

PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF BERBASIS UMKM KOPI DI DESA WISATA KAMPONG KOPI GOMBENGSAARI KABUPATEN BANYUWANGI

Bhisma Wifhanda Aldiansyah

NPP. 29.0914

*Asdaf Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Tengah
Program Studi Pembangunan Ekonomi dan Pemberdayaan Masyarakat*

Email: Bhismawif@gmail.com

ABSTRACT

Problem Statement/Background (GAP): Kalipuro District is the area with the largest coffee production in Banyuwangi, East Java Province, precisely in Gombengsari Village. With high coffee production and the fulfillment of several requirements regarding the criteria for a tourist village, Gombengsari was initiated to become one of the tourist villages in Banyuwangi through its coffee and agro-tourism products. Kampong Kopi Gombengsari Tourism Village should undergo a transformation in its development, especially in its sales products. **Purpose:** The purpose of this study was to analyze the development of a creative economy based on coffee SMEs as well as the supporting and inhibiting factors in the Kampong Kopi Gombengsari Tourism Village. **Method:** The research design used in this study is a qualitative research using descriptive methods and deductive approaches. Data collection techniques using 4 ways, namely, interviews, observation, documentation and triangulation. Then the data - the data collected were analyzed by data reduction techniques, data presentation and drawing conclusions. **Result:** The results of this study indicate that the creative economy sector based on coffee MSMEs contributes to improving the welfare of the community, especially in terms of selling coffee products and creating jobs for the surrounding community. In carrying out their roles and functions, stakeholders continue to make maximum efforts to publish innovations and creations that can ensure the success of the coffee MSME-based creative economy development in the Kampong Kopi Gombengsari Tourism Village. **Conclusion:** The development of the coffee MSME-based creative economy in the Kampong Kopi Gombengsari Tourism Village is generally quite good and is in accordance with the Penta Helix collaboration theory proposed by Arief Yahya (2016). pretty good.

Keywords: Development, Creative Economy, MSME coffee, Tourism Village, Gombengsari Village

ABSTRAK

Permasalahan/Latar Belakang (GAP): Kecamatan Kalipuro merupakan daerah dengan produksi tanaman kopi terbesar di Banyuwangi Provinsi Jawa Timur, tepatnya di Desa Gombengsari. Dengan produksi kopi yang tinggi dan telah terpenuhinya beberapa syarat tentang kriteria desa wisata, Gombengsari dicetuskan menjadi salah satu desa wisata di Banyuwangi melalui produk kopi dan agrowisatanya. Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari harusnya mengalami transformasi dalam perkembangannya, terutama dalam produk penjualannya. **Tujuan:** Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi serta faktor pendukung dan faktor penghambat di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. **Metode:** Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif

dan pendekatan deduktif. Teknik pengumpulan data menggunakan 4 cara yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Kemudian data – data yang terkumpul dianalisis dengan teknik reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. **Hasil/Temuan:** Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam hal penjualan produk kopi dan penciptaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar. Dalam menjalankan peran dan fungsinya, stakeholders terus berupaya secara maksimal untuk menerbitkan inovasi dan kreasi yang dapat menjamin keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. **Kesimpulan:** Pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari pada umumnya sudah cukup baik dan sudah sesuai dengan teori kolaborasi Penta Helix yang dikemukakan oleh Arief Yahya (2016) arah pengembangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi tepatnya di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari sudah berjalan cukup baik.

Kata Kunci: Pengembangan, Ekonomi Kreatif, UMKM kopi, Desa Wisata, Desa Gombengsari

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hasil pertanian berupa produksi kopi sebagai komoditas penting dalam perekonomian dan Indonesia didaulat menempati posisi keempat di dunia pada tahun 2019-2020. Untuk posisi pertama sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia adalah Brasil dengan jumlah kopi yang dihasilkan 2,59 juta Ton. Vietnam menduduki posisi kedua sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan jumlah kopi yang dihasilkan sebanyak 1,65 juta Ton. Untuk posisi ketiga sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia ditempati oleh Kolombia dengan jumlah kopi yang dihasilkan sebanyak 810 ribu ton. Indonesia menduduki posisi keempat sebagai negara penghasil kopi terbesar di dunia dengan jumlah kopi yang dihasilkan sebanyak 660 ribu ton.

Ekonomi kreatif sendiri merupakan konsep baru yang diciptakan dan dikembangkan dalam keberlangsungan perekonomian di Indonesia, dimana konsep ini menjadi pondasi perekonomian Indonesia pada saat ini. Sehingga dengan ekonomi kreatif, kekayaan alam dan segala isinya menjadi potensi untuk membangun dan meningkatkan perekonomian Indonesia menuju negara yang maju dan berdaya, serta potensi tersebut dapat dimanfaatkan secara bijaksana, inovatif, dan kreatif.

Kecamatan Kalipuro merupakan daerah dengan produksi tanaman kopi terbesar di Banyuwangi yaitu sebanyak 4714 Ton dan luas panen tanaman kopi seluas 4397 Ha. Berdasarkan data dari Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi, komoditas nomor satu adalah komoditas kopi dengan luas panen sebesar 4.397 Ha dan jumlah produksinya sebanyak 4.714 Ton. Untuk komoditas kedua adalah komoditas kelapa kopra dengan luas panen sebesar 3.010 Ha dan jumlah produksinya sebanyak 4.476 Ton. Komoditas terbesar ketiga adalah durian, dimana luas panen durian sebesar 152 Ha dan jumlah produksi sebanyak 1216 Ton.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Hartomo dan Cahyadin (2013: 225) menyebutkan bahwa produksi merupakan salah satu indikator ekonomi kreatif. Berkaitan dengan jumlah produksi kopi yang tinggi di Kecamatan Kalipuro maka tidak lepas dari daerah sentra perkebunan kopi yang terletak tepat di Desa Wisata Gombengsari. Meskipun dinobatkan sebagai penghasil kopi terbesar di Kecamatan Kalipuro, namun banyak kegiatan produksi masih berbasis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dengan pendapatan masyarakat yang masih tergolong rendah karena masih berfokus kepada penjualan bubuk kopi saja serta belum memanfaatkan potensi ekonomi kreatif yang ada. Padahal dengan ekonomi kreatif pengusaha dan pembisnis kopi dapat mengemas dan memasarkan produk lebih bernilai berupa wisata berbasis edukasi pembuatan kopi maupun souvenir yang berkaitan

dengan kopi. Sehingga nantinya akan berdampak pada pendapatan masyarakat yang juga akan beriringan dengan produk dan jasa yang menjadi daya tarik masyarakat melalui ekonomi kreatif

1.2. Kesenjangan Masalah yang Diambil (GAP Penelitian)

Dengan ditetapkannya Peraturan Daerah No. 1 Tahun 2017 tentang Desa Wisata, Gombengsari telah memenuhi kriteria yang harus dipenuhi. Gombengsari sebagai desa wisata dengan segala potensinya termasuk usaha kopi mampu menunjang ekonomi kreatif sehingga meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar.

Dengan perkebunan kopi seluas 1.700 ha, Gombengsari seolah nampak sebagai kebun kopi yang disela-selanya ada beberapa rumah warga. Apalagi, dapat dilihat bahwa terdapat tanaman kopi yang nyaris ditanam di semua pekarangan rumah warga. Perkebunan kopi disana pada mulanya hanya perkebunan kopi rakyat dimana setelah masa panen, akan langsung dijual ke pengepul ataupun tengkulak, bahkan petani dan pembeli menggunakan sistem ijon sehingga merugikan salah satu pihak. Branding terhadap Gombengsari sebagai kawasan penghasil kopi baru dimulai pada tahun 2011, sehingga Gombengsari mulai terkenal dan masyarakat mulai merubah pola panen serta mulai mengolah kopi menjadi bubuk kopi yang nantinya akan disajikan untuk wisatawan, kemudian dikemas dengan sebuah acara yaitu festival Kembang Kopi. Mantan Bupati Banyuwangi (Abdullah Azwar Anas S.Pd., S.S., M.Si.) mencanangkan dan mengembangkan Gombengsari sebagai salah satu desa wisata di Kabupaten Banyuwangi. Pencanangan itu berdasarkan intruksi tidak langsung dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif bapak Sandiaga Uno melalui program 200 desa di Manggarai Barat untuk ditetapkan sebagai desa wisata yang berguna bagi masyarakat desa dalam destinasi pariwisata super prioritas di Labuan Bajo.

1.3. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini melibatkan beberapa sumber penelitian terdahulu yang digunakan sebagai referensi bagi penulis untuk menambah pengetahuan dalam penelitian selanjutnya.

Tabel 1.2
Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti (Jenis, Tahun)	Ari Arsyadi Fattarani, Elvira Iskandar, Fajri (Jurnal, 2017)	Miftahur Rahma (Skripsi, 2017)	Tadjuddin, Nur Mayasari (Jurnal, 2019)
Judul Penelitian	Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus: Usaha “Kampong Kupu Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah	Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat.	Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo
Tujuan Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Faktor internal dan eksternal yang dihadapi usaha “Kampong Kupu Gayo” dapat diidentifikasi. 2. Digunakannya analisis SWOT untuk menentukan strategi pengembangan usaha tersebut. Melati dari 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui cara membuat produk kopi bubuk oleh sekelompok wanita tani melati untuk meningkatkan penjualan. 2. Mengetahui cara mengembangkan produk bubuk kopi semut kreasi sekelompok wanita Tani 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui bagaimana pengembangan UMKM International Coffee Organization (ICO) mencatat negara-negara yang memiliki produksi kopi tinggi di seluruh dunia. 2. Mengetahui pandangan islam terhadap ekonomi kreatif yang ada di Kota Palopo

	perspektif ekonomi syariah		
Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi kasus yang berfokus pada audiens tertentu, jadi memeriksanya sebagai kasus tertentu secara detail dan terperinci. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif.	Penelitian yang dilakukan berjenis penelitian lapangan dengan turun langsung di obyek penelitian. Penelitian ini bersifat analisis deskriptif dengan menggambarkan tepat segala gejala dan kejadian di masyarakat.	Penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif karena dengan penelitian kualitatif akan terjadi komunikasi dan sosialisasi yang dalam antara peneliti dan fenomena yang diteliti.
Hasil Penelitian	1. Faktor internal yang menjadi kekuatan adalah strategisnya lokasi dan bersaingnya harga, sedangkan pengambatnya adalah kurangnya jenis produk yang dihasilkan. Faktor eksternal yang menjadi kekuatan adalah pasar tentang kopi masih sangat besar, sedangkan yang menjadi ancaman adalah adanya kompetisi usaha yang sama. Strategi yang diperoleh dari analisis SWOT adalah strategi agresif dimana ini memudahkan usaha untuk berkembang secara maksimal.	1. Produk yang dibuat orisinal dan riset yang dilakukan menunjukkan bahwa pengembangan produk kopi berjalan dengan baik. 2. Apabila ditinjau dari ekonomi syariah maka produk ini tidak gharar (jelas) dan halal serta bermanfaat bagi kesehatan karena kopi ini diolah dengan baik dan benar. Sehingga pihak pemerintah dan swasta harus ikut andil didalamnya. dengan baik.	1. Pengembangan UMKM ekonomi kreatif di Kota Palopo masih mengalami banyak permasalahan dan keterbatasan dalam pengembangan usahanya. 2. Visi Islam tentang Ekonomi Kreatif adalah bisnis berbasis kreativitas dan inovasi dengan memperbaharui produk menjelaskan bahwa perdagangan atau niaga dalam Al-Qur'an disebut sebagai jalan yang diperintahkan Allah.

Sumber: Data diolah penulis, 2022

1.4. Pernyataan Kebaruan Ilmiah

Penulis melakukan penelitian yang berbeda dan belum dilakukan oleh penelitian terdahulu, dimana konteks penelitian yang dilakukan tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori Penta Helix, dimana terdapat 5 (lima) dimensi yang dijadikan tolak ukur untuk meninjau Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM yaitu dimensi *Intellectuals, Business, Government, Community, Media*.

1.5. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi serta faktor pendukung dan penghambanya di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi.

II. METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif dan pendekatan deduktif. Teknik pengumpulan data menggunakan 4 cara yaitu, wawancara, observasi, dokumentasi dan triangulasi. Kemudian data – data yang terkumpul dianalisis mulai dari reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Dalam menentukan informan menggunakan teknik *purposive sampling*.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Bagaimana Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari

Analisis dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah tentang pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kecamatan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi. Adapun analisis dalam hal ini didasarkan pada 5 dimensi atau pilar kolaborasi pemangku kepentingan atau Stakeholder yang diungkapkan oleh Arief Yahya (2016), hasil modifikasi dari konsep Triple Helix oleh Etzkowitz dan Leydesdorf (1995). Konsep Pentahelix diantaranya : *Intellectuals* (akademisi), *Business* (pembisnis), *Government* (pemerintah), *Community* (komunitas) dan Media.

1) Dimensi *Intellectuals*

Intellectuals atau bisa disebut akademisi ataupun cendekiawan adalah salah satu pihak pemangku kepentingan (Stakeholder) yang terdiri dari mahasiswa, dosen, pendidik, peneliti, pelatih, dan budayawan. Peran dari *Intellectuals* dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah sebagai konseptor, dimana *intellectuals* lah yang mencurahkan gagasan-gagasan atau inovasi yang nantinya menjadi referensi Stakeholder yang lain dalam menentukan kebijakan. Pada penelitian ini diperoleh bahwa *intellectuals* sudah cukup aktif dalam pengembangan ekonomi kreatif di Gombengsari, peran dari *intellectuals* sebagai salah satu pemangku kepentingan sudah berjalan karena sudah adanya riset ataupun penelitian yang dilakukan, tetapi ada beberapa hambatan yang harus diatasi oleh semua stakeholder.

2) Dimensi *Business*

Business atau pembisnis adalah organisasi atau perorangan yang memberikan nilai tambah terhadap proses bisnis yang dilakukan. Peran *business* terhadap perkembangan ekonomi kreatif adalah sebagai enabler yang artinya, *business* sebagai salah satu stakeholder dijadikan sebagai pihak yang memberikan bantuan kepada pelaku usaha sehingga usaha dapat berkembang dengan baik. Pada penelitian ini diperoleh bahwa *business* sudah berperan dalam pengembangan ekonomi kreatif di Gombengsari dimana sudah adanya pihak ketiga yang menyuntikkan modal kepada pelaku usaha.

3) Dimensi *Government*

Government atau pemerintah adalah otoritas yang terkait dengan peningkatan ekonomi kreatif, masing-masing dalam hal substansi dan administrasi. Peran *government* dalam pengembangan ekonomi kreatif adalah sebagai Regulator. Artinya *government* sebagai salah satu stakeholder berperan sebagai pembuat kebijakan atau aturan untuk mengontrol perkembangan UMKM. Terkait dengan indikator pada dimensi *government* pada penelitian ini, terdapat 2 indikator yaitu

adanya regulasi dan tersedianya infrastruktur di Gombengsari. Terdapat beberapa regulasi yang menunjang berkembangnya ekonomi kreatif di Gombengsari, salah satu regulasi tersebut adalah adanya penerapan peraturan . Government menjadi fasilitator hak merek, sertifikasi halal dan uji laboratorium kepada pelaku UMKM Kopi di Gombengsari. Selain itu ada regulasi yang sangat membantu UMKM Gombengsari, regulasi itu adalah Surat Keputusan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi, nomor : 188/686/429.110/2021. Surat tersebut berupa legalitas operasional Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Gombengsari, dengan adanya regulasi ini POKDARWIS menjadi leluasa dalam membantu pengelolaan UMKM terutama dalam hal perizinan dan lain-lain.

Berdasarkan observasi yang dilakukan terhadap Infrastruktur di Gombengsari didapatkan hasil bahwa jalanan di Desa Gombengsari dinilai masih kurang. Jalanan yang masih rusak itu adalah jalan penghubung antara Lingkungan Lerek dan Lingkungan Suko, maupun antara Lingkungan Lerek dengan Lingkungan Kaliklatak. Fasilitas umum juga cukup memadai, dimana kekurangannya adalah tidak adanya Gereja di Gombengsari. Sehingga masyarakat sendirilah yang berswadaya dalam memperbaiki jalan tersebut. Selain itu, fasilitas di Desa Wisata Gombengsari lebih lengkap apabila dibandingkan dengan di Desa Wisata Kemiren, data ini penulis dapatkan melalui Jaringan Desa Wisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Ini membuktikan bahwa Government peduli terhadap fasilitas pendukung di Desa Wisata Gombengsari.

4) Dimensi *Community*

Community atau komunitas adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan minat terhadap suatu hal untuk tujuan tertentu. Dalam hal ini komunitas bisa berperan sebagai pelayan UMKM ataupun sebagai promotor produk. *Community* memiliki peran sebagai akselerator. Artinya *community* dianggap sebagai sekelompok orang yang mempunyai keinginan yang sama dan sejalan dengan bisnis yang sedang berkembang. *Community* juga bisa menjadi stakeholder perantara ataupun penyalur antara pihak berkepentingan dengan UMKM dalam penyaluran bantuan untuk memperlancar kegiatan ekonomi kreatif. Peran *community* sebagai salah satu stakeholder dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Gombengsari dapat dilihat melalui 2 indikator. Indikator yang dimaksud adalah keaktifan pelaku usaha dan efektifitas pengolahan bahan baku.

Keaktifan pelaku usaha di Gombengsari terbilang aktif, ini dapat dilihat dari adanya Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) di Gombengsari. POKDARWIS adalah sekelompok masyarakat yang membantu memaksimalkan potensi-potensi pariwisata yang ada di Gombengsari. POKDARWIS merupakan suatu organisasi penggerak wisata yang terdapat di area Kacangan Asri RT 02 / RW 02 Kelurahan Gombengsari. Dengan terdapatnya POKDARWIS ini, pengelola wisata serta UMKM yang ada di daerah Gombengsari sangat terbantu yang paling utama adalah dalam hal- hal yang berhubungan dengan birokrasi, semacam perizinan serta legalitas produk. Tetapi, POKDARWIS Gombengsari masih memiliki kesusahan buat memperkenalkan kemampuan alamnya yang begitu indah kepada masyarakat luas. Jumlah pelaku usaha kopi di Gombengsari adalah kurang lebih 6 kelompok usaha, dimana kelompok tersebut membangun kios-kios sendiri dalam penjualan produksi kopinya. Masing-masing kios membangun

brandingnya sendiri agar menambah nilai jual terhadap produknya. Keaktifan komunitas juga dapat dilihat di Gombengsari menginginkan rebranding ulang agar Desa Wisata Gombengsari mempunyai Nilai Jual yang lebih dari Desa lain, termasuk Desa Wisata Kemiren.

Efektivitas pengolahan bahan baku dalam pemanfaatan bahan baku di Desa Gombengsari sangat beragam, ada yang menggunakan alat tradisional juga ada yang menggunakan teknologi terkini. Mesin Roasting modern yang diperoleh atas bantuan Pemerintah Provinsi juga sudah digunakan untuk menambah cita rasa kopi di Gombengsari. Selain menggunakan Mesin Roasting modern, pemanfaatan bahan baku juga menggunakan tradisional, seperti gilingan hingga proses sangrai tradisional. Gombengsari juga menerapkan cara yang unik dalam pemanfaatan bahan baku, dimana selain produksi kopi Gombengsari juga produksi susu kambing etawa. Dengan adanya kambing dan kopi, ini menghasilkan simbiosis mutualisme yang bisa mengurangi biaya produksi. Tanaman kopi menggunakan pupuk dari kotoran kambing etawa, dan daun-daun tanaman kopi bisa dijadikan pakan ternak kambing etawa.

5) Dimensi Media

Media adalah stakeholder atau pihak yang menyangkut dokumentasi dan publikasi terkait dengan promosi dan membuat brand image. Oleh karena itu dalam model Penta Helix ini, media berperan sebagai Expender. Media juga diargumentasikan sebagai media yang tepat bagi pemasaran karena kemudahan akses (Zarella, 2010). Dengan menggunakan media sosial baik melalui blog, social networking, facebook, e-commerce, dan instagram merupakan langkah strategis dalam memasarkan hasil produk. Selain dapat mengurangi biaya promosi, media sosial juga memiliki jangkauan yang lebih luas dan mudah diakses dalam mempromosikan produknya dibandingkan dengan memasarkan secara konvensional (Ahmed & Zahid, 2014:546; Pane 2014:13).

Beberapa UMKM Kopi di Desa Wisata Gombengsari sudah memanfaatkan salah satu e-commerce agar mendukung pelaku UMKM Kopi. E-commerce sendiri adalah perdagangan elektronik dengan kegiatan jual beli barang/jasa melalui jaringan elektronik, terutama internet. Karena dengan mengakses E-commerce tersebut, pembeli dapat membeli produk secara online. Hal ini memudahkan pembeli dari luar daerah untuk membeli secara online, tidak harus mendatangi secara langsung. Dengan adanya website ini maka dapat mendukung para UMKM untuk mengembangkan usahanya sebagai sarana promosi produk-produk yang dihasilkan. Dengan diterapkannya Gombengsari sebagai Desa Wisata, maka kedatangan wisatawan lah yang diharapkan pelaku usaha di Gombengsari dengan berfokus kepada agrowisata dan industri kopi. Oleh karena itu media hanya sebagai perantara dalam pengembangan ekonomi kreatif di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari, media sebagai perantarah wisatawan dapat tertarik untuk berkunjung di Gombengsari.

Kualitas publikasi dari media-media yang sudah memblow up potensi di Gombengsari masih terbilang rendah, karena dalam pelaksanaannya masih belum adanya website resmi tentang Desa Wisata Gombengsari. Website resmi Desa Wisata Gombengsari bisa membantu adanya peningkatan transaksional setelah melihat potensi-potensi yang ada di Gombengsari. Walaupun

hanya menggunakan media-media tertentu, potensi Gombengsari sudah tercium oleh wisatawan diluar Banyuwangi,

3.2 Faktor Pendukung Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari

1) Faktor Internal

a. Ketersediaan Bahan Baku

Ketersediaan bahan baku yang melimpah menjadi faktor pendukung utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Ini sangat terlihat dari kondisi wilayah Gombengsari yang dikelilingi perkebunan kopi, dimana 800 hektar dari 1.998 hektar luas wilayah pertanian dan perkebunan di Gombengsari berupa perkebunan kopi. Masing-masing petani sendiri rata-rata memiliki kebun kopi seluas 1-5 hektar dengan jumlah produksi sekitar 1,5 ton per hektar. Jenis kopi yang menjadi produk unggulan pelaku usaha adalah kopi robusta dan Arabika, walaupun ada beberapa kopi dengan jenis lain yang memiliki cita rasa yang unggul seperti, kopi lanang, kopi luwak, kopi house blend (gabungan robusta dan arabika), dan kopi leberica.

b. Permodalan

Permodalan yang dimiliki masing-masing pelaku usaha di Gombengsari menjadi salah satu faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Kecukupan modal pelaku usaha dipenuhi melalui laba yang dihasilkan melalui setiap kegiatan usaha yang telah dilakukan terutama penjualan kopi dan agrowisata perkebunan kopi, dimana keuntungan itu juga diperoleh melalui jumlah produksi kopi setiap minggunya. Rata-rata setiap pelaku usaha memproduksi kopi 30-50 kg dalam seminggu. Selain dari keuntungan pelaku usaha, kecukupan modal ini juga berasal dari pihak ketiga, yaitu Business. Business atau dalam aspek ini Bank Republik Indonesia (BRI) memberikan suntikan modal kepada Gerakan Tani (GERTANI) Gombengsari untuk biaya perawatan kopi.

c. Keaktifan Pelaku Usaha

Keaktifan pelaku usaha di Gombengsari menjadi faktor pendukung yang sangat mencolok dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Masyarakat terutama pelaku usaha di Gombengsari sangat antusias dalam memproduksi kopi, bahkan pelaku usaha sering menekan Pemerintah Daerah Kabupaten Banyuwangi untuk melakukan *rebranding* dan siap untuk mengikuti segala bentuk petunjuk PemDa agar *rebranding* bisa dilakukan. Untuk memaksimalkan potensi yang ada di Gombengsari pelaku usaha membentuk Kelompok Sadar Wisata POKDARWIS dimana kelompok inilah yang membantu pelaku usaha dalam pengurusan izin kelembagaan kepada pemerintah daerah.

2) Faktor Eksternal

a. Aspek Visi Misi Kabupaten Banyuwangi

Aspek visi misi Kabupaten Banyuwangi menjadi faktor pendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Pada intinya misi Kabupaten Banyuwangi ingin meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan ketahanan ekonomi lokal salah satunya melalui UMKM. Sehingga pemerintah Kabupaten Banyuwangi cukup membantu dalam pengembangan UMKM di Gombengari, salah satunya berupa pemberian fasilitas yang cukup lengkap di wilayah Gombengsari. Selain pemberian fasilitas, pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga membuat regulasi Uji Laboratorium kepada pelaku usaha kopi diseluruh Kabupaten Banyuwangi. Uji Lab tersebut nantinya akan memberikan lisensi maupun sertifikat kualitas kopi yang berguna dalam pelaku usaha yang bergelut didalamnya.

b. Pelatihan

Pelatihan menjadi faktor pendukung yang terakhir dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Pelatihan ini rutin dilakukan pada bulan Februari oleh Dinas Tenaga Kerja dan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi. Pelatihan ini dilakukan Di Pendapa Sabha Swagata Blambangan dan ditujukan kepada kelompok tani agar bisa menanam, mengolah, dan memasarkan kopi kepada masyarakat. Pelatihan ini juga dilakukan bergiliran sehingga semua masyarakat terutama pelaku usaha kopi bisa merasakan. Agar semua pelaku usaha merasakan pelatihan maka pak Lurah Gombengsari meminta ketua dari masing-masing kelompok usaha agar mendata untuk nantinya pelatihan dilaksanakan bergilir masing-masing orang.

3.3 Faktor Penghambat Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari

1) Faktor Internal

a. Sumber Daya Manusia (SDM)

Rendah Sumber daya Manusia (SDM) yang masih rendah menjadi faktor penghambat utama dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Faktor yang mempengaruhi rendahnya SDM di Gombengsari salah satunya adalah para tenaga kerja di Gombengsari rata-rata adalah lulusan Sekolah Menengah Atas (SMA) kebawah. Dilihat dari Badan Pusat Statistik bahwa Gombengsari hanya memiliki 1 SMA yaitu SMA NU Gombengsari Kalipuro, dengan hanya terdapatnya 1 SMA di Gombengsari menandakan untuk melanjutkan sekolah kejenjang selanjutnya memerlukan biaya dan kemauan tersendiri untuk pergi ke Kelurahan atau Kecamatan lain yang memiliki agreditasi dan kualitas yang memadai. Sehingga dalam melakukan kegiatan usahanya, para kelompok usaha masih kurang maksimal. Salah satu contoh dampak dari rendahnya kualitas SDM di Gombengsari adalah tidak adanya media pribadi pelaku usaha untuk melakukan periklanan. Jadi periklanan dilakukan dengan mengundang atau mengandalkan pihak ketiga. Upaya yang harus dilakukan Pemerintah adalah dengan diadakannya pelatihan dan peningkatan kualitas pendidikan di Gombengsari.

b. Lokasi Kurang Strategis

Lokasi Gombengsari yang terbilang kurang strategis ini menjadi faktor penghambat yang mutlak dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Lokasi Gombengsari yang kurang strategis membuat wisatawan enggan berkunjung, dimana untuk ke Gombengsari sendiri membutuhkan waktu sekitar 45 menit dari pusat Kabupaten Banyuwangi. Jauhnya akses ke Gombengsari didukung pula dengan tidak adanya transportasi umum, sehingga membuat masyarakat semakin enggan untuk ke Gombengsari. Upaya yang seharusnya dilakukan adalah dengan diblow up nya potensi-potensi yang ada di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari agar masyarakat terutama wisatawan merasa penasaran dan tertarik dengan produk-produk yang dipasarkan.

c. Lemahnya *Branding*

Branding Gombengsari sebagai desa wisata yang terbilang lemah menjadi faktor penghambat internal dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari Kabupaten Banyuwangi. Lemahnya selfbranding Gombengsari sebagai Desa Wisata Kopi ini dapat terlihat dari lebih dikenalnya kopi dari Desa Wisata Kemiren dari pada Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari oleh wisatawan. Padahal banyak produk kopi di Desa Wisata Kemiren yang biji kopinya dari Desa Wisata Gombengsari, sehingga yang dikenal adalah Desa Kemiren. Desa Wisata Kemiren menjadi kompetitor yang lebih inovatif dari Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari, sehingga yang perlu dilakukan pelaku usaha adalah rebranding. Upaya inilah yang sedang digiatkan oleh pelaku UMKM Kopi dengan meminta bantuan Dinas Koperasi, Usaha Mikro dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi.

2) Faktor Eksternal

a. Tidak Adanya Transportasi Umum

Dengan letak geografis Gombengsari yang jauh dari perkotaan membuat Dinas Perhubungan berpikir dua kali untuk menyediakan angkutan umum. Apabila disediakan transportasi umum, ini dianggap nonprofit dan merugikan banyak hal. Padahal transportasi umum merupakan fasilitas umum yang memfasilitasi mobilitas dan pergerakan wisatawan menuju ke Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Tidak adanya transportasi umum menjadi salah satu faktor enggannya wisatawan datang ke Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari. Upaya yang seharusnya dilakukan pemerintah adalah dengan menyediakan fasilitas umum untuk mobilisasi wisatawan, penyediaan ini bisa diupayakan oleh pemerintah saja mupun dengan agen biro perjalanan.

b. Lemahnya Jaringan Telekomunikasi

Dengan letak Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari yang berupa dataran tinggi membuat jaringan telekomunikasi lemah. Wifi yang disediakan oleh Pelaku UMKM hanya di beberapa spot warung kopi saja, sedangkan di agrowisatanya masih belum tersedia. Hanya ada beberapa provider saja yang sudah menembus daerah ini, yaitu Telkomsel dan XL dengan kualitas jaringan yang masih tidak stabil dalam penggunaannya. Upaya yang harus dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas jaringan di Desa Wisata Kampong Kopi Gombengsari.

Pihak yang bertanggung jawab tentang hal ini adalah Dinas Komunikasi dan Informasi Kabupaten Banyuwangi serta bekerja sama dengan provider-provider terkait. Tersedianya jaringan berkualitas di wilayah Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari yang merata akan berdampak pada perkembangan kualitas ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi. Dengan cara itu, masyarakat terutama pelaku UMKM akan merambah ke sektor UMKM digital dalam waktu tertentu.

c. Pandemi Covid-19

Pemerintah Indonesia mengumumkan pada 2 Maret 2020 bahwa permasalahan awal Covid-19 sudah masuk ke Indonesia. Perekonomian di Indonesia dikala ini sedang tidak normal serta cenderung menyusut akibat dari pandemi Covid-19 ini dimana jumlah produksi kopi sebelum dan sesudah Covid-19 pada kelompok usaha di Gombongsari juga mengalami penurunan. Kopi Lego yang awalnya 80 kg seminggu sekarang sebesar 30 kg, Warung Soffy yang awalnya 60 kg sekarang menjadi 22 kg, Kopi Tore yang awalnya sebesar 70 kg menjadi 26 kg, Kopi Neeko Kasela yang awalnya 70 kg menjadi sebanyak 25 kg, dan Kopi Kahyangan yang awalnya 75 kg menjadi sebanyak 35 kg.

3.4 Diskusi Temuan Utama Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa Pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari pada umumnya sudah cukup baik dan sudah sesuai dengan teori kolaborasi Penta Helix yang dikemukakan oleh Arief Yahya (2016) arah pengembangan UMKM di Kabupaten Banyuwangi tepatnya di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari sudah berjalan cukup baik. Penulis ingin memberikan beberapa saran yang diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan adalah sebagai berikut: 1. Pada kolaborasi *intellectuals, business, government, community*, dan media diharapkan untuk ditingkatkan lebih intensif, secara menyeluruh dan benar-benar melibatkan semua pihak yang terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM Kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari. 2. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi sebaiknya mengajak media agar menjadi motor penggerak dalam peningkatan kualitas publikasi periklanan yang rendah sehingga minat transaksional meningkat. 3. Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi hendaknya dapat berkolaborasi dengan Dinas Pertanian dan Pangan Kabupaten Banyuwangi serta Pusat Penelitian Kopi dan Kakao Indonesia (Puslitkoka) untuk melakukan riset terkait produk kopi dari UMKM kopi di Gombongsari. Puslitkoka mendapat mandat untuk melakukan penelitian dan pengembangan untuk komoditas kopi dan kakao, mulai dari bahan tanam, budidaya, perlakuan pascapanen sampai dengan pengolahan produk sehingga tidak hanya menyuguhkan rasa tetapi manfaat dibalik kopi yang dihidangkan.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan penulis mengenai pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari, penulis menyimpulkan sebagai berikut:

- 1) Pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Desa Wisata Kampung Kopi Gombongsari pada umumnya sudah cukup baik dan sudah sesuai dengan teori kolaborasi Penta Helix yang dikemukakan oleh Arief Yahya (2016) arah pengembangan UMKM di Kabupaten

Banyuwangi tepatnya di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari sudah berjalan cukup baik. Pada dimensi *intellectualss* perannya dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi adalah dengan melakukan pengarahan, pelatihan dan riset. Dampak dari yang telah dilakukan oleh *intellectualss* berupa terciptanya kepedulian pemerintah dan masyarakat terhadap apa yang diteliti oleh mahasiswa, ataupun akademisi mengenai Gombengsari. Dalam dimensi *business*, stakeholders ini menerapkan perannya dengan mencukupi modal pelaku usaha agar dapat terus berkembang. Dengan modal yang tercukupi maka pelaku usaha dapat membuka lapangan pekerjaan sehingga meningkatkan ketersediaan kesempatan kerja bagi masyarakat sekitar. Secara tidak langsung *business* telah membantu pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. **Government** berperan dengan membuat regulasi tentang uji laboratorium pada produk kopi dan melengkapi fasilitas umum di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari agar menunjang perkembangan ekonomi kreatif disana. **Community** sebagai stakeholder melakukan perannya dengan menghidupkan dan mengaktifkan pelaku usaha melalui kelompok sadar wisata (POKDARWIS). Serta dengan mengefektifkan pemanfaatan dan pengolahan bahan baku sehingga bahan baku yang melimpah di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari dapat menghasilkan produk yang unggul dan berkualitas. **Media** berperan dengan memblow up potensi-potensi agar menarik wisatawan dalam negeri maupun luar negeri. Dampak dari pengiklanan media adalah bertambahnya minat transaksional di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari.

- 2) Faktor pendukung dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Gombengsari dibagi menjadi dua, yaitu internal dan eksternal. Faktor internalnya adalah ketersediaan bahan baku, kecukupan modal dan keaktifan pelaku usaha. Sedangkan faktor eksternalnya adalah visi misi pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan pelatihan yang dilakukan oleh dinas terkait.
- 3) Faktor penghambat dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis UMKM kopi di Gombengsari juga dibagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internalnya adalah sumber daya manusia (SDM) yang masih rendah, lokasi yang kurang strategis, dan branding yang masih kurang. Sedangkan faktor eksternalnya adalah tidak adanya transportasi umum di Desa Wisata Kampung Kopi Gombengsari dan lemahnya jaringan telekomunikasi di daerah tersebut.

Keterbatasan Penelitian. Penelitian ini memiliki keterbatasan utama yakni waktu dan biaya penelitian.

Arah Masa Depan Penelitian (*future work*). Penulis menyadari masih awalnya temuan penelitian, oleh karena itu penulis menyarankan agar dapat dilakukan penelitian lanjutan pada lokasi serupa untuk menemukan hasil yang lebih mendalam.

V. UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih terutama ditujukan kepada Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan Kabupaten Banyuwangi yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan penelitian, serta seluruh pihak yang membantu dan mensukseskan pelaksanaan penelitian.

VI. DAFTAR PUSTAKA

Buku, Jurnal dan Skripsi

Arsyadi, A. & Iskandar. E. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Pengolahan Kopi Arabika Studi Kasus: Usaha “Kampung Kopi Gayo”, Kabupaten Aceh Tengah. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pertanian Unsyiah, Vol. 2, No. 4: 323-332

BPS kabupaten Banyuwangi

Dan Zarella. 2010. The Social Media Marketing Book. Oreilly Media. USA.

Etzkowitz, Henry, and Loet Leydesdorff. "The Triple Helix-University-industrygovernment relations: A laboratory for knowledge based economic development." *EASST review* 14, no. 1 (1995): 14-19

Rahma, Miftahur. (2017). Pengembangan Produk Kopi Bubuk Cap Semut dalam Meningkatkan Penjualan Ditinjau dari Perspektif Ekonomi Islam Desa Tribudisyukur Kecamatan Kebun Tebu Kabupaten Lampung Barat.

Tadjuddin & Mayasari, N. (2019). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif di Kota Palopo. *Journal of Islamic Management and Bussines*, Vol. 2, No. 1

Sumber Lainnya

<https://www.banyuwangikab.go.id/> diakses tanggal 2 September 2021

