

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Produk Unggulan berbasis Ekonomi Kreatif dalam menunjang pariwisata

Menurut (Yeoti,1985) konsep wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada something to see, something to do, dan something to buy. Jika ketiga faktor ini dapat dikembangkan dengan maksimal pada sektor pariwisata, akan meningkatkan daya tarik wisatawan.

- Something to see, terkait dengan atraksi atau pemandangan di daerah tujuan wisata. Contoh: pertunjukan tari tradisional, pesona keindahan alam, dan museum.
- Something to do, terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata. Contoh: arung jeram, snorkeling, dan menaman pohon.
- Something to buy, terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata. Contoh: cinderamata gantungan kunci, kain batik, dan makanan khas tradisional.

Keterkaitan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata. Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata, kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya (Yozcu dan İçöz, 2010). Keterkaitan antara sektor ekonomi kreatif dan pariwisata, Terdapat 3 model keterkaitan industri pariwisata dengan ekonomi kreatif yang dikemukakan oleh Rahim (2013) yakni :

1. Penguatan kualitas kepariwisataan, sering kali diukur dari lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan.
2. Penciptaan daya tarik wisata, dimana produk dan jasa ekonomi kreatif dapat menjadi daya tarik utama di suatu daerah destinasi wisata.
3. Promosi, di mana produk dan jasa ekonomi kreatif merupakan media promosi yang efektif bagi suatu destinasi wisata dan sebaliknya.

(Héroux & Church, 2014) menjelaskan oleh-oleh merupakan bagian integral dari pengalaman perjalanan dan sebagian besar wisatawan pulang dengan membawa oleh-oleh untuk dilestarikan dan memperingati pengalaman

tersebut. (Singh, 2017) Oleh-oleh merupakan bagian nyata dari pengalaman suatu pariwisata. Oleh-oleh memberikan peluang bagus untuk kegiatan ekonomi yang berpotensi menguntungkan bagi wilayah tempat wisata. (Singh, 2017) menjelaskan bahwa masyarakat tempatan di destinasi pariwisata percaya bahwa oleh-oleh telah memainkan peran penting dalam mempromosikan pariwisata dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada penduduk dengan menawarkan lapangan pekerjaan dan kebebasan finansial.

Mengutip dari buku *Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal* karya Sopanah, dkk (2021), ekonomi kreatif memiliki enam ciri utama, yaitu:

1. Adanya kreasi intelektual Ekonomi kreatif menekankan pada pentingnya kreativitas.
2. Mudah diganti Kreasi dan inovasi harus terus dikembangkan sesuai dengan perkembangan aktivitas ekonomi.
3. Distribusi secara langsung dan tidak langsung Adanya distribusi secara langsung atau tidak langsung didasarkan pada kebijakan perusahaan dan kebutuhan konsumen.
4. Membutuhkan kerja sama Dalam industri kreatif, kerja sama sangatlah penting.
5. Berbasis pada ide Artinya ide menjadi hal utama yang harus dipersiapkan dalam ekonomi kreatif.
6. Tidak memiliki batasan Tidak ada batasan dalam penciptaan produk.

5.2. Identifikasi Karakteristik Ekonomi Kreatif Desa Tamansari dan Desa kemiren

Untuk dapat mengidentifikasi karakteristik Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari dan Desa Kemiren digunakan teknik analisa deskriptif kualitatif. Dalam penggunaannya, teknik ini digunakan untuk memperoleh gambaran bagaimana Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari dan mengeksplor masalah-masalah eksisting yang terjadi untuk dikaji penyebabnya dalam sasaran selanjutnya. Berikut ini merupakan hasil identifikasi karakteristik Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari tiap variabel:

A. Desa Tamansari

Tabel 5. 1 Karakteristik Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari

No	Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif
Daya Tarik	
1	<p>Sebagian besar pelaku usaha menghubungkan usahanya dengan atraksi wisata yaitu seperti:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wisata edukasi pengolahan kopi, dimana wisatawan diajak untuk belajar bagaimana mengolah kopi Tamansari. Atraksi edukasi pengolahan kopi dilakukan ketika musim panen kopi. • Pentas seni yang menampilkan kesenian banyuwangi, dimana wisatawan diajak untuk ikut serta menarikan tarian khas banyuwangi bersama penari Desa Tamansari. Atraksi keesenian yang diadakan taman wisata terakota diadakan di event-event tertentu saja <div data-bbox="746 607 986 869" data-label="Image"> </div> <p>Desain kemasan yang dimiliki produk kopi Desa Tamansari memiliki kemasan yang umum atau hampir sama dengan kemasan produk kopi pada umumnya. Produk yang dikeluarkan desa tamansari belum dikembangkan menjadi sebuah produk industri kreatif karena tidak memiliki inovasi produk</p> <div data-bbox="746 1003 986 1279" data-label="Image"> </div>
Sumber Daya Manusia	
2	<ul style="list-style-type: none"> • Para pekerja dari masing-masing usaha yang ada di Desa Tamansari seluruhnya melibatkan masyarakat lokal Desa Tamansari. Masyarakat Desa Tamansari memiliki keterampilan dalam mengolah kopi, akan tetapi tidak memiliki keterampilan dalam menciptakan sebuah branding produk atau keterampilan dalam mendesain suatu kemasan produk. Hal ini dilihat dari dimana kemasan yang dimiliki Produk kopi Desa Tamansari yang terlalu umum. Desain kemasan yang dimiliki produk kopi wisata tamansari di desain oleh orang diluar pekerjanya, sehingga pekerjanya sendiri tidak memiliki keterampilan dalam mendesain kemasan. • Pelaku usaha didominasi di usia >30 thn, hal ini membuat pelaku usaha kurang mengikuti pelatihan karena merasa tidak perlu. Adanya budaya senioritas dan mindset senior yang menganggap Gen Y adalah malas dan hasil kerjanya tidak bagus. • Menurut ketua BUMDES Tamansari pelatihan dalam mengasah keterampilan masyarakat Desa Tamansari pernah diadakan, akan tetapi kurangnya partisipasi masyarakat Desa Tamansari untuk mengikuti pelatihan yang diadakan sangat minim.
Kelembagaan	
3	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut BUMDES Tamansari komunitas khusus bagi para pelaku ekonomi kreatif Desa Tamansari masih belum ada. Sehingga

No	Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif
	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat beberapa pelaku usaha Desa Tamansari yang menjalin kerjasama dengan pelaku usaha luar kota, dimana kerjasama tersebut berawal dari sebuah wisatawan yang berkunjung ke Desa Tamansari dan tertarik dengan kopi khas tamansari.
Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif	
4	<ul style="list-style-type: none"> • Beberapa pelaku usaha mempromosikan produknya melalui media sosial. Akan tetapi terdapat juga pelaku usaha yang kurang mengerti bagaimana cara melakukan promosi ke media sosial sehingga promosi produk hanya melawati promosi offline atau produk di promosikan di pusat oleh-oleh yang ada di Kabupaten Banyuwangi. Seperti halnya kopi tamansari yang terdapat di pusat oleh-oleh osing deles yang ada di Kabupaten Banyuwangi.  <ul style="list-style-type: none"> • Desa Tamansari merupakan desa wisata dimana wisata kawah ijen berada sehingga wisatawan yang berkunjung ke Desa Tamansari tidak hanya wisatawan lokal tapi terdapat juga wisatawan luar kota maupun luar negeri. Desa Tamansari yang memiliki potensi di bidang produk kopi dan terdapat beberapa pelaku usaha kopi menjadikan perlunya pusat oleh-oleh di Tamansari sebagai tempat pemasaran bagi produk-produk yang ada di Tamansari. Menurut ketua BUMDES Tamansari, tamansari ingin membangun sebuah pusat oleh-oleh di tamansari, akan tetapi tidak adanya bantuan pemerintah untuk dapat membangun sebuah pusat oleh-oleh di tamansari. • Penggunaan mesin teknologi dalam memproduksi kopi yang dimiliki para pelaku usaha tamansari masih kurang. Hal ini disebabkan kurangnya bantuan yang diberikan pemerintah dan selain itu para pelaku usaha kopi tamansari juga belum mengerti bagaimana menggunakan mesin modern untuk memproduksi kopi 

Sumber : Hasil Survey 2023

Tabel 5. 2 Identifikasi Karakteristik Ekonomi kreatif Desa Tamansari

No	Variabel	Permasalahan
Daya Tarik		
1	Hubungan Dengan Atraksi Wisata	Terdapat antarksi yang disuguhkan yaitu berupa wisata edukasi pengolahan kopi dan penampilan kesenian banyuwangi. Tetapi kedua atraksi tersebut tidak dikembangkan dengan baik karena kurangnya inovasi dari pelaku industri untuk membuat atraksi yang menarik dan dapat mendatangkan banyak wisatawan.

No	Variabel	Permasalahan
2	Inovasi	Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelaku usaha kopi Desa Tamansari, diketahui bahwa pelaku usaha kopi Tamansari belum memiliki inovasi untuk menciptakan branding, kemasan, serta produk baru yang unik bagi kopi Tamansari
Sumber Daya Manusia		
3	Keterampilan	Desain kemasan produk kopi tamansari masih sangat umum
Kelembagaan		
4	Penguatan Organisasi/Komunitas	Organisasi atau Komunitas bagi para pelaku ekonomi kreatif di Desa Tamansari belum ada. Sehingga pelaku usaha yang di Desa Tamansari berjalan sendiri tanpa terikat suatu organisasi.
5	Kerjasama	Beberapa pelaku usaha Desa Tamansari memiliki kerjasama dengan pengusaha di Luar kota, dimana kerjasama ini terjalin ketika ada wisatawan yang berkunjung ke wisata edukasi kopi.
6	Promosi	Promosi melewati media sosial BUMDES, sedangkan media sosial dari masing-masing usaha kopi tamansari belum berjalan dengan baik atau bahkan tidak ada. dikarenakan kurangnya pengetahuan pemilik usaha terkait dengan bagaimana cara menggunakan media sosial.
Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif		
7	Tempat Pemasaran	Produk Desa Tamansari telah dipasarkan di berbagai pusat oleh-oleh yang di Kabupaten Bnayuwangi. Ketua BUMDES ingin memiliki pusat oleh-oleh untuk menaruh produk-produk tamansari, tetapi kurangnya dana/bantuan pemerintah, sehingga tempat pemasaran produk tamansari melalui E commers desa.
8	Teknologi	Beberapa pelaku usaha Desa Tamansari kurang mengerti bagaimana cara menggunakan teknologi untuk memproduksi kopi. Dan tidak adanya bantuan pemerintah dari segi kebutuhan fasilitas pendukung usaha.

Sumber: Hasil Survey 2023

Tabel 5. 3 Adaptasi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata Desa Tamansari

Komponen	Wisata
Something to do	Wisata Edukasi pengolahan kopi
Something to see	Kesenian Tari Gandrung (Taman terakota)
Something to buy	Kopi khas Tamansari

Sumber: Hasil Survey 2023

Jika dikomparasikan dengan model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi wisata, Desa tamansari telah memiliki sejumlah modal utama. Taman terakota yang menjadi wisata unggulan yang banyak mendatangkan

wisatawan luar kota maupun mancanegara yang berpotensi untuk menjadi outlet untuk industri kreatif. Produk kopi desa tamansari juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi industri kreatif, antara lain dengan menjadikan sebuah atraksi wisata, penyajian yang unik, atau bahkan menciptakan kemasan baru. Untuk lebih jelas pola adaptasi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata di Desa Tamansari terdapat pada *tabel 5.3*

B. Desa Kemiren

Tabel 5. 4 Karakteristik Ekonomi Kreatif Desa Kemiren

No	Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif
Daya Tarik	
1	<p>Karakteristik produk ekonomi kreatif di Desa Kemiren yaitu dengan menggabungkan produk dengan unsur budaya banyuwangi yaitu osing. Contohnya terdapat pada produk kopi jaran goyang. Dimana branding dari jaran goyang yaitu diambil dari kata jaran goyang yang memiliki arti memikat, nama jaran goyang diharapkan bagi siapapun yang meminum kopi jaran goyang akan terpicat dan ingin meminumnya kembali. Kopi jaran goyang juga menjadi salah satu wisata edukasi di Desa Kemiren. Dimana Desa Kemiren dan kopi jaran goyang berpartisipasi dalam event tahunan yang diselenggarakan Kabupaten Banyuwangi yaitu 10 ewu kopi. 10 ewu kopi memiliki arti 10 ribu kopi, event ini diangkat dari budaya osing dimana di setiap bulan haji masyarakat Desa Kemiren mengeluarkan meja di pinggir jalan untuk membuat kopi menggunakan cangkir dan setiap KK mengeluarkan 10 cangkir kopi, karna jumlah KK di Desa Kemiren ada 1000 KK dan masing-masing KK mengeluarkan 10 cangkir kopi, maka jadilah eventnya dinamakan 10 ewu kopi/10 ribu kopi. Di dalam event yang di selenggarakan wisatawan akan di suguhkan 10 ribu cangkir kopi gratis.</p> 
Sumber Daya Manusia	
2	<p>Desa Kemiren memiliki sebuah komunitas bagi yang terdiri dari seniman Desa Kemren yang ikut serta mengembangkan produk hasil Desa Kemiren. Nama organisasinya yaitu Pathok (paguyuban tholek kemiren) dan anggota dari organisasi phatok ini sendiri merupakan masyarakat asli Desa Kemiren. Akan tetapi terdapat beberapa pelaku yang tidak termasuk ke dalam organisasi tersebut. Dalam menumbuhkan keterampilan anggotanya, organisasi pathok melakukan pelatih bagi para anggotanya untuk beradaptasi dengan hal yang modern contohnya seperti bagaimana cara mengolah kopi dengan mesin yang canggih. Sayangnya usaha organisasi pathok untuk mengajak anak muda Desa Kemiren untuk ikut serta melestarikan budaya dari segi membatik masih kurang. Remaja Desa Kemiren yang masih memiliki sifat labil sehingga tidak dapat berkomitmen untuk mengikuti pelatihan yang bertujuan untuk melestarikan budaya osing.</p>
Kelembagaan	

No	Kondisi Eksisting Ekonomi Kreatif
3	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat sebuah komunitas di Desa Kemiren yaitu komunitas Pathok (paguyuban tholek kemiren) dimana anggotanya terdiri dari masyarakat Desa Kemiren. Organisasi ini membebaskan anggotanya untuk memberikan sebuah ide dan gagasan dalam berinovasi terhadap produk kopi jaran goyang. Komunitas pathok belum memiliki kerjasama dengan komunitas ekonomi kreatif di luar daerah. Sedangkan pemilik usaha Dewa batik memiliki kerjasama dengan ikawangi-ikawangi di seluruh indonesia untuk memperluas jangkauan pemasaran diluar daerah. mempromosikan produk melalui ikawangi yang di di berbagai daerah di Indonesia. • Promosi dari produk Desa Kemiren di promosikan melalui media sosial dari masing-masing jenis usahanya. untuk kerjasama dengan agen tour and travel untuk mengajak wisatawan ke Desa Kemiren masih belum ada. Sedangkan promosi yang dilakukan Dewa Batik yaitu melalui Strategi marketing personal branding yang mempengaruhi produk branding. Dimana foto para pejabat yang menggunakan batik dari dewa batik di unggah ke sosial media dewa batik, sehingga dari situ terjalin people to people connection dimana orang akan percaya bahwa batik yang dimiliki dewa batik memiliki kualitas yang bagus karena telah banyak pejabat yang menggunakan produknya.
Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif	
4	 <ul style="list-style-type: none"> • Selain itu dari segi tempat pemasaran, produk desa kemiren jenis kopi jaran goyang telah dipasarkan di beberapa pusat oleh-oleh yang ada di banyuwangi, sedangkan batik dipasarkan di e commers desa. • Menurut pengelola kopi jaran goyang, penggunaan teknologi dalam memproduksi kopi jaran goyang sudah berlangsung cukup baik, terdapat bantuan dari pemerintah terkait dengan kebutuhan teknologi yang dibutuhkan.

Sumber: Hasil Survey 2023

Tabel 5. 5 Identifikasi Karakteristik Ekonomi kreatif Desa Kemiren

No	Variabel	Permasalahan
Daya Tarik		
1	Hubungan Dengan Atraksi Wisata	Terdapat antarksi yang disuguhkan yaitu fetival budaya 10 ewu kopi, akan tetapi atraksi tersebut tidak rutin diselenggarakan.
2	Inovasi	Beberapa pelaku usaha di Desa Kemiren cukup berinovasi dalam mengembangkan produknya
Sumber Daya Manusia		
3	Kerterampilan	Pelaku usaha desa kemiren cukup terampil dalam membuat sebuah bentuk produknya. Seperti udeng batik, syall batik, dll.
Manajemen Ekonomi Kreatif		

No	Variabel	Permasalahan
4	Penguatan Organisasi/Komunitas	Terdapat organisasi Desa Kemiren, tetapi tidak semua pelaku usaha Desa Kemiren ikut serta kedalam organisasi tersebut.
5	Kerjasama	beberapa pelaku sudah memiliki kerjasama dengan pelaku usaha di luar daerah. akan tetapi komunitas Desa Kemiren sendiri tidak memiliki kerjasama dengan komunitas di luar daerah.
6	Promosi	Promosi produk Desa Kemiren yaitu melalui media sosial instagram dan tiktok.
Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif		
7	Tempat Pemasaran	Produk Desa Kemiren telah dipasarkan di berbagai pusat oleh-oleh yang di Kabupaten Bnayuwangi. Dan e commers desa.
8	Teknologi	Beberapa pelaku usaha sudah menggunakan mesin teknologi untuk menjalankan produksi usahanya.

Sumber: Hasil Survey 2023

Tabel 5. 6 Adaptasi pengembangan ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata Desa Kemiren

Komponen	Wisata
Something to do	-
Something to see	Festival 10 ewu kopi
Something to buy	- Kopi Jaran Goyang - Batik Kemiren (Dewa Batik)

Sumber: Hasil Survey 2023

Jika dikomparasikan dengan model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak ekonomi wisata, Desa Kemiren telah memiliki sejumlah modal utama. Wisata Osing yang menjadi wisata budaya banyuwangi yang banyak mendatangkan wisatawan luar kota maupun mancanegara berpotensi untuk menjadi outlet untuk industri kreatif. Produk kopi maupun batik desa kemiren juga memiliki potensi untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi industri kreatif, antara lain dengan manjadikan sebuah atraksi wisata, penyajian yang unik, atau bahkan menciptakan kemasan baru.

5.3. Analisis RCA untuk Mengidentifikasi Akar Permasalahan terkait Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari dan Desa Kemiren

Dalam tahapan ini digunakan analisis RCA dengan menggunakan metode alat analisis fishbone diagram untuk mengidentifikasi akar permasalahan dari Ekonomi Kreatif yang ada di Desa Tamansari dan Desa Kemiren. Berdasarkan hasil sintesa tinjauan pustaka didapatkan beberapa indikator yang meliputi daya tarik, sumber daya manusia, manajemen ekonomi kreatif, dan sarana pendukung ekonomi kreatif. Berikut merupakan masing-masing variabel dari tiap indikator:

Tabel 5. 7 Variabel Penelitian

Variabel	Sub-Variabel
Daya Tarik	Hubungan dengan atraksi wisata
	Inovasi Produk
Sumber Daya Manusia	Keterampilan
	Pelibatan Masyarakat Lokal
Kelembagaan	Penguatan Organisasi/Komunitas
	Kerjasama
Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif	Promosi
	Tempat Pemasaran
	Teknologi

Dalam menentukan faktor yang mempengaruhi pengembangan Ekonomi Kreatif diperlukan stakeholder yang memahami kondisi dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan. Maka dalam hal ini pelaku usaha Ekonomi Kreatif menjadi stakeholder yang memiliki kepentingan utama disusul oleh BUMDES dan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi.

Tabel 5. 8 Responden Stakeholder

Responden	Jabatan	Kode Stakeholder
Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi	Kabid Ekonomi Kreatif	B2
BUMDES Tamansari	Ketua BUMDES Tamansari	B1
Pelaku Usaha Desa Tamansari	Pemilik Usaha	A1
Pelaku Usaha Desa Kemiren	Pemilik Usaha	A2

Salah satu faktor dalam membuat diagram fishbone adalah menentukan faktor-faktor yang kemungkinan menjadi penyebab masalah dalam suatu proses.

Berikut faktor-faktor yang kemungkinan menjadi penyebab masalah dalam pengembangan ekonomi kreatif di Desa Tamansari dan Desa Kemiren berdasarkan variabel dan indikator penelitian:

A. Desa Tamansari

1. Daya Tarik

a. Hubungan dengan atraksi wisata

Tabel 5. 9 Koding Stakeholder Analisis RCA Hubungan dengan Atraksi Wisata

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Hubungan dengan atraksi wisata	A1.1	"Tidak ada atraksi apapun"
	A.1.2	"saya bekerjasama dengan tour and travel yang mengantarkan wisatawan yang ingin pergi ke ijen, setelah melakukan perjalanan ke ijen wisatawan diantarkan ke kopi lunya untuk wisata edukasi kopi"
	A.1.3	"Saya bekerjasama dengan jiwa jawa resort yang ada di taman wisata terakota ini, sehingga wisatawan yang datang ke taman wisata terakota dihantarkan kesini untuk melihat sebuah atraksi bagaimana mengolah kopi tamansari"
Atraksi yang diadakan tidak rutin	A1.3	"Tapi wisatawan yang datang ke sini untung-untungan, kalo lagi panen ya kita bisa kasih liat proses pengolahannya, kalo nggk ada ya ga bisa dilihat"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa dari hampir seluruh kegiatan usaha di Desa Tamansari memiliki hubungan dengan atraksi wisata. Atraksi tersebut berupa wisata edukasi pengolahan kopi, akan tetapi atraksi wisata yang yang disuguhkan belum dikembangkan dengan baik untuk menjadi sebuah kegiatan industri kreatif.

b. Inovasi untuk menciptakan produk yang kreatif

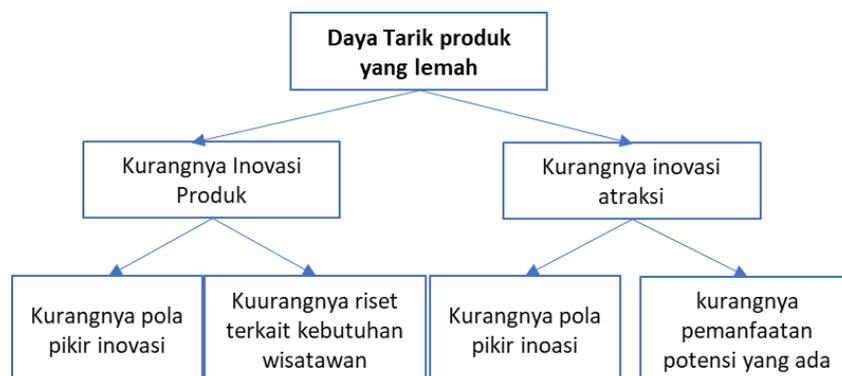
Tabel 5. 10 Koding Stakeholder Analisis RCA Inovasi Untuk Menciptakan Produk Kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya inovasi pelaku usaha ekonomi kreatif Desa Tamansari	A1.1	"Kualitas kopi yang bagus tetapi dari branding kopi wisata tidak ada inovasi untuk membuat kopi lebih menarik dari pada kopi yang lainnya"

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
	A1.3	"Kurangnya inovasi untuk mengembangkan produk kemasan kopi, dimana saya lebih banyak menjual biji kopi. Tetpi ingin mengembangkan produk kemasan kopinya"
	A1.1	Tidak ada unsur yang mencampurkan produk dengan sesuatu yang unik
Kurangnya inovasi dalam menciptakan sebuah branding pada produk	A1.2	"Kopi luncu ini dikenal sampai ke luar kota tapi mereka membeli kopi kami yang tanpa branding sehingga mereka merebranding produk kami"
	A1.3	"Produk kopi kemasan masih belum memiliki branding"
	A1.1	"Desain kemasan pesan dari orang lain"
Kurangnya inovasi dalam segi kemasan agar dapat menciptakan kemasan yang unik	A1.2	"Kemasan sama seperti kemasan kopi bubuk yang lainnya"
	A1.3	"Kemasan sama seperti kemasan kopi bubuk yang lainnya"

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa dari seluruh produk yang ada di Desa Tamansari tidak memiliki inovasi dalam mengembangkan produknya untuk menjadi produk yang memiliki nilai keunikan dari produk yang lainnya. Dilihat dari kemasan produk yang dimiliki desa tamansari masih sangat umum.



Gambar 5. 1 Diagram RCA Daya Tarik Desa Tamansari

2. Sumber Daya Manusia

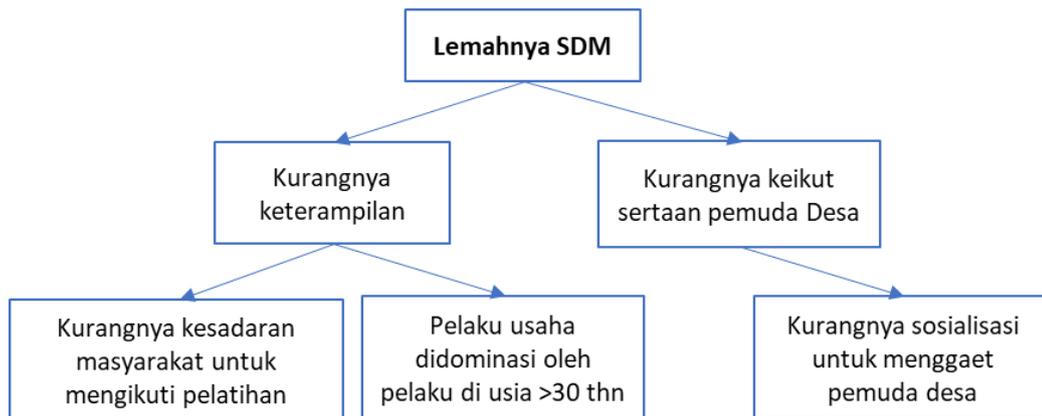
a. Keterampilan

Tabel 5. 11 Koding Stakeholder Analisis RCA Keterampilan Sumber Daya Manusia

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Pelatihan yang berhenti di selenggarakan	B1	"Pelatihan sebelumnya sudah pernah di adakan tetapi masyarakat kurang gencar mengikuti pelatihan sehingga saat ini belum diadakan lagi pelatihan"
Kurangnya keikutsertaan pemuda desa	B1	
Kurangnya kesadaran masyarakat mengikuti pelatihan untuk mengembangkan keterampilan	A1.1	"Tidak pernah ikut pelatihan"
	A1.2	"Saya pernah ikut pelatihan dari workshop-workshop yang di selenggarakan tapi kalo pelatihan yang di adakan pemerintah desa belum pernah ikut"
Kurangnya keterampilan masyarakat untuk mengolah potensi yang ada untuk menjadi sebuah produk kreatif	A1.1	"Keterampilan dari pekerja yang ada di kopi wisata hanya sampai dengan terampil dalam mengolah kopinya tapi tidak untuk kemasannya, dimana kemasannya masih menggunakan jasa diluar dari pekerjaannya"
	A1.3	"Karna kelompok pengelola kopi disini itu umurnya sudah di atas kita jadi mereka kurang mendengarkan bagaimana cara mengelola kopi yang baik dengan cara yang modern"

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara diatas di atas dapat disimpulkan bahwa pelaku usaha di Desa Tamansari kurang memiliki keterampilan. Hal ini disebabkan karena terhentinya program pelatihan bagi masyarakat Desa Tamansari yang di selenggarakan oleh pemerintah Desa Tamansari. Pemberhentian program pelatihan masyarakat sendiri disebabkan karena kurangnya keikutsertaan masyarakat dalam kegiatan pelatihan, sehingga pelatihan tersebut dihentikan. Banyak pelaku usaha yang berusia di atas 30 thn yang membuat pelaku merasa kurang tertarik untuk ikut pelatihan untuk meningkatkan keterampilan/bakat individu. Selain itu, dari seluruh kegiatan usaha yang ada di Desa Tamansari terlihat didominasi tanpa keikutsertaan pemuda Desa Tamansari.



Gambar 5. 2 Diagram RCA Sumber Daya Manusia Desa Tamansari

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya sumber daya manusia yang dimana disebabkan karena kurangnya keterampilan dan kurang keikutsertaan dari pemuda desa.

3. Kelembagaan

- a. Penguatan Organisasi/Komunitas

Tabel 5. 12 Koding Stakeholder Analisis RCA Penguatan Organisasi/Komunitas Ekonomi Kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangya perhatian pemerintah	B1	"Kalo komunitas khusus para pelaku ekonomi kreatif, kita belum ada"
Tidak adanya komunitas khusus pelaku ekonomi kreatif di Desa Tamansari	A1.1	"Tidak ikut komunitas manapun"
	A1.2	"Saya ikut komunitas pengusaha kopi banyuwangi, tapi untuk komunitas pelaku ekonomi kreatif di tamansari belum ada"

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa dari di Desa Tamansari belum memiliki komunitas khusus bagi para pelaku ekonomi kreatif, sehingga pelaku usaha yang ada di Desa Tamansari kurang memiliki pengetahuan terkait pentingnya kolaborasi produk dengan ekonomi kreatif.

- b. Kerjasama

Tabel 5. 13 Koding Stakeholder Analisis RCA Kerjasama Pelaku Ekonomi Kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangya kerjasama dengan	A1.1	"Saat ini pemasaran kopi wisata masih di dalam Kabupaten Banyuwangi dan saya sendiri ingin memasarkan produk kopinya hingga

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
pelaku ekonomi kreatif di luar kota		<i>keluar kota akan tetapi tidak adanya chanel dari luar kota membuat saya tidak tahu bagaimana caranya memasarkan hingga keluar daerah"</i>
Produk yang di pasarkan di luar kota berupa produk yang no branding	A1.2	<i>"Terdapat kerjasama dengan pengusaha kopi yang ada di luar banyuwangi untuk membeli profuk kopi luncu yang no branding"</i>
	A1.3	<i>"Kopi saya banyak diminati orang luar kota, mereka biasa membeli kopi yang masih biji kopinya"</i>

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa dari para pelaku usaha Desa Tamansari memiliki kerjasama dengan pengusaha kopi diluar kota. Kerjasama terjalin melalui wisatawan dengan pelaku usaha kopi di Desa Tamansari, dimana banyaknya wisatawan yang berkunjung di Desa Tamansari merupakan wisatawan luar kota. Wisatawan tertarik dengan kopi Tamansari sehingga banyak memesan kopi khas Tamansari. Akan tetapi permasalahannya pelaku usaha kopi tamansari menjual produknya tanpa brand sehingga pengusaha me re-branding kopi Desa Tamansari.

c. Promosi

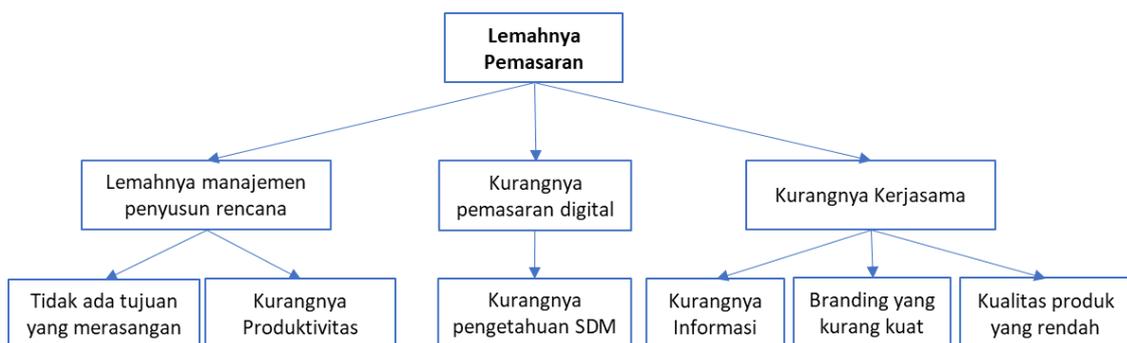
Tabel 5. 14 Koding Stakeholder Analisis RCA Promosi Produk

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya pelatihan bagaimana melakukan promosi produk	A1.1	<i>"Saya ga pernah ikut pelatihan tetang promosi gitu, jadi sebelumnya produk ini kan udah di promosiin di pusat oleh-oleh itu yang melakukan menpora jadi saya hanya meneruskan saja. Selebihnya untuk promosi ke media sosial seperti itu saya tidak tau caranya"</i>
	A1.2	<i>"Saya pernah ikut pelatihan diluar tamansara seperti workshop gitu, diajarkan bagaimana cara mempromosikan produk ke media sosial tapi masih belum paham caranya. Karena minimnya pengetahuan saya tentang media sosial"</i>
Kurangnya pengetahuan para pelaku usaha terkait media sosial sebagai media promosi yang menguntungkan	A1.1	<i>"Tidak bisa menggunakan media sosial seperti itu"</i>
	A1.2	<i>"Tidak tau bagaimana cara menggunakan media sosial"</i>

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
	A1.3	"sekedar upload di facebook gitu aja"

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa hampir seluruh pelaku usaha Desa Tamansari kurang mengetahui bagaimana cara memasarkan produk melalui sosial media hal ini dikarenakan tidak adanya pelatihan untuk membimbing para pelaku usaha untuk menggunakan media sosial sebagai alat promosi produk.



Gambar 5. 3 Diagram RCA Kelembagaan Desa Tamansari

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya pemasaran yang dimana disebabkan karenalemahnya manajemen penyusunan rencana dan kurangnya kerjasama. Lemahnya manajemen penyusunan rencana diakibatkan karena tidak ada tujuan yang merangsang dan kurangnya produktivitas. Sedangkan kurangnya kerjasama disebabkan karena kurangnya informasi dan minimnya peminat terhadap produk yang ditawarkan.

4. Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif

a. Tempat Pemasaran

Tabel 5. 15 Koding Stakeholder Analisis RCA Tempat Pemasaran Produk

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Tidak adanya pusat oleh-oleh di Desa Tamansari untuk menjadi tempat bagi produk untuk dipasarkan	B1	"Karena keterbatasan dana jadi Tamansari belum memiliki pusat oleh-oleh sendiri"
Terbatasnya tempat pemasaran bagi produk Desa Tamansari	A1.1	"Produk di banyak pasarkan di pusat oleh-oleh yang ada di luar Tamasari"
	A1.2	"Produk di banyak pasarkan di pusat oleh-oleh yang ada di luar Tamasari"

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan permasalahan yang ada di Desa Tamansari tidak memiliki ruang kreatif untuk mengembangkan produk-produknya.

b. Teknologi

Tabel 5. 16 Koding Stakeholder Analisis RCA Penggunaan Teknologi

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya Pelatihan dalam menggunakan teknologi	A1.1	"Tidak tau bagaimana cara memakai mesin seperti itu, butuh tenaga laki-laki kalau menggunakan mesin sedangkan pekerja saya semuanya perempuan"
	A1.2	"pekerja yang acuh untuk belajar bagaimana cara menggunakan teknologi untuk memproduksi kopi"
Kurangnya bantuan untuk fasilitas mesin produksi	A1.1	"pernah dapat bantuan tapi tidak tau gimana cara pakainnya dan lebih nyaman menggunakan alat tradisional jadi tidak di ambil bantuannya"
	A1.2	"Dapat bantuan tapi berupa mesin yang bukan diinginkan sehingga tidak terpakai"
	A1.3	"butuh mesin teknologi yang modern tapi belum menerima bantuan terkait mesinnya"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan permasalahan bagi para pelaku usaha kopi yaitu tidak tau bagaimana cara menggunakan mesin modern untuk pengolahan kopi. Disisi lain juga pemerintah kurang memberikan bantuan berupa fasilitas mesin produksi. Terdapat beberapa pelaku usaha yang mendapatkan bantuan berupa mesin akan tetapi mesin tersebut bukanlah mesin yang diinginkan sehingga tidak dapat digunakan.



Gambar 5. 4 Diagram RCA Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif Desa Tamansari

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya sarana pendukung ekonomi kreatif yang dimana disebabkan karena ketersediaan alat produksi yang kurang. Hal tersebut di akibatkan karena kurangnya perhatian pemerintah dan minimnya akses pembiayaan.

B. Desa Kemiren

1. Daya Tarik

a. Hubungan dengan atraksi wisata

Tabel 5. 17 Koding Stakeholder Analisis RCA Hubungan dengan Atraksi Wisata

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Hubungan dengan atraksi wisata	A2.1	<i>"Tidak hanya meneluarkan produk, kopi jaran goya juga menjadi salah satu event wisata yang di selenggarakan Kabupaten Banyuwangi"</i>
	A2.3	<i>"Saya hanya mengeluarkan produk, jadi untuk menghubungkan produk saya dengan atraksi wisata seperti itu tidak ada"</i>
Atraksi yang diadakan tidak rutin	A2.1	<i>"Atraksi yang kita tampilkan untuk pariwisata itu ketika ada event tahunan yang diselenggarakan Banyuwangi. Nama eventnya itu kopi 10 ewu, dimana kita memberikan 10 ribu kopi gratis untuk wisatawan yang berkunjung."</i>

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa desa kemiren memiliki sebuah atraksi wisata akan tetapi dalam pengembangannya belum secara baik dikembangkan sebagai industri kreatif. Terdapat atraksi yang di tampilkan tetapi atraksi yang dilakukan hanya terdapat pada jenis usaha kopi jaran goyang. Atraksi yang di selenggarakan di Desa Kemiren juga di adakan di event tertentu saja. Berbeda halnya dengan Desa Tamansari dimana atraksi yang di adakan di Desa Tamansari lebih sering di mainkan dikarenakan Desa Tamansari merupakan Desa Wisata yang lebih banyak menerima kunjungan wisatawan.

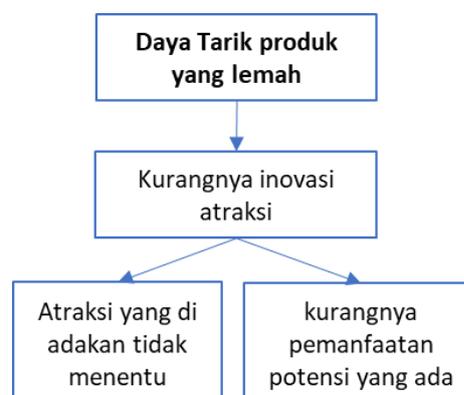
b. Inovasi untuk menciptakan produk yang kreatif

Tabel 5. 18 Koding Stakeholder Analisis RCA Inovasi untuk menciptakan produk kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya inovasi pelaku usaha ekonomi kreatif Desa Kemiren	A2.1	"Inovasi seperti kemasan yang mengikuti event tahunan banyuwangi itu inovasi yang dikeluarkan dari kelompok organisasi kita sendiri"
	A2.2	"Kalo inovasi yang saya keluarkan berupa motif dan juga bentuk produk, jadi produknya tidak hanya dijual dalam bentuk kain tapi juga udeng, syall, dll)
Kurangnya inovasi dalam menciptakan sebuah branding pada produk	A2.1	"Kalo branding dari kopi jaran goyang ini dihubungkan dengan unsur budaya yang ada di desa kemiren yaitu budaya osing sehingga membuat kopi ini memiliki branding tersendiri"
	A2.2	"Batik yang ada di Desa Kemiren memiliki motif yang berbeda dari batik lainnya, dimana motif batik desa kemiren yaitu motif Barong"
Kurangnya inovasi dalam segi kemasan atau bentuk produk yang di hasilkan	A2.1	"Selalu ada inovasi dari kemasan kopi jaran goyang dimana kemasan akan dibuat sesuai dengan event-venet tahunan yang ada di Banyuwangi. contohnya ketika ada event surfing, jadi kopi jaran goyang akan mengeluarkan kemasan spesial edition surfing"
	A2.2	"Kita tidak hanya membuat dalam bentuk kainnya aja, tapi kita juga membuat batik ini menjadi udeng khas banyuwangi"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa Desa Kemiren kurang berinovasi dari segi pengembangan produk dan kurang berinovasi untuk menciptakan sebuah atraksi wisata.



Gambar 5. 5 Diagram RCA Daya Tarik Desa Kemiren

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahan utamanya yaitu daya tarik produk yang lemah, hal ini disebabkan karena kurangnya inovasi atraksi. Kurangnya inovasi atraksi disebabkan karena atraksi yang diadakan tidak menentu dan kurangnya pemanfaatan potensi yang ada.

2. Sumber Daya Manusia

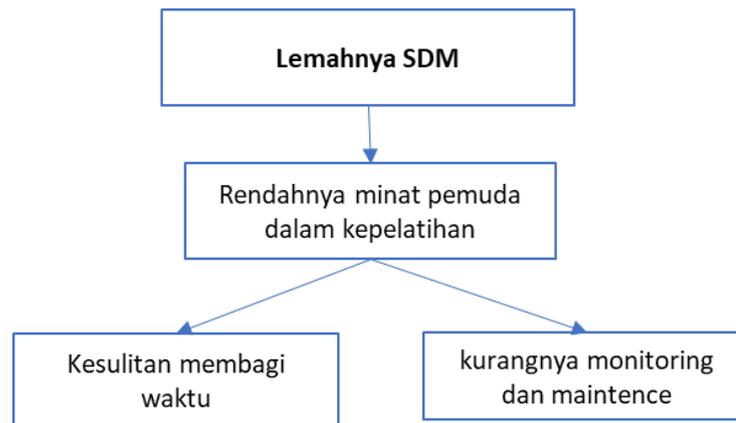
a. Keterampilan

Tabel 5. 19 Koding Stakeholder Analisis RCA Keterampilan Sumber Daya Manusia

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Pelatihan	A2.1	"Kami ada pelatihan buat anggota organisasi kami"
	A2.2	"Pelatihan membuat ada dilakukan"
Kurangnya keikutsertaan pemuda Desa Kemiren	A2.1	"pelatihan untuk anak muda di Desa Kemiren pernah diselenggarakan untuk melestarikan seniman di Desa Kemiren tapi konsisten dari pada anak muda itu masih labil sehingga pelatihan yang kami selenggarakan sulit untuk mendatangkan anak mudanya"
Kurangnya keterampilan masyarakat untuk mengolah potensi yang ada untuk menjadi sebuah produk kreatif	A2.1	"Potensi yang ada di Desa Kemiren ini kan terletak pada budayanya, sehingga kami para pelaku usaha yang ada di Desa Kemiren pastinya menggabungkan unsur budaya yang ada di Desa Kemiren untuk menjadi sebuah produk yang bernilai budaya dan kreatif"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa pelaku usaha di Desa Kemiren mampu memanfaatkan potensi yang ada di Desa Kemiren dengan menggabungkan unsur budaya yang ada di Desa Kemiren pada produk yang dihasilkan. Akan tetapi terdapat permasalahan dimana para pemuda yang ada di Desa Kemiren belum aktif mengikuti pelatihan yang di adakan, dimana pelatihan ini bertujuan untuk dapat melestarikan seniman yang ada di Desa Kemiren.



Gambar 5. 6 Diagram RCA Sumber Daya Manusia Desa Kemiren

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya sumber daya manusia yang dimana disebabkan karenarendahnya minat pemuda dalam kepelatihan. Hal tersebut di akibatkan karena kurangnya membagi waktu dan kurangnya monitoring dan maintenance.

3. Kelembagaan

- a. Penguatan Organisasi/Komunitas

Tabel 5. 20 Koding Stakeholder Analisis RCA Penguatan Organisasi/Komunitas Ekonomi Kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya perhatian pemerintah	A2.1	"Pemerintah telah membantu
Tidak adanya komunitas khusus pelaku ekonomi kreatif di Desa Kemiren	A2.1	"Kami ada Organisasi yang mengumpulkan para seniman yang ada di Desa Kemiren yaitu organisasi Pathok"
	A2.3	"Kalo saya tidak ikut komunitas manapun"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara diatas di atas disimpulkan bahwa terdapat pelaku industri kreatif yang masih belum mengikuti komunitas yang diselenggarakan Desa Kemiren. Sehingga hal tersebut menyebabkan ketimpangan bagi pelaku usaha yang belum tergabung dengan komunitas yang diadakan. Tetapi jika di bandingkan desa Desa Tamnsari, komunitas yang ada di Desa Kemiren jauh lebih kuat karena dapat membentuk sebuah komunitas yang inovatif bagi produknya.

- b. Kerjasama

Tabel 5. 21 Koding Stakeholder Analisis RCA Kerjasama Pelaku Ekonomi Kreatif

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya kerjasama dengan pelaku ekonomi kreatif di luar kota	A2.1	"untuk kerja sama dengan pelaku ekonomi kreatif diluar kota kami tidak ada"
	A2.2	"Kita kerjasamanya sama ikawangi-ikawangi yang ada di luar kota"
Produk yang di pasarkan di luar kota berupa produk yang no branding	A2.2	"promosi batiknya menggunakan strategi marketing personal branding yang mempengaruhi produk branding"
	A2.3	"mendapat pelanggan dari luar kota berawal dari mulut ke mulut"

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa beberapa pelaku memiliki kerjasama dengan pelaku usaha di luar kota. Jenis kerjasama yang dilakukan juga bermacam-macam, dimana kerjasama yang pertama terjalin untuk memperluas pemasaran, sedangkan kerjasama yang kedua terjalin untuk sharing terkait bahan-bahan kebutuhan produksi.

c. Promosi

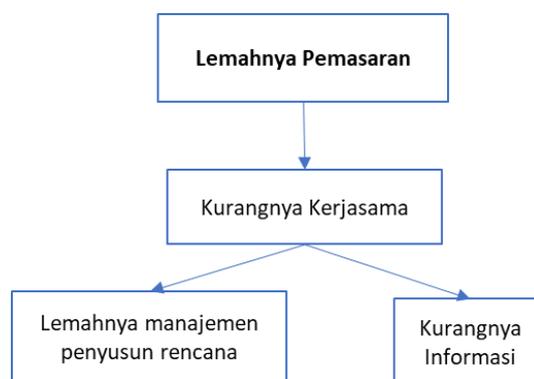
Tabel 5. 22 Koding Stakeholder Analisis RCA Promosi Produk

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya pelatihan bagaimana melakukan promosi produk	A2.1	"Dari segi promosi, kopi jaran goyang telah melakukan promosi melalui media sosial seperti tiktok dan instagram dan dipasarkan juga ke pusat oleh-oleh, mall maupun hotel"
	A2.2	"Untuk saat ini produk dewa batik di pasarkan melalui media sosial atau e dommers desa kemiren"
Kurangnya pengetahuan para pelaku usaha terkait media sosial sebagai media promosi yang menguntungkan	A2.1	"kopi jaran goyang telah melakukan promosi melalui media sosial seperti tiktok dan instagram dan dipasarkan juga ke pusat oleh-oleh, mall maupun hotel"
	A2.2	"foto para pejabat yang menggunakan batik dari dewa batik di unggah ke sosial media dewa batik, sehingga dari situ terjalin people to people connection dimana orang akan percaya bahwa batik yang dimiliki"

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
		<i>dewa batik memiliki kualitas yang bagus karena telah banyak pejabat yang menggunakan produknya"</i>

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa cara promosi yang dilakukan desa tamansari dan desa kemiren berbeda. Dimana promosi yang dilakukan desa kemiren yaitu melalui media sosial sedangkan promosi yang dilakukan desa tamansari yaitu dengan bekerja sama dengan tour and travel yang mengantarkan wisatawan ke wisata kawah ijen.



Gambar 5. 7 Diagram RCA Kelembagaan Desa Kemiren

Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya pemasaran yang dimana disebabkan karena kurangnya kerjasama, hal ini dikareakan lemahnya manajemen penyusun rencana dan kurangnya informasi.

4. Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif

a. Tempat Pemasaran

Tabel 5. 23 Koding Stakeholder Analisis RCA Tempat Pemasaran Produk

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Tidak adanya pusat oleh-oleh di Desa Kemiren untuk menjadi tempat bagi produk Desa Kemiren.	A2.1	<i>"Sejauh ini pemasaran dari produk kami sudah dipasarkan di pusat oleh-oleh yang ada di banyuwangi, termasuk di tempat-tempat wisata seperti halnya tempat wisata Tamansari. Kalau di Desa Kemiren kami memasarkan produknya di toko kami sendiri ini"</i>
	A2.2	<i>"Saya menarik diri dari pusat oleh-oleh, karna kalo dipusat oleh-oleh itu dibayar ketika produk laku. Jadi saat ini produk"</i>

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
		<i>hanya dijual di sosial media tapi ada juga di jual di Ecommers Desa"</i>

Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa Desa Kemiren tidak memiliki pusat oleh-oleh khusus untuk ditempatkannya produk-produk kemiren. Sehingga produk kemiren hanya di tempatkan di tempat usaha dan pusat oleh-oleh yang ada di luar kemiren.

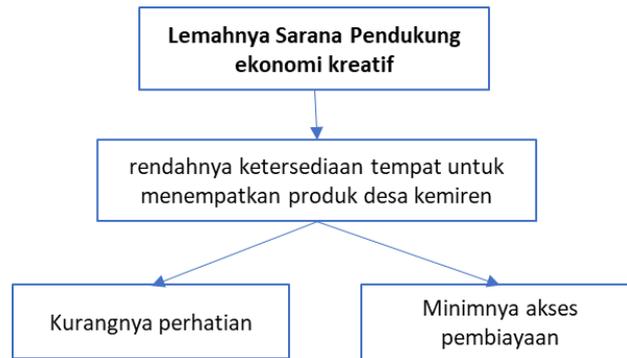
b. Teknologi

Tabel 5. 24 Koding Stakeholder Analisis RCA Tempat Pemasaran Produk

Akar Permasalahan	Kode Stakeholder	Transkrip Wawancara
Kurangnya Pelatihan dalam menggunakan teknologi	A2.1	<i>"Pelatihan terkait dengan bagaimana menggunakan teknologi sebagai alat produksi kopi bagi para anggota kelompok kopi jaran goyang sudah di lakukan. Jadi sebelumnya anggota sudah diajarkan bagaimana cara menggunakannya."</i>
	A2.2	<i>"pelatihan kepada anak muda pernah ada, tetapi konsisten dari anak muda masih minim sehingga pelatihan masih kurang berjalan dengan lancar"</i>
Kurangnya bantuan untuk fasilitas alat pendukung usaha	A2.1	<i>"Proses produksi kopi jaran goyang sudah menggunakan alat modern"</i>
	A2.2	<i>"Bantuan dari pemerintah ga pernah ada"</i>

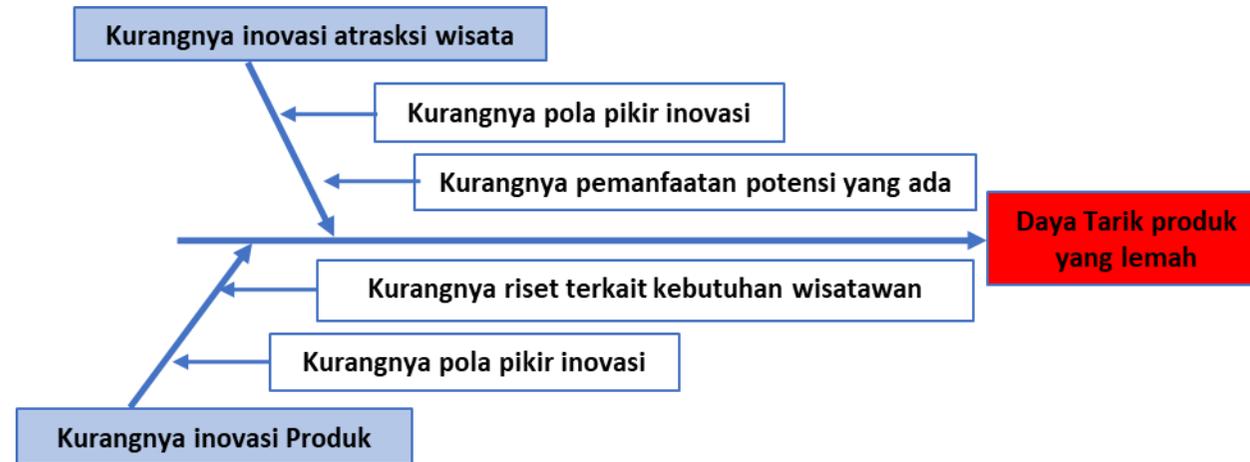
Sumber: Hasil Analisis 2023

Berdasarkan hasil koding wawancara di atas disimpulkan bahwa terdapat beberapa pelaku usaha yang menerima bantuan dari pemerintah terkait dengan fasilitas teknologi pendukung usaha, tapi ada juga pelaku yang tidak menerima bantuan tersebut. Dari segi keterampilan para pelaku usaha Desa Kemiren yang telah menggunakan teknologi dari usahanya mereka sudah cukup terampil dalam menggunakan teknologi.

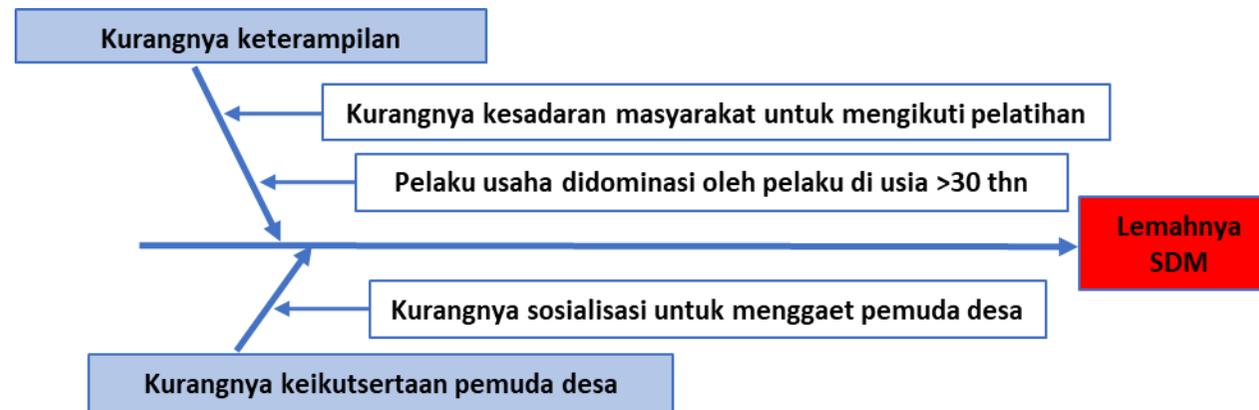


Gambar 5. 8 Diagram RCA Sarana Pendukung ekonomi Kreatif Desa Kemiren

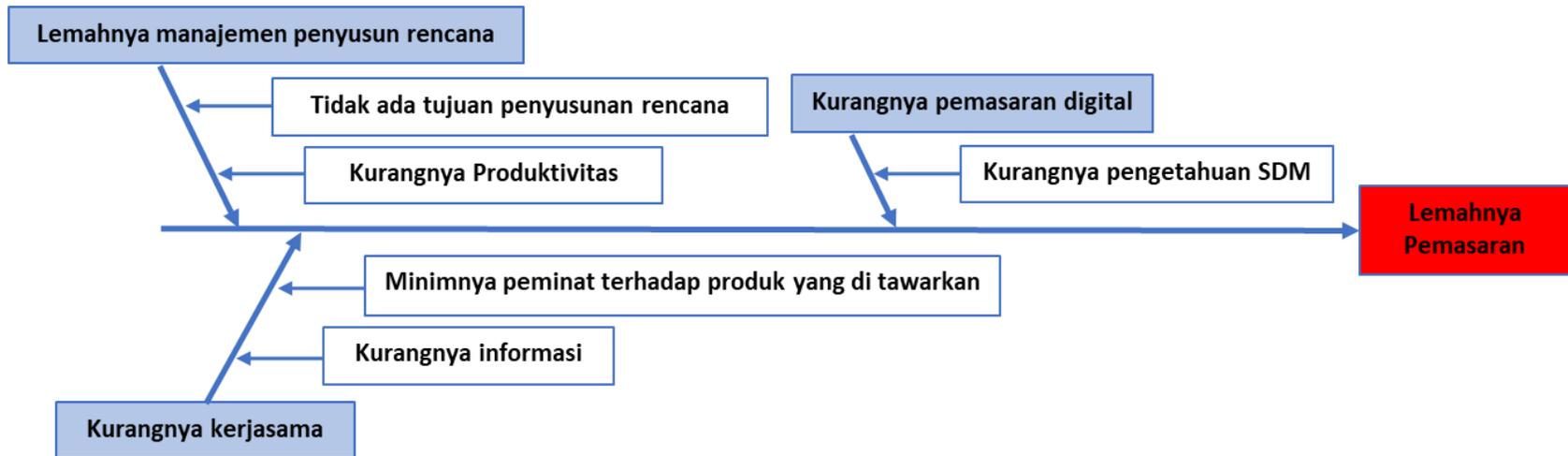
Berdasarkan kesimpulan dari hasil analisa akar permasalahan diketahui bahwa permasalahannya yaitu lemahnya sarana pendukung ekonomi kreatif yang dimana disebabkan karena ketersediaan alat produksi yang kurang. Hal tersebut di akibatkan karena kurangnya perhatian pemerintah dan minimnya akses pembiayaan.



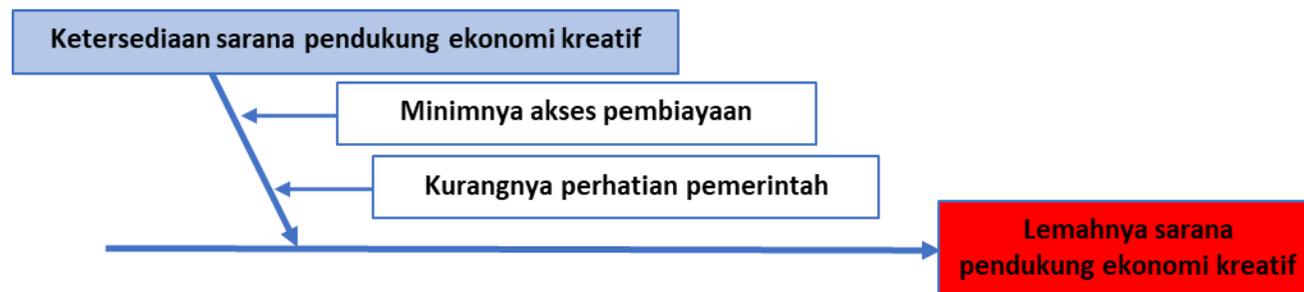
Gambar 5. 9 Diagram Fishbone Sumber Daya Tarik Desa Tamansari



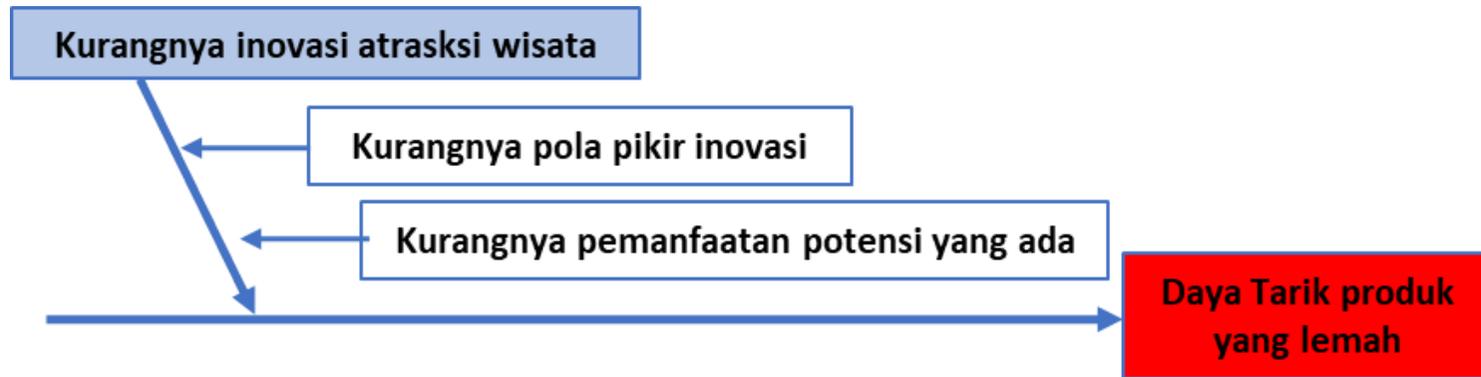
Gambar 5. 10 Diagram Fishbone Sumber Daya Manusia Desa Tamansari



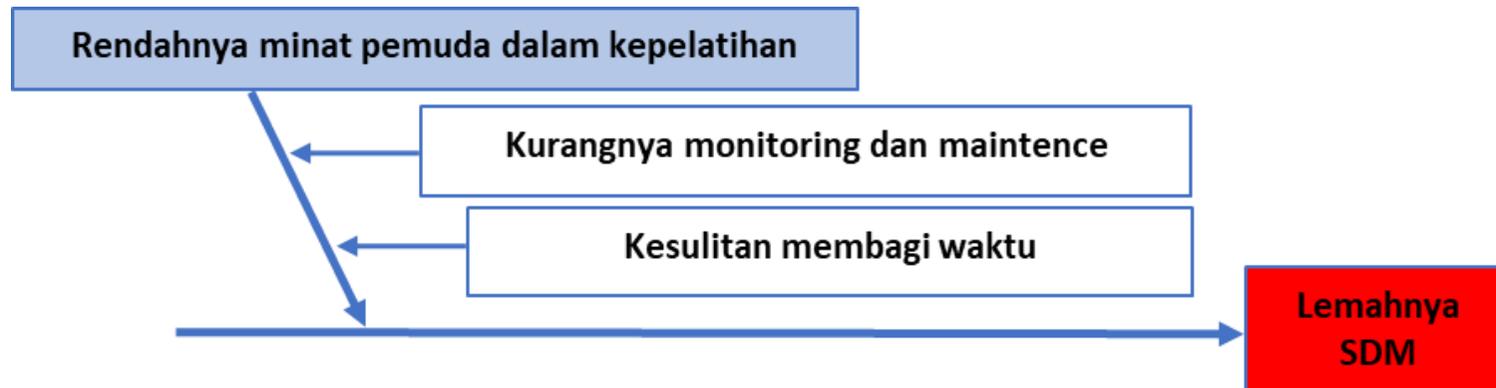
Gambar 5. 11 Diagram Fishbone Manajemen Ekonomi Kreatif Desa Tamansari



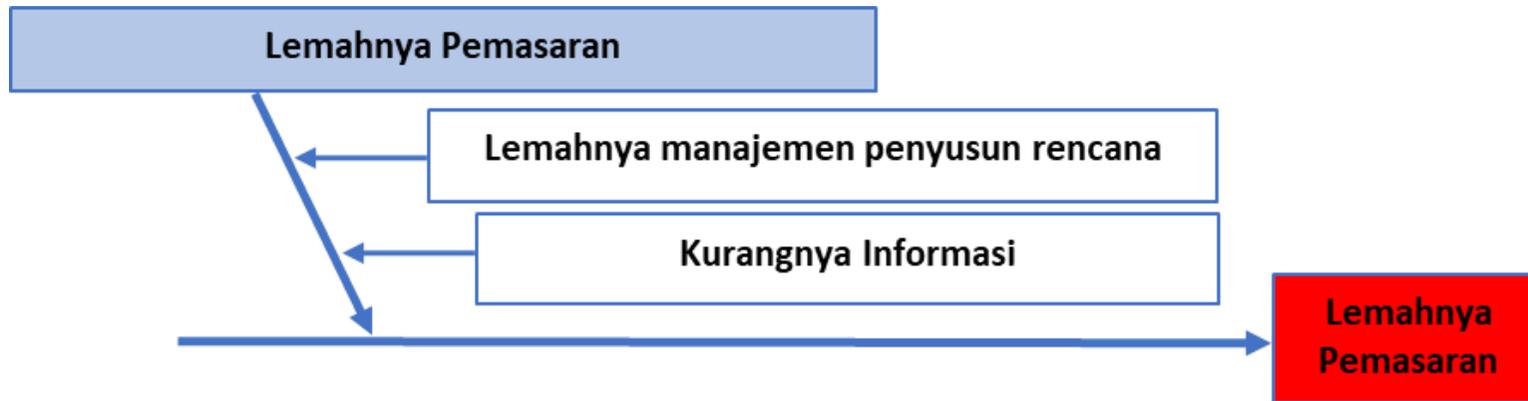
Gambar 5. 12 Diagram Fishbone Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif Desa Tamansari



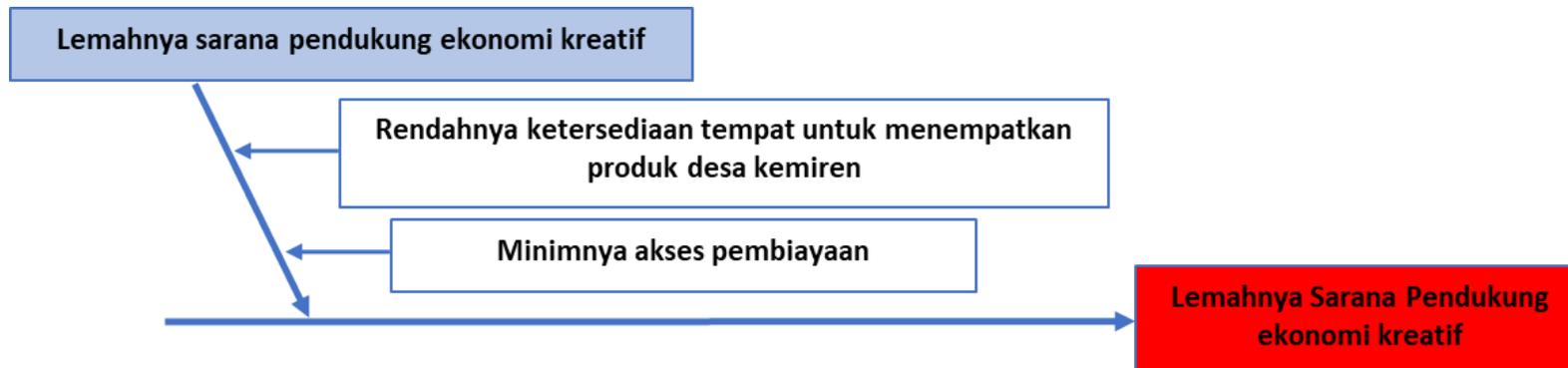
Gambar 5. 13 Diagram Fishbone Daya Tarik Desa Kemiren



Gambar 5. 14 Diagram Fishbone Sumber Daya Manusia Desa Kemiren



Gambar 5. 15 Diagram Fishbone Kelembagaan Desa Kemiren



Gambar 5. 16 Diagram Fishbone Sarana Pendukung Ekonomi Kreatif Desa Kemiren

5.4. Analisis Deskriptif Kualitatif untuk Merumuskan Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif di Desa Tamansari dan Desa Kemiren

Untuk merumuskan arahan pengembangan Ekonomi Kreatif Desa Tamansari dan Desa Kemiren digunakan analisis deskriptif kualitatif. Dalam mendapatkan faktor akar permasalahannya sebelumnya telah diekplorasi menggunakan analisis RCA (Root Cause Analysis) dimana telah didapatkan akar permasalahan yang mempengaruhi pengembangan Ekonomi Kreatif. Berikut merupakan temuan akar permasalahan:

Tabel 5. 25 Akar Masalah berdasarkan Simpulan Analisis RCA

No	Variabel	Sub-Variabel	Faktor akar masalah
1	Daya Tarik	Hubungan dengan atraksi	Lemahnya daya tarik produk
		Inovasi produk	
2	Sumber daya Manusia	Keterampilan	Lemahnya SDM
3	Kelembagaan	Manajemen	Lemahnya pemasaran
		Kerjasama	
		Promosi	
4	Sarana pendukung	Tempat	Lemahnya sarana pendukung ekonomi kreatif
		Teknologi	

Sumber: Hasil Analisis 2023

Tabel 5. 26 Perumusan Arahannya Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam menunjang Pariwisata Desa Tamansari dan Desa Kemiren

Faktor Akar Permasalahan	Pembahasan		
	Kondisi Ekonomi Kreatif Desa Tamansari dan Desa Kemiren	Teori/kebijakan	Best Practice
Lemahnya daya tarik produk dan lemahnya sarana pendukung ekonomi kreatif	Berdasarkan analisis RCA diketahui bahwa produk di Desa Tamansari dan Desa Kemiren merupakan produk yang sangat umum atau tidak memiliki unsur kreatif. Produk yang di hasilkan Desa Tamansari dan Desa Kemiren tidak memiliki inovasi untuk pengembangannya. Terdapat sebuah atraksi yang di lakukan para pelaku usaha produk akan tetapi atraksi tersebut belum dikembangkan sebagai sebuah aktifitas industri kreatif. Hal ini disebabkan karena kurangnya sarana pendukung ekonomi kreatif seperti ruang kreatif dan fasilitasi alat pendukung usaha.	<p>Dengan mengembangkan ekonomi kreatif melalui sektor pariwisata seperti yang dijelaskan oleh Yozcu dan İçöz (2010), kreativitas akan merangsang destinasi pariwisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang membawa nilai tambah dan daya saing lebih tinggi dibandingkan destinasi wisata lainnya. Di pihak wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik ketika mengunjungi kawasan wisata yang menjual produk-produk unik untuk dibawa pulang sebagai oleh-oleh. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan memikat individu dan pengusaha untuk bersentuhan dengan bidang kebudayaan. Paparan ini akan berdampak positif pada upaya pelestarian budaya, sekaligus meningkatkan nilai ekonomi dan estetika tempat wisata. Program Pengembangan Ekonomi Kreatif menurut Kabid Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengembangan Desa Wisata (semua pelaku wisata dilibatkan) • Pengembangan kegiatan edukasi 	Selandia Baru menyelenggarakan perjalanan yang mencakup pelatihan kerajinan tanah liat, pelatihan pembuatan perak, dan pembuatan anggur. Selama perjalanan terorganisir ini, wisatawan dapat berpartisipasi secara aktif dan membawa pulang kerajinan tangan mereka sebagai souvenir (Yozcu dan İçöz, 2010). Sementara itu, Singapura mengembangkan ekonomi kreatif melalui pusat perbelanjaan sehingga dikenal sebagai tujuan wisata belanja (Ooi, 2006).
Arahannya Pengembangan			
<p>Dari kedua Desa memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, dimana Desa Tamansari memiliki keunggulan dari segi promosi karena branding dari kawah ijen yang menjadikan banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Desa Tamansari. Sedangkan Desa Kemiren memiliki keunggulan dari segi budaya dimana pelaku usaha Desa Kemiren dapat memberikan inovasi untuk menggabungkan produk dengan unsur budaya setempat. Maka dapat di simpulkan arahannya pengembangan produk kopi dan kerajinan batik berbasis ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata bagi kedua desa tersebut yaitu:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kerjasama dengan pemerintah desa untuk memfasilitasi kebutuhan wisata edukasi kopi baik yang ada di tamansari maupun kemiren. • Memberikan fasilitas pendukung wisata sebagai sebuah ruang kreatif bagi para pelaku usaha • Membuat inovasi pengembangan produk maupun inovasi sebuah atraksi wisata, adapun pengembangan yang adapt dilakukan seperti: <ul style="list-style-type: none"> ➢ Berinovasi menciptakan produk oleh-oleh berbahan dasar kopi di Desa Tamansari serta memberikan wisata edukasi pembuatan dari profduk-produk tersebut. ➢ Mengembangkan festival 10 ewu kopi menjadi sebuah atraksi wisata dan berinovasi membuat atraksi pembuatan batik yang berunsurkan budaya osing kemiren. 			

Sumber: Hasil Analisa 2023

Tabel 5. 27 Perumusan Arahan Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam menunjang Pariwisata Desa Tamansari dan Desa Kemiren

Faktor Akar Permasalahan	Pembahasan		
	Kondisi Ekonomi Kreatif Desa Tamansari dan Desa Kemiren	Teori/kebijakan	Best Practice
Lemahnya SDM	Berdasarkan hasil analisis RCA, Desa Tamansari dan Desa Kemiren memiliki permasalahan yang sama yaitu pada partisipasi masyarakat yang minim dalam mengikuti pelatihan yang diselenggarakan. Sehingga hal ini menyebabkan keterampilan yang dimiliki pelaku usaha sangat minim. Selain itu kurangnya keterlibatan pemuda Desa menyebabkan pengembangan inovasi menjadi sangat minim.	Menurut Konferensi PBB tentang Perdagangan dan Pembangunan, ekonomi kreatif adalah suatu konsep ekonomi yang berkembang atas dasar aset kreatif yang dapat menghasilkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Untuk menciptakan aset kreatif (dalam hal ini sumber daya manusia), kebijakan seperti peningkatan kualitas keterampilan dan pengetahuan dapat diperoleh tidak hanya melalui pendidikan formal tetapi juga melalui pendidikan formal informal seperti kursus, pendidikan, dan pelatihan, kapasitas dan pengembangan. Meningkatnya jumlah konsumen digital menghadirkan peluang pertumbuhan yang luar biasa bagi industri kreatif Indonesia. Untuk dapat menjangkau konsumen tersebut, para pelaku ekonomi kreatif harus mampu memanfaatkan media digital. Dalam proses penyiapan ekosistem digital khususnya sektor ekonomi kreatif di Indonesia, para pelaku ekonomi kreatif tidak sendirian. Pemerintah juga mendukung upaya mengambil langkah-langkah strategis untuk memanfaatkan ekosistem digital. Program Pengembangan Ekonomi Kreatif menurut Kabid Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi: <ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan peningkatan SDM oleh dinas keternagakerjaan 	Desa Kreatif Sukaruas Tasikmalaya di Jawa Barat dapat terus tumbuh dan berfungsi dengan baik jika ada partisipasi masyarakat yang menawarkan berbagai bentuk donasi untuk mendorong pembangunan berkelanjutan. Tingkat partisipasi masyarakat baik berupa gagasan, barang, tenaga kerja, keterampilan, dan pelayanan sosial diberikan pada tingkat yang tinggi. Hal ini memberikan dampak yang sangat besar terhadap perkembangan industri kreatif di Sukaruas dan juga akan memudahkan pemerintah daerah dan regulator dalam merencanakan pengembangan industri kreatif kreasi masa depan di Desa Sukaruas.
Arahan Pengembangan			
Meningkatkan wawasan dan peran serta merubah pola pikir masyarakat di Desa Tamansari dan Desa Kemiren melalui tokoh masyarakat yang ada di Desa Tamansari dan Desa Kemiren bekerjasama dengan Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Banyuwangi dan Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam setiap aktivitas sosial yang rutin terjadi di Desa Tamansari dan Desa Kemiren. Untuk mengajak para pelaku usaha dan pemuda desa dalam pelatihan dapat dilakukan dengan: <ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan Monitoring dan Maintenance, Setiap pelatihan tidak hanya disertai dengan wawancara saja namun harus selalu dipantau dan dijaga agar terlihat hasilnya. Pemantauan dan pemeliharaan sebagai bagian dari proses yang berkelanjutan. Pendekatan ini mencakup memotivasi pemimpin, mendiskusikan masalah dengan anggota perusahaan, dan mengusulkan solusi. 2. Membantu dan memberikan passion dan ketertarikan pemuda dalam sebuah bidang. Setelah menemukan passion, selanjutnya dilakukan pengembangan keterampilan/skill, pemberian pengetahuan, dan melakukan pendampingan. 			

Sumber: Hasil Analisa 202

Tabel 5. 28 Perumusan Arahan Pengembangan Ekonomi Kreatif dalam menunjang Pariwisata Desa Tamansari dan Desa Kemiren

Faktor Akar Permasalahan	Pembahasan		
	Kondisi Ekonomi Kreatif Desa Tamansari dan Desa Kemiren	Teori/kebijakan	Best Practice
Lemahnya pemasaran	<p>Dari hasil analisis RCA diketahui bahwa lemahnya pemasaran di Desa Tamansari disebabkan karena lemahnya manajemen penyusun rencana, kurangnya pemasaran digital yang disebabkan kurangnya pengetahuan SDM dan kurangnya kerjasama yang disebabkan karena kurangnya informasi, branding yang kurang kuat, dan kualitas produk yang rendah. Sedangkan lemahnya pemasaran di Desa Kemiren disebabkan kurangnya kerjasama yang disebabkan karena lemahnya manajemen penyusun rencana dan kurangnya informasi.</p>	<p>Deputi bidang koord perekonomian Rudy Salahudin mengatakan ekonomi kreatif terdiri dari dua pilar, yaitu pelaku ekonomi kreatif dan ekosistem ekonomi kreatif.</p> <p>Oleh karena itu, diperlukan kerja sama antar pemangku kepentingan agar ekonomi kreatif dapat semakin berkembang dan diharapkan kedepannya ekonomi kreatif dapat menjadi salah satu kunci pertumbuhan ekonomi utama. Nama bisnis kreatif tentunya merupakan gabungan dan kerjasama banyak departemen dan komunitas. Hal yang pertama untuk membangun ekonomi kreatif adalah manusia, peningkatan kualitas dan kapasitas, yang kedua adalah ekosistem, dan yang ketiga adalah kerjasama antar organisasi.</p> <p>Program Pengembangan Ekonomi Kreatif menurut Kabid Ekonomi Kreatif Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seluruh Dinas koperasi yang ada dibanyuwangi harus mendampingi program UMKM • Menjalinkan Kerjasama dengan Badan Sertifikasi Nasional Pekerja 	<p>Salah satu komunitas yang berhasil memajukan kehidupan desa adalah komunitas Jatiwangi Art Factory, sebuah komunitas seni yang mengembangkan kreativitas berdasarkan kebutuhan ruang di Desa Jatisura, Kecamatan Jatiwangi, Bupati Majalengka. Banyak kegiatan yang dikembangkan, namun yang menonjol adalah masyarakat secara kreatif membuka mata dunia dengan memanfaatkan tanah dengan banyak hasil karya yang tidak hanya bernilai ekonomi tetapi juga bernilai seni, yaitu membuat alat musik dari batu bata. dan ubin. atau tanah liat. Semakin berkembangnya komunitas kreatif JAF menjadikan Jatisura sebagai desa global dengan segala kreativitasnya.</p>
Arahan Pengembangan			
<p>1. Meningkatkan kualitas manajemen penyusun rencana dengan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Melakukan sosialisasi dan pelatihan sebagai acuan peningkatan pengetahuan SDM terkait dengan pemasaran digital • Meningkatkan kualitas produk agar dapat menarik kerjasama dengan cara menciptakan kemasan produk yang menarik. Seperti kemasan yang ramah lingkungan contohnya kemasan yang dibuat dari kulit kopi. • Membuat iklan yang menarik dan mengajak melalui media online • Penciptaan branding yang kuat berdasarkan pengembangan inovasi produk dan pengembangan atraksi wisata • Mengikuti bazaar atau pameran untuk menambah informasi kerjasama usaha. 			

Sumber: Hasil Analisa 2023

Berdasarkan hasil analisis deskriptif untuk merumuskan arahan pengembangan produk kopi dan kerajinan batik berbasis ekonomi kreatif di Desa Tamansari dan Desa Kemiren Kabupaten Banyuwangi yang didapatkan dari komparasi antara akar permasalahan, kebijakan dan teori, serta best practice, maka didapatkan beberapa pengembangan yaitu meliputi:

1. Pengembangan daya tarik

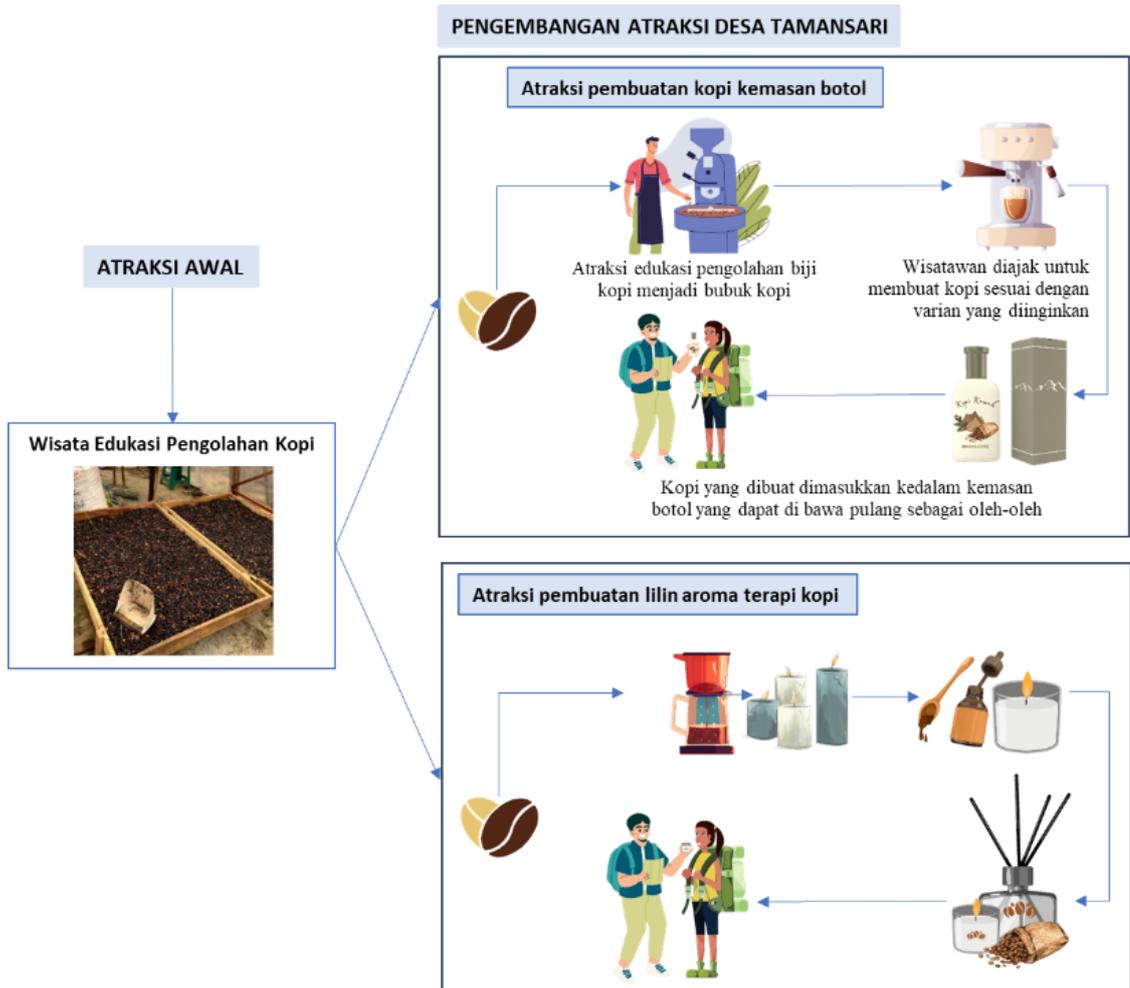
Dari kedua Desa memiliki kelebihan dan kelemahan masing-masing, dimana Desa Tamansari memiliki keunggulan dari segi promosi karena branding dari kawah ijen yang menjadikan banyak wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Desa Tamansari. Sedangkan Desa Kemiren memiliki keunggulan dari segi budaya dimana pelaku usaha Desa Kemiren dapat memberikan inovasi untuk menggabungkan produk dengan unsur budaya setempat. Maka dapat di simpulkan arahan pengembangan produk kopi dan kerajinan batik berbasis ekonomi kreatif dalam menunjang pariwisata bagi kedua desa tersebut yaitu:

- a. Membuat inovasi pengembangan produk maupun inovasi sebuah atraksi wisata, adapun pengembangan yang adapt dilakukan seperti:
 - i. Berinovasi menciptakan produk oleh-oleh berbahan dasar kopi di Desa Tamansari serta memberikan wisata edukasi pembuatan dari produk-produk tersebut.



Gambar 5. 17 Desain Pengembangan Produk Kopi Desa Tamansari

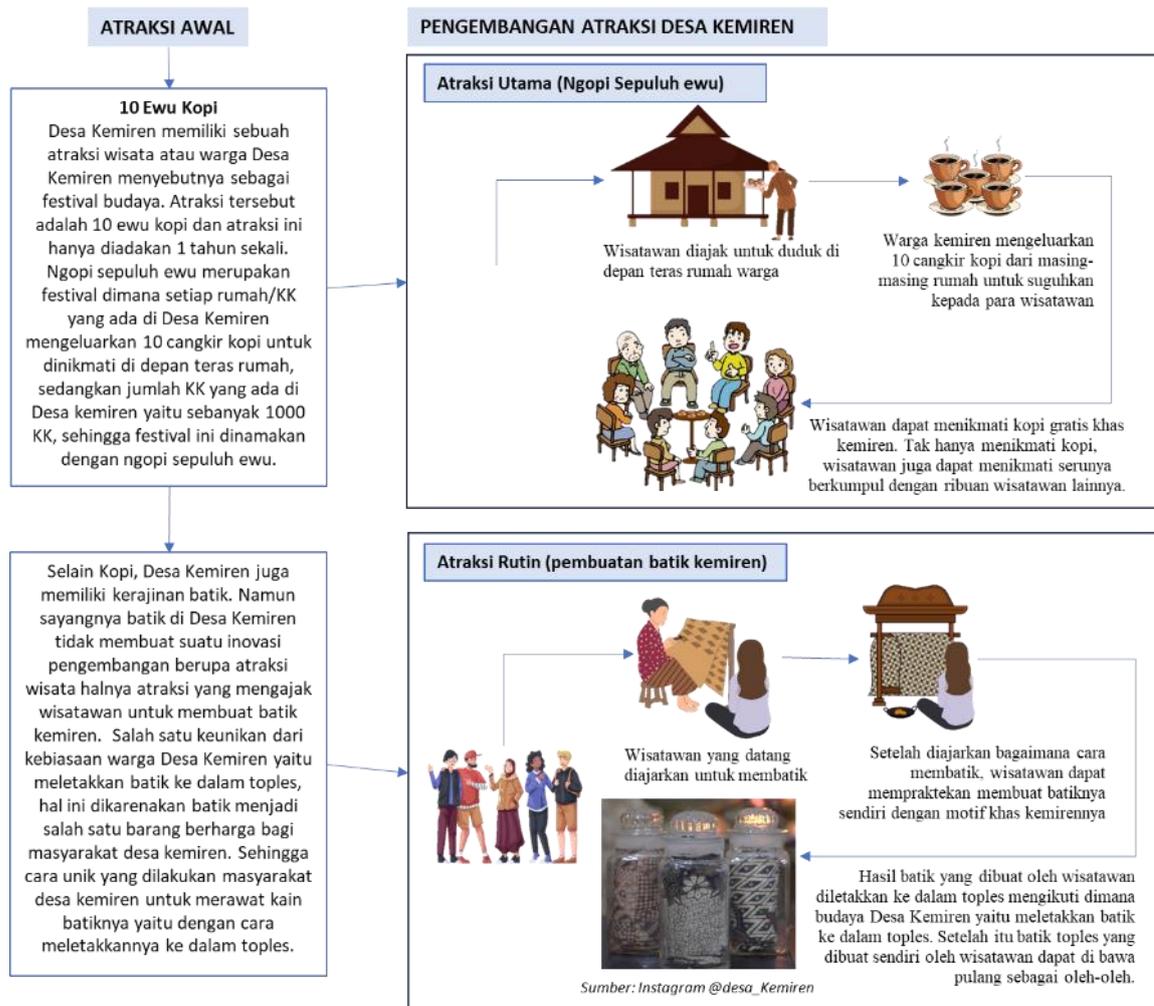
Sumber: Peneliti 2023



Gambar 5. 18 Ilustrasi Pengembangan atraksi Desa Tamansari

Sumber: Peneliti 2023

- ii. Mengembangkan festival 10 ewu kopi menjadi sebuah atraksi wisata dan berinovasi membuat atraksi wisata pembuatan batik yang berunsurkan budaya osing kemiren.



Gambar 5. 19 Ilustrasi Pengembangan atraksi Desa Kemiren

Sumber: Peneliti 2023

2. Pengembangan sarana pendukung ekonomi kreatif

- b. Kerjasama dengan pemerintah desa untuk memfasilitasi kebutuhan wisata edukasi kopi baik yang ada di tamansari maupun kemiren.
- c. Memberikan fasilitas pendukung wisata sebagai sebuah ruang kreatif bagi para pelaku usaha

3. Pengembangan Sumber Daya Manusia

Meningkatkan wawasan dan peran serta merubah pola pikir masyarakat di Desa Tamansari dan Desa Kemiren melalui tokoh masyarakat yang ada di Desa Tamansari dan Desa Kemiren bekerjasama dengan Dinas Tenaga Kerja Kabupaten Banyuwangi dan Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi dalam setiap aktivitas

sosial yang rutin terjadi di Desa Tamansari dan Desa Kemiren. Untuk mengajak para pelaku usaha dan pemuda desa dalam pelatihan dapat dilakukan dengan:

- Melakukan Monitoring dan Maintenance, Setiap pelatihan tidak hanya disertai dengan wawancara saja namun harus selalu dipantau dan dijaga agar terlihat hasilnya. Pemantauan dan pemeliharaan sebagai bagian dari proses yang berkelanjutan. Pendekatan ini mencakup memotivasi pemimpin, mendiskusikan masalah dengan anggota perusahaan, dan mengusulkan solusi.
- Membantu dan memberikan passion dan ketertarikan pemuda dalam sebuah bidang. Setelah menemukan passion, selanjutnya dilakukan pengembangan keterampilan/skill, pemberian pengetahuan, dan melakukan pendampingan.

4. Pengembangan Pemasaran

- Meningkatkan kualitas manajemen penyusun rencana dengan :
 - a. Melakukan sosialisasi dan pelatihan sebagai acuan peningkatan pengetahuan SDM terkait dengan pemasaran digital
 - b. Meningkatkan kualitas produk agar dapat menarik kerjasama dengan cara menciptakan kemasan produk yang menarik. Seperti kemasan yang ramah lingkungan contohnya kemasan yang dibuat dari kulit kopi.
 - c. Membuat iklan yang menarik dan mengajak melalui media online
 - d. Penciptaan branding yang kuat berdasarkan pengembangan inovasi produk dan pengembangan atraksi wisata
 - e. Mengikuti bazaar atau pameran untuk menambah informasi kerjasama usaha.

Melakukan perluasan jaringan promosi melalui media dan pameran wisata, baik di dalam maupun luar negeri yang dilakukan oleh Dinas Kebudayaan dan pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang bekerjasama dengan masyarakat Desa Tamansari dan Desa Kemiren dan biro-biro perjalanan wisata.