

**PERAN AKADEMISI, *BUSINESS*, DAN PEMERINTAH DALAM
MENGEMBANGKAN DESA WISATA BATIK BERBASIS INOVASI
PRODUK DI KABUPATEN BANYUWANGI**

ANDRIAS DWIMAHENDRAWAN*

NOVI AYUNDA SAPUTRI

Program Studi Ilmu Administrasi Niaga
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Pembangunan Jember

*Email: andreadvio86@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to identify the tourism potential of batik and identify the role of the triple helix in the development of tourist villages in Banyuwangi Regency. This research was conducted comprehensively by taking a retrospective approach to evaluate the strengths and challenges of Banyuwangi batik in the batik market and prospectively to evaluate the challenges and opportunities when developing a model of Banyuwangi batik tourism village based on product innovation. The results of this study indicate that there are 25 batik craftsmen in Banyuwangi Regency. The results of the study can be concluded that the role of academics in this study as agents of change who help batik craftsmen through the transfer of knowledge in developing batik products, the role of business/batik craftsmen as actors who become objects in developing tourist villages through creativity in making batik product innovations, and the role of government as providing support to batik business actors in the form of regulations, policies and infrastructure.

Keywords: Tourism Village, Product Innovation, Triple Helix

I. PENDAHULUAN

Pembangunan berbasis komunitas merupakan salah satu kajian yang berfokus kepada masyarakat dan menjadikan masyarakat sebagai bagian dari produk wisata dan merupakan proses rekayasa sosial yang ada di dalam suatu masyarakat, sehingga terwujudnya pemberdayaan ekonomi masyarakat desa yang menunjang potensi wisata yang dimiliki (Suwarjo, 2019). Pengorganisasian komunitas masyarakat sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Pengorganisasian komunitas meliputi: tahap integrasi, tahap pemetaan potensi dan permasalahan, tahap implementasi hingga tahap evaluasi terkait pengembangan desa wisata (Andini, 2013).

Desa wisata berbasis budaya, alam, dan produk dapat menjadi pengembangan masyarakat dengan dikemas dalam pariwisata (Krestanto, 2018). Peran penting masyarakat demi keberhasilan pengembangan desa wisata sangatlah penting, masyarakat harus diberi dorongan dan pengembangan sumber daya secara berkesinambungan

secara optimal melalui penggalian potensi desa yang dapat berdampak bagi kesejahteraan masyarakat sekitar (Aditya, 2018).

Upaya untuk mewujudkan dan membangun desa wisata tentunya tidak terlepas dari sinergitas antara akademisi, bisnis, dan pemerintah. Sinergitas ini perlu dikordinasikan dengan baik antar pihak untuk mengembangkan desa wisata batik.

Pembinaan dan pengembangan merupakan kegiatan yang dapat dilakukan dalam kegiatan kolaborasi dari ketiga aktor, yaitu: akademisi, bisnis, dan pemerintah karena dianggap mampu meningkatkan sumber daya, ide, dan kreativitas (Etzkowitz: 2008). Kolaborasi yang baik antara ketiga aktor akan menciptakan hubungan yang saling menguntungkan dan masing-masing aktor dapat melakukan fokus kegiatannya untuk mengembangkan desa wisata secara berkelanjutan.

Ilmu pengetahuan yang dihasilkan oleh akademisi menjadi informasi bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan usaha sehingga tercipta kreativitas dan inovasi yang

dapat meningkatkan nilai tambah suatu produk (Suheri, 2017). Interaksi yang terjadi antara akademisi dengan pelaku bisnis menciptakan iklim yang positif bagi tumbuh kembang industri kreatif yang berada dalam kawasan desa wisata. Iklim yang sudah terbentuk antara akademisi dan pelaku bisnis tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan oleh pemerintah. Pemerintah disini sebagai aktor yang bertanggung jawab terhadap regulasi dan kebijakan dalam pengembangan desa wisata untuk menstimulus kinerja akademisi dan pelaku bisnis.

Pengelolaan dan pengembangan desa wisata di Kabupaten Banyuwangi sudah cukup baik, akan tetapi masih perlu sentuhan-sentuhan dari ketiga aktor, antara lain akademisi, bisnis, dan pemerintah untuk lebih mengoptimalkan bantuan-bantuan agar mampu tumbuh dan berkembang dari sumber daya manusia, inovasi produk, dan regulasi yang mengatur di desa wisata.

Desa wisata Kemiren adalah salah satu desa wisata yang ada di

Kabupaten Banyuwangi dengan kekayaan adat, budaya, dan suku “osing”. Pengembangan desa wisata kemiren memiliki hambatan dan tantangan terkait regenerasi pada generasi muda. Hal ini ditangkap oleh penggiat batik di Banyuwangi dengan melibatkan para pengrajin batik yang ada di Banyuwangi untuk menggabungkan kegiatan yang ada di desa wisata Kemiren dengan bentuk pameran batik khas Banyuwangi yang diagendakan secara rutin guna mendukung pariwisata.

Pelibatan asosiasi/komunitas pengrajin batik di Banyuwangi dalam setiap kegiatan di desa wisata Kemiren sangat penting. Keterlibatan setiap anggota asosiasi/komunitas batik dalam perencanaan hingga pelaksanaan untuk mengembangkan desa wisata batik mampu meningkatkan partisipasi dari setiap pengrajin batik yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Salah satu sentra industri batik di wilayah timur pulau jawa adalah Kabupaten Banyuwangi. Batik Banyuwangi memiliki motif yang khas yaitu “Gajah Oling”. Motif

“Gajah Oling” sendiri memiliki makna filosofi yaitu mengajak manusia untuk selalu ingat akan kebesaran sang pencipta. Selain terkenal akan batiknya, Kabupaten Banyuwangi terkenal akan kekayaan alam dan budayanya.

Uraian sekilas di atas, menarik dikaji tentang pengembangan desa

wisata yang berbasis produk unggulan Kabupaten Banyuwangi yaitu Batik Khas Banyuwangi. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi dan konsep *triple helix* dalam pengembangan desa wisata batik Kabupaten Banyuwangi.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pariwisata

Pariwisata adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh manusia/wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata untuk melakukan persinggahan yang bersifat sementara atau menetap beberapa waktu tanpa bermaksud untuk mencari nafkah, namun untuk mendapatkan kesenangan dan menikmati hiburan yang ada (Gunn: 2002).

Pengembangan suatu kawasan wisata tidak lepas dari komponen-komponen pariwisata yang saling terkait dan mendukung. Terdapat dua komponen dalam kegiatan pariwisata, yaitu: *supply* dan *demand*. *Supply* pada kegiatan pariwisata adalah kegiatan yang

ditawarkan atau diberikan kepada wisatawan meliputi atraksi, akomodasi, transportasi, sarana dan prasarana pendukung, sedangkan *demand* pada kegiatan pariwisata adalah pengunjung dan masyarakat (Suwena: 2010).

2.2 Desa Wisata

Desa wisata adalah suatu bentuk perpaduan antara pertunjukkan, akomodasi, dan fasilitas-fasilitas pendukung yang tersaji di dalam suatu tatanan kehidupan masyarakat yang menjadi satu kesatuan dengan adat istiadat dan tradisi yang berlaku di dalam suatu masyarakat (Nuryanti, 1993). Pengertian lainnya tentang desa wisata dikemukakan Wihasta, dkk (2012) yang menjelaskan bahwa

desa wisata adalah sebagai bentuk dalam industri pariwisata yang meliputi kegiatan mengaktualisasikan perjalanan wisata yang didalamnya terdapat kegiatan-kegiatan yang bersifat ajakan, himbauan, dorongan kepada wisatawan sebagai objek/konsumen agar memiliki rasa ketertarikan untuk menggunakan produk-produk yang berasal dari suatu desa wisata.

Pengembangan desa wisata tidak bisa dilepaskan dari komponen-komponen desa wisata yang melekat, yaitu: partisipasi masyarakat lokal, sistem norma setempat, sistem adat setempat, dan budaya setempat (Zakaria, dkk: 2014).

2.3 Inovasi Produk

Inovasi merupakan perwujudan dari daya kreativitas yang dituangkan dalam bentuk penambahan bentuk atau penambahan nilai dari suatu barang. Sehingga kreativitas merupakan kunci dalam berinovasi. Setiap manusia memiliki kapasitas tertentu dalam mendapatkan pengetahuan dan pengalaman. Semakin tinggi pengetahuan dan semakin banyak pengalaman,

semakin tinggi pula daya kreativitas yang ada. Proses terbentuknya kreativitas yang berdasarkan pengetahuan dan pengalaman berfokus pada proses penciptaan ide atau gagasan. Kemudian proses penciptaan ide ini perlu direalisasikan dan dievaluasi sehingga menghasilkan sesuatu yang konkrit (Deden: 2012).

Inovasi produk adalah pengenalan barang atau jasa baru, atau secara signifikan memperbaiki dari segi karakteristik produk atau jasa atau memperluas penggunaan produk atau jasa (Camison, 2010). Lebih lanjut Chang Wei (2019) menjelaskan inovasi produk adalah aktivitas dalam membuat produk-produk baru dan atau jasa baru atau yang diperbaiki dan mengenalkannya ke pasar. Inovasi produk sangat berkaitan dengan aktivitas utama perusahaan. Oleh sebab itu, inovasi produk dipandang sebagai sumber penting dalam keunggulan bersaing yang dapat mengarahkan ke perbaikan kinerja organisasi (Valencia, dkk, 2010).

2.4 *Triple Helix*

Studi terkait hubungan antara akademisi, bisnis, dan pemerintah (*triple helix*) menjadi sangat penting dalam proses *transfer of knowledge* pengetahuan.

Triple Helix merupakan suatu bidang kajian yang bertujuan menggerakkan masyarakat untuk meningkatkan kreativitas, ide, dan keterampilan (Etzkowitz, 2000).

Triple helix merupakan salah satu alternatif dalam mengembangkan/memacu industri kreatif agar lebih menggali kreativitasnya, melakukan inovasi-inovasi, dan berbasis pada penggunaan teknologi (Dewi, 2009), dan merupakan bagian yang mengenalkan prosedur dan kegiatan berinovasi untuk menumbuhkan UKM (Brudin, 2008).

III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan *action research*. *Action research* merupakan suatu tindakan/upaya untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu objek lewat kajian ilmiah melalui penelitian yang berkelanjutan (Payne & Payne 2004).

Pemilihan informan pada penelitian ini adalah *purposive sampling*. Informan yang dipilih oleh peneliti mempertimbangkan partisipasi informan dalam penelitian. Pemilihan informan menggunakan teknik ini bertujuan untuk mendapatkan data informan yang representatif dalam menjawab

permasalahan yang diajukan pada penelitian ini. Teknik *snowball* digunakan memilih/menetapkan informan kunci terlebih dahulu yang kemudian berkembang ke informan selanjutnya yang mempunyai keterkaitan dalam menginformasikan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Informan kunci pada penelitian ini adalah tokoh atau pengrajin batik senior di Kabupaten Banyuwangi, kemudian dilanjutkan ke pengrajin batik, pengusaha batik, Dinas Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, serta Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Tambang Kabupaten Banyuwangi.

Analisis dalam studi ini menggunakan evaluasi retrospektif untuk mendeskripsikan kondisi pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi dalam hal keberadaan

produk batik dan evaluasi prospektif untuk memprediksi dan mengantisipasi tantangan dan kekuatan dalam inovasi produk batik Banyuwangi.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Identifikasi Potensi Desa Wisata Batik di Kabupaten Banyuwangi

Terdapat 25 pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi yang tersebar di enam kecamatan di Kabupaten Banyuwangi. Tersebar nya pengrajin batik tidak membuat para pengrajin pasif dalam kegiatan-kegiatan yang mendukung pariwisata daerah. Walaupun masih belum ada desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi, dalam rangka mendukung pariwisata daerah pemerintah Kabupaten banyuwangi menempatkan kegiatan para pengrajin batik Banyuwangi di Desa Wisata Kemiren.

4.2 Konsep *Triple Helix* Dalam Pengembangan Desa Wisata Batik di Kabupaten Banyuwangi

Modal penting dalam mengembangkan desa wisata batik adalah menciptakan sesuatu yang baru atau dengan kata lain kita harus kreatif. Kreatif yang dimaksud adalah para pelaku dan pemangku kepentingan yakni Akademisi, Pelaku Usaha, dan Pemerintah Daerah harus dapat menciptakan inovasi atau menghasilkan ide-ide baru dalam pengembangan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi. Untuk menghasilkan sinergitas yang baik maka dibutuhkan koherensi antar tiga belah pihak. Ketiga belah pihak ini memegang tugas dan peranan penting dimana masing-masing saling melengkapi dan mengisi.

Pelaku usaha yang dalam penelitian ini adalah pengusaha yang sekaligus pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi yang merupakan merupakan inti/kunci dari objek yang berkaitan langsung dalam pengembangan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi. Pelaku usaha disini meliputi pengusaha sekaligus pengrajin batik dan pemilik toko batik. Kreativitas dan peran serta para pengrajin batik (pelaku usaha) diperlukan dalam penentuan keberhasilan dalam mengembangkan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi.

Pemerintah yang dimaksud disini adalah Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi dan Pemerintah Pusat yang merupakan pemrakarsa atas terbentuknya desa wisata yang kemudian harus memberikan dukungan penuh bagi terciptanya atau terbentuknya desa wisata batik yang berupa peraturan/regulasi, infrastruktur, sarana-prasarana serta peran aktif masyarakat di sekitar daerah wisata batik yang harus diberdayakan. Desa wisata batik terbentuk harus mempunyai dasar aturan yang jelas,

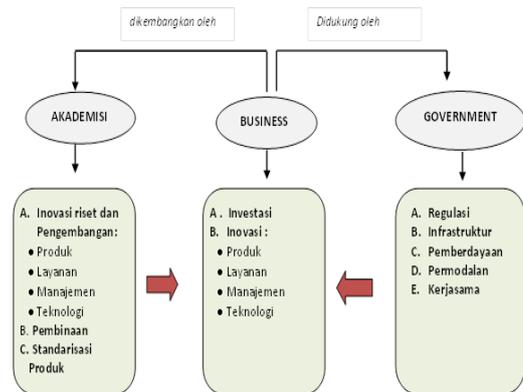
dan dasar aturan itu merupakan pijakan yang dibuat khusus oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi. Dasar aturan itu dapat mengatur tentang kebijakan pemerintah daerah, sarana-prasarana, dan pemberdayaan masyarakat di kawasan daerah wisata batik di Kabupaten Banyuwangi.

Peran aktor yang selanjutnya adalah akademisi. Akademisi yang berasal dari perguruan tinggi dan juga cendekiawan. Akademisi dan cendekiawan memiliki peran sebagai intelektual yang menjadi pusat perubahan. Perubahan yang dibuat di kalangan Akademisi dan Cendekiawan dapat berupa pola pikir, pengetahuan, penggunaan teknologi, dan yang tidak kalah penting inovasi dalam mengembangkan produk agar dapat bersaing di pasar global maupun internasional.

Transfer of knowledge yang dilakukan oleh akademisi dan cendekiawan ini berdasarkan kajian-kajian dan riset-riset yang telah dilakukan, sehingga dapat mengarahkan pengrajin batik selaku pelaku usaha untuk menggali, menumbuhkan, dan memunculkan

keaktivitas yang bisa diwujudkan dalam kebaruaran motif batik, produk, jaringan pemasaran, dan sistem manajerial.

Ketiga aktor (akademisi, *business*, dan pemerintah) haruslah berkolaborasi, mempunyai hubungan yang erat dan saling menguntungkan dalam membangun serta mengembangkan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi. Peran *business*/pengrajin batik sangatlah sentral dalam hubungan ini, sedangkan akademisi sebagai pemberi bantuan ilmu yang didapat dengan pengalaman penelitian/kajian ilmiah dan pemerintah sebagai pengatur dan pembuat regulasi, penyedia sarana-prasarana untuk mendukung pengembangan desa wisata batik. Dalam hubungan ketiganya digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Pola Hubungan *Triple Helix*

Berdasarkan Gambar 1 hubungan timbal balik dan berkesinambungan dapat dilihat antara ketiga aktor di atas. Pelaku usaha/*business* sebagai pusat atau *core* yang mendapat dukungan dari akademisi dan pemerintah. Akademisi mempunyai peran melakukan riset-riset dan penelitian secara ilmiah terkait inovasi produk, peningkatan pelayanan, pembenahan manajemen, penggunaan teknologi, dan standarisasi produk yang kemudian pengetahuan tersebut ditransfers kepada pelaku usaha/bisnis agar dikembangkan dan secara otomatis memperoleh *multiplier effect* yang membawa kesejahteraan bagi pelaku usaha batik dalam pengembangan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi.

Pemerintah daerah disini memiliki peran dalam membuat dan mengatur regulasi, menyediakan infrastruktur, melakukan pelatihan dan dukungan permodalan kepada pelaku usaha batik di Kabupaten Banyuwangi.

Salah satu pelatihan yang harus intens dilakukan oleh pemerintah, dalam hal ini dinas terkait adalah pelatihan pengembangan desain/motif batik khas Banyuwangi dan yang tidak kalah penting masyarakat di daerah sekitar desa wisata batik harus memiliki *skill* bahasa dan budaya untuk memberi *service* atau pelayanan kepada wisatawan yang berkunjung ke desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi.

Kegiatan lain yang dapat dilakukan oleh akademisi adalah memberikan pelatihan bahasa asing yang ditujukan kepada masyarakat di sekitar desa wisata sebagai bekal kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan mancanegara yang berkunjung dan menginap untuk menikmati suasana desa wisata.

Pelaku usaha disini merupakan aktor utama dalam mengembangkan

desa wisata batik. Investasi yang dilakukan oleh pengusaha merupakan langkah yang perlu diapresiasi karena selain mengangkat produk khas daerah, usaha yang digeluti di industri batik khas Banyuwangi dapat menaikkan citra daerah dan sebagai modal penting dalam pengembangan desa wisata batik yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Tidak hanya fokus kepada produk batik, pelaku usaha juga mengemas proses produksi batik menjadi salah satu daya tarik wisata yang ditempatkan di desa wisata Kemiren. Pembuatan saung atau sanggar tempat pengrajin melakukan pembatikan juga menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan yang ingin melihat secara utuh bagaimana pembuatan kain batik mulai dari proses awal sampai akhir. Selain itu pelaku usaha juga memberikan akses teknologi yaitu pembuatan website usaha, inovasi produk mulai dari sandal, tas, baju, taplak meja, dan lain-lain dengan menggunakan kain batik sebagai bahan utamanya.

Pemerintah daerah juga mempunyai peran penting dalam

pengembangan desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi. Regulasi yang dibuat oleh pemerintah harus berpihak dan mendukung kepada pelaku usaha di daerah desa wisata. Salah satu regulasi yang berpihak kepada pelaku usaha adalah kemudahan perijinan usaha dan penyediaan sarana serta prasarana yang masuk ke dalam infrastruktur dalam mendukung pengembangan desa wisata seperti penyediaan tempat ibadah, kamar mandi umum, galeri batik, dan yang tidak kalah pentingnya adalah akses jalan yang baik dan rambu-rambu yang jelas menuju akses desa wisata.

Selain hal diatas pemerintah daerah juga melakukan program pengembangan sumber daya manusia dengan melakukan pelatihan desain dan motif batik, memberikan fasilitas kepada pengrajin batik di kabupaten Banyuwangi untuk mengikuti pameran-pameran batik, pelatihan pemasaran, dan pelatihan penggunaan teknologi.

Akses permodalan juga menjadi konsen pemerintah daerah untuk menstimulus pelaku usaha agar dapat berkembang dan bersaing di skala

nasional maupun internasional sehingga secara tidak langsung mendukung tumbuh kembang desa wisata batik. Tumbuh kembang industri batik juga dapat menciptakan jaringan kerjasama antara ketiga aktor, yaitu akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah. Kerjasama yang dapat diwujudkan dalam hal promosi produk-produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha yang berupa sandal, tas, taplak, dan baju yang menggunakan bahan baku kain batik dengan motif khas batik Banyuwangi sekaligus promosi ini ditujukan sebagai sarana pengenalan desa wisata batik yang ada di Kemiren, Kabupaten Banyuwangi.

Ketiga aktor, yaitu akademisi, pelaku usaha, dan pemerintah masing-masing mempunyai peran dan fungsi yang secara penting dalam pengembangan desa wisata batik, antara lain:

1. Peran Akademisi

Pembentukan desa wisata batik mempunyai arti sebagai langkah untuk mengangkat keunikan dan meningkatkan perekonomian desa wisata. Sehingga dalam menentukan

wilayah desa wisata tersebut harus didasarkan pada potensi yang dapat diunggulkan dan dijual.

Akademisi disini terlibat dalam pemetaan dan analisa terhadap potensi desa yang khusus terdapat pengrajin batik khas Banyuwangi dan sampai sekarang tetap eksis. Selain itu peran akademisi disini melakukan penelitian/kajian tentang batik di Kabupaten Banyuwangi yang kemudian hasil kajian tersebut digunakan sebagai masukan/saran dalam pengembangan produk batik yang mendukung pengembangan desa wisata.

2. Peran Pelaku Bisnis

Pelaku bisnis/pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi cukup aktif dalam memberikan kontribusi terhadap perkembangan batik Banyuwangi. Dapat dilihat dari perkembangan jumlah pengrajin batik dari tahun ke tahun yang terus bertambah dan pengembangan motif-motif batik yang dihasilkan semakin banyak.

3. Peran Pemerintah

Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Tambang Kabupaten Banyuwangi sebagai dinas yang berperan aktif dalam membina pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi. Upaya-upaya pemberdayaan telah dilakukan melalui kegiatan pelatihan, dan peningkatan sumber daya manusia yang berfokus pada pembuatan produk batik yang berkualitas.

Kegiatan pelatihan dilakukan secara rutin yang bertujuan untuk memberikan ilmu dan pengalaman baru, serta motivasi kepada semua pengrajin batik yang ada di Kabupaten Banyuwangi dan dampak pelatihan ini dirasakan oleh pengrajin batik dengan semakin banyaknya motif batik yang bisa dibuat dan inovasi-inovasi yang dilakukan oleh para pengrajin batik.

Kegiatan peningkatan sumber daya manusia tidak hanya melibatkan Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Tambang saja, melainkan menggandeng dua

dinas terkait yaitu: Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi Kabupaten Banyuwangi. Dinas Koperasi berfokus pada peningkatan sumber daya manusia pada bidang keterampilan desain produk, keterampilan manajerial, dan keterampilan memasarkan lewat media online. Sedangkan Dinas

Pariwisata berfokus pada ketrampilan bahasa asing pada pengrajin batik. Hal ini diperlukan karena mengantisipasi wisatawan mancanegara yang sering berkunjung di desa wisata untuk melihat kebudayaan, dan produk-produk khas Banyuwangi yang ditawarkan di desa wisata.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan di atas, kesimpulan yang dapat diambil dalam pengembangan produk dan motif dalam rangka membangun desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi adalah sebagai berikut:

1. Terdapat 25 pengrajin batik di Kabupaten Banyuwangi dan Desa wisata batik Banyuwangi belum ada dan masih terintegrasi dengan desa wisata di Desa Kemiren.
2. Peran akademisi dalam pengembangan desa wisata batik banyuwangi adalah pelibatan akademisi pada

pemetaan potensi desa yang ada di 24 wilayah kecamatan di Kabupaten Banyuwangi khususnya untuk pengembangan Batik Banyuwangi.

3. Peran pengusaha dalam pengembangan desa wisata batik, yaitu menyiapkan infrastruktur yang mendukung program desa wisata yang masih terintegrasi pada desa wisata di Desa Kemiren, seperti tempat singgah, inovasi motif dan produk batik, rajin mengitu pameran batik tingkat lokal maupun nasional, dan lain-lain.

4. Peran pemerintah dalam pengembangan desa wisata batik, yaitu: melakukan pemberdayaan, pelatihan-pelatihan dalam hal pembuatan motif batik, inovasi produk secara berkelanjutan dan terukur.

5.2 Saran

1. Sinergitas antara akademisi, bisnis, dan pemerintah perlu

dikuatkan dalam membuat desa wisata batik di Kabupaten Banyuwangi.

2. Pemerintah daerah Kabupaten Banyuwangi harus segera membuat payung hukum terkait desa wisata batik yang secara potensi sangat mendukung sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, N. 2013. Pengorganisasian Komunitas Dalam Pengembangan Agrowisata Di Desa Wisata, Studi Kasus: Desa Wisata Kebangarum, Kabupaten Sleman. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol 24. No.3, Desember 2013. Hal 173-188.
- Brundin, E. Wigren, C., Isaacs, E., Friedrich, C., & Visser, K. 2008. Triple Helix Networks in a Multicultural Context : Triggers and Barriers for fostering Growth and Sustainability. *Journal of development Entrepreneurship*, 13(1), 77-98.
- Camison, Cesar; Lopez, Ana Villar, 2010, An Examination Of The Relationship Between Manufacturing Flexibility And Firm Performance: The Mediating Role Of Innovation, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 30 No. 8, pp. 853-878.
- Changwei Pang, Qiong Wang, Yuan Li, Guang Duan, 2019. Integrative Capability, Business Model Innovation And Performance: Contingent Effect Of Business Strategy, *European Journal Of Innovation Management*.
- Deden, A, W & Jamivita. J, Sudirman. 2012. Kreativitas dan Inovasi penentu kompetensi pelaku usaha kecil. *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol 11, No.1.
- Dewi, E. M. 2009. Peran Perguruan Tinggi Dalam Triple Helix sebagai Upaya Pengembangan Industri Kreatif, Seminar Nasional "Peran Pendidikan Kejuruan dalam Pengembangan Industri Kreatif" Jurusan PTBB FT UNY, 21 November.

- Etzkowizt. 2000. The Dynamics of Innovation: from National Systems and Mode 2 to Triple Helix of University Industry-Government Relations', *Research Policy*, 29 (2), 109–123.
- Etzkowitz, H & Dizisah, J. 2008. Triple Helix Circulation: the heart of innovation and development, *International Journal of Tecnology Management and Sustainable Development*, Volume 7, page 101- 115.
- Gunn, Clare. A. 2002. *Tourism Planning*. New York City: Taylor and Francis.
- Krestanto, H. 2018. Potensi Batik Sebagai Daya Tarik Desa Wisata. *Jurnal Media Wisata*, Vol 16. No. 2, November 2018. Hal 1077-1083.
- Nuryati, W. 1993. Concept, Perspektive and Challenges. Laporan Konferensi Internasional Mengenai Pariwisata Budaya (pp.2-3). Yogyakarta. Gadjah Mada University.
- Payne, Geoff., Payne, Judy. 2004. *Key Concepts in Social Research*, US : Sage Publications, Inc.
- Suheri, T, & Selfa, S, A. 2017. Analisis Triple Helix Dalam Kawasan Ekonomi Khusus. *Prosiding Saintiks FTIK UNIKOM*.
- Suwarjo. 2019. *Community based tourism* dalam pengelolaan desa wisata giriloyo, wukirsari, imogiri, bantul. *Jurnal Populika*. Vol. 7, No. 1, Januari 2019. Hal 66.
- Suwena. I. Ketut. 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar. Udayana Press.
- Valencia, Julia C. Naranjo, 2010, Organizational culture as determinant of product innovation, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13 No. 4, pp 466-480.
- Wihasta, C. R., & Prakoso, H. B. S. 2012. Perkembangan Desa Wisata Kembang Arum dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Donokerto Kecamatan Turi. *Jurnal Bumi Indonesia*, 1 (1).
- Zakaria. F, & Rima. D. S. 2014. Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik POMITS*, Vol.3, No.2.