaan dan lapangan pekerjaan. Sebagian dari usaha tersebut ada yang dikelola langsung oleh Farmhouse dan ada pula yang dikelola oleh masyarakat lokal. Usaha-usaha tersebut mengandalkan ide dan gagasan kreatif dari masyarakat untuk memperoleh manfaat dari sumber daya dan peluang yang ada. Usaha kreatif juga menjadi bagian terpenting dalam pengembangan potensi dan daya saing destinasi.

Usaha-usaha yang mengandalkan kreatifitas yang ada di Farmhouse sangat beragam. Contohnya seperti jasa sketsa wajah dan foto tiga dimensi, pemiliknya memanfaatkan bakat dan potensi untuk membuka usaha yang difasilitasi oleh Farmhouse. Ada pula *photobooth spin 360* yang memanfaatkan peluang dengan mengikuti tren yang sedang viral. Selain itu ada toko sewa kostum Eropa yang mengutamakan keunikan karena jarang ada di tempat lain sebelumnya. Ada beberapa toko kerajinan tangan, selain membuka lowongan pekerjaan tetapi juga membuka kesempatan kepada para pengrajin lokal. Hal ini sangat membantu mereka untuk bisa terus mengasah keterampilan yang dimiliki dan tetap mendapatkan keuntungan. Dan banyak masyarakat lokal yang mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk dijadikan usaha kreatif. Adapun usaha kreatif yang disediakan seperti sewa kuda untuk ditunggangi, memberi makan kelinci dan domba, dan sebagainya.

*Stakeholder* pariwisata bertanggung jawab untuk mengembangkan pariwisata yang ekonomis, ramah lingkungan, dan menghormati budaya lokal. Dalam pariwisata *stakeholder* meliputi pemerintah, akademisi, pebisnis, media, dan komunitas masyarakat (Putri & Santoso, 2020). *Stakeholder* yang paling berperan dalam penerapan usaha ekonomi kreatif di Farmhouse adalah pebisnis, seperti pihak pengelola Farmhouse, dan masyarakat lokal. Pihak pengelola Farmhouse berperan untuk menyediakan fasilitas berupa tempat dan sarana prasana untuk melaksanakan usaha ekonomi kreatif tersebut. Masyarakat juga berperan sebagai pelaksana kegiatan ekonomi kreatif.

Hubungan kerjasama antara pengelola Farmhouse dengan masyarakat lokal mendatangkan manfaat bagi kedua belah pihak. Hal ini terlihat dari banyaknya pekerja yang ada di Farmhouse merupakan masyarakat asli Lembang. Mereka sangat merasa terbantu dengan adanya Farmhouse yang telah memfasilitasi lapangan pekerjaan yang layak sehingga mereka bisa meningkatkan perekonomian keluarganya. Para pekerja memiliki kebebasan dalam bekerja selama apapun yang mereka mau karena tidak memiliki ikatan kontrak kerja dengan Farmhouse. Selama mereka merasa nyaman dan tidak membuat kesalahan yang berarti mereka tetap bisa bekerja di Farmhouse. Hal tersebut menjadi kabar baik bagi para pekerja maupun perusahaan karena akan meningkatkan loyalitas dan kualitas dari para pekerja.

Pengelola Farmhouse mendapatkan manfaat berupa peningkatan citra Farmhouse sebagai bisnis yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Hal ini dapat menarik lebih banyak pelanggan yang peduli dengan nilai-nilai sosial dan lingkungan. Pengelola Farmhouse juga selalu mendengarkan dan membantu para pekerja apabila terjadi permasalahan selama mereka bekerja. Selain fasilitas yang sudah diberikan Farmhouse, peran masyarakat itu sendiri sama pentingnya. Karena mereka menyadari dan mengoptimalkan sumber daya serta potensi yang dimiliki untuk menciptakan keuntungan ekonomi sendiri melalui ide kreatif. Namun, kerjasama ini tidak selalu mudah dan membutuhkan upaya dari kedua pihak untuk mengatasi tantangan yang ada. Dengan membangun hubungan

kepercayaan, menghormati budaya lokal, pengelola Farmhouse dan masyarakat lokal dapat membangun kerjasama yang saling menguntungkan.

Hubungan kerjasama antara pengelola Farmhouse dan masyarakat lokal dapat dijadikan acuan bagi pengelola destinasi wisata lain. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan wisata mampu menciptakan pengalaman wisata yang autentik, berkelanjutan, dan bermanfaat bagi semua pihak. Pengelola wisata dengan strategi ekonomi kreatif bisa meningkatkan daya tarik dan reputasi, serta memberi manfaat bagi masyarakat lokal dan lingkungan.

## SIMPULAN

Dengan melakukan penelitian, telah tercapai tujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan masyarakat untuk memperoleh keuntungan dari adanya destinasi wisata Farmhouse. Destinasi wisata Farmhouse fokus pada strategi ekonomi kreatif, mendorong kreativitas dan inovasi lokal untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan menjelajahi strategi pengembangan ekonomi inovatif oleh masyarakat lokal di sekitar Farmhouse untuk memaksimalkan kontribusi dan manfaat pariwisata. Data dianalisis menggunakan model analisis interaktif berupa reduksi data, kategorisasi, dan identifikasi ulang dari catatan lapangan, wawancara, dan dokumentasi.

Farmhouse Lembang mempunyai fasilitas menarik yang berbeda dengan tempat wisata lainnya. Farmhouse mengembangkan fasilitas dan aktivitas menarik dengan memanfaatkan sumber daya dan kemampuan yang ada, menjadikannya daya tarik bagi wisatawan. Dengan kerjasama yang baik antara Farmhouse dan masyarakat lokal, dapat menciptakan mata pencaharian yang menguntungkan dan bermanfaat bagi semua pihak. Masyarakat lokal mendapatkan peluang untuk bekerja mengelola usaha ekonomi kreatif tersebut yang tentunya akan membantu meningkatkan perekonomian masyarakat lokal. Pengelola Farmhouse memainkan peran kunci dalam menciptakan lapangan pekerjaan di bidang kuliner dan usaha kreatif untuk masyarakat lokal. Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi masyarakat lokal mencakup promosi usaha, pengembangan usaha menarik dan unik, serta kerjasama dengan pihak Farmhouse. Dengan kegiatan ekonomi kreatif memberikan manfaat positif bagi masyarakat lokal, seperti meningkatkan ekonomi, mengurangi pengangguran, dan mengubah mata pencaharian.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya artikel ini dapat terealisasi dengan baik dan lancar. Ucapan terimakasih disampaikan kepada bapak Buyung Firmansyah, S.Pd., M.Pd, selaku dosen mata kuliah Pendidikan Bahasa Indonesia sekaligus dosen pembimbing. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada semua pihak yang turut berkontribusi dan membantu kelancaran penyelesaian artikel ini.

## REFERENSI

- Alhada, M., Habib, F., Kunci, K., Masyarakat, P., Kreatif, E., Bumdesa, ;, Peningkatan, ;, Pemberdayaan, E. ;, & Masyarakat, E. (2021). Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy KAJIAN TEORITIS PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DAN EKONOMI KREATIF. |, 82(2), 2776–7434. <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>
- Ananda, A. D., & Susilowati, D. (2019). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Berbasis Industri Kreatif di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, X(X), 120–142.
- Arifin, M. (2014). Instrumen Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan Pengembangan. *Implementation Science*, 39(1), 1.
- Cakranegara, P. A. (2019). Persepsi Masyarakat Lokal terhadap Eko Turisme di Desa Ketingan, Yogyakarta. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1), 97–108. <http://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/view/131%0Ahttp://ejurnal.ars.ac.id/index.php/JIIP/article/download/131/89>
- Chandra, M. C. G., & Ria Haryatiningsih. (2023). Eksternalitas Objek Wisata Farmhouse dan The Great Asia Afrika di Desa Gudangkahuripan Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Bandung Conference Series: Economics Studies*, 3(1), 88–96. <https://doi.org/10.29313/bcses.v3i1.6172>
- Edison, E., Hasanah Kurnia, M., & Indrianty, S. (2020). Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata

- Alam Sanghyang Kenit Desa Rajamandala Kulon Bandung Barat. *Tourism Scientific Journal*, 6(1), 96–109. <https://doi.org/10.32659/tsj.v6i1.130>
- Eka, & Hudiono, R. K. (2020). KETERLIBATAN MASYARAKAT DI OBJEK WISATA PALAWA': Studi Kasus Desa Wisata Palawa' Kabupaten Toraja Utara. *Kritis*, 29(2), 120–134. <https://doi.org/10.24246/kritis.v29i2p120-134>
- Herdiansya. (2019). Pengembangan Wisata Sejarah. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Kurniawati, R. (2013). Modul Pariwisata Berkelanjutan. *Pariwisata Berkelanjutan*, 71. <https://www.academia.edu/download/48373609/196754237-Modul-Pariwisata-Berkelanjutan.pdf>
- Nugraha, A. R., Perbawasari, S., & Zubair, F. (2017). Model Komunikasi Pariwisata Yang Berbasis Kearifan Lokal. *Jurnal The Messenger*, 9(2), 231. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v9i2.468>
- Nurmalasari, Y., & Erdiantoro, R. (2020). Perencanaan Dan Keputusan Karier: Konsep Krusial Dalam Layanan BK Karier. *Quanta*, 4(1), 44–51. <https://doi.org/10.22460/q.v1i1p1-10.497>
- Pendet, I. K. M., Made, N., & Sunarini, R. (2015). Produk Industri Kreatif Sebagai Penunjang Pariwisata ( Creative Industry as a Support for Touris ) Produk. ... *Seni, Kriya, Dan Desain*, 1(3), 271–277. <http://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/view/65%0Ahttp://eproceeding.isi-dps.ac.id/index.php/sandyakala/article/download/65/59>
- Sahir, Indahsari, K., & Oktavianti, H. (2014). Analisis Peran Pariwisata Pantai Camplong Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Lokal. *Media Trend*, 9(2), 181–195.
- Sari, N. (2018). Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Kuliner Khas Daerah Jambi. *Jurnal Sains Sosio Humaniora*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.22437/jssh.v2i1.5281>
- Sarim, & Wiyana, T. (2017). Pengaruh Fasilitas Wisatawan Terhadap Motivasi Kunjungan Wisatawan (Studi Kasus Kunjungan Wisatawan Kota Solo). *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*, Vol.3(2), 294–374. <http://journal.ubm.ac.id/>
- Situmorang. (2019). Tinjauan Hukum Terhadap Perlindungan Hukum Hak Wisatawan Daerah Wisata Baktiraja Kabupaten Humbang Hasundutan. *Perlindungan Hukum Hak Wisatawan*, April, 5–24. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/3532>
- Utama, I. G. B. R. (2014). Pengantar Industri Pariwisata. In *Deepublish Yogyakarta*. [https://books.google.co.id/books/about/Pengantar\\_Industri\\_Pariwisata.html?id=lqr4CQAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Pengantar_Industri_Pariwisata.html?id=lqr4CQAAQBAJ&redir_esc=y)
- Wowor, A. J. (2011). Pariwisata Bagi Masyarakat Lokal. *Program Pasca Sarjana Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga*, 83–110.