



Analisis Perkembangan Pasar Pariwisata Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kota Metro (Studi Kasus Di Pasar Yosomulyo Pelangi Dan Wisata Kuliner Jamur Sawah)

Pramesella Putri¹, H. Jawoto Nusantoro², Elmira Febri Darmayanti³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung Indonesia

^{3*}Universitas Muhammadiyah Metro, Jl Ki Hajar Dewantara, 34111, Lampung Indonesia

E-mail: pramsellaputri29@gmail.com¹⁾
jawoto46@gmail.com²⁾
efdarmayanti@gmail.com^{3*)}

ARTICLE INFO

Article history: (9 PT)
Received 00 Maret 2018
Received in Revised 00
April 2018
Accepted 00 Juni 2018

Keyword's : Creative
Economy
Characteristics,
Creative Economy
Driver, Tourism Market
Development

ABSTRACT

This research is a qualitative research with a qualitative descriptive method that aims to (1) determine the development of the tourism market in Metro City (2) Analyze the characteristics of the development of Yosomulyo Pelangi Market and Mushroom Sawah Culinary Tourism as a driving force of the creative economy in Metro City. This study took 4 respondents or informants consisting of the initiators and managers of the two tourism markets. Methods of data collection using interview techniques, observation, and documentation. Data analysis techniques consist of data reduction (data reduction), data display (data presentation), and data conclusion drawing/verification (drawing conclusions). Based on the results of the analysis and assessment of this study, it shows that the development of Yosomulyo Pelangi Market and Mushroom Sawah Culinary Tourism as a driving force of the creative economy in Metro City is quite good by proving the percentage results at Yosomulyo Pelangi Market by 95% and Mushroom Sawah Culinary Tourism by 65%. The characteristics of the development of the tourism market in Metro City are the combination of tourism, culinary, market and photos which are managed by empowering the surrounding community.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk (1) Mengetahui perkembangan pasar pariwisata di Kota Metro (2) Menganalisis karakteristik perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro. Penelitian ini mengambil 4 responden atau informan yang terdiri dari penggagas dan pengelola kedua pasar pariwisata tersebut. Metode pengumpulan data menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data terdiri dari data reduction (reduksi data), data display (penyajian data), dan data conclusion drawing/verification (penarikan kesimpulan). Berdasarkan hasil analisis dan penilaian penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro sudah cukup baik dengan membuktikan hasil presentase pada Pasar Yosomulyo Pelangi sebesar 95% dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebesar 65%.

Expensive : Jurnal Akuntansi

Website : <http://www.fe.ummetro.ac.id/ejournal/index.php/JA>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: author@institute.xxx

Peer review under responsibility of Expensive: Accounting Journal. [XXXX-XXXX](#)

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia saat ini mulai gencar mensosialisasikan pentingnya meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan melakukan konsep ekonomi kreatif dan pariwisata. Hal ini dilakukan untuk terwujudnya pembangunan ekonomi yang berkelanjutan. Dalam website resmi Kemenparekraf/Baparekraf Republik Indonesia ekonomi kreatif terbagi menjadi 17 subsektor. Dimana salah satu subsektor kuliner memberikan kontribusi yang cukup besar, yaitu 30% dari total pendapatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Industri kuliner mempunyai potensi yang sangat kuat untuk berkembang, oleh karena itu pemerintah akan mendukung sub sektor ini supaya lebih maju. Menurut Data Kemenparekraf, subsektor kuliner menyumbang Rp 455,44 triliun atau sekitar 41 persen dari total PDB ekonomi kreatif sebesar Rp 1.134 triliun pada 2020.

Ekonomi Kreatif telah terbukti sebagai konsep yang paling tepat apabila perusahaan besar mengalami gulung tikar pada saat terjadinya krisis ekonomi di Indonesia. Dimana ekonomi kreatif dapat memperbaiki tantangan perekonomian nasional (Polnaya, Ghalib Agfa, 2015). Hal ini terulang kembali pada kondisi pandemi saat ini menyebabkan perkembangan konsep ekonomi kreatif dapat terbukti mampu bertahan dari dampak pandemi yang berlangsung cukup lama. Dimana pengelolaan pariwisata dan ekonomi kreatif belum tersinergikan dengan optimal. Keadaan tersebut kemudian membawa implikasi terhadap formulasi konsep, arah dan strategi yang secara faktual tertuang dalam dokumen visi, misi, tujuan, dan sasaran pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif (Cemporaningsih et al., 2020). Perkembangan ekonomi kreatif di suatu daerah akan menggerakkan industri lain yang paling berpengaruh di antaranya adalah pariwisata.

Kota Metro merupakan daerah yang sedang berkembang. Dimana Pembangunan ekonomi yang dilakukan bertujuan untuk pemerataan perekonomian masyarakat, meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesempatan kerja, dan pemerataan pendapatan. Kota Metro memiliki potensi besar yang dapat dikembangkan terutama di bidang perekonomian dan pariwisata. Hal ini didukung dan diperkuat dengan disahkannya Peraturan Daerah (PERDA) Kota Metro No.10 tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Kota Wisata, dan PERDA Kota Metro No.3 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kota Metro 2014-2033. Dimana pemerintah ingin menjadikan Kota Metro sebagai Kota wisata yang berkelanjutan. Pemerintah Kota Metro mewujutkannya PERDA tersebut dalam Misi Kota Metro tahun 2021-2024 yaitu: “Meningkatkan kesejahteraan rakyat berbasis ekonomi kerakyatan melalui sektor perdagangan, jasa, pertanian, dan pariwisata”.

Objek pariwisata yang bersifat pemberdayaan masyarakat dapat menciptakan peluang usaha dan lapangan pekerjaan yang dapat menjadi faktor kemajuan ekonomi kreatif di wilayah tersebut. Kota Metro telah membuat regulasi mengenai pengembang ekonomi kreatif dengan dikeluarkannya Peraturan Walikota Metro No.43 Tahun 2018 tentang forum pengembangan ekonomi kreatif di Kota Metro. Dengan adanya peraturan ini dapat kita liat bahwa Kota Metro memiliki potensi untuk mengembangkan pariwisata yang dapat menggerakkan ekonomi kreatif dengan menyediakan tempat atau sarana dan prasarana untuk berjualan para pedagang UMKM kecil yang terutama bergerak di subsektor kuliner.

Pada tahun 2021 terdapat destinasi wisata pasar kuliner yang cukup digemari dan menjadi sebuah tren untuk berlibur hingga berwisata di Kota Metro yaitu Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah. Pariwisata yang cukup digemari oleh masyarakat Metro adalah wisata yang menggabungkan kuliner dengan spot tempat yang asri dan indah maupun lukisan yang Instagramable untuk berswafoto. Pasar Yosomulyo Pelangi (PAYUNGI) dan Wisata Kuliner Jamur sawah merupakan salah satunya pasar pariwisata yang berada di Kota Metro. Pra survei yang dilakukan pada tanggal 26 Desember 2021, peneliti melakukan kunjungan ke lokasi pasar pariwisata di Kota Metr. Dimana hasil kesimpulan dari pra survei yang dilakukan, peneliti melihat dan mendapatkan hasil bahwa terdapat potensi perkembangan pasar pariwisata kuliner yang cukup besar dan kuat dalam pergerakan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kota Metro dan hal ini menjadi fokus yang cukup menarik untuk diteliti dan dikembangkan. Dengan ini peneliti mengambil objek penelitian yaitu di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah yang memiliki persamaan dalam pengembangan pasar pariwisata sebagai pergerakan ekonomi kreatif sektor kuliner di Kota Metro yang sesuai dengan rumusan masalah yang ingin peneliti kaji nantinya. Berdasarkan Fenomena yang terjadi saat ini pada perkembangan objek pariwisata di Kota Metro, maka penulis mengangkat permasalahan dengan melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Analisis Perkembangan Pasar Pariwisata Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kota Metro (Studi Kasus Di Pasar Yosomulyo Pelangi Dan Wisata Kuliner Jamur Sawah)”**.

Dalam penelitian ini terdapat rumusan masalah yaitu, apakah Perkembangan Pasar Pariwisata di Kota Metro sudah cukup baik dan bagaimana karakteristik perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kota Metro. Lalu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji sejauh mana

perkembangan Pasar Pariwisata di Kota Metro dan untuk mengetahui bagaimana karakteristik perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur sawah.

LANDASAN TEORI

Teori Pemberdayaan

Konsep “pemberdayaan” berasal dari kata dasar “daya” yang mengandung arti “kekuatan”, dan merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu “*empowerment*”. Robert Chambers seorang ahli berpendapat bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah konsep pembangunan ekonomi dengan nilai-nilai sosial didalamnya. Dalam hal ini konsep pemberdayaan mengandung arti memberikan daya atau kekuatan kepada kelompok yang lemah yang belum mempunyai daya/kekuatan untuk hidup mandiri, terutama dalam memenuhi kebutuhan pokok/kebutuhan dasar hidupnya sehari-hari, seperti makan, pakaian/sandang, rumah/papan, pendidikan, dan kesehatan (Habib, 2021).

Pasar

Pasar adalah tempat jual beli barang dengan pedagang lebih dari satu yang disebut sebagai pusat perbelanjaan pasar tradisional, pertokoan, mall, maupun sebutan lainnya (Faisal, 2021). Pasar dalam arti ekonomi adalah terjadinya transaksi jual dan beli. Dimana prinsipnya dalam kegiatan perekonomian yang terjadi di pasar adanya kebebasan dalam melakukan persaingan, baik penjual dibebaskan untuk memutuskan barang atau jasa yang akan diujakan dan dijual belikan.

Klasifikasi pasar

Menurut Kementrian Perdagangan berdasarkan Permendag No.37/M-DAG/PER/5/2017 pasar tradisional dapat diklasifikasikan menjadi 4 tipe yaitu:

Tipe A: Pasar yang beroperasi harian, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 400 orang, dan luas lahan paling sedikit 5.000 m²;

Tipe B: Pasar yang beroperasi paling sedikit 3 hari/minggu, jumlah kapasitas pedagang 275 orang, dan luas lahan paling sedikit 4.000 m²;

Tipe C: Pasar yang beroperasi paling sedikit 2 kali/minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 200 orang, dan luas lahan paling sedikit 3.000 m²;

Tipe D: Pasar yang beroperasi paling sedikit 1 kali/minggu, jumlah kapasitas pedagang paling sedikit 100 orang, dan luas lahan paling sedikit 2.000 m².

Pariwisata

Yoeti (dalam Yulesti, 2017) bahwa pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ketempat lainnya, dengan maksud bukan untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, tetapi untuk menikmati perjalanan rekreasi atau untuk memenuhi kebutuhan yang beragam. Pariwisata adalah industri gaya baru yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan taraf hidup, dan dalam mengaktifkan sektor produksi di dalam negara penerima wisata.

Perkembangan Pariwisata

Menurut Santoso dalam Kurniawan (Jariah, 2019), terdapat beberapa unsur-unsur dalam pengembangan pariwisata meliputi:

1. Atraksi (Daya Tarik),
2. Transportasi,
3. Fasilitas Pelayanan, dan
4. Infrastruktur.

Ekonomi Kreatif

John Howkins memperkenalkan istilah ekonomi kreatif lewat tulisannya yang berjudul "*Creative Economy, How People Make Money From Ideas*". Menurutnya, dengan bermodalkan gagasan yang diciptakan oleh seseorang yang berjiwa kreatif, maka seseorang tersebut dapat memperoleh pendapatan yang layak. Dengan ini berarti ekonomi kreatif adalah sebuah kegiatan yang dimana input dan outputnya berupa gagasan (Habib, 2021).

Indikator Ekonomi Kreatif

Menurut Hartomo dan Cahyadis (dalam Palupi, dkk., 2021) Indikator Ekonomi Kreatif yaitu: Manajemen dan keuangan, Pasar, Pemasaran dan promosi, Kondisi ekonomi, Lingkungan, Kreativitas, Minat pengunjung, dan Produktivitas. Berdasarkan indikator diatas, dalam penelitian ini peneliti lebih berfokus pada kuliner. Kuliner merupakan salah satu dari subsektor ekonomi kreatif dan kuliner tradisional yang ada di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah memiliki potensi yang sangat besar untuk lebih dikembangkan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Prabowo dan Heriyanto (2013), Metode deskriptif kualitatif adalah metode pengolahan data dengan cara menganalisa faktor-faktor yang berkaitan dengan

objek penelitian dengan penyajian data secara lebih mendalam terhadap objek penelitian. Objek penelitian yang diteliti penulis yaitu Analisis perkembangan pasar pariwisata sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro, studi kasus di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah. Dimana letak lokasi penelitian Pasar Yosomulyo Pelangi di Jl. Kedondong RT 21/RW 07 Kelurahan Yosomulyo Kecamatan Metro Pusat dan Wisata Kuliner Jamur Sawah di Jl. Mawar RW 01 Kelurahan Mulyojati 16b Kecamatan Metro Barat. Metode penentuan subjek atau sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Menurut Sugiyono (2017), dalam penelitian kualitatif teknik sampling atau purposive sampling adalah teknik pengambilan sample sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pihak yang menjadi responden atau informan dalam penelitian ini yaitu: penggagas dan pengelola pasar pariwisata di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data kualitatif yang digunakan adalah data *reduction* (Reduksi Data), data *display* (Penyajian Data), dan *Conclution Drawing /Verification* (Pengarikan Kesimpulan). Peneliti menganalisis hasil jawaban dengan menggunakan rumus *Dean J. Champion*.

$$\text{Presentase} = \frac{\text{---}}{\text{---}} \times$$

Berdasarkan kriteria penilaian sebagai berikut:

- a. 0% - 25% Berarti Perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur sawah Tidak Baik
- b. 26% - 50% Berarti Perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah Kurang Baik
- c. 51% - 75% Berarti Perkembangan Pasar Yosomulyo dan Wisata Kuliner Jamur Sawah Cukup Baik
- d. 76% - 100% Berarti Perkembangan Pasar Yosomulyo dan Wisata Kuliner Jamur Sawah Sangat Baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil wawancara yang didapatkan oleh peneliti pada Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah di Kota Metro diperoleh hasil jawaban wawancara dari responden sebagai berikut:

Tabel 1. Hasil Jawaban Wawancara Responden Penelitian

Responden	Jawaban Ya	Jawaban Tidak	Jumlah Pertanyaan
Penggagas Pasar Yosomulyo Pelangi (Ahmad Tsauban)	35	1	36
Pengelola Pasar Yosomulyo Pelangi (Mustika Edi Santoso)	34	2	36
Penggagas Wisata Kuliner Jamur Sawah (Sumarni)	24	12	36
Pengelola Wisata Kuliner Jamur Sawah (Ali Wardana)	23	13	36
Jumlah	116	28	144

Berdasarkan data dari hasil jawaban wawancara responden dilakukan perhitungan presentase dengan menggunakan rumus Dean J. Champion yang dimana diperoleh hasil sebagai berikut:

- Pasar Yosomulyo Pelangi : $\frac{x}{100} \times 100\% = 95\%$
- Wisata Kuliner Jamur Sawah : $\frac{x}{100} \times 100\% = 65\%$

Berdasarkan hasil perhitungan presentase yang diperoleh peneliti dari perhitungan jawaban diatas yaitu hasil presentase Pasar Yosomulyo Pelangi sebesar 95% dengan rentan persentase 76% - 100% yang berarti sangat baik dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebesar 65% dengan rentang persentase 51% - 75% yang berarti cukup baik. Maka dapat disimpulkan untuk perkembangan pasar pariwisata sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro pada studi kasus di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah telah dinilai sudah cukup baik.

1. Karakteristik Perkembangan Pasar Yosomulyo Pelangi Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kota Metro

Karakteristik Pasar Yosomulyo Pelangi yang berdiri di Kota Metro adalah Pasar wisata dan kuliner. Pasar ini adalah salah satu pelopor terbentuknya pasar kuliner yang menawarkan wisata dan kuliner dalam satu lokasi kegiatan. Pasar tersebut melakukan konsep pemberdayaan masyarakat pelaku UMKM pada para pedagang yang ada sekitar lokasi pasar. Pasar Yosomulyo Pelangi atau PAYUNGI telah berdiri selama 3 tahun. Telah banyak perkembangan dan perubahan yang terjadi pada pasar tersebut dari awal berdiri hingga saat ini. PAYUNGI telah menggelar sebuah pagelaran sebanyak 182 kali dimulai dari awal berdiri hingga bulan Februari tahun 2022.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penggagas maupun pengelola Pasar Yosomulyo Pelangi menyatakan bahwa analisis Pasar Pariwisata tersebut mengalami perkembangan yang sangat baik sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro yang dapat dilihat dari terus bertahannya pasar hingga saat ini. Pasar ini memiliki daya tarik berupa tempat wisata yang digabungkan dengan pasar kuliner tradisional seperti tempat untuk spot foto selfie, kuliner tradisional, playing fox dan wahana permainan anak, serta adanya live musik dan pameran lukisan.

2 Karakteristik Perkembangan Pasar Wisata Kuliner Jamur Sawah Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif Di Kota Metro

Karakteristik Pasar Wisata Kuliner Jamur Sawah adalah pasar pariwisata yang menawarkan wisata kuliner dan wisata keindahan pemandangan disekitar lokasi pasar tersebut. Pasar pariwisata ini berdiri pada saat pademi covid-19 yang melanda dunia hingga Indonesia. Adanya pandemi mendorong masyarakat Mulyojati Kec. Metro Barat untuk membuat sebuah tempat wisata yang menawarkan keindahan pemandangan persawahan dan wisata kuliner tradisional. Pasar ini menjadi penggerak perekonomian masyarakat disekitar lokasi pasar dengan melakukan konsep pemberdayaan masyarakat dan pelatihan dalam menanamkan jiwa berwirausahaan serta mengembangkan potensi yang dimiliki masyarakat dalam melakukan inovasi dan menggerakkan UMKM yang ada. Telah berlangsung beberapa pagelaran dalam kurun waktu satu tahun berdirinya pasar Wisata Kuliner Jamur Sawah tersebut disebabkan adanya penerapan PPKM yang ditetapkan pemerintah Kota Metro.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penggagas maupun pengelola Wisata Kuliner Jamur Sawah menyatakan bahwa analisis Pasar Pariwisata tersebut mengalami perkembangan yang cukup baik sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro yang dapat dilihat dari terus bertahannya pasar hingga saat ini. Pasar ini memiliki daya tarik berupa keindahan pemandangan persawahan, spot foto selfi dan berbagai jenis makanan dan minuman tradisional.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada pasar pariwisata di Kota Metro diperoleh kesimpulan yaitu hasil analisis data mengenai perkembangan Pasar Pariwisata di Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro sudah cukup baik. Karakteristik perkembangan Pasar Pariwisata di Kota Metro adalah wisata buatan yang menggabungkan wisata foto, pasar dan kuliner sebagai

daya tarik utama. Konsep pasar pariwisata di Kota Metro berupa konsep pemberdayaan dalam menggerakkan masyarakat disekitar lokasi pasar yang bekerjasama dengan penggagas dan pengelola untuk membangun dan mengembangkan pasar pariwisata untuk menambah pendapatan masyarakat dengan mengembangkan subsektor kuliner dan memanfaatkan potensi yang ada. Sehingga pasar pariwisata tersebut dapat berperan sebagai penggerak ekonomi kreatif di Kota Metro.

Saran bagi Pasar Yosomulyo Pelangi dan Wisata Kuliner Jamur Sawah sebaiknya lebih memperhatikan lagi tentang kenyamanan dan fasilitas yang menunjang pengunjung dalam berwisata. Serta perlunya inovasi menu-menu yang kekinian yang lebih bervariasi sehingga pemasaran dan promosi dapat mengalami peningkatan. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan mampu lebih banyak lagi usaha-usaha ekonomi kreatif subsektor yang lainnya dan dalam jangkauan yang lebih luas lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cemporaningsih, E., Raharjana, D. T., & Damanik, J. (2020). Ekonomi Kreatif sebagai Poros Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Kledung dan Bansari, Kabupaten Temanggung. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(2), 106. <https://doi.org/10.22146/jnp.60401>
- Faisal, A. (2021). *Pengaruh Harga Dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Toko Ady Elektronik Di Banjarmasin*. 1–7.
- Habib, M. A. F. (2021). Kajian Teoritis Pemberdayaan Masyarakat Dan Ekonomi Kreatif. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(2), 106–134. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v1i2.4778>
- Jariah, A. (2019). *Pengembangan Danau Bulat Sebagai Destinasi Wisata Di Kabupaten Katingan Provinsi Kalimantan Tengah*. 1.
- Palupi, P. E., Nusantoro, J., & Septiani, A. (2021). Peran Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang (Studi Kasus pada Pasar Yosomulyo Pelangi). *Jurnal Akuntansi AKTIVA*, 2(1), 12-19.
- Polnaya, Ghalib Agfa, and D. (2015). *Saing Pada Ukm Ekonomi Kreatif Batik Bakaran Di Pati , Jawa Tengah*. <http://eprints.undip.ac.id/46376/> Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Prabowo, A., & Heriyanto, H. (2013). Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-Book) Oleh Pemustaka Di Perpustakaan Sma Negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 152–161. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/3123>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yulesti, A., Ekwarso, H., & Taryono, T. (2017). Analisis Kelayakan Danau Tajwid (Kajuid) Sebagai Objek Wisata Di Kecamatan Langgam Kabupaten Pelalawan (Doctoral dissertation, Riau University).