

Strategi Pengembangan Wisata Multidimensi sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif: Studi pada Kawasan Pahlawan *Street Center* Kota Madiun

Malik Ibrahim^{1*}, Nuril Endi Rahman², Fajar Istikhomah³, Siti Komala Mutiara⁴

¹Universitas Muhammadiyah Madiun, Mi747@ummad.ac.id

²Universitas Muhammadiyah Madiun, Ner847@ummad.ac.id

³Universitas Muhammadiyah Madiun, Fi905@ummad.ac.id

⁴Universitas Muhammadiyah Madiun, 2470201003@ummad.ac.id

ABSTRAK

Pengembangan Pahlawan *Street Center* (PSC) di Kota Madiun sebagai destinasi wisata multidimensi memiliki potensi untuk menggerakkan ekonomi kreatif. Meski demikian, kawasan ini menghadapi tantangan berupa ketimpangan kunjungan, ramai pada hari libur namun agak sepi di hari kerja, serta jam operasional yang terbatas hingga pukul 22.00 WIB pada hari kerja. Dari sisi pelaku usaha, 60% UMKM di PSC masih bergantung pada pasar lokal dengan omzet rata-rata Rp5–10 juta per bulan, dan hanya 40% yang telah memanfaatkan digitalisasi untuk pemasaran dan transaksi daring. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi strategi pengembangan, menganalisis peran pemangku kepentingan, dan mengkaji potensi PSC dalam mendukung ekonomi kreatif. Dengan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi nonpartisipan, wawancara semi-terstruktur terhadap 11 informan, dan studi dokumentasi, lalu dianalisis melalui reduksi, penyajian data, serta penarikan kesimpulan, dengan validitas diperkuat oleh triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan diwujudkan melalui penyelenggaraan *event*, pembentukan Komite Ekonomi Kreatif, Kelurahan Wisata (Kawista), Dekranasda, serta penambahan Stand UMKM. Peran pemangku kepentingan berjalan sinergis sebagai perencana dan pelaksana. Potensi PSC dinilai sangat besar dengan dukungan berbagai program dan kelembagaan tersebut. Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam ruang lingkup sampel dan metode kualitatif yang belum menyajikan data kuantitatif terukur. Oleh karena itu, penelitian lanjutan disarankan menggunakan pendekatan *mixed-methods* untuk mengukur dampak ekonomi secara empiris melalui survei pengunjung dan analisis data transaksi UMKM.

Kata Kunci: strategi, pengembangan, wisata multidimensi, penggerak ekonomi, ekonomi kreatif

ABSTRACT

The development of Pahlawan Street Center (PSC) in Madiun City as a multidimensional tourist destination has the potential to drive the creative economy. However, this area faces challenges in the form of uneven visitor numbers, being crowded on holidays but relatively quiet on weekdays, as well as limited operating hours until 10 p.m. on weekdays. From the business perspective, 60% of MSMEs in PSC still depend on the local market with an average turnover of IDR 5-10 million per month, and only 40% have utilized digitalization for online marketing and transactions. This study aims to explore development strategies, analyze the role of stakeholders, and assess the potential of PSC in supporting the creative economy. Using descriptive qualitative methods, data was collected through non-participant observation, semi-structured interviews with 11 informants, and documentation studies, then analyzed through reduction, data presentation, and conclusion drawing, with validity reinforced by triangulation of sources and techniques. The results of the study show that the development strategy is realized through the organization of events, the formation of the Creative Economy Committee, the Tourism Village (Kawista), Dekranasda, and the addition of MSME stands. The role of stakeholders is synergistic as planners and implementers. The potential of PSC is considered to be very large with the support of various programs and institutions. However, this study has limitations in terms of sample scope and qualitative methods that do not yet provide measurable quantitative data. Therefore, further research is recommended using a mixed-methods approach to empirically measure the economic impact through visitor surveys and MSME transaction data analysis.

Keywords: strategy, development, multidimensional tourism, economic driver, creative economy

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis global yang terbukti mendorong pertumbuhan ekonomi dan pengembangan wilayah (Destek & Aydın, 2022; Hidayat et al., 2025). Di Indonesia, sektor pariwisata merupakan salah satu penyumbang pertumbuhan ekonomi, dengan kontribusi sekitar 4,5% terhadap PDB nasional pada tahun 2023 (Kemenparekraf, 2023), dan diproyeksikan akan terus menjadi penggerak ekonomi penting di masa depan (Anendra et al., 2025).

Sektor pariwisata ini semakin dipandang sebagai katalisator penggerak ekonomi dengan melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, dan penguatan daya saing daerah (Ahsan et al., 2023; Consina et al., 2023; Haksoro et al., 2024). Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi pengembangan wisata yang komprehensif dan terukur agar potensi multidimensi dapat dioptimalkan secara maksimal (Jiang & Yan, 2023; Priambodo et al., 2022). Tanpa adanya strategi yang teruji dan grilya minat terhadap pariwisata pasti rendah. Oleh karena itu, pentingnya strategi pengembangan wisata yang tepat agar dapat meningkatkan jumlah minat wisatawan.

Konsep pariwisata multidimensi muncul sebagai solusi inovatif yang mengintegrasikan aspek budaya, sejarah, seni, hiburan, kuliner, teknologi, dan kearifan lokal untuk menciptakan pengalaman wisata yang holistik. Sebagai sektor yang memiliki banyak sisi, pariwisata mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendorong pelestarian budaya, pengembangan masyarakat, dan konservasi lingkungan (Wasela, 2023).

Dampak transformatifnya sangat jelas terlihat di wilayah di mana pariwisata merupakan kegiatan ekonomi yang signifikan, menawarkan jalur untuk meningkatkan mata pencaharian, pembangunan infrastruktur, dan pertukaran lintas budaya (Kalfas et al., 2024). Terlepas

dari kontribusinya yang signifikan, industri pariwisata menghadapi tantangan dari globalisasi, kemajuan teknologi yang cepat, dan pergeseran preferensi konsumen. Dengan semakin ketatnya persaingan di sektor ini, strategi yang inovatif menjadi sangat penting untuk menarik dan mempertahankan pengunjung (Dwyer, 2015).

Kota Madiun yang mencanangkan diri sebagai Kota Pendekar memiliki potensi besar dalam mengembangkan Pahlawan *Street Center* sebagai destinasi wisata multidimensi. Berdasarkan hasil observasi memang Kawasan PSC ramai pengunjung saat di hari libur, namun pada hari aktif bekerja pengunjung tidak begitu ramai kecuali ketika ada *event* dan jam operasional juga terbatas hingga pukul 22.00 WIB. Selain itu, 60% UMK di PSC masih bergantung pada pasar lokal dengan omzet rata-rata Rp5-10 juta per bulan, sementara potensi digitalisasi dalam pemasaran dan transaksi *online* baru dimanfaatkan oleh 40% pelaku usaha (BPS Kota Madiun, 2023).

Meskipun demikian, kesuksesan terhadap wisata PSC sangat besar, jumlah pengunjung yang sangat banyak dari berbagai daerah, selain itu, sebagaimana diungkapkan oleh informan bahwa, PSC merupakan wisata yang bagus untuk hiburan bersama keluarga dan menjadi tempat bermain anak-anak (Arifin, 2025; Sunarto, 2025). PSC juga hampir sama dengan Malioboro Jogjakarta (Adnan, 2025), yang cocok untuk tempat bersantai dan nongkrong (Safa, 2025), serta tempat untuk mencari jajanan (Maisyawah, 2025), dan tempat wisata yang paling dekat di sekitar Madiun (Fitriana, 2025; Susanto, 2025).

Selain dengan banyaknya pengunjung dan kepuasan wisatawan, di kawasan PSC juga menampilkan replika bangunan ikonik global seperti Ka'bah, Patung Liberty, Kincir Angin Belanda, Merlion Singapura dan lain-lain. Berbagai pembangunan ikon dunia di PSC Kota Madiun bukan semata-mata upaya estetika, tetapi merupakan representasi nilai-

nilai filosofis yang merefleksikan jati diri, semangat, dan harapan bagi masyarakat Madiun agar terus maju, namun tetap berpegang pada akar budaya dan kebersamaan.

Ikon pertama yang dibangun adalah Patung Merlion, sebuah ikon legendaris dari Singapura. Secara historis, patung ini dirancang oleh Mr. Fraser Brunner, seorang kurator sekaligus anggota panitia souvenir Van Kleef Aquarium. Kepala singanya menggambarkan kisah Pangeran Sang Nila Utama. Sementara itu, ekor ikannya melambangkan akar maritim Singapura, yang dahulu dikenal dengan nama Temasek, bermakna "laut" dalam bahasa Jawa. Kehadiran patung ini di PSC mencerminkan harapan Kota Madiun untuk menjadi kota yang mendunia, namun tetap berpijak pada nilai-nilai sejarah dan budaya lokal (Prasetyo, 2025).

Ikon kedua dibangun replika Ka'bah, sebagai simbol religiusitas dan keimanan masyarakat Madiun. Monumen ini bukan sekadar hiasan, tetapi menjadi pengingat akan pentingnya nilai spiritual sebagai fondasi kehidupan masyarakat yang harmonis dan beradab. Setelah itu, berdirilah Menara Eiffel, ikon kemajuan teknologi dari Prancis yang dibangun dari baja, seorang saintis Eropa mengenalkan teknologi baja kepada dunia. Menara ini menjadi lambang transisi dunia dari ketergantungan pada kayu menuju peradaban berbasis teknologi modern. Di PSC, Eiffel mencerminkan transformasi Kota Madiun dari pola pikir konvensional menuju kota yang adaptif, inovatif, dan terbuka terhadap perubahan global (Prasetyo, 2025).

Ikon selanjutnya dibangun Kincir Angin Belanda, yang menyimbolkan struktur sosial masyarakat Madiun. Kincir ini tersusun dari batu-batu sebagai lambang kekokohan komunitas yang saling menopang. Sementara baling-baling di atasnya melambangkan kepemimpinan yang dinamis, seorang pemimpin sejati harus mampu melihat ke atas, ke samping, dan ke bawah serta mengayomi seluruh lapisan masyarakat dengan inklusif dan empatik (Prasetyo, 2025).

Terakhir, dibangun Patung Liberty yang memiliki makna mendalam tentang cinta dan kasih sayang kepada sosok ibu. Patung ini diletakkan di area yang disebut penyebrangan cinta kasih, sebuah tempat yang secara simbolis mengajak setiap pengunjung untuk datang bersama dengan bergandengan tangan. Kehadiran patung ini menjadi pengingat bahwa perjalanan ke PSC bukan hanya tentang menikmati keindahan, tetapi juga tentang merayakan kebersamaan, bergandengan tangan bersama keluarga dalam suasana penuh cinta dan kehangatan (Prasetyo, 2025). Filosofi ini mengindikasikan adanya strategi yang bagus dan menarik dalam pengembangan kawasan PSC.

Agar penelitian ini lebih *urgent*, penulis memberikan beberapa penelitian sebelumnya agar dapat mengidentifikasi kesenjangan atau *gap* sejumlah penelitian terdahulu yang telah membangun fondasi pemahaman mengenai Pahlawan *Street Center* (PSC) Kota Madiun. Kajian-kajian awal antara lain menganalisis daya tarik PSC sebagai destinasi wisata, dampak pembangunannya terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, serta aspek teknis seperti kenyamanan jalur pejalan kaki. Penelitian lain berfokus pada tata kelola, seperti manajemen pengelolaan wisata melalui analisis potensi dan strategi, serta model pengembangan berbasis *collaborative governance*. Pada tahun 2025, setidaknya ada dua kajian utama yang dilaksanakan. Pertama, analisis bauran pemasaran pariwisata PSC sebagai destinasi non-alam. Kedua, eksplorasi persepsi ekosistem pariwisata dari sudut pandang pariwisata halal (Aidiah & Sukmawati, 2024; Aziz & Muarief, 2022; Fathoni, 2017; Kusuma, 2024; Pratama et al., 2023; I. W. Susanto & Ridwan, 2024).

Berdasarkan hasil penelusuran studi penelitian terdahulu dapat diketahui bahwa, terdapat *population gap* pada penelitian sebelumnya, sehingga meskipun pada penelitian sebelumnya mengkaji di Kawasan PSC akan tetapi penelitian sebelumnya belum mengeksplorasi strategi pengembangan wisata multidimensi, peran pemangku kepentingan, dan belum menganalisis potensi

kawasan PSC terhadap ekonomi kreatif. Dengan demikian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC sebagai penggerak ekonomi kreatif? Bagaimana peran pemangku kepentingan dalam merancang strategi pengembangan wisata multidimensi yang berdampak pada ekonomi kreatif? Bagaimana potensi wisata multidimensi PSC dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif?

KAJIAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan serangkaian langkah sistematis dan kebijakan terencana yang bertujuan untuk mempromosikan suatu destinasi wisata, sekaligus meningkatkan keberlanjutan dan daya saingnya. Dalam konteks ini, beberapa elemen yang ada dalam strategi seperti, identifikasi potensi wisata lokal, pengembangan infrastruktur yang mendukung, dan kolaborasi *multistakeholder* antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat (Amri et al., 2022).

Implementasi strategi ini diharapkan dapat menciptakan keseimbangan antara manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan, sehingga pariwisata mampu berkontribusi secara holistik terhadap pembangunan wilayah. Di Indonesia, termasuk di Kota Madiun, pengembangan pariwisata menjadi salah satu prioritas kebijakan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi daerah, salah satunya melalui penciptaan lapangan kerja baru. Studi terkini menunjukkan bahwa pendekatan kolaboratif, seperti yang diterapkan di Pahlawan *Street Center* (PSC) Kota Madiun, berperan penting dalam mengintegrasikan perspektif masyarakat dan pemangku kepentingan lokal ke dalam perencanaan pariwisata (Kusuma, 2024; I. W. Susanto & Ridwan, 2024). Selain itu, strategi ini juga mencakup upaya pelestarian dan promosi budaya lokal sebagai daya tarik unggulan, yang sekaligus memperkuat identitas destinasi.

Wisata Multidimensi

Wisata multidimensi merupakan konsep pariwisata yang mengintegrasikan berbagai aspek dalam suatu destinasi, seperti unsur budaya, alam, hiburan, religius, dan interaksi sosial. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih holistik dan beragam, sehingga tidak hanya meningkatkan kepuasan wisatawan tetapi juga mendorong kunjungan berulang (Xiao et al., 2024).

Ekonomi Kreatif

Ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor ekonomi yang berbasis pada kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menghasilkan nilai tambah melalui produk dan layanan inovatif. Sektor ini mencakup berbagai industri, termasuk seni, desain, media, dan pariwisata, yang memiliki kontribusi signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Rosari et al., 2023). Di Indonesia, perkembangan ekonomi kreatif telah ditetapkan sebagai prioritas nasional guna mendorong keberlanjutan ekonomi dan memperkuat daya saing di pasar global (Firmansyah et al., 2024; Mikhaylova, 2021).

Kawasan Pahlawan *Street Center* Kota Madiun

Pahlawan *Street Center* (PSC) merupakan kawasan strategis di Kota Madiun yang berfungsi sebagai pusat pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif. Kawasan ini tidak hanya menawarkan beragam atraksi dan aktivitas yang menarik bagi wisatawan, tetapi juga berperan dalam menciptakan dampak positif bagi masyarakat sekitar melalui penguatan ekonomi lokal. Dengan mengedepankan kolaborasi antara pemerintah dan masyarakat, PSC mengembangkan infrastruktur, mempromosikan budaya lokal, serta mendukung usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) guna menciptakan lingkungan yang berkelanjutan secara ekonomi dan sosial (Marsinah et al., 2022; Richards, 2018; I. W. Susanto & Ridwan, 2024).

Selain itu, PSC juga memanfaatkan potensi budaya dan kearifan lokal untuk meningkatkan daya tariknya, seperti

menyediakan pengalaman berbelanja produk lokal dan mengunjungi situs bersejarah. Hal ini tidak hanya menarik lebih banyak pengunjung, tetapi juga berkontribusi pada penguatan ekonomi kreatif di daerah tersebut (Amri et al., 2022; Aprilia et al., 2024). Dengan demikian, PSC telah menjadi destinasi wisata yang berperan sebagai katalisator pertumbuhan ekonomi lokal sekaligus pelestarian identitas budaya Kota Madiun meskipun ikon bangunan mayoritas global.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan deskriptif, suatu pendekatan yang memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena sosial melalui interpretasi makna dan pengalaman subjek penelitian. Secara epistemologis, metodologi kualitatif tidak sekadar memaparkan data melainkan melakukan konstruksi pemahaman holistik tentang dinamika perilaku, persepsi, dan motivasi dalam konteks naturalistiknya. Karakteristik utama pendekatan ini terletak pada kemampuannya mengartikulasikan temuan penelitian melalui narasi analitis yang kaya dimensi, sekaligus mempertahankan kompleksitas fenomena yang diteliti tanpa reduksi ke dalam bentuk kuantifikasi. Dengan demikian, pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan temuan riset baik yang diperoleh melalui observasi maupun wawancara ke dalam suatu laporan penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi deskriptif.

Teknik Pengumpulan Data

Lokasi penelitian pada riset ini berada di Pahlawan *Street Center* Kota Madiun, dan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Secara epistemologis, observasi memungkinkan peneliti melakukan perekaman fenomena secara sistematis melalui pengamatan langsung terhadap objek penelitian. Sedangkan wawancara semi-terstruktur diterapkan dalam penelitian ini sebagai teknik pengumpulan data kualitatif yang bersifat interaktif. Secara metodologis,

wawancara memfasilitasi proses eksplorasi mendalam terhadap persepsi, sikap, dan pola pikir informan. Pada bagian wawancara ini peneliti mengambil 11 informan dari berbagai *stakeholder* yakni Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, dan Olahraga Kota Madiun, Dinas Tenaga Kerja dan KUKM Kota Madiun, serta wisatawan dan pelaku UMKM di Kawasan Pahlawan *Street Center* Kota Madiun. Lebih lanjut, dokumentasi salah satu teknik pengumpulan data peneliti sebagai rekaman historis yang dapat berupa artefak tertulis, visual, atau karya monumental (Abdussamad, 2021).

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam riset ini mengadopsi model Miles dan Huberman yang terdiri atas tiga tahapan utama, yakni reduksi data, penyajian data, dan verifikasi atau kesimpulan (Mawardani, 2020). Analisis data dalam penelitian kualitatif merupakan suatu proses sistematis yang meliputi pengelompokan data, seleksi, kategorisasi, dan identifikasi pola untuk membangun suatu hipotesis (Rasimin, 2019). Secara esensial, analisis data bertujuan untuk mengolah data kualitatif melalui deskripsi mendalam berbasis narasi atau konteks.

Teknik Validitas Data

Validitas data dalam riset ini menggunakan triangulasi sumber dan teknik yang berfungsi sebagai instrumen untuk memverifikasi keabsahan data (Rukhayati, 2020). Metode ini melibatkan proses sistematis dalam membandingkan data dari berbagai sumber dan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Wisata Multidimensi di Kawasan PSC Sebagai Penggerak Ekonomi Kreatif

Wisata multidimensi di Kawasan PSC merupakan salah satu destinasi unggulan di Kota Madiun yang berhasil menarik perhatian publik dan menjadi magnet bagi ribuan pengunjung setiap harinya. Popularitas ini tidak muncul begitu saja, melainkan merupakan buah dari strategi pengelolaan yang cermat dan visioner oleh Pemerintah Kota Madiun. Kehadiran PSC tidak hanya

memperkuat citra kota sebagai pusat wisata kreatif, tetapi juga memberikan dampak positif yang luas, mendorong pertumbuhan pelaku UMKM, memperluas jejaring komunitas, serta menciptakan ruang interaksi yang inklusif bagi wisatawan dari berbagai latar belakang. Dengan demikian, strategi pengembangan yang dilakukan di Kawasan PSC sebagai penggerak ekonomi kreatif terdiri dari berbagai cara di antaranya sebagai berikut.

1. **Penyelenggaraan Event**

Kawasan PSC Kota Madiun telah berkembang menjadi ruang publik yang tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga menjadi katalisator bagi pertumbuhan ekonomi kreatif di tingkat lokal maupun regional. Strategi pengembangannya dilakukan secara terencana melalui penyelenggaraan berbagai *event* yang menyentuh beragam lapisan masyarakat dan bidang kreativitas, sehingga mampu mendorong partisipasi publik sekaligus membuka peluang ekonomi yang luas (Adhiguna, 2025; Prasetyo, 2025; Wastika, 2025).

Berbagai kegiatan yang diselenggarakan di PSC seperti lomba vokal antar kelurahan, OPD, dan pelajar; festival *band*; PSC *Coustic*; serta Pagelaran Apresiasi Seni (Disbudparpora, 2025), yang telah menjadi wadah ekspresi bagi talenta lokal dan generasi muda. Kegiatan ini bukan hanya membentuk ruang apresiasi seni, tetapi juga menciptakan ekosistem ekonomi kreatif melalui keterlibatan pelaku usaha mikro, pelaku industri musik, hingga penyedia jasa panggung dan perlengkapan.

Kegiatan budaya dan keagamaan seperti Gema Takbir Idul Fitri dan Idul Adha, Madiun Bersholawat bersama Gus Ali Gondrong, Pagelaran Wayang Kulit, dan Medhion Megengan (Disbudparpora, 2025), turut memperkuat identitas lokal sekaligus membuka ruang perputaran ekonomi dari sektor UMKM, kuliner, dan

kerajinan tangan yang ikut ambil bagian dalam perayaan tersebut.

Event besar seperti Rekor MURI Peragaan Busana Kebaya Kartini, Rekor MURI *Dribble* Bola Basket, serta Madiun *Night Carnival* dan Madiun *Night Run* (Disbudparpora, 2025), tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga menciptakan efek ganda (*multiplier effect*) terhadap sektor perhotelan, transportasi, hingga layanan digital dan media lokal.

Selain itu, gelaran seperti karnaval SCTV, *launching* logo hari jadi Kota Madiun, tasyakuran hari jadi, dan semarak akhir tahun dengan barongsai, pesta kembang api, serta konser musik (Disbudparpora, 2025), mampu menghadirkan ribuan pengunjung, memperkuat citra kota, dan mendorong transaksi ekonomi dalam jumlah besar. Kegiatan PSC Vaganza yang menggabungkan hiburan, kuliner, dan *Car Free Night* menjadi bukti integrasi antara hiburan dan pemberdayaan ekonomi rakyat secara nyata.

Program Madiun Mantu dan Madiun Kreatif Fest turut memperluas cakupan ekonomi kreatif dengan memberi ruang bagi sektor pernikahan, dekorasi, fashion, dan industri kreatif lainnya, sementara kegiatan seperti Ayo Dolan Ning Medhion dan nonton bareng Timnas Indonesia mempererat solidaritas warga sekaligus menjadi peluang pemasaran produk lokal.

Dengan demikian, rangkaian *event* ini tidak hanya menjadi strategi atraktif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga telah menjadikan PSC sebagai jantung ekonomi kreatif Kota Madiun, sebuah ruang kolaboratif yang memadukan seni, budaya, teknologi, dan semangat kewirausahaan rakyat secara harmonis dan berkelanjutan.

2. **Terbentuknya Komite Ekonomi Kreatif Kota Madiun**

Pembentukan Komite Ekonomi Kreatif Kota Madiun periode 2025–2030

merupakan langkah strategis dalam memperkuat peran ekonomi kreatif sebagai penggerak pembangunan daerah. Komite ini diharapkan mampu menjembatani pemerintah, komunitas, pelaku usaha, akademisi, media, dan lembaga keuangan dalam menciptakan ekosistem kreatif yang sinergis (Prasetyo, 2025; Riyadi, 2025). Dengan dasar regulasi dan dukungan kelembagaan, komite berfungsi sebagai wadah koordinasi, advokasi, dan kolaborasi lintas sektor yang efektif.

Dalam konteks pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC, komite berperan penting sebagai motor penggerak. Wisata tidak lagi hanya dipandang sebagai rekreasi, tetapi juga sebagai ruang budaya, edukasi, kuliner, seni pertunjukan, hingga pengalaman digital. Melalui penelitian, pengembangan program, dan jejaring, komite dapat merancang strategi yang menggabungkan potensi lokal dengan tren wisata global, sehingga PSC semakin kuat sebagai destinasi unggulan sekaligus pusat pertumbuhan industri kreatif.

Ekonomi kreatif juga berkontribusi pada *city branding*, yang menjadi modal penting untuk meningkatkan daya tarik pariwisata. Selain itu, pengembangan ekonomi kreatif melalui komite ini tidak hanya memberi dampak ekonomi, tetapi juga membuka lapangan pekerjaan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Fajrian et al., 2023).

Hal ini relevan bagi Kota Madiun, di mana PSC berpotensi menjadi magnet investasi, pusat kolaborasi, sekaligus simbol identitas kota kreatif. Transformasi ini memberi *multiplier effect* pada sektor perdagangan, kuliner, UMKM, hingga ekonomi digital. Untuk mencapai hal tersebut, partisipasi masyarakat menjadi faktor penting dalam keberhasilan wisata berbasis komunitas (Oskar et al., 2021). Melalui pembentukan komite ekonomi kreatif

ini, partisipasi masyarakat dan sinergi yang sudah ada berupa kawista dan dekranasda pasti akan lebih baik lagi untuk melahirkan inovasi baru. Dengan demikian produk ekonomi kreatif tidak hanya sebagai pelestarian budaya lokal akan tetapi menjadi sumber penghasilan dan kesejahteraan masyarakat di Kota Madiun.

3. Kelurahan Wisata (Kawista)

Sebagai bagian dari upaya menjadikan Madiun sebagai kota yang maju dan mendunia, kawasan PSC dirancang tidak hanya sebagai ruang publik kreatif, tetapi juga sebagai motor penggerak ekonomi kreatif yang berbasis masyarakat. Salah satu strategi dalam pengembangan ini adalah sinergi antara PSC dan program Kelurahan Wisata (Kawista), yang dicanangkan oleh Pemerintah Kota Madiun (Bappeda, 2025).

Kelurahan Wisata merupakan kawasan yang dikembangkan menjadi destinasi wisata berbasis partisipasi aktif masyarakat. Konsep ini selaras dengan arah kebijakan pembangunan jangka panjang Kota Madiun sebagaimana tertuang dalam Perda No. 14 Tahun 2024 tentang RPJPD 2025–2045, yang menekankan pentingnya pengembangan ekonomi lokal berbasis UMKM, pariwisata, dan ekonomi kreatif. Dengan menjadikan kelurahan sebagai titik pertumbuhan ekonomi baru, Pemerintah Kota Madiun mendorong kolaborasi lintas sektor dalam kerangka pembangunan yang inklusif dan berkelanjutan.

Melalui pendekatan ini, PSC menjadi salah satu titik episentrum kegiatan kreatif, mulai dari *event* budaya, seni pertunjukan, festival kuliner, hingga pemberdayaan UMKM yang memberikan dampak ekonomi langsung bagi warga sekitar. Strategi pengembangan ini mencakup pelibatan masyarakat dalam kegiatan produksi dan promosi produk lokal, peningkatan kapasitas SDM melalui pelatihan

kewirausahaan, hingga pembukaan akses pasar melalui *event-event* berskala lokal dan nasional.

Dalam konteks ini, PSC tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga ruang pemberdayaan di mana setiap individu, pelaku UMKM, komunitas seni, hingga pelajar dapat ambil bagian dalam roda ekonomi kreatif kota. Dengan integrasi antara PSC dan pengembangan Kelurahan Wisata, Kota Madiun tidak hanya memperkuat *branding* sebagai kota tujuan wisata, tetapi juga menciptakan model pembangunan ekonomi kerakyatan yang berakar dari potensi lokal, budaya, dan kreativitas warga.

4. Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda)

Strategi pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC untuk menggerakkan ekonomi kreatif salah satunya melalui Dekranasda yang berfungsi tidak hanya sebagai kumpulan para pengrajin akan tetapi sebagai penggerak ekonomi kreatif melalui inovasi, pelatihan, dan penguatan daya saing produk lokal (Adhiguna, 2025; Prasetyo, 2025; Riyadi, 2025). Menurut informan (Supriani, 2025) bahwa Dekranasda merupakan wadah bagi pelaku ekonomi kreatif untuk berkumpul, belajar, dan meningkatkan inovasinya. Menurut (Malahayatie & Irmayani, 2022), Dekranasda berperan sebagai motivator sekaligus fasilitator, terutama dalam mendukung pengrajin untuk meningkatkan keterampilan serta memperluas akses pemasaran produk mereka. Dengan demikian, keberadaan Dekranasda menjadi faktor penting dalam memperkuat ekosistem wisata berbasis kerajinan dan budaya.

Salah satu aspek kunci strategi pengembangan wisata adalah pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Dekranasda tidak hanya mempromosikan produk kerajinan, tetapi juga membuka peluang kerja dan

meningkatkan pendapatan melalui program pelatihan dan pengembangan produk (Afriyani et al., 2023). Selain itu, pendekatan ini mendukung prinsip *Community Based Tourism* (CBT), yang menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata (Qur'an et al., 2023).

Di Kawasan PSC, sinergi antara Dekranasda, pemerintah daerah, dan sektor swasta telah memperkuat integrasi antara pengembangan kerajinan dengan atraksi wisata. Menurut (Nurohman et al., 2023), kolaborasi lintas sektor mampu meningkatkan daya tarik wisata dan mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif secara berkelanjutan. Kegiatan pemasaran bersama, workshop interaktif, hingga festival kerajinan berbasis budaya telah menjadi strategi efektif dalam meningkatkan nilai tambah wisata PSC sekaligus memperluas jangkauan produk lokal ke pasar wisata.

Dengan demikian, Dekranasda tidak hanya berfungsi sebagai lembaga pembinaan kerajinan, tetapi juga sebagai pilar utama dalam membangun pariwisata berbasis komunitas dan ekonomi kreatif di Kawasan PSC. Melalui inovasi, pemberdayaan masyarakat, dan kolaborasi lintas sektor, Dekranasda berkontribusi pada peningkatan daya saing produk lokal, penciptaan lapangan kerja, serta penguatan identitas budaya. Peran ini menegaskan posisi Dekranasda sebagai penggerak penting dalam strategi pengembangan wisata multidimensi yang berkelanjutan di Kota Madiun.

5. Stand UMKM

Salah satu strategi pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC Madiun adalah melalui perluasan *stand* UMKM sebagai penggerak ekonomi kreatif (Riyadi, 2025; Wastika, 2025). Sebelumnya, PSC hanya menyediakan dua sampai tiga *stand* khusus untuk produk ekonomi kreatif (Adhiguna,

2025). Namun, untuk meningkatkan minat dan daya tarik wisatawan terhadap produk lokal, pemerintah menambah sekitar 8 hingga 12 stand baru yang secara khusus diperuntukkan bagi UMKM (Prasetyo, 2025).

Stand-stand tersebut akan diisi oleh berbagai produk dari komunitas kerajinan yang ada di Kota Madiun, mulai dari kerajinan tangan, kuliner khas, hingga produk kreatif inovatif. Setiap satu *stand* tidak hanya mewakili satu pelaku usaha, melainkan dapat menampung sekitar 20 hingga 40 UMKM yang tergabung dalam komunitas (Adhiguna, 2025; Prasetyo, 2025). Dengan demikian, *stand* UMKM di PSC berfungsi sebagai etalase kreatif yang menampilkan keragaman potensi lokal dalam satu ruang terintegrasi.

Selain sebagai ruang promosi, keberadaan *stand* UMKM juga menciptakan interaksi langsung antara pelaku usaha dan wisatawan. Hal ini memungkinkan wisatawan tidak hanya membeli produk, tetapi juga mengenal proses kreatif dan nilai budaya yang terkandung di dalamnya. Konsep ini sejalan dengan prinsip pariwisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*), di mana wisatawan memperoleh nilai tambah berupa pengalaman budaya yang autentik.

Dengan menampung puluhan UMKM dalam satu kawasan, PSC dapat menjadi pusat sirkulasi ekonomi kreatif yang mendorong pertumbuhan perdagangan lokal, memperluas lapangan kerja, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Keberadaan *stand* UMKM juga memperkuat citra PSC sebagai pusat pariwisata kreatif dan menjadi salah satu magnet utama dalam menarik investasi maupun kunjungan wisatawan ke Kota Madiun.

Peran Pemangku Kepentingan dalam Merancang Strategi Pengembangan Wisata Multidimensi yang Berdampak pada Ekonomi Kreatif

Koordinasi antara pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan pengelola wisata ketika tidak terintegrasi dengan baik dapat menghambat perkembangan wisata (Hidayat & Duski, 2025). Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC yang berdampak pada ekonomi kreatif tidak lepas dari peran banyak pihak. Semua kebijakan dan strategi di PSC berawal dari arahan Wali Kota Madiun, Bapak Maidi, yang menjadi pemimpin sekaligus penggagas utama. Ide-ide beliau kemudian diterjemahkan dan dijalankan oleh perangkat daerah sesuai tugas dan bidangnya (Prasetyo, 2025).

Dalam perencanaan, Bappeda berperan dalam merancang konsep atau desain pengembangan PSC, sedangkan pelaksanaannya dilakukan oleh Dinas PUPR (Prasetyo, 2025). Untuk mendukung UMKM dan produk ekonomi kreatif, Dinas Tenaga Kerja Koperasi dan UMKM ikut terlibat, serta diperkuat dengan pembentukan Komite Ekonomi Kreatif (Adhiguna, 2025; Riyadi, 2025; Wastika, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa para pemangku kepentingan tidak hanya mendukung, tetapi juga terlibat langsung dalam merancang dan mengeksekusi program.

Selain itu, Dinas Lingkungan Hidup bertugas menjaga kebersihan dan kenyamanan kawasan (Prasetyo, 2025), sementara Dinas Kominfo berperan dalam promosi digital agar PSC semakin dikenal luas (Adhiguna, 2025). Bappeda bersama Disnaker juga mengadakan berbagai *event* untuk memperkenalkan produk kreatif lokal sekaligus menarik wisatawan (Wastika, 2025). Dengan keterlibatan berbagai pihak, pengembangan PSC menjadi lebih terarah dan menyeluruh. Sinergi ini menjadikan PSC bukan hanya tempat wisata, tetapi juga pusat penggerak ekonomi kreatif yang mampu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Kota Madiun.

Potensi Wisata Multidimensi PSC dalam Mendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif

Kawasan PSC Kota Madiun telah berkembang menjadi pusat wisata

multidimensi yang tidak hanya menghadirkan hiburan, tetapi juga mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif. Berbagai *event* yang diselenggarakan di PSC menjadi potensi besar dalam pengembangan produk ekonomi kreatif. Mulai dari lomba vokal, festival *band*, pagelaran seni, hingga kegiatan budaya dan keagamaan, semua memberikan ruang ekspresi bagi talenta lokal sekaligus membuka peluang ekonomi bagi UMKM, industri musik, dan penyedia jasa pendukung (Disbudparpora, 2025). *Event* besar seperti Rekor MURI, Madiun *Night Carnival*, dan PSC Vaganza tidak hanya meningkatkan kunjungan wisatawan, tetapi juga menciptakan efek ganda terhadap sektor perhotelan, transportasi, kuliner, dan media lokal. Seluruh kegiatan tersebut secara sinergis membentuk ekosistem yang mampu mengembangkan berbagai produk ekonomi kreatif.

Selain itu, pembentukan Komite Ekonomi Kreatif Kota Madiun periode 2025–2030 memperkuat peran ekonomi kreatif sebagai penggerak pembangunan (Prasetyo, 2025). Komite ini memfasilitasi kolaborasi antara pemerintah, komunitas, pelaku usaha, dan akademisi untuk mengembangkan wisata berbasis budaya, edukasi, kuliner, seni pertunjukan, dan pengalaman digital. Kehadiran Kawista dan Dekranasda turut menambah potensi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kerajinan dan produk lokal. Produk yang dihasilkan masyarakat melalui program Kawista dan Dekranasda dapat dipasarkan melalui *stand* UMKM yang tersedia di PSC, sehingga tercipta sirkulasi ekonomi langsung dari masyarakat ke pengunjung. Selain itu, terdapat dukungan dari pemerintah terhadap pengembangan PSC untuk menggerakkan ekonomi kreatif menjadikan potensi yang sangat besar dalam memajukan kawasan wisata PSC.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa, strategi pengembangan wisata multidimensi di Kawasan PSC sebagai penggerak ekonomi kreatif dilakukan melalui penyelenggaraan

event, terbentuknya Komite Ekonomi Kreatif Kota Madiun, Kelurahan Wisata (Kawista), Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda), dan penambahan *Stand* UMKM. Sedangkan peran pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata multidimensi yang berdampak pada ekonomi kreatif dilakukan oleh berbagai *stakeholder* yang dipimpin langsung oleh Wali Kota Madiun Bapak Maudi. Semua pihak bertindak sebagai perencana dan eksekutor baik dari Bappeda, LH, Kominfo, Disnaker, PUPR, Disbudparpora dan lain-lain. Potensi wisata multidimensi PSC dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif sangat besar karena didukung oleh penyelenggaraan *event*, Komite Ekonomi Kreatif, Kawista, Dekranasda, *Stand* UMKM, dan dukungan dari pemangku kepentingan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam cakupan metode dan data yang digunakan, di mana pendekatan kualitatif deskriptif dengan 11 informan, meski memberikan eksplorasi mendalam terhadap strategi dan peran pemangku kepentingan, namun belum dapat memberikan data terukur mengenai dampak ekonomi yang dihasilkan, seperti pertumbuhan omzet UMKM atau tingkat kepuasan pengunjung secara statistik. Untuk mengatasi hal ini, rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah melakukan studi lanjutan dengan metode campuran (*mixed-methods*) yang menggabungkan survei kuantitatif terhadap pengunjung dan analisis data transaksi UMKM, sehingga dapat menghasilkan evaluasi yang lebih komprehensif dan berbasis bukti numerik terhadap efektivitas pengembangan PSC sebagai penggerak ekonomi kreatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: CV. Syakir Media Press.
- Adhiguna, W. P. (2025). *Interview dengan Wija Purwa Adhiguna sebagai narasumber dengan jabatan Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda,*

- Dan Olahraga (Disbudparpora) Kota Madiun, pada Selasa 15 Juli 2025.
- Adnan, F. (2025). *Interview dengan Faizal Adnan sebagai Wisatawan yang berasal dari Kota Madiun dengan pekerjaan karyawan PDAM Kabupaten Madiun, pada Minggu 13 Juli 2025.*
- Afriyani, N., Indrayani, I., Indrawan, M. G., Wibisono, C., & Ngaliman, N. (2023). Influence of Training, Discipline, and Innovation on the Performance of Members of the Regional National Crafts Council (Dekranasda) in Tanjungpinang City: A Quantitative Study. *Journal of Multidisciplinary Academic Business Studies*, 1(1), 53–70. <https://doi.org/10.35912/jomabs.v1i1.1780>
- Ahsan, N. T., Farhangi, A. A., Far, M. S., Abbaspour, A., & Jaghargh, S. A. S. (2023). Prioritizing Optimal Strategies for Smart Tourism With the Agency of Social Media and Explaining the Model. *Ijimb*, 3(2), 100–107. <https://doi.org/10.61838/kman.ijimb.3.2.12>
- Aidiah, A. Z., & Sukmawati, A. M. (2024). Analisis Kenyamanan Jalur Pejalan Kaki Di Jalan Pahlawan, Kota Madiun. *Ruang*, 10(2), 70–79. <https://doi.org/10.14710/ruang.10.2.70-79>
- Amri, L., Puspitasari, D. A., Ali, N., & Anwar, R. (2022). *Potential, Problems and Strategies of Creative Economy Development: Quadruplehelix Perspective Approach.* <https://doi.org/10.4108/eai.16-11-2022.2326066>
- Anendra, W. S., Astina, I. K., Wirahayu, Y. A., & Yunia, W. (2025). Pengembangan Wisata Berkelanjutan di Desa Kupang Kecamatan Jetis Mojokerto. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(1), 39–51. <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i1.10021>
- Aprilia, B. R., Anwar, R. N., & Masruroh, U. (2024). Dampak Pembangunan Pahlawan Street Center (PSC) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Lokal Di Kota Madiun. *Aqaduna*, 101–111. <https://doi.org/10.52491/aqaduna.vi.139>
- Arifin, M. (2025). *Interview dengan Mahmud Arifin sebagai Wisatawan yang berasal dari Kota Madiun dengan pekerjaan Pegawai Swasta, pada Sabtu 21 Juni 2025.*
- Aziz, M., & Muarief, R. (2022). The Attraction of Pahlawan Street Center as a Madiun City Tourist Destination. *Epicheirisi: Jurnal Manajemen Administrasi Pemasaran Dan Kesekretariatan*, 6(2). <https://doi.org/10.32486/epicheirisi.v6i2.447>
- Bappeda. (2025). *Data Internal Bappeda Tentang Kelurahan Wisata (Kawista) Kota Madiun Tahun 2025.*
- BPS Kota Madiun. (2023). *Statistik Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Kota Madiun 2023.* Badan Pusat Statistik Kota Madiun.
- Consina, K., Watloly, A., & Murwani, P. (2023). The Role of Government and the Community in the Development of Morea Pond Tourism in Larike Village, West Leihitu District, Central Maluku Regency. *WSSHS*, 1(06). <https://doi.org/10.58812/wsshs.v1i06.504>
- Destek, M. A., & Aydın, S. (2022). An Empirical Note on Tourism and Sustainable Development Nexus. *Environmental Science and Pollution Research*, 29(23), 34515–34527. <https://doi.org/10.1007/s11356-021-18371-9>
- Disbudparpora. (2025). *Data Event/ Kegiatan yang diadakan di sepanjang Jalan Pahlawan/ Kawasan sekitar Pahlawan Street Center.* Disbudparpora.
- Dwyer, L. (2015). Globalization of tourism: Drivers and outcomes. *Tourism*

- Recreation Research*, 40(3), 1–14.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1075723>
- Fajrian, F., Zamzani, M. I., & Afrizal, F. (2023). Analisis Strategi Pengembangan Industri Kreatif Digital Di Kota Balikpapan. *Jurnal Surya Teknika*, 10(1), 584–589.
<https://doi.org/10.37859/jst.v10i1.4768>
- Fathoni, B. F. (2017). Arahana Pengembangan Pariwisata Heritage Terpadu Di Kota Madiun. *Jurnal Teknik Its*, 6(2).
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i2.26476>
- 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://doi.org/10.55208/jebe.v18i1.539>
- Fitriana, E. (2025). *Interview dengan Ema Fitriana sebagai Wisatawan yang berasal dari Kota Madiun dengan pekerjaan PNS Kota Madiun, pada Sabtu 12 Juli 2025.*
- Haksoro, C., Priyana, Y., & Hakim, R. (2024). Analysis of Geotourism Promotion Strategies Based on Social Media in Karanganyar Regency, Indonesia. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1314(1), 12066.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/1314/1/012066>
- Hidayat, A. N., Partini, D., Saipiatuddin, S., Kurniawan, N., & Scorviana, N. (2025). Analisis Spasial and Mapping of the Tourism Potential of the Dieng Kulon Banjarnegara. *Iop Conference Series Earth and Environmental Science*, 1462(1), 12029.
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/1462/1/012029>
- Hidayat, T., & Duski, F. F. (2025). Analisis Strategi Pengembangan Wisata Bahari yang Berkelanjutan pada Pulau Angso Duo sebagai Ikon Kota Pariaman yang Siap Bersaing di Kancah Global. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 7(2), 225–240.
- Jiang, W., & Yan, C. (2023). Health Tourism: A Catalyst for Rural Revitalization and “Healthy China” Strategy in Yancheng. *Academic Journal of Business & Management*, 5(18).
<https://doi.org/10.25236/ajbm.2023.051815>
- Kalfas, D., Kalogiannidis, S., Ambas, V., & Chatzitheodoridis, F. (2024). Contribution of the Cultural and Creative Industries to Regional Development and Revitalization: A European Perspective. *Urban Science*, 8(2).
<https://doi.org/10.3390/urbansci802039>
- Kememparekraf. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kusuma, Y. A. (2024). Manajemen Pengelolaan Wisata Pahlawan Center Melalui Analisis Potensi Dan Manajemen Strategi. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 6(2), 120–131.
<https://doi.org/10.37253/altasia.v6i2.9114>
- Maisyawah, R. D. (2025). *Interview dengan Raihan Dewangga Maisyawah sebagai Wisatawan yang berasal dari Kabupaten Magetan dengan status Siswa SMA, pada Minggu 22 Juni 2025.*
- Malahayatie, M., & Irmayani, I. (2022). Optimalisasi Peran Dekranasda Dalam Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Pada Kelompok Kerajinan Perempuan Kabupaten Aceh Timur. *Saree*, 4(1), 1–11.
<https://doi.org/10.47766/saree.v4i1.51>
- Marsinah, M., Marisya, F., & Indriani, R. A. R. F. (2022). Pembinaan Ekonomi Kreatif Bagi Masyarakat Dalam Penguatan Desa Wisata Di Kelurahan

- Tumbak Ulas Kota Pagaralam. *Akm Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1), 45–52.
<https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.447>
- Mawardani. (2020). *Praktis Penelitian Kualitatif Teori Dasar Dan Analisis Data Dalam Perspektif Kualitatif*. Penerbit Deepublish.
- Mikhaylova, A. (2021). Creative Economy in the Republic of Sakha (Yakutia). *Kne Social Sciences*.
<https://doi.org/10.18502/kss.v5i2.8342>
- Nurohman, Y. A., Safitri, L. A., Qurniawati, R. S., Khoirunnisa, K., & Ahzar, F. A. (2023). Optimalisasi Investasi Bagi Desa Wisata: Studi Pada Desa Wisata Wonosemar. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 14(2), 134–143.
<https://doi.org/10.31294/khi.v14i2.17018>
- Oskar, D. P., Mirsal, M., & Prinoya, R. W. (2021). Optimalisasi Promosi Dalam Pengembangan Desa Wisata Kreatif Berbasis Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus: Nagari Pariangan). *E-Dimas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 12(3), 484–490.
<https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.6677>
- Prasetyo, M. K. P. H. (2025). *Interview dengan Mas Kahono Pekik H. Prasetyo sebagai narasumber dengan di Bidang perencanaan infrastruktur, kewilayahan, perekonomian dan sumberdaya alam Bappeda Kota Madiun, pada Kamis 17 Juli 2025*.
- Pratama, A. Y., Wijaya, D. N., Firmansyah, R., & Novica, D. R. (2023). Mapping of the Kota Tua Madiun for Digital Urban Tourism. *ICLSSE*, 1.
<https://doi.org/10.4108/eai.1-6-2023.2341433>
- Priambodo, M. P., Wahjoedi, , Abbas, M. H. I., Yunikawati, N. A., & Prastiwi, L. F. (2022). Strengthening Village Community Empowerment by Optimizing Ecotourism With Participatory Approach in Bumiaji. *E3s Web of Conferences*, 361, 3021.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202236103021>
- Qur'an, A. A., Marini, T., & Ma'ruf, H. (2023). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Community Based Tourism (CBT) Pada Desa Wisata Situ Tirta Marta Purbalingga Perspektif Islam. *Mabsya Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 33–44.
<https://doi.org/10.24090/mabsya.v5i1.8021>
- Rasimin. (2019). *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Kualitatif*. Yogyakarta: Trussmedia Grafika.
- Richards, G. (2018). Tourism, an Underestimated Driving Force for the Creative Economy. *Revista Turismo Em Análise*, 29(3), 387–395.
<https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v29i3p387-395>
- Riyadi, W. (2025). *Interview dengan Widodo Riyadi sebagai narasumber dengan jabatan Sub Koordinator Pemberdayaan Usaha Mikro di Dinas Tenaga Kerja Koperasi Usaha Kecil dan Menengah (Disnaker) Kota Madiun, pada Senin 14 Juli 2025*.
- Rosari, D., Lubis, S. N., Rujiman, R., & Purwoko, A. (2023). Positive Effect on the Development Regional of the Karo Regency by Creative Economic Basic Honey UMKM. *E3s Web of Conferences*, 373, 4012.
<https://doi.org/10.1051/e3sconf/202337304012>
- Rukhayati, S. (2020). *Strategi Guru PAI Dalam Membina Karakter Peserta Didik SMK Al Falah Salatiga*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LP2M) IAIN Salatiga.
- Safa, S. (2025). *Interview dengan Salsabila Safa sebagai Wisatawan yang berasal dari Kabupaten Ponorogo dengan status Mahasiswa UGM Jogjakarta, pada Minggu 22 Juni 2025*.
- Sunarto, S. (2025). *Interview dengan Slamet Sunarto sebagai Wisatawan yang*

- berasal dari Kota Madiun dengan pekerjaan Petani, pada Sabtu 21 Juni 2025.*
- Supriani, W. (2025). *Interview dengan Wiwin Supriani sebagai Owner Paranoma Batik Madiun dan pelaku ekonomi kreatif, pada Sabtu 12 Juni 2025.*
- Susanto, I. W., & Ridwan, A. (2024). Pengembangan Pariwisata Berbasis Collaborative Governance Di Pahlawan Street Center (PSC) Kota Madiun. *Jurnal Ilmiah Tata Sejuta Stia Mataram*, 10(1), 139–151. <https://doi.org/10.32666/tatasejuta.v10i1.636>
- Susanto, L. E. (2025). *Interview dengan Luthfi Eko Susanto sebagai Wisatawan yang berasal dari Kota Madiun dengan pekerjaan PPPK Disnaker Kota Madiun, pada Jumat 13 Juni 2025.*
- Wasela, K. (2023). The Role of Intangible Cultural Heritage in the Development of Cultural Tourism. *International Journal of Eco-Cultural Tourism, Hospitality Planning and Development*, 6(2), 15–28.
- Wastika, H. (2025). *Interview dengan Heru Wastika sebagai narasumber dengan jabatan Adyatama Kepariwisata dan Ekonomi Kreatif Ahli Muda di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda, Dan Olahraga (Disbudparpora) Kota Madiun, pada Selasa 15 Juli 2025.*
- Xiao, H., Yu, J., Zhang, Y., Xin, C., Wan, J., & Tang, X. (2024). Coupling Coordination Analysis of County Tourism Development and Multidimensional Poverty Based on Nighttime Light Data. *Land*, 13(5), 680. <https://doi.org/10.3390/land13050680>