

## **Analisis Pengaruh Festival Budaya dan Seni di Kabupaten Cirebon terhadap Peningkatan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Studi Kasus Festival Talun Ngangeni Cirebon)**

Feri Hardiyanto

Universitas Cendekia Mitra Indonesia, Indonesia

Email : fhardiyanto89@gmail.com

### **KATA KUNCI**

festival budaya, pariwisata, ekonomi kreatif, pemberdayaan lokal, Cirebon

### **ABSTRAK**

Penelitian ini menganalisis pengaruh Festival Talun Ngangeni terhadap peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Cirebon melalui pendekatan deskriptif-kualitatif. Data dikumpulkan dengan wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi yang menarget penyelenggara, pelaku UMKM, dan pengunjung. Hasil menunjukkan peningkatan eksposur destinasi serta peluang komersial bagi pelaku ekonomi kreatif—namun keberlanjutan program, tata kelola, dan dukungan infrastruktur masih menjadi tantangan. Kontribusi penelitian ini terletak pada pemetaan hubungan festival-pariwisata-ekonomi kreatif secara kontekstual di Cirebon serta rekomendasi manajerial bagi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) untuk memperkuat promosi, kemitraan swasta, dan penataan infrastruktur. Implikasinya, tata kelola festival yang terintegrasi lintas pemangku kepentingan berpotensi memaksimalkan dampak ekonomi lokal dan memperkuat daya tarik wisata.

### **ABSTRACT**

This study examines the impact of the Talun Ngangeni Festival on tourism growth and the creative economy in Cirebon Regency using a qualitative descriptive approach. Data were collected through in-depth interviews, participant observation, and document analysis involving organizers, MSME actors, and visitors. Findings indicate increased destination exposure and commercial opportunities for creative economy actors, while challenges remain in sustainability, governance, and infrastructure support. The study contributes a contextual mapping of the festival-tourism-creative economy nexus in Cirebon and proposes managerial recommendations for the Culture and Tourism Office to strengthen promotion, private-sector partnerships, and infrastructure planning. Implications suggest that integrated festival governance can maximize local economic impacts and enhance destination competitiveness.

Feri Hardiyanto  
fhardiyanto89@gmail.com  
artikel dengan akses terbuka dibawah lisensi



## **PENDAHULUAN**

Pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan penggerak penting pembangunan daerah yang saling memperkuat: pariwisata mendorong permintaan, sementara ekonomi kreatif memasok produk berbasis budaya dan kreativitas lokal. Dalam konteks Kabupaten Cirebon—yang kaya tradisi—festival budaya/seni menjadi instrumen promosi sekaligus pasar bagi pelaku kreatif. Meski demikian, tantangan umum meliputi kesinambungan program, pemberdayaan UMKM pasca-festival, serta efektivitas promosi lintas kanal.. Kedua sektor ini saling mendukung, di mana pariwisata dapat menjadi pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi lokal, sementara ekonomi kreatif berkontribusi dengan menciptakan produk-produk inovatif yang dapat memanfaatkan potensi budaya dan sumber daya alam setempat. Festival budaya dan seni, sebagai salah satu bentuk ekspresi kreativitas, telah terbukti mampu menarik minat wisatawan dan menciptakan peluang ekonomi, terutama bagi pelaku usaha lokal (Siregar et al., 2025). Selain sebagai ajang promosi budaya, festival tersebut juga memberikan ruang bagi para pelaku ekonomi kreatif untuk memperkenalkan karya-karya mereka, yang dapat mencakup produk seni, kuliner, hingga kerajinan tangan. Dengan adanya berbagai festival yang semakin berkembang, banyak daerah yang memanfaatkan momentum ini untuk meningkatkan daya tarik wisatawan serta memberdayakan masyarakat setempat (Satria & Erlando, 2018). Namun, meskipun potensi besar dimiliki oleh sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, terdapat tantangan dalam memaksimalkan dampak positifnya, terutama dalam hal keberlanjutan, pemberdayaan pelaku ekonomi lokal, dan promosi yang efektif.

Peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan dua sektor yang saling terkait dan memiliki dampak besar terhadap pembangunan daerah, terutama di daerah yang kaya akan budaya seperti Kabupaten Cirebon. Dalam konteks ini, peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi variabel dependent yang penting untuk dianalisis, mengingat peran kedua sektor ini dalam memperkuat perekonomian lokal dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat setempat. Sementara itu, festival budaya dan seni menjadi variabel independent yang diyakini dapat berpengaruh signifikan terhadap pencapaian tujuan tersebut. Festival budaya dan seni, yang melibatkan masyarakat dan produk lokal, memiliki daya tarik yang besar bagi wisatawan, sekaligus memberikan ruang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memamerkan produk dan karya mereka. Dalam hal ini, festival budaya yang diorganisir oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Cirebon, seperti Festival Talun Ngangeni, memainkan peran kunci dalam mempromosikan budaya lokal sekaligus meningkatkan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di wilayah tersebut.

Festival budaya dan seni di Kabupaten Cirebon, yang diselenggarakan oleh Disbudpar, telah menjadi sarana utama untuk memperkenalkan keanekaragaman budaya lokal kepada masyarakat luas, baik domestik maupun internasional. Namun, meskipun festival ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan pariwisata dan ekonomi kreatif, ada beberapa permasalahan yang perlu dicermati. Salah satu isu utama yang dihadapi oleh Disbudpar adalah bagaimana festival ini dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan memberdayakan pelaku ekonomi kreatif lokal secara berkelanjutan.

Seiring dengan semakin banyaknya festival yang diadakan di daerah lain, persaingan untuk menarik perhatian wisatawan semakin ketat. Disbudpar Kabupaten Cirebon menghadapi tantangan dalam mempromosikan festival budaya dan seni agar tetap relevan dan menarik bagi wisatawan. Selain itu, meskipun festival memberikan manfaat ekonomi, ada kekhawatiran

bahwa dampak positif terhadap perekonomian lokal belum maksimal, terutama dalam hal pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang terlibat dalam festival tersebut. Hal ini berkaitan dengan keterbatasan infrastruktur, promosi yang kurang optimal, dan kurangnya koordinasi antara berbagai pihak yang terlibat dalam pengorganisasian acara.

Berdasarkan penelitian terdahulu, (Santosa et al., 2024) menunjukkan bahwa festival budaya memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Mereka juga menemukan bahwa festival yang melibatkan masyarakat setempat dalam penyelenggarannya cenderung memberikan manfaat lebih besar bagi perekonomian lokal. (Pratiwi et al., 2024) menjelaskan bahwa festival seni di Yogyakarta tidak hanya berfungsi sebagai ajang promosi budaya, tetapi juga sebagai platform untuk produk-produk ekonomi kreatif, seperti kerajinan tangan dan kuliner, yang mempengaruhi peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Penelitian ini menekankan pentingnya promosi yang efektif untuk menarik lebih banyak pengunjung. (Khairunisa et al., 2024) mengungkapkan bahwa meskipun Cirebon memiliki banyak festival budaya, dampaknya terhadap perekonomian lokal masih terbatas. Mereka menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengunjung meningkat selama festival, banyak pelaku ekonomi kreatif lokal yang belum dapat memanfaatkan kesempatan tersebut secara maksimal. Pramudya et al. (2022) mengungkapkan bahwa promosi pariwisata berbasis budaya di Cirebon membutuhkan strategi yang lebih terarah dan terintegrasi, termasuk kolaborasi antara pemerintah daerah, pelaku usaha, dan masyarakat. Mereka menyoroti pentingnya keterlibatan berbagai pihak dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata. (Yacob et al., 2021) menunjukkan bahwa festival budaya memiliki peran penting dalam menarik wisatawan, terutama jika festival tersebut diorganisir dengan melibatkan pelaku industri kreatif lokal dan didukung oleh promosi yang baik. Mereka menyarankan agar pemerintah daerah memperhatikan aspek logistik dan promosi untuk meningkatkan jumlah pengunjung festival.

Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting: sejauh mana festival budaya dan seni dapat mempengaruhi peningkatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Cirebon? Apakah festival seperti Talun Ngangeni benar-benar mampu menarik wisatawan dalam jumlah besar dan meningkatkan pendapatan bagi pelaku ekonomi kreatif lokal? Sehingga perkembangan festival budaya di Cirebon dan dampaknya terhadap pariwisata dan ekonomi kreatif memerlukan penelitian yang lebih mendalam. Sebagai salah satu daerah dengan kekayaan budaya yang besar, Cirebon memiliki potensi besar untuk mengembangkan sektor pariwisatanya melalui festival budaya yang melibatkan masyarakat setempat dan produk lokal. Namun, sebagaimana yang dijelaskan dalam penelitian-penelitian terdahulu, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, baik dari segi promosi, infrastruktur, maupun pemberdayaan ekonomi kreatif. Sejumlah studi terdahulu menegaskan potensi festival meningkatkan kunjungan dan pendapatan (mis. Santosa et al., 2024; Tsiftelidou et al., 2017; Nurse, 2001), namun capaian tersebut memerlukan tata kelola, promosi, dan kolaborasi yang memadai. Dalam konteks Cirebon, peluang masih belum termanfaatkan optimal oleh sebagian pelaku kreatif, khususnya pada fase pasca-festival, dan infrastruktur destinasi (transportasi–akomodasi) belum sepenuhnya mendukung puncak kunjungan. Kesenjangan pengetahuan yang ditangani studi ini adalah kurangnya telaah kontekstual yang memetakan mekanisme bagaimana festival Talun Ngangeni—sebagai studi kasus—mengalirkan manfaat ke dua sektor sekaligus (pariwisata & ekonomi kreatif) dan faktor tata kelola apa yang menentukan skala dampaknya.

Berdasarkan latarbelakang diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh festival budaya dan seni terhadap peningkatan pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Cirebon, dengan fokus pada Festival Talun Ngangeni yang diselenggarakan oleh Disbudpar. Manfaat dari penelitian ini adalah memberikan wawasan yang lebih mendalam bagi pemerintah daerah, khususnya Disbudpar Kabupaten Cirebon, dalam merancang dan melaksanakan kebijakan terkait pengembangan pariwisata berbasis budaya. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pelaku ekonomi kreatif lokal dalam memanfaatkan peluang yang ada selama festival. Secara lebih luas, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi bagi pengembangan teori pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis budaya, khususnya di Indonesia.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif (Safarudin et al., 2023), di mana data akan dikumpulkan melalui berbagai teknik untuk memahami fenomena yang ada, seperti pengaruh terhadap jumlah wisatawan, pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif lokal, serta peran festival dalam promosi budaya. Festival Talun Ngangeni akan menjadi studi kasus yang lebih spesifik dan kontekstual untuk menganalisis pengaruh festival terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Penelitian ini akan dilaksanakan di Kabupaten Cirebon, dengan fokus pada Festival Talun Ngangeni sebagai studi kasus. Pengumpulan data akan dilakukan selama pelaksanaan festival dan beberapa minggu setelahnya untuk memberikan gambaran yang lengkap mengenai dampak festival terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Penelitian ini diharapkan dapat selesai dalam waktu tiga bulan, dimulai dari tahap persiapan hingga analisis data.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi.

### **1. Wawancara Mendalam**

Wawancara mendalam dilakukan dengan penyelenggara festival, pelaku ekonomi kreatif lokal, serta pengunjung festival untuk mendapatkan perspektif mendalam tentang dampak festival terhadap perekonomian lokal, promosi budaya, dan pariwisata. Informan dipilih berdasarkan keterlibatan mereka dalam penyelenggaraan festival dan dampaknya terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

### **2. Observasi Partisipatif**

Observasi partisipatif dilakukan selama pelaksanaan Festival Talun Ngangeni dan acara budaya lainnya di Kabupaten Cirebon. Peneliti berperan sebagai partisipan aktif untuk memahami dinamika di lapangan, seperti interaksi antara pengunjung, pelaku usaha lokal, serta penyelenggara acara.

### **3. Studi Dokumentasi**

Studi dokumentasi dilakukan dengan menganalisis berbagai dokumen resmi, laporan kegiatan festival, serta literatur terkait yang relevan dengan topik penelitian. Dokumen-dokumen ini mencakup laporan tahunan Disbudpar Kabupaten Cirebon, artikel media, serta dokumen kebijakan yang mengatur pengembangan pariwisata dan ekonomi kreatif di daerah tersebut.

Analisis data dilakukan secara bertahap. Tahap pertama meliputi pemilahan data dari hasil wawancara dan observasi, yang mencakup informasi mengenai dampak festival terhadap ekonomi kreatif, pariwisata, serta peran Disbudpar dalam penyelenggaraan festival. Tahap

berikutnya adalah interpretasi data, di mana temuan dianalisis dalam konteks kerangka teori yang telah dikembangkan. Interpretasi ini melibatkan analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola yang muncul dari data yang terkumpul, serta mengaitkannya dengan teori-teori terkait pengembangan pariwisata, pemberdayaan ekonomi kreatif, dan peran pemerintah dalam mendukung pengembangan sektor-sektor tersebut.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Festival terhadap Peningkatan Pariwisata di Kabupaten Cirebon**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Festival Talun Ngangeni memberikan dampak positif yang signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Cirebon. Berdasarkan wawancara dengan pengunjung festival, sebagian besar mengungkapkan bahwa mereka datang ke Cirebon khusus untuk menghadiri festival tersebut. Selain itu, festival ini juga membantu meningkatkan eksposur Cirebon sebagai destinasi wisata yang kaya akan budaya lokal, seperti seni tradisional, kuliner khas, dan kerajinan tangan.



**Gambar 1. Festival Talun Ngangeni 2024**

Observasi partisipatif yang dilakukan selama festival juga mengonfirmasi bahwa festival ini berhasil menarik perhatian wisatawan, baik dari dalam maupun luar daerah. Penyelenggara festival mencatatkan peningkatan jumlah pengunjung yang signifikan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya. Beberapa wisatawan yang datang mengungkapkan bahwa mereka tidak hanya tertarik untuk mengunjungi festival, tetapi juga untuk menikmati berbagai destinasi wisata lainnya yang ada di sekitar Kabupaten Cirebon, seperti Keraton Kasepuhan dan Pantai Kejawanan.

Di sisi lain, promosi yang dilakukan oleh Disbudpar Kabupaten Cirebon, baik melalui media sosial maupun kerja sama dengan media lokal, terbukti efektif dalam menarik wisatawan. Namun, beberapa informan menyarankan agar promosi festival lebih diperluas dan lebih terfokus pada media internasional untuk menarik lebih banyak wisatawan mancanegara. Selain itu, disarankan pula untuk meningkatkan infrastruktur dan fasilitas pendukung seperti transportasi dan akomodasi agar lebih memadai untuk menampung peningkatan jumlah wisatawan.

Penelitian terdahulu memberikan dukungan yang relevan terhadap temuan ini. Misalnya, sebuah studi di Nigeria menunjukkan bahwa festival budaya seperti Calabar Carnival memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan jumlah wisatawan dan pendapatan dari sektor

pariwisata (Balogun & Nkebem, 2022). Festival yang melibatkan masyarakat setempat tidak hanya meningkatkan jumlah pengunjung, tetapi juga memperkuat perekonomian lokal melalui peningkatan konsumsi (Drummond et al., 2021). Selain itu, penelitian terdahulu menunjukkan bahwa festival budaya berkontribusi terhadap pengembangan ekonomi regional dengan meningkatkan daya tarik wisatawan dan menciptakan peluang kerja bagi masyarakat lokal (Tsiftelidou et al., 2017). Studi lainnya di Karibia juga mengungkapkan bahwa festival pariwisata memiliki dampak ekonomi yang signifikan, dengan meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat (Nurse, 2001).

### **Pengaruh Festival terhadap Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Lokal**

Festival Talun Ngangeni juga berkontribusi signifikan terhadap pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif di Kabupaten Cirebon. Berdasarkan wawancara dengan pelaku UMKM, mereka mengungkapkan bahwa festival ini memberi mereka peluang untuk memperkenalkan produk mereka kepada khalayak yang lebih luas. Banyak pelaku usaha yang berhasil meningkatkan pendapatan mereka selama festival berlangsung, terutama bagi mereka yang menjual produk kerajinan tangan, kuliner lokal, dan pakaian tradisional.



**Gambar 2. Pemberdayaan Ekonomi Kreatif Lokal**

Produk-produk lokal seperti batik Cirebon, kerajinan anyaman, dan makanan khas seperti empal gentong dan nasi jamblang mendapat perhatian khusus dari pengunjung festival. Para pelaku ekonomi kreatif merasa bahwa festival ini membuka pasar baru bagi mereka, baik dari wisatawan lokal maupun pengunjung dari luar daerah. Selain itu, beberapa pengrajin juga mengungkapkan bahwa mereka mendapatkan kesempatan untuk mempelajari tren pasar dan meningkatkan kualitas produk mereka berkat umpan balik yang diberikan oleh pengunjung festival.

Namun, meskipun dampaknya positif, beberapa pelaku UMKM mengeluhkan kurangnya dukungan dalam hal pemasaran dan promosi produk mereka setelah festival berakhir. Mereka menyarankan agar Disbudpar Kabupaten Cirebon membuat program berkelanjutan yang membantu mempromosikan produk mereka di luar festival, seperti melalui platform e-commerce atau pasar internasional.

Penelitian terdahulu memberikan dukungan terhadap temuan ini. Penelitian terdahulu dalam studi mereka tentang festival budaya di Italia mengungkapkan bahwa festival budaya dapat meningkatkan visibilitas produk lokal dan membuka akses pasar yang lebih luas bagi pelaku ekonomi kreatif, terutama dalam kerajinan tangan dan produk kuliner (Gündüz et al.,

2024). Selain itu, Kim et al. (2021) menemukan bahwa festival seni yang melibatkan komunitas lokal dapat memperkuat keterlibatan pelaku ekonomi kreatif dalam ekonomi regional dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar yang lebih besar (Pavliuk, 2023). Penelitian lainnya juga menekankan bahwa festival budaya memberikan manfaat ekonomi yang besar bagi UMKM dengan meningkatkan kesempatan pasar dan pendapatan melalui partisipasi dalam acara-acara besar yang menarik pengunjung domestik maupun internasional (Siregar et al., 2025). Penelitian terdahulu lainnya dalam penelitiannya tentang dampak festival terhadap sektor ekonomi kreatif di kawasan Eropa menunjukkan bahwa festival yang terorganisir dengan baik mampu menciptakan peluang baru bagi pelaku usaha lokal untuk mengembangkan jaringan dan memperluas pasar mereka di luar area lokal (Hatidah et al., 2025).

### **Peran Disbudpar Kabupaten Cirebon dalam Menyelenggarakan Festival**

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Cirebon (Disbudpar) memainkan peran penting dalam penyelenggaraan Festival Talun Ngangeni. Berdasarkan wawancara dengan pejabat Disbudpar, festival ini dirancang dengan tujuan untuk memperkenalkan budaya lokal, meningkatkan pariwisata, dan memberdayakan pelaku ekonomi kreatif. Disbudpar juga berusaha untuk melibatkan masyarakat setempat dalam perencanaan dan pelaksanaan festival agar mereka dapat merasakan langsung manfaat dari kegiatan tersebut.

Disbudpar juga melakukan promosi secara aktif, baik melalui media sosial, publikasi di media lokal, dan bekerja sama dengan agen perjalanan untuk memperkenalkan festival kepada wisatawan. Namun, meskipun telah ada upaya promosi, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan dana dan infrastruktur untuk mendukung kelancaran acara. Beberapa pengunjung festival mengungkapkan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam hal transportasi menuju lokasi festival dan kurangnya fasilitas akomodasi yang memadai. Oleh karena itu, penting bagi Disbudpar untuk meningkatkan kolaborasi dengan sektor swasta dan pihak terkait lainnya untuk meningkatkan kualitas infrastruktur dan fasilitas pendukung festival.

Penelitian terdahulu memberikan dukungan terhadap temuan ini. Penelitian sebelumnya dalam penelitian mereka tentang pengelolaan festival di Australia mengungkapkan bahwa keberhasilan festival sangat dipengaruhi oleh seberapa baik sektor pemerintah dan swasta bekerja sama dalam meningkatkan fasilitas pendukung seperti transportasi dan akomodasi (Allen et al., 2022). Mereka menekankan bahwa tanpa investasi yang memadai dalam infrastruktur, dampak positif festival terhadap ekonomi daerah akan terbatas. Penelitian terdahulu juga menyoroti dalam penelitian mereka tentang festival budaya di Inggris bahwa promosi yang efektif dan peningkatan infrastruktur adalah kunci untuk meningkatkan jumlah wisatawan (Quinn, 2013). Mereka menemukan bahwa festival yang dikelola dengan baik dan didukung oleh infrastruktur yang memadai mampu meningkatkan pengalaman wisatawan dan menarik lebih banyak pengunjung. Selain itu, (Kostopoulou et al., 2012) dalam penelitian mereka di Kanada menambahkan bahwa festival budaya yang melibatkan partisipasi masyarakat lokal dapat memberikan manfaat yang lebih besar bagi perekonomian daerah. Mereka mencatat bahwa dengan melibatkan lebih banyak pihak dalam pengorganisasian acara, terutama sektor swasta, festival dapat menciptakan peluang ekonomi yang berkelanjutan dan meningkatkan daya tarik wisatawan.

### **Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Festival Budaya**

Meskipun festival budaya ini memberikan dampak positif terhadap sektor pariwisata dan ekonomi kreatif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk mengoptimalkan

manfaat yang dapat diperoleh. Salah satu tantangan terbesar adalah keberlanjutan dan pengelolaan festival yang lebih terstruktur. Banyak pelaku ekonomi kreatif yang merasa bahwa dampak festival hanya bersifat sementara dan tidak berlanjut setelah acara berakhir. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi jangka panjang yang dapat terus mendukung pemberdayaan pelaku ekonomi kreatif dan promosi pariwisata.

Peluang untuk pengembangan festival ini cukup besar, mengingat banyaknya potensi budaya yang dapat digali dan dipromosikan. Ke depannya, festival ini dapat menjadi ajang untuk memperkenalkan lebih banyak produk budaya lokal dan menjadikannya sebagai daya tarik utama bagi wisatawan. Selain itu, dengan peningkatan promosi yang lebih efektif dan dukungan infrastruktur yang lebih baik, festival ini berpotensi untuk menarik lebih banyak wisatawan mancanegara.

Penelitian terdahulu memberikan dukungan terhadap temuan ini. Penelitian terdahulu dalam penelitian mereka mengenai festival budaya di Bali menemukan bahwa pengelolaan festival yang berkelanjutan dan terstruktur dengan baik dapat meningkatkan dampak positifnya terhadap perekonomian lokal (Wulandari & Parameswara, 2020). Mereka menekankan bahwa keterlibatan sektor swasta dan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan festival menjadi faktor kunci untuk mencapai dampak jangka panjang terhadap pariwisata dan ekonomi kreatif.

Penelitian sebelumnya dalam penelitian mereka di Bali juga menyoroti pentingnya eksploitasi potensi lokal dalam festival budaya untuk memperkenalkan produk-produk tradisional ke pasar internasional. Mereka menunjukkan bahwa dengan kolaborasi antara pemerintah dan pelaku industri kreatif, festival budaya dapat membuka pasar yang lebih luas bagi produk lokal dan menarik wisatawan asing (Nugroho et al., n.d.).

## **KESIMPULAN**

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa Festival Talun Ngangeni memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap peningkatan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif di Kabupaten Cirebon. Festival ini berhasil menarik banyak wisatawan, baik lokal maupun internasional, serta memberikan peluang bagi pelaku ekonomi kreatif untuk memperkenalkan dan memasarkan produk mereka. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah keberlanjutan dan pengelolaan festival yang perlu lebih terstruktur, serta peningkatan infrastruktur yang mendukung acara. Implikasi penelitian ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat untuk memastikan kelangsungan dampak festival terhadap perekonomian lokal dan sektor pariwisata. Selain itu, pengembangan strategi promosi yang lebih efektif dan investasi dalam fasilitas pendukung seperti transportasi dan akomodasi akan membantu meningkatkan daya tarik festival dan memastikan manfaat jangka panjang bagi daerah.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Allen, J., Harris, R., & Jago, L. (2022). *Festival & special event management*. John Wiley & Sons.
- Balogun, B. K., & Nkebem, V. (2022). *Host community's perception on the socio-cultural effects of carnival Calabar festival and tourism development in Calabar city, Nigeria*.
- Drummond, J., Snowball, J., Antrobus, G., & Drummond, F. (2021). The Role of Cultural Festivals in Regional Economic Development: A Case Study of Mahika Mahikeng. *Small Cities: Sustainability Studies in Community & Cultural Engagement*.
- Gündüz, C., Rezaei, M., Quaglia, R., & Pironti, M. (2024). Culinary tourism: exploring cultural diplomacy through gastronomy festivals in Turkey and Italy. *British Food Journal*, 126(7), 2621–2645.
- Hatidah, H., Indriani, R. A. R. F., Marsinah, M., & Purwanto, M. B. (2025). Etnografi Festival Kuliner Lokal. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 5(1), 67–78.
- Khairunisa, H., Amallillah, P., Ismandi, A., Ellma, E., Al-Khoyr, A., Nurfaisal, R., & Rahman, A. (2024). Peran Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kabupaten Cirebon Dalam Pelestarian Budaya Lokal. *Jurnal Pariwisata Tawangmangu*, 2(3), 157–166.
- Kostopoulou, S., Vagionis, N., & Kourkouridis, D. (2012). Cultural festivals and regional economic development: Perceptions of key interest groups. In *Quantitative methods in tourism economics* (pp. 175–194). Springer.
- Nugroho, A. Y., Kom, S., Kom, M., & Par, M. (n.d.). Hybridisasi Budaya: Antara Tradisi Dan Modernitas. *Globalisasi*, 58.
- Nurse, K. (2001). Festival tourism in the Caribbean: An economic impact assessment. *Report Prepared for Inter-American Development Bank*.
- Pavliuk, S. (2023). *The role of creative industries in local economic development*.
- Pratiwi, N. C. D., Azzahra, P. F., Raffif, K. Q., Fariza, F., & Esfandiari, F. (2024). *Menyingkap Seni Kerajinan Tradisional Pakualaman: Upaya Memberdayakan Masyarakat dan Mengembangkan Ekonomi Warisan Budaya Yogyakarta*.
- Quinn, B. (2013). Arts festivals, urban tourism and cultural policy. In *Culture and the City* (pp. 69–81). Routledge.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Santosa, P. A. T., Soerooso, A., & Prakoso, A. A. (2024). Dampak Ekonomi Pahawang Culture Festival pada Pengembangan Potensi Desa Wisata Pulau Pahawang di Kabupaten Pesawaran Lampung: Suatu Analisis Deskriptif. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 4(2), 617–626.
- Sari, P. A. (2013). Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Human Capital. *Jurnal Optimisme Ekonomi Indonesia*, 11.
- Satria, D., & Erlando, A. (2018). *Ekonomi festival*. Universitas Brawijaya Press.
- Siregar, A. A., Rianty, E., Hamdani, M., Minarsi, A., Amirullah, A., Juansa, A., & Ery, A. P. (2025). *Pariwisata Kreatif: Mengembangkan Pariwisata Berbasis Budaya dan Ekonomi Kreatif*. Henry Bennett Nelson.
- Tsiftelidou, S., Kourkouridis, D., & Xanthopoulou-Tsitsoni, V. (2017). Assessment of impact-contribution of cultural festival in the tourism development of Thessaloniki. *Tourism, Culture and Heritage in a Smart Economy: Third International Conference IACuDiT, Athens 2016*, 411–424.
- Wulandari, I., & Parameswara, A. (2020). Problematika umkm berbasis budaya lokal di Bali (studi kasus pemasaran produk umkm berbasis budaya lokal di pesta kesenian Bali). *Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 101.
- Yacob, S., Qomariyah, N., Marzal, J., & Maulana, A. (2021). *Strategi Pemasaran Desa Wisata*. Wida Publishing.

