

**ABSTRAK DAN EXECUTIVE SUMMARY  
HIBAH BERSAING**



**MODEL INOVASI DAYA SAING USAHA KECIL  
DAN KEPARIWISATAAN KABUPATEN BANYUWANGI  
BERBASIS INTERGOVERNMENTAL NETWORK**

Ketua Peneliti:

**Drs. Boedijono, M.Si**

**NIDN. 0031036102**

Anggota Peneliti

**Drs. Agung Purwanto, M.Si**

**NIDN. 0022106805**

Dibiayai oleh Direktorat Riset & Pengabdian kepada Masyarakat  
Sesuai SPK antara Ketua Peneliti dengan Lembaga Penelitian Universitas Nomor  
: 188R/UN25.3.1/LT/2016; Tanggal : 17 Februari 2016

**UNIVERSITAS JEMBER**

**Nopember , 2016**

## Identitas Penelitian

**1. Judul Usulan** : Model Inovasi Daya Saing Usaha Kecil Dan  
Kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi Berbasis  
*Intergovernmental network*

### 2. Ketua Peneliti

- a) Nama Lengkap : Drs. Boedijono, M.Si  
b) Jenis Kelamin : Laki-Laki  
c) NIP : 196103311989021001  
d) Jabatan Struktural : -  
e) Jabatan Fungsional : Penata Tk.I/ IVa/ Lektor Kepala  
f) Fakultas/Jurusan : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/ Administrasi Niaga  
g) Alamat : Jl. Kalimantan Kampus Tegal Boto, Jember  
h) Telpon/ Faks : 0331 335586  
i) Alamat Rumah : Jl. Brantas XXV/77 Jemberv  
j) Telpon/ Faks/ Email : 0331-337373/ 081234553588/  
[boedijono.mbahman@gmail.com](mailto:boedijono.mbahman@gmail.com)

### 3. Tim Peneliti:

No.	N A M A	Bidang Keahlian	Mata kuliah	Instansi	Alokasi Waktu
1.	<b>Drs. Boedijono, M. Si</b>	Kebijakan Publik	isu dan kebijakan otoda, monitoring dan evaluasi program	Jurusan Ilmu Administrasi, Prodi Ilmu Administrasi Publik, FISIP, Universitas Jember	15 jam/ minggu
2.	<b>Dr. Agung Purwanto, M.Si</b>	Ilmu Pemerintahan	sistem politik Indonesia	Jurusan Ilmu Hubungan Internasional, FISIP, Universitas Jember	12 jam/ minggu

### 4. Obyek Penelitian:

- a) Usaha Kecil Kabupaten Banyuwangi  
b) Kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi

### 5. Masa Pelaksanaan Penelitian:

Tahun ke satu (1)

- Mulai 01 April 2015
- Berakhir 20 Desember 2015

### 6. Anggaran yang diusulkan

- **tahun pertama (I) :**

**Rp. 74.962.500,-** (tujuh puluh empat juta sembilan ratus enam puluh dua ribu lima ratus rupiah)

- **tahun kedua (II) :**

**Rp. 74.512.500,-** (tujuh puluh empat juta lima ratus dua belas ribu lima ratus rupiah)

- **Anggaran keseluruhan :**

**Rp. 149.475.000,-** (seratus empat puluh Sembilan juta empat ratus tujuh puluh lima ribu rupiah)

**7. Lokasi Penelitian :**

Lokasi penelitian adalah di Kabupaten Banyuwangi, dengan fokus pada obyek studi usaha kecil dan kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi.

**8. Hasil yang ditargetkan :**

Hasil yang ditargetkan meliputi : 1). Menemukan faktor pendukung dan faktor penghambat Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan kolaborasi antardaerah, 2). Menemukan alternatif model *intergovernmental relation* Kabupaten Banyuwangi dengan daerah lain, 3). Menemukan *intergovernmental management network* yang meliputi (*information network, developmental network, outreach network, action network dan marketing network*), 4). Artikel yang dimuat dalam jurnal nasional terakreditasi, 5) Poster, 6) keterlibatan 5 (lima) mahasiswa dalam penelitian payung untuk skripsi

**9. Institusi lain yang terlibat :** Laboratorium Administrasi Bisnis dan Publik (LATABP) Universitas Jember.

**10. Keterangan lain yang dianggap perlu : -**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan 1) Menemukan faktor penghambat Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan kolaborasi antardaerah, 2) Menemukan faktor pendukung Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan kolaborasi antardaerah, 3) Menemukan alternatif model *intergovernmental relation* Kabupaten Banyuwangi dengan daerah lain, 4) Menemukan *intergovernmental management network* yang meliputi (*information network, developmental network, outreach network, action network dan marketing network*). Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang dibagi menjadi dua tahap dalam waktu dua tahun. Riset ini menjadi penting dilakukan untuk menemukan model inovasi daya saing Usaha Kecil dan Kepariwisata Kabupaten Banyuwangi berbasis *Intergovernmental networks*. Hasil penelitian ditahun pertama adalah Pemerintah Kabupaten Banyuwangi di pimpin oleh Bupati yang bervisi kerakyatan dan melakukan Branding kepariwisataan dan berhasil meningkatkan PAD secara signifikan. Kerjasama internal antar SKPD dilakukan untuk bersama sama membangun daerah dan menyukseskan setiap even yang dilakukan. Kerjasama antar SKPD yang sedemikian massif ini jarang dijumpai di daerah lain. Pemberdayaan masyarakat melalui bumdes dalam pengelolaan wisata dan keterlibatan usaha kecil dalam setiap even yang dilakukan membuat masyarakat merasakan langsung keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan pemerintah. Tahun ke dua, Intergovernmental management network yang dilakukan pemerintah daerah mampu memberikan *sounding, understanding dan trusting* kepada masyarakat. Pemberdayaan (*empowering*) yang berorientasi kemandirian dan kesejahteraan pada usaha kecil dilakukan dengan keterlibatan setiap even, marketplace [banyuwangimall.com](http://banyuwangimall.com) memberikan bukti keseriusan pemerintah dalam memperkenalkan potensi usaha kecil yang dimiliki Banyuwangi. Mental entrepreneur aparatur pemerintah meningkat dengan intervensi program kepala daerah sehingga secara langsung menunjukkan keberhasilan menekan ego sektoral dengan kinerja dan produktivitas tinggi.

Kata Kunci: *intergovernmental networks*, inovasi, usaha kecil, kepariwisataan

## **EXECUTIVE SUMMARY**

### **BAB I. PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Era otonomi daerah dan desentralisasi saat ini berdampak pada kemandirian daerah. Daerah yang memiliki potensi dan mampu mengeksplorasi dapat menjadi daerah yang maju seiring dengan tingkat kesejahteraan masyarakat yang semakin berkembang. Kreativitas dan inovasi pembangunan dapat dilakukan secara mandiri dengan dibentuknya perda ataupun perbub sehingga mampu memajukan daerah, baik dari sisi investasi/ permodalan ataupun regulasi yang berpihak pada tumbuhnya ekonomi baru dimasyarakat.

Konsekuensi dari era ini adalah tidak semua memaknai otonomi dan desentralisasi sebagai hal positif dan kebebasan berkreasi, tidak sedikit yang beranggapan justru otonomi ini hanya menguntungkan daerah yang memiliki keunggulan atau potensi, seperti pariwisata, perkebunan ataupun pertambangan. Padahal potensi-potensi selain itu juga dapat di tonjolkan apabila dikelola secara serius dan berkelanjutan. Pemerintah daerah dapat melakukan kerjasama (*collaboration*) dengan pemerintah daerah lain dalam optimalisasi potensi yang ada.

Kabupaten Banyuwangi saat ini menggeliat dengan program pembangunan ekonomi dan kepariwisataanya. Bupati yang baru bahkan melakukan moratorium penambahan ritel berjaringan sejak 2010 agar keberadaan pasar tradisional tetap dapat ruang untuk tumbuh. Penataan pasar tradisional juga di tata dengan lebih baik dan lebih bersih, pusat-pusat kuliner didirikan dan pemberdayaan UKM dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Menurut Kebijakan Pembangunan Daerah Kabupaten Banyuwangi 2011-2015 bahwa kekuatan Banyuwangi adalah 1) produsen primer untuk pertanian dan perikanan, 2) potensi alam yang besar, 3) jumlah penduduk yang besar, 4) posisi strategis antara Bali dengan Jawa Timur, 5) Banyaknya tokoh tokoh yang berpengaruh, 6) heterogenitas budaya masyarakat, 7) dukungan politik mayoritas, 8) kekuatan birokrasi. Meskipun demikian, kekuatan yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi juga tidak begitu saja dapat dioptimalkan, karena ternyata memiliki beberapa kelemahan, diantaranya : 1) nilai tambah produk pertanian yang rendah, 2) kualitas SDM yang masih rendah, 3)

pembangunan yang masih belum merata, 4) masih lemahnya infrastruktur, 5) cenderung ditinggalkannya budaya lokal.

Riset ini menjadi penting untuk dilakukan, karena dengan pendekatan *intergovernmental network* daerah Kabupaten Banyuwangi lebih berpeluang mengembangkan daerahnya, khususnya dari sektor pemberdayaan usaha kecil dan kepariwisataan daerah, yang melibatkan banyak sektor pendukung dan ketersediaan sumberdaya manusia. Kerjasama berbasis *intergovernmental network* memungkinkan sebuah daerah bekerjasama dengan kabupaten lain, propinsi lain atau bahkan negara lain yang berpotensi meningkatkan investasi, *sharing* sumberdaya, atau memberikan *technological learning* sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan dalam jangka panjang.

## 1.2 Tujuan Khusus Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan khusus dan tujuan jangka panjang. Adapun tujuan khusus penelitian ini adalah:

1. Menemukan faktor penghambat Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan kolaborasi antardaerah.
2. Menemukan faktor pendukung Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan kolaborasi antardaerah.
3. Menemukan alternatif model *intergovernmental relation* Kabupaten Banyuwangi dengan daerah lain.
4. Menemukan *intergovernmental management network* yang meliputi (*information network, developmental network, outreach network, action network dan marketing network*).

Adapun tujuan jangka panjang dari riset ini adalah :

1. Kabupaten Banyuwangi dapat menggunakan model hasil penelitian ini sebagai program pengembangan kerjasama dengan daerah lain.
2. Inovasi kerjasama yang memungkinkan dapat dilakukan dengan landasan mutualisme untuk pengembangan usaha kecil dan kepariwisataan.
3. Semangat kolaborasi dan inovasi kerjasama antardaerah dilindungi dengan regulasi pemerintah yang jelas dan pengelolaan keuangan yang jelas sehingga terhindar dari ketakutan hukuman penjara (korupsi dan penyalahgunaan wewenang).

### 1.3 Urgensi (keutamaan Penelitian)

Proses kerjasama di era otonomi daerah mulai jarang dilakukan. Warsono (2009) menjelaskan ada beberapa fenomena pasca orde baru terkait makin perlunya memperhatikan manajemen regional, yaitu: 1) melemahnya koordinasi pembangunan tingkat regional, 2) kurangnya ruang untuk manajemen regional pada hierarki perundangan, 3) kurang tertanganinya dengan baik masalah atau konflik horizontal antar kabupaten/ kota yang berdekatan.

Pendekatan wilayah dianggap sebagai pelengkap penting dalam penyelenggaraan pembangunan disamping pendekatan pembangunan daerah. Dalam penyelenggaraan pembangunan wilayah khususnya kerjasama antar daerah yang berdekatan inilah berbagai kondisi, baik *practical* maupun *teoritical*, terjadi. Dalam domain praktis tercatat menguatnya kebijakan desentralisasi, sedangkan pada domain teoritis antara lain terjadi pergeseran paradigma dalam penyelenggaraan pemerintahan. Dalam literatur kerjasama antardaerah (*intergovernmental management*) juga terjadi pergeseran semangat dari yang sekedar *cooperation* kearah semangat *collaboration*.

Kerjasama antar daerah merupakan aksi bersama (*collective action*) yang terjadi dalam proses yang unik. Keunikan kerjasama antardaerah ini terlihat dari pola hubungan yang terjalin dilandasi oleh relasi horizontal, bukan hierarkikal. Konsekuensi dari pola ini akan berimplikasi pada pendekatan yang semestinya dipahami bersama oleh aktor yang terlibat. Kesalahan pemahaman dan pemberlakuan model organisasi konvensional berakibat fatal pada manajemen kerjasama antar daerah, yakni jebakan birokratisme dalam kerjasama antar daerah. Pendekatan konvensional memandang organisasi dengan pendekatan birokrasi weberian (*intra organizational*) sedangkan kerjasama antar daerah bersifat *intergovernmental networking* lebih tepat didekati dengan konsep *inter organization*.

Lanskap inilah yang melandasi pentingnya penelitian ini, dimana Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi pengembangan usaha kecil dan sektor kepariwisataan, sehingga *intergovernmental network* sangat mungkin dilakukan dengan daerah lain. Berdasar hasil penelitian Boedijono (2012) mengungkapkan bahwa Kabupaten Banyuwangi sebenarnya sudah menyiratkan perubahan tata kelola pemerintahan yang lebih baik. Penelitian Toha (2013) juga menegaskan bahwa moratorium dihentikannya ritel modern berjaringan adalah sebagai komitmen pemda Banyuwangi lebih serius menata kelola pasar tradisional dan usaha kecil. Penelitian yang akan dilakukan akan

berupaya menemukan faktor penghambat dan pendukung *intergovernmental network* Kabupaten Banyuwangi dan menemukan model *intergovernmental network* dari aspek *information, developmental, outreach, action dan marketing networks*. Inovasi disektor publik ini akan berdampak terhadap keberdayaan usaha kecil dan majunya sektor kepariwisataan di Banyuwangi.

## **BAB II**

### **STUDI PUSTAKA**

#### **2.1 Inovasi di sektor publik**

Penyelenggaraan *good governance* menuntut adanya perubahan-perubahan yang ekstensif, terutama dalam peran pemerintah. Mengadopsi istilah Osborne and Gaebler (1992) yaitu *steering* daripada *rowing*, dan *enabling* daripada *providing*, pemerintah tidak perlu melakukan segalanya sendiri tetapi lebih memfasilitasi dan mengkoordinir, bukan mengarahkan dan mengontrol.

Pergeseran dari *old government* ke *new governance* di era transisi menuju demokratisasi pada praktiknya akan menghadapi permasalahan yang sangat kompleks. Inti dari reformasi adalah bagaimana mengelola suatu perubahan. Satu tahap penting dalam proses perubahan adalah *recognition stage*, yaitu tahap mengenali dan menyadari bahwa perubahan memang benar-benar dibutuhkan. Mengetahui bahwa perubahan diperlukan tidak berarti bahwa agen perubahan akan dengan sendirinya mampu menginisiasi dan sukses mengimplementasikan perubahan. Setiap agenda untuk melakukan perubahan, dalam implementasinya selalu menimbulkan reaksi balik. Kemampuan untuk mendiagnosis dan memilih strategi untuk mendorong perubahan, adalah langkah selanjutnya untuk melakukan perubahan secara efektif.

#### **2.2 Intergovernmental management**

Topik *intergovernmental management* mulai mengemuka pada literatur dan tulisan para pakar manajemen publik mulai pertengahan abad 20. Secara khusus ada dua fenomena teoritis, yakni pertama, pentingnya pergeseran pendekatan organisasi kerjasama antar daerah dari konsep *intra organization* ke arah *inter organization*. Kedua, pendekatan kerjasama antar daerah yang karena struktur hubungannya merupakan “relasi horizontal” dari bersifat *voluntary* ke arah semangat kolaborasi yang lebih punya kekuatan dalam *collective action*. Kajian tentang regionalisasi dan kerjasama antar daerah, khususnya kerjasama antardaerah yang berdekatan di Indonesia belum banyak mendapat perhatian.

#### **2.3 Semangat kolaborasi dalam kerjasama regional**

Istilah kerjasama dan kolaborasi masih digunakan secara bergantian, dan belum ada upaya untuk menunjukkan perbedaan dan kedalaman makna dari istilah tersebut.

Secara umum lebih dikenal istilah kerjasama daripada kolaborasi, dan tidak ada pemahaman yang lebih mendalam tentang paradigma apa yang seharusnya di anut.

Kerjasama antar pemerintah daerah (*intergovernmental cooperation*) didefinisikan sebagai “*an arrangement between two or more governments for accomplishing common goals, providing a service or solving a mutual problem*”. Dalam definisi ini tersirat adanya kepentingan bersama yang mendorong dua atau lebih pemerintah daerah untuk memberikan pelayanan bersama atau memecahkan masalah secara bersama sama. Atau dengan kata lain, pengaturan ini bersifat pengaturan bersama (*joint*), yang tentu saja berbeda karakteristiknya dibandingkan dengan pengaturan sendiri (*internal daerah*). Sifat kerjasama sering ditafsirkan sebagai sukarela, tetapi bukan berarti semaunya, karena kerjasama memiliki tujuan dan target tertentu yang harus di capai oleh pihak-pihak yang bekerjasama. Karenanya, aspek-aspek yang dikerjakasikan dituangkan dalam program resmi dengan manfaat yang di nikmati bersama, serta biaya dan risikonya ditanggung bersama. Sementara itu, kerjasama dalam kamus besar bahasa Indonesia dimaknai sebagai kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang atau lembaga untuk mencapai tujuan bersama. Jadi dalam kerjasama ada unsur kegiatan, beberapa pihak dan pencapaian tujuan.

#### **2.4 Implikasi kebijakan**

Mengingat kebutuhan kerjasama sudah merambah pada pelayanan publik, sedangkan cakupan kerjasama yang telah ada umumnya baru sebatas *regional marketing*, kedepan sebaiknya cakupan kerjasama tidak sebatas salah satu bidang seperti yang selama ini terjadi, yakni kerjasama bidang ekonomi dan pelayanan publik.

Kenyataan bahwa pemahaman konsep manajemen regional masih sangat terbatas pada pengelola, kedepan perlu pemahaman konsep manajemen regional yang lebih meluas (eksekutif dan legislatif) pada proses pembentukan *region* (regionalisasi) dan perintisan kerjasama baru. Sebaiknya pemahaman konsep manajemen regional tidak sebatas kerjasama (*co-operation*), tetapi ditingkatkan pada semangat kolaborasi. Realitas dari kerjasama yang ada bentuk IGM (*Intergovernmental management*) lebih dapat mengekspresikan *collective action* dibanding IGR (*intergovernmental relation*)

## **BAB III. METODE PENELITIAN**

Berdasar permasalahan yang ada, maka penelitian ini akan dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Beberapa tahapan penelitian yang akan dilalui dapat diuraikan sebagai berikut:

### **3.1. Menyiapkan Perangkat (Instrumen) Atau Panduan Pelaksanaan**

Antara lain panduan wawancara berstruktur, panduan observasi, penetapan sasaran-sasarannya, baik tujuan maupun informannya. Cara penentuan informan berdasar observasi yang dilakukan peneliti dilapangan, sehingga penentuan *key informan* adalah mereka yang terlibat langsung dalam obyek penelitian dan mampu memberikan informasi obyektif tentang fakta yang senyatanya terjadi.

#### **3.1.1. Uji Coba Instrumen Secara Internal (dalam Lingkungan Peneliti) dan Penyempurnaan Instrumen.**

Uji coba instrumen secara internal ini bertujuan menyempurnakan instrumen penelitian yang akan dipakai dilapangan sehingga hasil data dan informasi penelitian ini bisa sesuai dengan yang diharapkan dalam tujuan penelitian ini, lebih fokus dan sistematis.

#### **3.1.2. Praktek pengumpulan data dan informasi**

Data dan informasi yang dikumpulkan adalah:

- 1) Data sekunder diambil dari beberapa SKPD yang memiliki relevansi data yang dibutuhkan seperti dinas kepariwisataan, dinas pendapatan, dinas perindustrian dan dinas lain yang relevan
- 2) Data primer dilakukan melalui:
  - a) Wawancara berstruktur dan *in depth interview*
  - b) Observasi (pengamatan langsung)
  - c) Dialog dengan kelompok-kelompok masyarakat atau *Focus Group Discuss* (FGD)

#### **3.1.3. Diskusi Temuan-Temuan Lapangan dalam Tim**

Diskusi ini dilakukan untuk melihat ketepatan, kelengkapan, dan akurasi informasi dan data. Jika data dianggap kurang lengkap maka tim akan melakukan penggalian data ulang ke lokasi penelitian

### **3.2. Analisa Data dan Informasi.**

- a. Analisa dilakukan dengan melakukan *check* dan *cross check* atas informasi yang diterima untuk melihat persamaan dan keselarasan, dan juga perbedaan.
- b. Pembuatan rangkuman secara deskriptif, dengan melihat persamaan dan perbedaan pendapat dan pandangan yang ada di masyarakat

### **3.3. Penggunaan Data Hasil Penelitian di Lapangan**

Data hasil penelitian akan menjadi dasar untuk menentukan cara pendekatan, media yang digunakan, penentuan strategi, pola-pola sistematis menemukan alternatif pemecahan masalah, pola-pola distribusi dan jaringan pemasaran.

### **3.4. Kesimpulan Hasil penelitian dilapangan**

Proses pembuatan kesimpulan tersebut harus melalui kredibilitas data sehingga data dan informasi yang terima bisa teruji validitasnya. mengkredibilitaskan data peneliti akan menggunakan :

#### **1). Trianggulasi Data**

Dengan trianggulasi data peneliti akan :

- a. Membandingkan antara data dan hasil pengamatan dengan data dan hasil wawancara
- b. Membandingkan data berdasarkan pendapat umum dengan data yang berdasarkan data pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan prespektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain serta membandingkan antara hasil wawancara dengan dokumen.

#### **2). Trianggulasi Metode.**

Trianggulasi metode akan peneliti jadikan sebagai pengecek derajat keakuratan data yang diperoleh dari beberapa teknik pengumpulan data. Disisi lain juga akan mengecek derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama yang sekaligus trianggulasi metode ini akan difungsikan sebagai verifikasi (pemeriksaan) dan pengabsahan analisis kualitatif, yang pada akhirnya hasil penelitian ini dinyatakan telah memenuhi standart penelitian kualitatif yaitu : *trough value, applicability, Neutrality dan consistency.*

#### **3) Pengambilan kesimpulan**

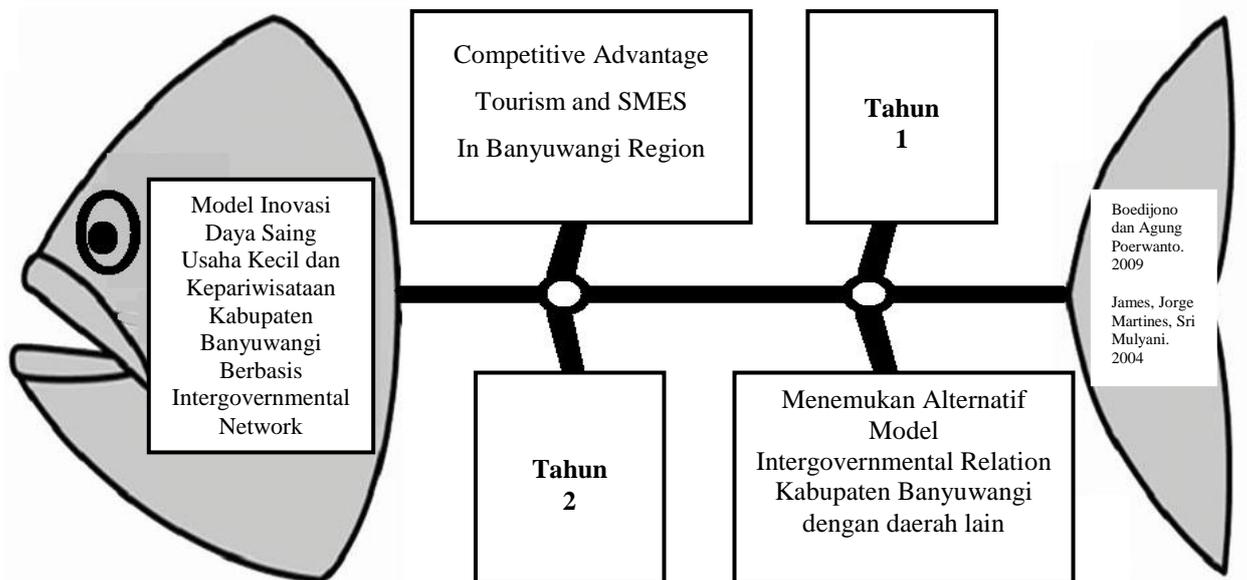
Pengambilan kesimpulan menggunakan metode induktif dari hasil penelitian yang dilakukan agar mendapatkan sebuah kesimpulan yang reliabel (terhindar dari bias).

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang akan lebih *indepth* dalam mengurai masalah. Penelitian ini ditujukan untuk a) melakukan identifikasi faktor penghambat kolaborasi antardaerah, b) identifikasi faktor pendukung kolaborasi antardaerah, c) menemukan model *intergovernmental relation* Kabupaten Banyuwangi dengan daerah lain, 4) Menemukan model keunggulan bersaing usaha kecil dan kepariwisataan daerah Kabupaten Banyuwangi.

Alur dan tahapan penelitian yang akan dilakukan dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Melakukan observasi langsung, pendataan dan wawancara terstruktur untuk dapat mengidentifikasi faktor penghambat kolaborasi antardaerah dan faktor pendukungnya. Identifikasi tersebut diharapkan akan dapat menemukan alternatif model *intergovernmental relation* Kabupaten Banyuwangi dengan daerah lainnya. Proses selanjutnya adalah meneliti *intergovernmental management network (information, developmental, outreach, action, marketing)*
- 2) Melakukan wawancara mendalam/ *In depth interview* terhadap kepala dinas yang terkait dengan penelitian yang akan dilakukan. *In depth interview* dimaksudkan untuk menemukan faktor penghambat dan pendukung pemerintahan Kabupaten Banyuwangi dalam melakukan *networking* dengan daerah lain.
- 3) Pada tahapan selanjutnya penelitian ini akan berupaya menemukan model inovasi daya saing usaha kecil dan kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi berbasis *intergovernmental*.

## FISH BONE DIAGRAM



### Metodologi tahap I (tahun pertama).

1. Identifikasi faktor penghambat kolaborasi yang meliputi : Tekanan Global, Keterbatasan Kemampuan, Ego Sektoral/ Lokal
2. Identifikasi Faktor Pendukung Kolaborasi Antar Daerah yang meliputi : Pertukaran Sumberdaya, Orientasi Profit/ Mutualisme,

### Metodologi tahap II (tahun kedua).

Menemukan *Intergovernmental management* Network yang meliputi : Information Network, Developmental Network, Outreach Network, Action Network, Marketing Network

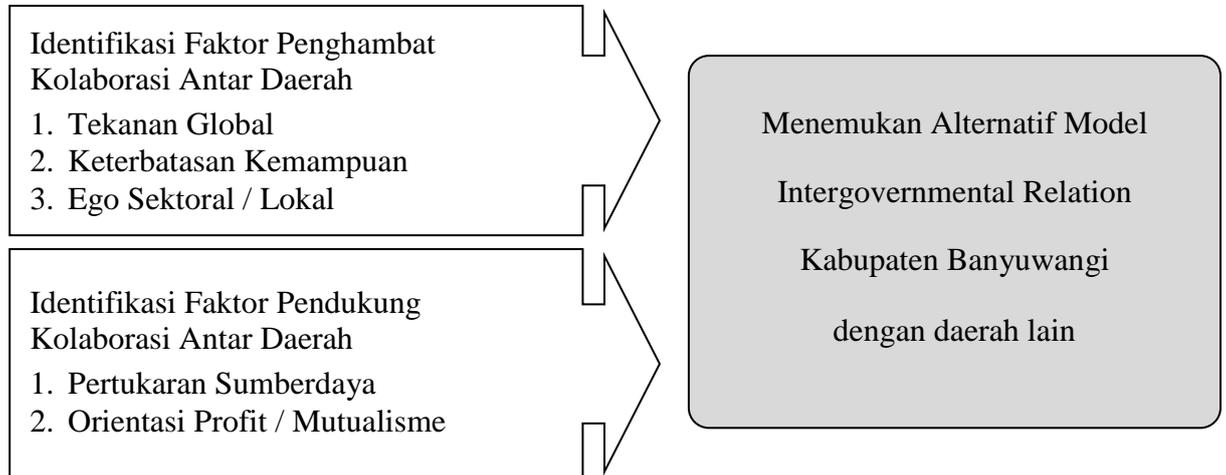
### Luaran (*Out put*) penelitian

Adapun luaran (*output*) dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

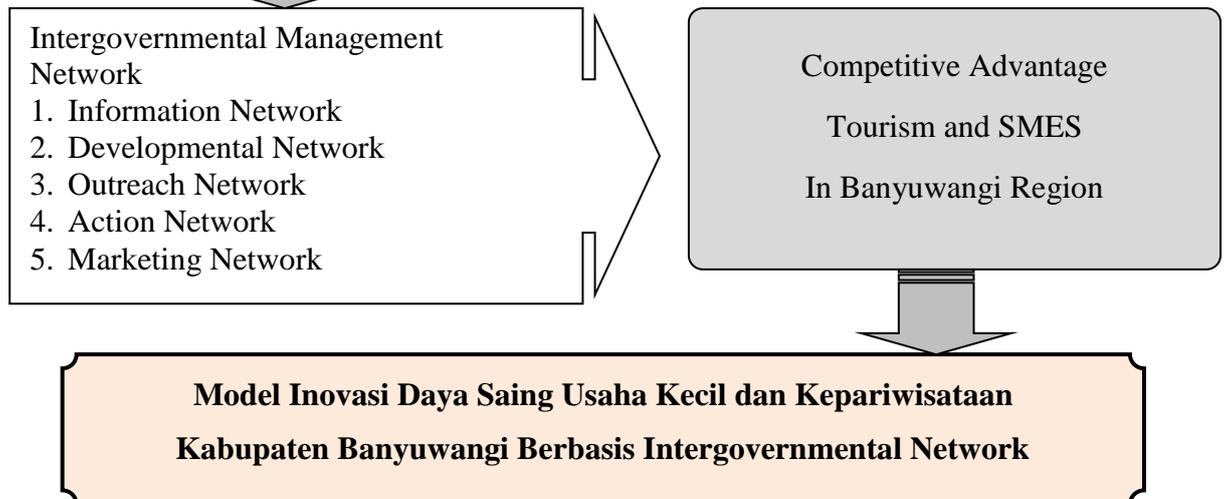
- 1) menemukan model inovasi daya saing usaha kecil dan kepariwisataan di Kabupaten Banyuwangi berbasis *intergovernmental networks*, 2) Artikel yang dimuat dalam jurnal nasional terakreditasi, 3) Poster, 4) keterlibatan 5 (lima) mahasiswa dalam penelitian payung untuk skripsi.

**Bagan Alir Penelitian**  
**Model Inovasi Daya Saing Usaha Kecil dan Kepariwisata**  
**Kabupaten Banyuwangi Berbasis Intergovernmental Network**

Tahun 1



Tahun 2



## **BAB IV. PEMBAHASAN**

### 4.4. Model Intergovernmental Relation Banyuwangi dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Kepariwisata

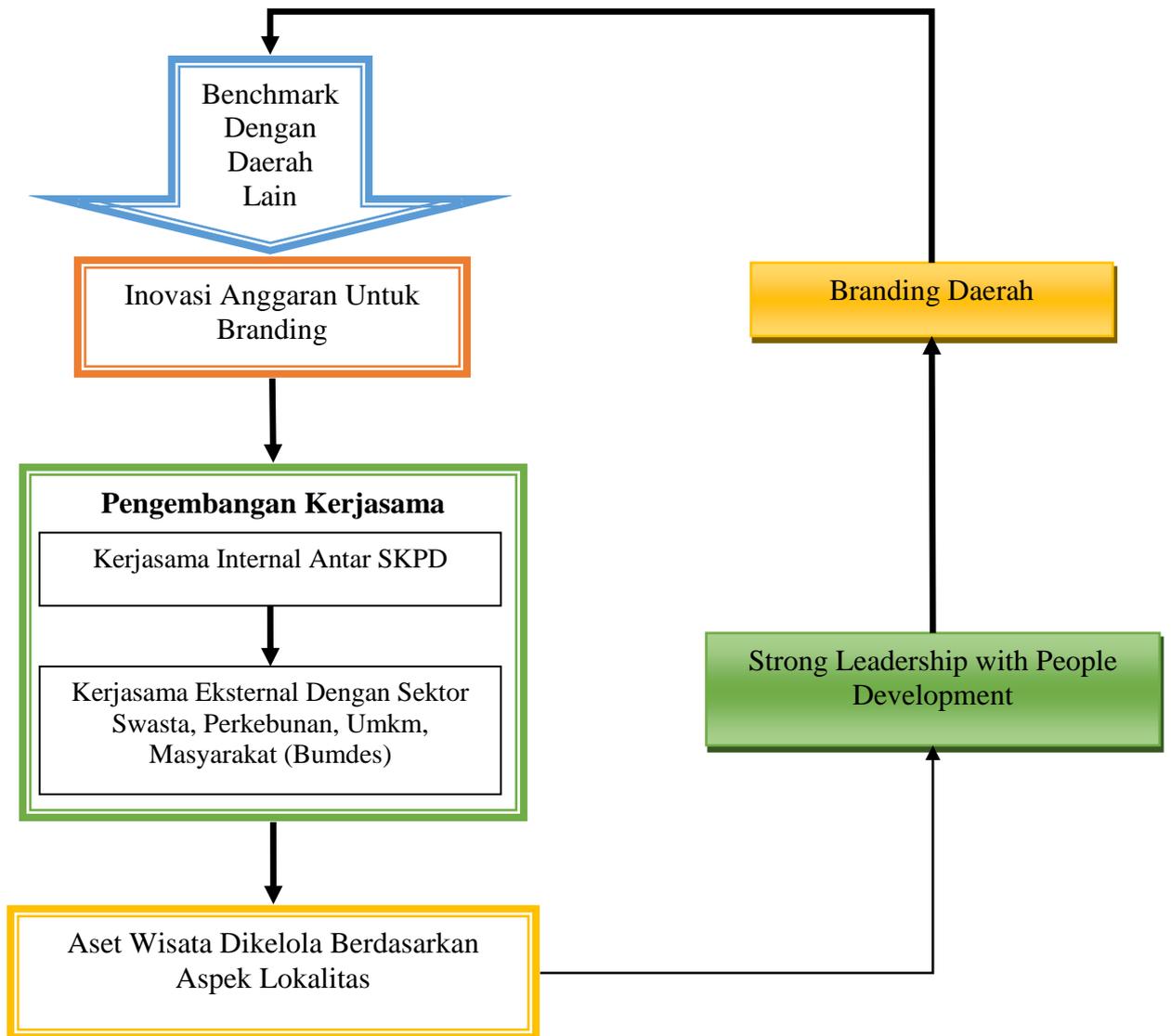
Kepemimpinan yang kuat dan visi kerakyatan menjadi kunci kesuksesan strategi branding daerah yang dilakukan pemerintahan Banyuwangi. Konsistensi dan keberlanjutan program pengembangan daerah melalui ikon ikon wisata mendapatkan respon positif di level nasional dan level internasional. Berbagai pengakuan dalam bentuk penghargaan diraih Bupati Anas dengan prestasi keberhasilan meningkatkan pendapatan daerah secara signifikan. Lebih dari itu, upaya pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan wisata juga menuai hasil positif, dimana masyarakat dan pelaku usaha merasakan langsung program program pengembangan pariwisata dan peningkatan daya saing yang dilakukan pemerintah.

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mampu quick learning dengan permasalahan pengembangan daerah lain, ataupun melakukan benchmark dengan daerah di negara negara lain yang berhasil mengembangkan daerahnya dengan potensi lokal yang dimilikinya. Berdasarkan hasil wawancara dengan bapak Suyanto, Kepala Badan Pemberdayaan Masyarakat Desa, bahwa program program yang ada tidak hanya mengacu kepada daerah daerah lain yang sukses, namun juga belajar dari luar negeri bagaimana mereka menyelenggarakan even internasional. Salah satu yang berhasil adalah balap sepeda internasional tour De Ijen.

Upaya fokus kepada Branding daerah dapat dilihat dari program pemerintahan dan anggaran yang memprioritaskan branding daerah. Hal ini didasarkan pada keyakinan bahwa branding daerah adalah berorientasi pada publisitas yang membuat Banyuwangi dikenal memiliki potensi, peluang dan kemudahan investasi yang menjanjikan. Inovasi birokrasi dalam proses pelayanan juga nampak dengan kerjasama antar SKPD dalam semua even yang diselenggarakan daerah. Hal ini jarang ditemui didaerah lain. Ego sektoral lambat laun terkikis dengan adanya kerjasama yang intens antar SKPD. Peran Bumdes menonjol dalam pengelolaan wisata daerah. Hal ini menjadi keunggulan dari daerah lain, karena tidak hanya menampilkan lokalitas, karena dikelola oleh desa melalui bumdes, maka biaya menikmati destinasi wisata di Banyuwangi menjadi

sangat murah. Berbeda ketika pemerintah daerah mengelola aset wisata diserahkan kepada swasta, dengan harapan mendapatkan pemasukan dari pengelolaan tersebut. Banyuwangi menerapkan sistem pemberdayaan dalam pengelolaan wisata. Hal ini menghasilkan *bounded* yang luar biasa. Disamping harga kelokasi wisata yang lebih murah, lokalitas lebih nampak, juga dapat mengurangi pengangguran dan mencegah para pemuda lokal urbanisasi ke kota besar seperti Jakarta. Muncul usaha usaha kreatif seperti kesenian, usaha mamin khas, kuliner yang dilakukan warga lokal agar para wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam Banyuwangi, namun juga budaya, makanan dan keramahan masyarakat Banyuwangi dapat mereka nikmati.

**MODEL INTERGOVERNMENTAL RELATION BANYUWANGI  
DALAM PENINGKATAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN  
KEPARIWISATAAN**



## Hasil Penelitian tahun ke dua

### 1. Information Network

*Information network* menjadi salah satu hal yang sangat penting dalam mengembangkan *Intergovernmental Management Network*. Jaringan informasi yang dikelola dengan baik dan tepat merupakan suatu input yang sangat dibutuhkan dalam berbagai hal. Ketersediaan informasi yang akurat dan berkualitas menjadi kebutuhan utama bagi pemerintah daerah dalam mengembangkan potensi yang dimiliki. Begitu juga dalam hal *intergovernmental management network* di Kabupaten Banyuwangi, aspek *information network* menjadi perhatian dan fokus, karena informasi yang akurat dan berkualitas sangat dibutuhkan. Kabupaten Banyuwangi yang sedang mengembangkan industri pariwisata sangat didukung dengan adanya pengelolaan *information network* yang baik. Dalam tahap ini Kabupaten Banyuwangi menjalin berbagai kerjasama dalam bentuk pertukaran informasi dengan pihak-pihak lain. Adapun dalam pengelolaan *information network* dalam kerangka pengembangan industri pariwisata di Kabupaten Banyuwangi melalui beberapa hal berikut

#### a. Link/Network dengan Biro Perjalanan

Dalam pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Banyuwangi pengembangan jaringan dengan biro perjalanan. Biro perjalanan menjadi mitra dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Biro perjalanan yang merupakan penyedia jasa pelayanan perjalanan dan wisata menjadi jaringan yang strategis bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan pariwisata bagi Kabupaten Banyuwangi. Melalui biro perjalanan wisatawan dapat memperoleh jasa pelayanan perjalanan dan wisata dengan lebih terencana dan lebih mudah. Bagi pemerintah daerah, biro perjalanan wisata merupakan salah satu sarana promosi yang paling efektif kepada calon wisatawan.

Hubungan antara Pemerintah Kabupaten Banyuwangi dan biro perjalanan menjadi perhatian serius bagi Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. Pembangunan sektor pariwisata yang dilakukan oleh Kabupaten Banyuwangi sangat membutuhkan peran serta para pelaku usaha biro perjalanan wisata. Biro perjalanan wisata memiliki jaringan yang luas

dengan biro perjalanan lain yang ada di luar daerah Kabupaten Banyuwangi bahkan di luar negeri. Melalui jaringan yang dimiliki biro perjalanan menjadi potensi bagi Kabupaten Banyuwangi untuk melakukan promosi secara masif dan efektif kepada calon wisatawan baik dari dalam maupun dari luar negeri.

**b. Membentuk Tim IT, Tim Promosi, Tim Branding, Tim Event**

Pengelolaan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi tidak dapat dilakukan hanya oleh SKPD Kabupaten Banyuwangi, namun juga perlunya dibentuk tim yang khusus dalam menangani berbagai urusan pengelolaan pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Pengelolaan pariwisata Kabupaten Banyuwangi terintegrasi dengan teknologi informasi, ditunjang dengan promosi yang baik, branding yang bagus serta adanya pengelolaan kegiatan atau event secara terpadu. Berbagai aspek ini membutuhkan adanya tim khusus yang bertanggung jawab dalam pengelolaan masing-masing tugas.

Kabupaten Banyuwangi membentuk tim-tim kecil yang bertanggung jawab dalam mengelola aspek-aspek pendukung dalam pengelolaan pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Pembentukan tim ini bertanggung jawab untuk mengelola masing-masing tugas, baik itu dalam bidang IT, promosi, branding dan event. Teknologi informasi yang merupakan sarana pendukung pengembangan pariwisata Kabupaten Banyuwangi saat ini menjadi kebutuhan dasar. Melalui teknologi informasi, pengelolaan pariwisata dapat dilakukan secara terpadu dan dikelola dengan baik. Teknologi informasi memberikan nilai tambah dalam pengelolaan pariwisata yang mampu mendorong perkembangan pariwisata Kabupaten Banyuwangi. Melihat perkembangan penggunaan teknologi informasi yang semakin masif dan semakin kompleks mendorong penggunaan teknologi informasi yang lebih mendalam dalam hal pengelolaan pariwisata baik dalam hal informasi pariwisata ataupun potensi-potensi yang dapat dikembangkan dalam hal pariwisata.

Selain teknologi informasi sebagai sarana pendukung perkembangan pengelolaan pariwisata, dalam pengelolaan pariwisata juga diperlukan adanya promosi yang baik. Dalam mempromosikan pariwisata Kabupaten

Banyuwangi peran tim promosi sangat penting. Tim promosi dibentuk dalam rangka bentuk dan sara promosi yang paling efektif bagi para wisatawan sehingga tertarik datang ke Kabupaten Banyuwangi. Melalui promosi maka berbagai potensi wisata Kabupaten Banyuwangi dapat disampaikan dan dapat menarik perhatian wisatawan.

Promosi bertujuan dalam menarik wisatawan datang ke Kabupaten Banyuwangi, dalam hal ini promosi juga harus mampu menyajikan branding pariwisata Kabupaten Banyuwangi kepada calon wisatawan. Branding penting dalam mendesain pariwisata di Kabupaten Banyuwangi. Tim branding dibentuk untuk menciptakan branding pariwisata Kabupaten Banyuwangi yang menjadi ciri khas yang tidak dapat diperoleh di tempat lain. Branding suatu daerah menjadi penting dalam rangka memberikan pembeda dengan daerah lain serta memberikan keunggulan yang tidak dimiliki oleh daerah lain. Dalam hal ini Kabupaten Banyuwangi berhasil membentuk branding pariwisata dengan baik sehingga mampu menarik wisatawan baik lokal maupun internasional.

Selain penggunaan teknologi informasi dalam pengelolaan pariwisata Kabupaten Banyuwangi, promosi serta branding yang efektif salah satu hal penting yang harus diperhatikan dalam penyelenggaraan pariwisata Kabupaten Banyuwangi yaitu penyelenggaraan kegiatan atau event. Berbagai promosi dan branding yang bagus tidak akan berhasil tanpa pelaksanaan berbagai kegiatan dan festival yang telah direncanakan. Dengan demikian, salah satu aspek penting dalam penyelenggaraan pariwisata di Kabupaten Banyuwangi yang menyajikan berbagai festival yaitu adanya pengelolaan kegiatan atau event yang baik. Dengan demikian, perlu dibentuk tim yang menangani berbagai event agar berjalan dengan baik dan mampu memberikan kepuasan bagi wisatawan yang menikmati.

## **2. Development Network**

Tahap selanjutnya yaitu development network, di mana pada tahapan ini Kabupaten Banyuwangi terlibat secara lebih mendalam disertai dengan peningkatan kapasitas. Adapun strategi dalam tahapan development network yaitu:

### **a. Strategi Ekonomi Kerakyatan**

Salah satu strategi Kabupaten banyuwangi dalam meningkatkan daya saing melalui strategi ekonomi kerakyatan. Keseriusan Kabupaten Banyuwangi dalam membangun ekonomi kerakyatan ditunjukkan dengan masuknya berbagai aspek ekonomi kerakyatan ke dalam 20 prioritas RPJMD Kabupaten Banyuwangi 2011-2015. Terdapat dua prioritas yang terkait dengan ekonomi kerakyatan, yaitu prioritas Peningkatan Daya Saing Koperasi, Usaha Mikro, Kecil dan Mengengah Berbasis Kelompok dan Cluster serta Penguatan Regulasi Ekonomi Kerakyatan.

Ekonomi kerakyatan menjadi perhatian khusus bagi Kabupaten Banyuwangi dengan adanya sarana bagi UMKM untuk memperkenalkan produk unggulan melalui berbagai gelar produk yang menjadi bagian dari Banyuwangi Festival yang dilaksanakan rutin setiap tahun. Selain berbagai gelar produk unggulan UMKM yang dilakukan, Kabupaten Banyuwangi juga menyediakan sarana *digital market* atau *online shop* dengan nama banyuwangi-mall.com. melalui situs jual beli online ini, Kabupaten Banyuwangi memberikan kesempatan bagi para pelaku industri kreatif dan UMKM di Kabupaten Banyuwangi untuk menjual produknya. Situs jual beli online memiliki keuntungan yaitu jangkauan pasar yang tidak terbatas bahkan hingga ke seluruh belahan dunia, sehingga sektor industri kreatif dan UMKM Kabupaten Banyuwangi dapat memasarkan produknya ke pasar nasional hingga internasional melalui situs banyuwangi-mall.com.

**b. Tidak Bergantung pada APBD**

Salah satu strategi dalam peningkatan daya saing usaha kecil dan kepariwisataan Kabupaten Banyuwangi yaitu terlihat dari semakin kecilnya ketergantungan terhadap APBD. Daya saing kepariwisataan menunjukkan hal yang sangat signifikan dalam mengurangi ketergantungan terhadap APBD Kabupaten Banyuwangi. Selain itu, melalui sektor pariwisata yang menjadi sektor utama dalam pengembangan Kabupaten Banyuwangi mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten banyuwangi.

Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan Kabupaten banyuwangi, malalui pariwisata yang dikelola dengan baik di Kabupaten Banyuwangi membawa dampak terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Melalui pariwisata berbagai kegiatan ekonomi

masyarakat tumbuh dan berkembang. Pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi yang ditopang oleh sektor pariwisata mampu meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Selain itu, APBD Kabupaten Banyuwangi mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, pada tahun 2016 APBD Kabupaten Banyuwangi mencapai RP. 3,6 Triliun. Sedangkan APBD Kabupaten Banyuwangi tahun 2015 sebesar RP. 2,4 Triliun, APBD Kabupaten Banyuwangi tahun 2014 sebesar RP. 2,1 Triliun dan APBD Kabupaten Banyuwangi tahun 2013 sebesar RP. 1,88 Triliun.

### **3. Outreach Network**

Pada tahapan outreach network ini, Kabupaten Banyuwangi menyusun program dan strategi dalam bentuk adopsi terhadap kondisi atau potensi lokal yang dimiliki Kabupaten Banyuwangi.

#### **4. Action Network**

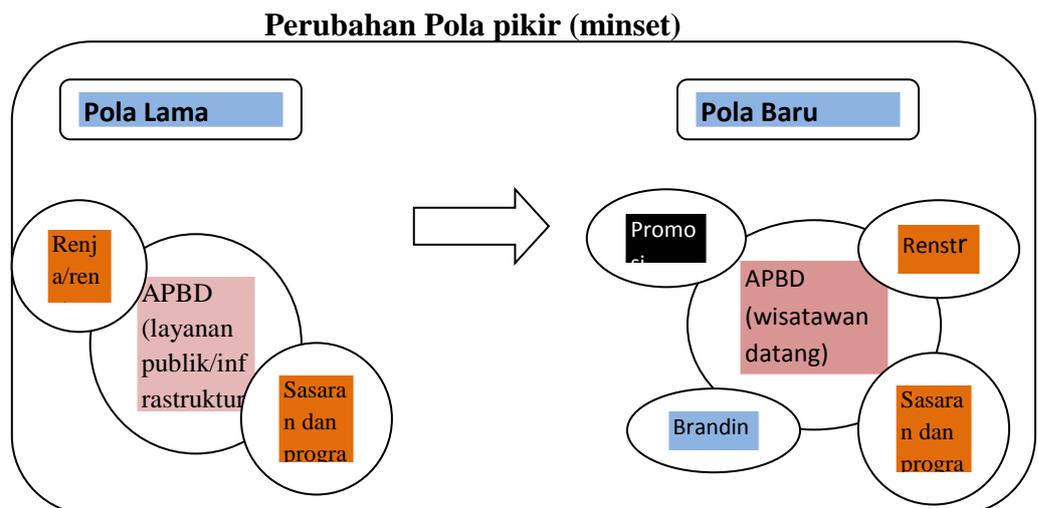
##### **1. Reinventing Government (mewirauahakan Birokrasi)**

Menurut David Osborne dan Peter Plastrik (1997) dalam bukunya “Memangkas Birokrasi”, Reinventing Government adalah “transformasi system dan organisasi pemerintah secara fundamental guna menciptakan peningkatan dramatis dalam efektifitas, efisiensi, dan kemampuan mereka untuk melakukan inovasi. Transformasi ini dicapai dengan mengubah tujuan, system insentif, pertanggungjawaban, struktur kekuasaan dan budaya system dan organisasi pemerintahan”. Pembaharuan adalah dengan penggantian system yang birokratis menjadi system yang bersifat wirausaha. Pembaharuan dengan kata lain membuat pemerintah siap untuk menghadapi tantangan-tantangan dalam hal pelayanan terhadap masyarakat, menciptakan organisasi-organisasi yang mampu memperbaiki efektifitas dan efisiensi pada saat sekarang dan di masa yang akan datang.

Konsep reinventing government pada dasarnya merupakan representasi dari paradigma New Public Management. Dalam New Public Management (NPM), negara dilihat sebagai perusahaan jasa modern yang kadang bersaing dengan pihak swasta, tapi di lain pihak dalam bidang-bidang tertentu memonopoli layanan jasa, namun tetap dengan kewajiban memberikan layanan dan kualitas yang maksimal. Segala hal yang tidak bermanfaat bagi masyarakat dianggap sebagai pemborosan dalam paradigma New Public Management (NPM).

Konsep Reinventing government, apabila diterjemahkan dalam bahasa Indonesia konsep ini berarti menginventarisasikan lagi kegiatan pemerintah. Gerakan Reinventing government ini di dasari oleh beban pembiayaan birokrasi yang besar, namun dengan kinerja aparatur birokrasi yang rendah. Tekanan dari publik sebagai pembayar pajak mendesak pemerintah untuk mengefisiensikan anggarannya dan meningkatkan kinerjanya. Pengoperasian fungsi pelayanan publik yang tidak dapat diefisiensikan lagi dan telah membebani keuangan Negara diminta untuk dikerjakan oleh sektor non-pemerintah. Dengan demikian, maka akan terjadi proses pereduksian peran dan fungsi pemerintah yang semula memonopoli semua bidang pelayanan publik, kini menjadi berbagi dengan pihak swasta. Birokrasi yang semula merupakan birokrasi raksasa berubah menjadi small birokrasi yang lebih efektif, efisien, responsive, dan akuntabel terhadap kepentingan publik.

**Gambar : 1**



## 2. Menghilangkan Ego Sektoral

Lebih lanjut menurut Menurut Osborne dan Gaebler, mentransformasi semangat wirausaha kedalam sektor publik tidaklah mudah, karena birokrasi sudah terlanjur memiliki citra buruk dan sikap mental yang kurang terpuji. Menurut Thoha (1996) Sikap mental aparat birokrasi di Indonesia sebagian besar masih belum sesuai dengan tuntutan pembangunan. Masih nampak gejala sikap mental kurang bertanggungjawab, suka mencari jalan pintas, mengabaikan mutu, bergaya hidup mewah, dan lebih mementingkan kepentingan kelompoknya atau Ego sektoral.

## 5. Marketing Network

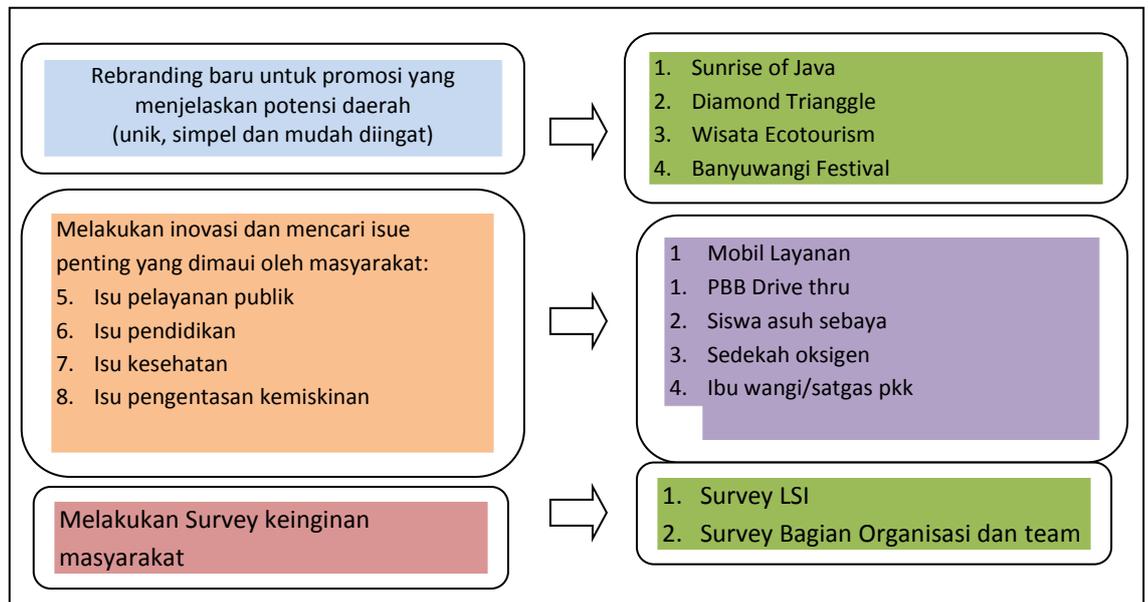
### 1. Membuka Akses Infrastruktur (Bandara, jalan dan Hotel)

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mempersiapkan strategi infrastruktur seperti bandara, jalan tol dan hotel sejalan dengan percepatan Kabupaten Banyuwangi menjadi pusat pertumbuhan baru di Jawa Timur terutama untuk sektor Pariwisata. Pernyataan Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar anas dalam sejumlah media mengatakan bahwa Pemerintah Banyuwangi sebelumnya sudah bekerja sama dengan pemerintah pusat dalam membangun Bandara Blimbingsari Banyuwangi yang ditargetkan bisa melayani penerbangan langsung dari Jakarta. Bandara ini sangat penting bagi Banyuwangi karena menjadi pintu masuk baik untuk domestik dan ke depan diharapkan ada *direct flight internasional*. Makanya secara bertahap kami membangun terminalnya dan pemerintah pusat membangun landasannya yang menjadi 2.250 meter dari yang sebelumnya hanya 1.800 meter, katanya kepada Bisnis, beberapa waktu lalu.

Lebih lanjut Bupati Banyuwangi Bapak Abdullah Azwar Anas mengutarakan, Selain membuka akses masuk melalui jalur udara, Pemerintah Kabupaten Banyuwangi saat ini tengah membahas rencana pengembangan jalan tol dari Surabaya, bondowoso sampai Banyuwangi. Untuk percepatan pembangunan, rencananya ada pemindahan jalur yang semula melewati tanah rakyat, kini menggunakan tanah negara misalnya lahan Perhutani.

Pemerintah Kabupaten Banyuwangi tahun 2017 ini menargetkan kunjungan wisatawan lokal mencapai 2 juta orang sedangkan target wisatawan mancanegara ditarget 50.000 orang. Dari pintu masuk bandara, jumlah kunjungan juga meningkat dari tahun ke tahun jika dibandingkan tahun 2010 hanya 7.300 penumpang di tahun 2016 menjadi 120.000 penumpang. Terkait pengembangan fasilitas hotel juga perlu untuk ditambah namun Pemerintah Kabupaten Banyuwangi juga harus menjaga keseimbangan antara supply dan demand supaya tidak terjadi permasalahan baru seperti persaingan ketat dan okupasi yang rendah.

**Gambar :**  
**Strategi Branding Daerah**



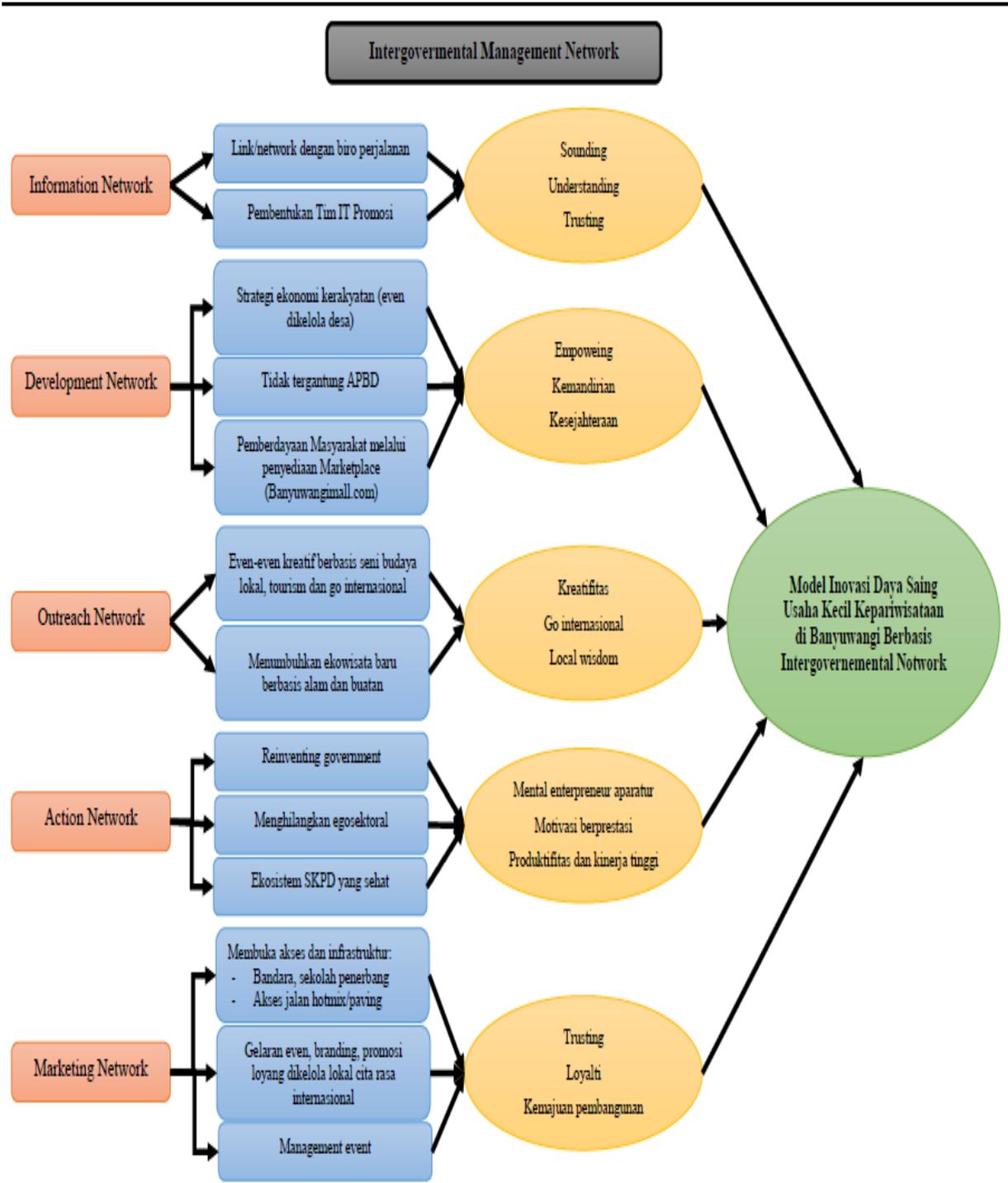
Sumber: Kemenpar.go.id

### 3. Management Event

Strategi Management Event pariwisata ini dilakukan dengan melakukan koordinasi-koordinasi antara lain koordinasi infrastruktur, korordinasi antar SKPD, Seni, Kebudayaan dan Pariwisata dan koordinasi pada masyarakat lokal setempat dengan menggalakkan semangat kecintaan rakyat pada daerah. Koordinasi infrastruktur seperti yang telah dijelaskan sebelumnya dengan membuka akses seperti Bandara, jalan tol, fasilitas sejumlah hotel di tempat pariwisata.

Koordinasi antar SKPD, Seni, Kebudayaan dan Pariwisata penting dilakukan karena keterlibatan dan kekompakan SKPD sangat menentukan dalam keberhasilan event yang direncanakan. Kerjasama internal antar Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) misalnya Dinas Perijinan, Dinas Pasar dan SKPD lain yang terkait sangat diperlukan untuk keberhasilan setiap event kegiatan yang ada di Kabupaten Banyuwangi.

Selain itu, Jadwal dan agenda setiap event kegiatan yang pasti serta tidak berubah-ubah agar wisatawan bisa merencanakan untuk datang. Jadwal dan agenda tersebut juga perlu di informasikan dan dipublikasikan secara luas melalui manajemen Teknologi informasi. Manajemen Informasi bisa mempublikasikan melalui website resmi Kabupaten Banyuwangi, baliho dan media sosial.



Information network yang dilakukan pemerintahan Banyuwangi dengan melakukan linked biro biro perjalanan dan membentuk tim IT untuk mempromosikan potensi Banyuwangi. Hal ini ber impact pada semakin besar ketertarikan eksternal baik investor domestik dan manca negra untuk menginvestasikan asetnya di Banyuwangi. Sounding pembangunan dan pemberdayaan usaha kecil dan kepariwisataan Banyuwangi mengarahkan masyarakat untuk merasakan manfaat langsung proses pembangunan. Information network yang baik ini akan kepercayaan masyarakat meningkat terhadap pemberdayaan yang dilakukan pemerintah. Kepercayaan (trusting) tersebut di sadari karena pemahaman mereka meningkat seiring dengan hasil pragmatis bahwa apa yang dilakukan pemerintah terkait pemberdayaan usaha kecil ataupun potensi kepariwisataan menguntungkan masyarakat secara langsung.

## **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pemerintah Kabupten Banyuwangi di pimpin oleh Bupati yang bervisi kerakyatan dan melakukan Branding kepariwisataan dan berhasil meningkatkan PAD secara signifikan
2. Kerjasama internal antar SKPD dilakukan untuk bersama sama membangun daerah dan menyukseskan setiap even yang dilakukan. Kerjasama antar SKPD yang sedemikian massif ini jarang dijumpai didaerah lain
3. Pemberdayaan masyarakat melalui bumdes dalam pengelolaan wisata dan keterlibatan usaha kecil dalam setiap even yang dilakukan membuat masyarakat merasakan langsung keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan pemerintah .
4. Intergovernmental management network yang dilakukan pemerintah daerah mampu memberikan sounding, understanding dan trusting kepada masyarakat.
5. Pemberdayaan (empowering) yang berorientasi kemandirian dan kesejahteraan pada usaha kecil dilakukan dengan keterlibatan setiap even, marketplace banyuwangimall.com memberikan bukti keseriusan pemerintah dalam memperkenalkan potensi usaha kecil yang dimiliki Banyuwangi
6. Mental entrepreneur aparatur pemerintah meningkat dengan intervensi program kepala daerah sehingga secara langsung menunjukkan keberhasilan menekan ego sektoral dengan kinerja dan produktivitas tinggi.

### **5.2. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Figur Bupati yang dominan akan membuat semakin berat bagi penerus Bupati Anas yang saat ini terpilih untuk kedua kalinya, sehingga penerus Bupati 2020-2024 harus memiliki visi yang sama.
2. Perbaikan sarana dan prasarana lokasi wisata perlu ditingkatkan agar citra Banyuwangi sebagai destinasi wisata yang local wisdom semakin kuat.
3. Orientasi banyuwangi dalam meningkatkan produk usaha kecil berorientasi ekspor ditingkatkan, karena gerai banyuwangimall.com masih sebatas memperkenalkan produk produk usaha kecil di seluruh Banyuwangi, belum kepada bagaimana marketplace itu memberikan efek wow bagi investor.