

# MODUL MANAJEMEN INDUSTRI KREATIF



O'NECK  
HITAM



NOVI ANOEGRAJEKTI  
RENDRA WIRAWAN  
A. LATIF BUSTAMI  
SUDARTOMO MACARYUS  
ASRUMI  
LATIFATUL IZZAH  
M. ZAMRONI





## MODUL MANAJEMEN INDUSTRI KREATIF



**Novi Anoegrajekti  
Rendra Wirawan  
Sudartomo Macaryus  
A. Latif Bustami  
Asrumi  
Latifatul Izzah  
M. Zamroni**

## MODUL MANAJEMEN INDUSTRI KREATIF

© Penerbit Kepel Press

Penulis:

Novi Anoegrajekti  
Rendra Wirawan  
Sudartomo Macaryus  
A. Latif Bustami

Asrumi

Latifatul Izzah  
M. Zamroni

Desain Sampul:

M. Zamroni

Desain Isi:

Safitriyani

Cetakan Pertama, 2020

Diterbitkan oleh LP2M Universitas Jember dan LPDP  
Bekerja sama dengan Kepel Press  
Puri Arsita A-6, Jl. Kalimantan Ringroad Utara, Yogyakarta  
Telp: (0274) 884500; Hp: 081 227 10912  
email: amara\_books@yahoo.com  
viii + 54 hlm., 15,5 x 23

**Anggota IKAPI**

**ISBN : 978-602-356-283-1**

Hak cipta dilindungi Undang-Undang Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku, tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Percetakan Amara Books

Isi diluar tanggung jawab percetakan

## KATA PENGANTAR

### INDUSTRI KREATIF: ANTARA INOVASI DAN DISRUPSI

Dalam perjalanan sejarah bangsa Indonesia dua periode presiden menaruh perhatian terhadap industri kreatif. Presiden Susilo Bambang Yudoyono menetapkan tahun 2009 sebagai tahun industri kreatif. Presiden Joko Widodo sejak kampanye untuk pemilihan presiden tahun 2014 telah mengagumi anak-anak muda yang memiliki kreativitas dan berpotensi untuk pengembangan ekonomi kreatif pada tataran nasional dan global. Oleh karena itu, pada saat memangku jabatan Presiden, Joko Widodo membentuk lembaga non-kementerian yang bertanggung jawab langsung kepada presiden, yaitu Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf). Bidang yang ditangani, mencakup 16 sektor, yaitu (1) aplikasi dan pengembangan permainan, (2) arsitektur, (3) desain interior, (4) desain komunikasi visual, (5) desain produk, (6) fesyen, (7) film, animasi, dan video, (8) fotografi, (9) kriya, (10) kuliner, (11) musik, (12) penerbitan, (13) periklanan, (14) seni pertunjukan, (15) seni rupa, dan (16) televisi dan radio. Pada periode kedua masa pemerintahan Presiden Joko Widodo, bidang ekonomi kreatif menjadi satu dengan pariwisata, yaitu Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Ekonomi kreatif sebagai alternatif pengembangan ekonomi berbasis kreativitas manusia terus mendapat perhatian. Tim periset LPDP dari LP2M Universitas Jember memfokuskan pengembangan ekonomi kreatif berbasis seni tradisi gandrung dan ritual seblang Bakungan. Hasil identifikasi yang dilakukan pada tahun pertama ditindaklanjuti tahun kedua dengan menyelenggarakan pelatihan keterampilan pembuatan batik gandrung, film dokumenter, penulisan cerita rakyat, dan penulisan dan pembacaan narasi seblang Bakungan. Pelatihan dirancang untuk menghasilkan tenaga terampil yang berpotensi untuk menghasilkan produk industri kreatif. Pelatihan keterampilan dilengkapi dengan materi pelatihan manajemen industri kreatif agar para peserta memiliki kemampuan menyusun perencanaan secara komprehensif, mulai dari perencanaan, proses produksi, pemasaran produk, dan evaluasi.

## Inovasi dan Disrupsi

Perkembangan teknologi 4.0 yang disambut oleh pemerintah Jepang dengan masyarakat cerdas 5.0 menjadi ruang eksplorasi alternatif pengembangan ekonomi kreatif. Hasil inovasi tampak dari maraknya usaha yang dikelola secara *online*. Inovasi ini menjadi harapan baru kalangan pengusaha yang berkecimpung dalam bidang teknologi informasi. Keterbatasan ruang dan fasilitas dapat diatasi dengan partisipasi masyarakat. Gojek telah membuktikan keberhasilan usaha dalam bidang transportasi tanpa harus memiliki armada. Gojek sebuah usaha yang mengandalkan dan mengoptimalkan partisipasi masyarakat.

Beragam industri kreatif, seperti yang telah dikembangkan BEKRAF (Tahun 2019, pada masa pemerintahan Presiden Joko Widodo yang kedua, Bekraf tergabung dalam Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) berpotensi terus dikembangkan sebagai inovasi dalam bidang ekonomi nasional. Masyarakat Banyuwangi bersama dengan Tim Periset LPDP-LP2M Universitas Jember sedang berproses mengoptimalkan potensi budayanya sebagai basis pengembangan industri kreatif. Agar produk yang dihasilkan memiliki nilai ekonomi, dipandang perlu adanya peningkatan kapasitas keterampilan dalam manajemen industri kreatif. Keterampilan tersebut untuk meningkatkan keterampilan manajemen mulai dari perencanaan sampai pemasaran dan evaluasi kelayakannya dikembangkan atau dihentikan.

Jember, 12 Maret 2020

Novi Anoerajekti

Rendra Wirawan

Sudartomo Macaryus

A. Latif Bustami

Asrumi

Latifatul Izzah

M. Zamroni

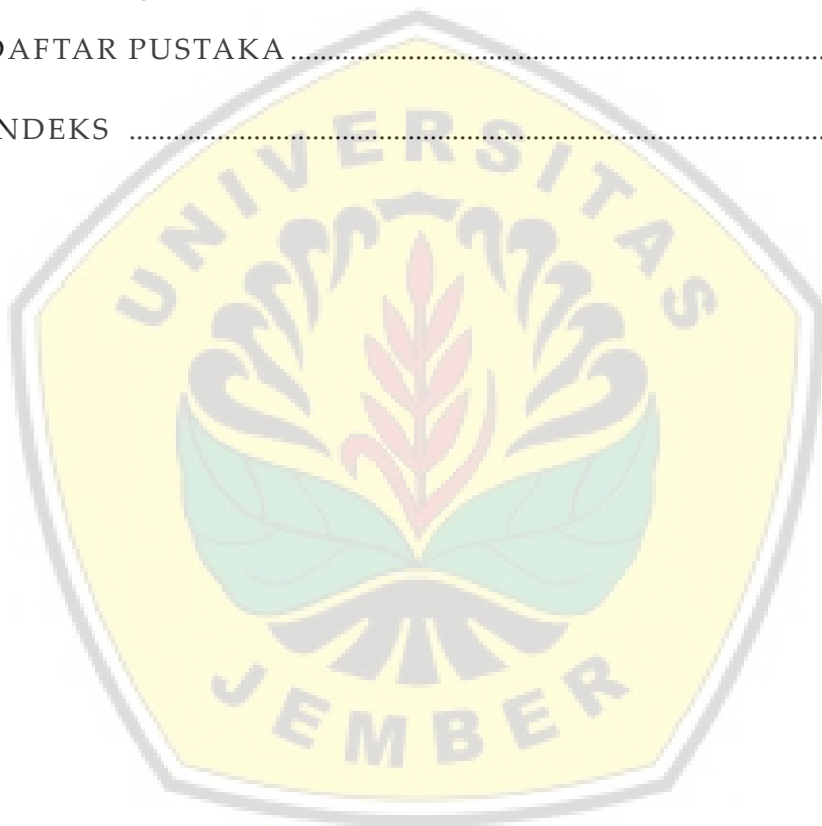
## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI .....	v
I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan .....	2
MODUL I RANCANGAN STRUKTURAL .....	5
A. Tujuan.....	5
B. Indikator .....	5
C. Deskripsi Materi .....	5
D. Uraian Materi.....	6
1. Pengertian.....	6
2. Tujuan dan Manfaat .....	9
3. Struktur Pembelajaran .....	14
4. Metode Pembelajaran .....	15
5. Deskripsi Materi dan Tugas.....	15
E. Tugas.....	16
MODUL II MANAJEMEN INDUSTRI KREATIF BERBASIS SENI TRADISI DAN RITUAL .....	17
A. Tujuan.....	17
B. Indikator .....	17
C. Deskripsi Materi .....	17
D. Uraian Materi.....	18

1. Pendahuluan .....	18
2. Seni Tradisi dan Ritual di Banyuwangi .....	19
3. Manajemen Industri Kreatif Berbasis Seni Tradisi dan Ritual .....	22
4. Alternatif Pengembangan Industri Kreatif Berbasis Gandrung dan Seblang .....	24
E. Tugas.....	26
<b>MODUL III MANAJEMEN .....</b>	<b>27</b>
A. Tujuan.....	27
B. Indikator .....	27
C. Deskripsi Materi .....	27
D. Uraian Materi.....	28
1. Pengertian Manajemen .....	28
2. Fungsi Manajemen: .....	29
1) Perencanaan ( <i>Planning</i> ) .....	29
2) Pengorganisasian ( <i>Organizing</i> ) .....	31
3) Pelaksanaan atau pengarahan ( <i>Actuating</i> ) .....	32
4) Pengawasan ( <i>Controlling</i> ) .....	33
E. Tugas.....	34
<b>MODUL IV PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA .....</b>	<b>35</b>
A. Tujuan.....	35
B. Indikator .....	35
C. Deskripsi Materi .....	35
D. Uraian Materi.....	36
1. Pengelolaan Kelembagaan/Administrasi.....	36
2. Strategi Pemasaran Produk.....	37



3. Contoh Keberhasilan Industri Kreatif Berbasis Budaya Lokal .....	41
1) Sektor Pasar Barang Seni.....	41
2) Sektor Konveksi & Kaos.....	42
3) Sektor Kuliner Lokal.....	43
E. Tugas.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
INDEKS .....	47





## I. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri kreatif merupakan suatu konsep industri yang menitikberatkan pada pengoptimalan informasi dan kreativitas, mengandalkan gagasan inovasi serta ketersediaan sumber daya sebagai faktor produksi utama menjalankan kegiatan ekonomi. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan proses teknologi dari tradisional beralih ke proses modern, perubahan penggunaan sumber daya alam beralih ke pemanfaatan sumber daya manusia, dan perubahan industri dari manufaktur menjadi jasa berkembang menjadi industri kreatif. Dalam rangka mewujudkan pertumbuhan ekonomi daerah dengan segala kebudayaannya, maka perlu adanya upaya mempromosikan dan mengembangkan industri kreatif sebagai salah satu ujung tombak peningkatan ekonomi daerah.

Industri Kreatif mempunyai peranan dalam meningkatkan perekonomian Indonesia secara global. Revolusi industri keempat telah dimulai. Ekonom dunia memprediksi bahwa ke depan ekonomi global akan semakin bergantung pada sektor industri kreatif. Ketergantungan masyarakat global terhadap teknologi informasi dalam aktivitas sehari-hari telah menyebabkan pertumbuhan eksponensial ke industri kreatif yang mencakup di antaranya industri perangkat lunak komputer, film, musik, publikasi, hiburan, dan fashion. Industri ekonomi kreatif nasional telah mengalami pertumbuhan eksponensial dalam tiga tahun terakhir.

Berdasarkan data nasional, sektor industri kreatif telah menyerap 15,9 juta tenaga kerja dengan kontribusi 7,3 persen terhadap produk domestik bruto (PDB) atau setara dengan Rp 852 triliun. Pada skala global, nilai ekonomi industri kreatif bahkan melampaui industri perminyakan. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Konferensi Perdagangan dan Pembangunan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNCTAD) pada tahun 2012, industri kreatif menyumbang USD 2,2

## MODUL I

### RANCANGAN STRUKTURAL

#### A. Tujuan

Peserta pelatihan:

1. memahami dengan baik pengertian manajemen,
2. memahami dengan baik pengertian industri kreatif,
3. memahami dengan baik lembaga pemerintah yang menangani industri kreatif, dan
4. memahami dengan baik beragam subbidang industri kreatif yang ditangani pemerintah.

#### B. Indikator

Peserta pelatihan mampu:

1. menjelaskan pengertian manajemen dengan tepat,
2. menjelaskan pengertian industri kreatif dengan tepat,
3. memberi contoh 4 subbidang industri kreatif yang ada di Banyuwangi dengan benar,
4. memberi contoh peluang pengembangan industri kreatif berbahan lokal,
5. menjelaskan 5 bidang industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung, dan
6. menjelaskan 5 bidang industri kreatif berbasis ritual seblang Bakungan.

#### C. Deskripsi Materi

Modul satu menyampaikan uraian mengenai pengertian manajemen, pengertian industri kreatif, subbidang industri kreatif yang dikembangkan oleh pemerintah. Potensi pengembangan industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung dan ritual seblang Bakungan.

## MODUL II

### MANAJEMEN INDUSTRI KREATIF BERBASIS SENI TRADISI DAN RITUAL

#### A. Tujuan

Peserta pelatihan:

1. memahami dengan baik seni tradisi Banyuwangi,
2. memahami dengan baik ritual agraris dan ritual bahari di Banyuwangi,
3. memahami potensi industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung, dan
4. memahami potensi industri kreatif berbasis ritual seblang Bakungan.

#### B. Indikator

Peserta pelatihan mampu:

1. menjelaskan 4 seni tradisi Banyuwangi dengan baik,
2. menjelaskan 2 ritual agraris dengan baik,
3. menjelaskan 2 ritual bahari dengan baik,
4. menjelaskan potensi industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung, dan
5. menjelaskan potensi industri kreatif berbasis ritual seblang Bakungan.

#### C. Deskripsi Materi

Modul II ini berisi penjelasan mengenai seni tradisi dan ritual yang ada di Banyuwangi, potensi pengembangan industri kreatif berbasis seni tradisi dan ritual, dan jenis industri kreatif yang dapat dikembangkan di masyarakat.

## MODUL III MANAJEMEN

### A. Tujuan

Peserta pelatihan:

1. memahami pengertian manajemen dengan baik,
2. memahami fungsi manajemen dengan baik, dan
3. mampu menerapkan prinsip-prinsip manajemen dengan baik.

### B. Indikator

Peserta pelatihan mampu:

1. menjelaskan pengertian manajemen dengan benar dan komprehensif,
2. menjelaskan 4 fungsi manajemen dengan benar,
3. menerapkan prinsip manajemen untuk industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung, dan
4. menerapkan prinsip manajemen untuk industri kreatif berbasis ritual seblang Bakungan.

### C. Deskripsi Materi

Modul ini berisi penjelasan mengenai pengertian manajemen dan penerapannya dalam produk industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung dan ritual seblang Bakungan, uraian mengenai fungsi manajemen yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian.

## MODUL IV

### PENGLOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA

#### A. Tujuan

Peserta pelatihan:

1. memahami pengelolaan sumber daya manusia dengan baik,
2. mampu menerapkan pengelolaan sumber daya manusia dengan baik, dan
3. memahami faktor pendukung keberhasilan usaha dengan baik.

#### B. Indikator

Peserta pelatihan mampu:

1. menjelaskan secara lengkap maksud pengelolaan sumber daya manusia,
2. menyusun perencanaan pengelolaan sumber daya manusia untuk pengembangan industri kreatif berbasis seni tradisi gandrung,
3. menyusun perencanaan pengelolaan sumber daya manusia untuk pengembangan industri kreatif berbasis ritual seblang Bakungan, dan
4. mengidentifikasi faktor pendukung yang berpotensi menjamin keberhasilan pengembangan industri kreatif berbasis seni tradisi dan ritual seblang Bakungan.

#### C. Deskripsi Materi

Modul bab ini berisi penjelasan pengertian sumber daya manusia dan peranannya dalam pengembangan industri kreatif. Penjelasan lainnya, mengenai pengelolaan kelembagaan yang berfokus pada sumber daya manusia, pemasaran produk, dan contoh-contoh bidang usaha yang telah tumbuh, berkembang, dan berhasil.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoegrajekti, Novi, dkk. 2019. *Potensi Budaya Using dan Industri Kreatif*. Yogyakarta: LP2M Universitas Jember dan LPDP bekerja sama dengan Penerbit Ombak.
- Bogasari. 2016, 17 Maret. "Strategi Pemasaran 4P". Dikutip 25 Juni 2019 dari Bogasari: <http://www.bogasari.com/en/business-inspiration/strategi-pemasaran-4p>.
- Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Tahun 2009–2015*. Jakarta: Departemen Perdagangan RI.
- Estiningtyas, Rara Sonia (et al). 2015. "Dinamika Industri Kerajinan Batik Sayu Wiwit di Kelurahan Temenggungan Kecamatan Kota Banyuwangi 1995–2015". *Jurnal Pendidikan Universitas Jember*, Vol 1. No. 1.
- Esti, R dan Suryani, D. 2008. *Potret Industri Kreatif Indonesia, Economic Review*, Nomor 212, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Millenium Edition*. Boston: Pearson Custom Publishing.
- Kuncoro, M. 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*. Jakarta: Erlangga.
- Metasari, Lavia Anis. 2015. "Fungsi Tradisi Seblang Terhadap Kehidupan Sosial dan Keagamaan Masyarakat Desa Bakungan, Kecamatan Glagah, Kabupaten Banyuwangi". *Jurnal Ilmiah, Program Studi Sosiologi Agama*. Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.
- Nurhayati dan Andalan Tri Ratnawati. 2016. "Strategi Pengembangan Industri Kreatif sebagai Penggerak Destinasi Pariwisata di Kabupaten Semarang". Artikel Ilmiah, Fakultas Ekonomi UNTAG Semarang.



- Pangestu, Mari Eka. 2008. "Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025". Disampaikan dalam Konvensi Pengembangan Ekonomi Kreatif 2009-2015 yang diselenggarakan pada Pekan Produk Budaya Indonesia 2008, JCC, 4-8 Juni 2008.
- Polnaya, Ghalib Agfa dan Darwanto. 2015. "Pengembangan Ekonomi Lokal Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada UKM Ekonomi Kreatif Batik Bakaran di Pati Jawa Tengah". *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*, Vol. 22. No. 1, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dipenogoro.
- Rosli, M., and Syamsuriana, S. 2013. "The Impact of Innovation on the Performance of Small and Medium Manufacturing Enterprises". *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprise*, Vol. 2013, p.1-16.
- Terra. 2016. 26 November. "POAC: Planning, Organizing, Actuating, and Controlling | Manajemen Organisasi". Dikutip 25 Juni 2019 dari: <https://medium.com/@TERRAITB/poac-planning-organizing-actuating-and-controlling-manajemen-organisasi-ea982e20529>.
- Terry, George Robert. 2005. *Principles of Management*. New York: Alexander Hamilton Institute.
- Tim Peneliti Akademi Kelautan Banyuwangi. 2012. *Strategi Pengembangan Usaha Batik Banyuwangi dan Pengaruhnya Terhadap Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Banyuwangi*. Banyuwangi: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Akademi Kelautan.
- Zehan, Mutiara. 2012. "Studi Desain Motif Hias Batik Gajah Oling Produksi Sanggar Batik Sayu Wiwit Banyuwangi". Artikel Ilmiah Fakultas Sastra: Universitas Malang.
- Zimmerer, W. Thomas & Scarborough. 2008. *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management*. Jakarta: Salemba Empat.

## INDEKS

**A**

- action plan* 19, 25  
*actuating* vi, 28, 32, 46  
administrasi 36-37  
Aekanu Hariyono 11, 12  
Alasmalang 20, 21  
A. Latif Bustami i, ii, iv  
Aliyan 20, 21  
Andang CY iii, 9  
*art* 28, 37  
asesori 18, 19, 24  
Asrumi i, ii, iv  
*audio-visual* 15  
bahan lokal 16, 29

**B**

- Bakungan iii, 2, 5, 16, 17, 20, 24, 26, 27, 29, 35, 39  
Banyuwangi iv, vi, 2, 3, 5, 8, 13, 17, 19, 22, 23, 31, 40, 46  
barang 13, 18, 19, 20  
barang ider bumi 20  
batik iii, 2, 9, 24, 30, 33, 41, 45, 46  
batik gandrung iii, 2, 9, 30  
B-Fes 40, 41  
birokrat 22, 23, 24, 29, 33  
bisnis 6, 7, 12, 39, 42, 46  
Boyolangu 20  
budayawan 12, 22, 23, 24  
*business plan* 15

**C**

cenderamata 11, 13, 34

cerita rakyat iii, 2, 9, 24

*controlling* vi, 28, 33, 46

**D**

dekoratif 26

Demak 20

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata 22, 24, 33, 40, 41, 44

Dinas Koperasi dan UMKM 24, 41, 44

Dinas Perindustrian dan Perdagangan 22, 24, 44

Disperindak 23

domestik 1, 11, 12, 26

*doorsight* 31

**E**

edukatif 26

efektif 33, 39

efisien 28, 33, 37, 39

ekonomi kreatif iii, iv, 1, 2, 3, 8, 9, 25, 36, 45

eksploratif 31

**F**

*fair* 39, 40

*fashion* 1, 9

FGD 22, 23

film iii, 1, 2, 9, 25, 33, 34

film dokumenter iii, 2, 33, 34

*forsight* 30

fotografi iii, 9

fungsional 26

**G**

gandrung iii, vi, 2, 5, 9, 11, 13, 16, 19, 22, 24, 26, 27, 29, 32, 34, 35,  
43, 44

Gandrung Mia 43

gandrung sewu 19, 31

gelar pitu 20, 21

Godho Batik 33

Gomes 6

*gupuh* 12

**H**

Hasnan Singodimayan 8

HIPMI 24

*homestay* 11, 12

**I**

Ice 18

Ijen Resort 44

income 7

industri kreatif i, ii, iii, iv, v, vi, vii, 1, 2, 3, 5, 19, 22, 27, 29, 30, 33, 35,  
37, 39, 42, 44, 45

inovasi iii, iv, 1, 6, 11, 18, 21, 23, 24

*insight* 29

**J**

janger 13, 18, 19

jaranan 13, 18, 20

jaran goyang 43, 44

Jawa 20, 46

**K**

kaos vii, 41, 42  
karakteristik 13, 31, 32  
keboan 20, 21  
kebo-keboan 20, 21  
Kemiren 2, 20  
kesejahteraan 2, 7, 8, 10, 13, 25  
keterampilan iii, iv, 2, 7, 14, 16, 18, 23, 25, 36  
kolaborasi 23  
komersial 31, 44  
kontribusi 1, 10, 11  
konveksi vii, 42  
kopi 22, 44  
kostum 18  
kreasi 8, 14, 19, 24, 42  
kreativitas iii, 1, 6-8, 10, 13, 18  
kreator 8, 25  
kucur 44  
kuliner iii, vii, 11, 14, 25, 41, 43, 44  
kuntulan 13, 18, 19

**L**

Latifatul Izzah i, ii, iv  
lawak 20  
legenda 20  
*local wisdom* 11  
lokasi 13, 20, 38, 39  
lomba 30  
Lontar Yusuf 20  
LPDP ii, iii, iv, 42, 43, 45  
*lungguh* 12

**M**

Majapahit 19

*manage* 28

manajemen i, ii, iii, iv, v, vi, 2, 5, 6, 9, 12, 14, 15, 17, 19, 22, 23, 25,  
27, 29, 33, 46

manca negara 11

*marketing* 38

Mbok Wah 39

mocoan gaya baru 19, 20

*multiplier effect* 10

Muncar 20

musik iii, 1, 9, 11, 20

M. Zamroni i, ii, iv

**N**

narasi seblang iii, 2, 9, 24

narator 21

Novi Anoegrajekti i, ii, iv, 8

**O**

Olehsari 14, 20, 21, 23, 39

*online* iv, 39

*organizing* vi, 28, 31, 46

*Osing Craft* 41

Osing Deles 41, 42

**P**

Pancoran 44

panjak 18, 29, 32

pasar barang seni vii, 9, 41

pawang 29, 32

pecel pitik	44
pelatihan	iii, 2, 5, 6, 9, 10, 14, 15, 17, 18, 23, 25, 27, 33, 35
pemasaran	iii, iv, vi, 13, 15, 19, 22, 25-26, 35, 41, 45
penerbitan dan percetakan	9
pengorganisasian	vi, 27, 28, 3, 34
pengundang	29, 32
perencanaan	iii, iv, vi, 2, 10, 14, 15, 19, 25, 27, 29, 31-35
periklanan	iii, 9, 40
peristiwa budaya	22
permainan interaktif	9
<i>personal selling</i>	40
petik laut	20
piranti lunak	9
<i>place</i>	38
<i>planning</i>	vi, 28, 29, 31, 46
<i>price</i>	38, 39
product	38
produksi	iii, 1, 6, 16, 19, 25, 26, 37, 46
promosi	13, 22, 26, 38, 40
<i>promotion</i>	38
puter kayun	20

## R

radio	9, 25, iii
Rendra Wirawan	i, ii, iv
riset dan pengembangan.	9
ritual	iii, iv, v, 3, 5, 13, 14, 16, 17, 19, 24, 26, 27, 29, 30, 31, 32, 34, 35, 39
rujak soto	44
rumah makan	22, 33, 44

**S**

santet 42

Sayu Sarinah 18, 39

*science* 28

SDM 36

seblang iii, vi, 2, 5, 9, 13, 14, 16, 17, 20, 24, 26, 27, 29, 32, 34, 35, 39, 45

sega tempong 39, 44

sejarah iii, 19-20

sektor iii, vii, 1, 2, 9, 12, 25, 41, 42, 43, 44

seni pertunjukan iii, 9, 11, 12, 25

seni tradisi iii, v, vi, 3, 5, 13, 16, 20, 22, 27, 29, 31, 32, 34, 35, 44

SKPD 22, 23, 25

sosialisasi 13, 26, 40

strategi vi, 14, 15, 23, 31, 37, 40, 45, 46

Sudartomo Macaryus i, ii, iv

*suguh* 12

Supinah 18

**T**

tari 18, 19, 39

televisi iii, 9

Temu 11

tradisional 1, 12, 13, 14, 18, 19

*T-Shirt* 42, 43

**U**

UMKM 24, 41, 43, 44

*Using* 2, 9, 12, 23, 45



**V**

video iii, 9

vokal 18

**W**

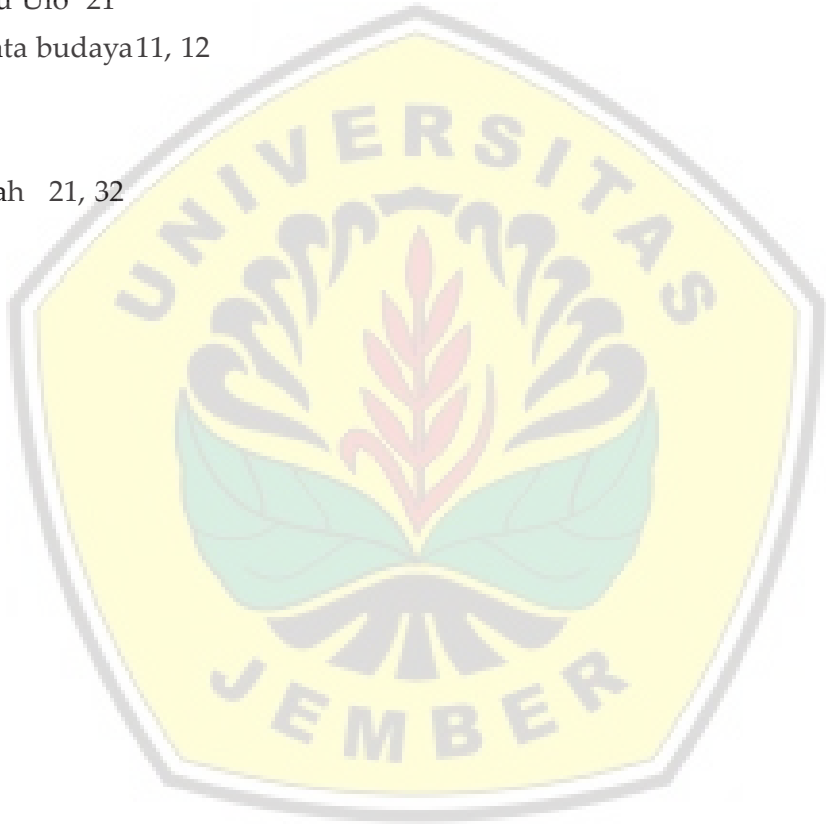
Waroeng Kemarang 43, 44

Watu Ulo 21

wisata budaya 11, 12

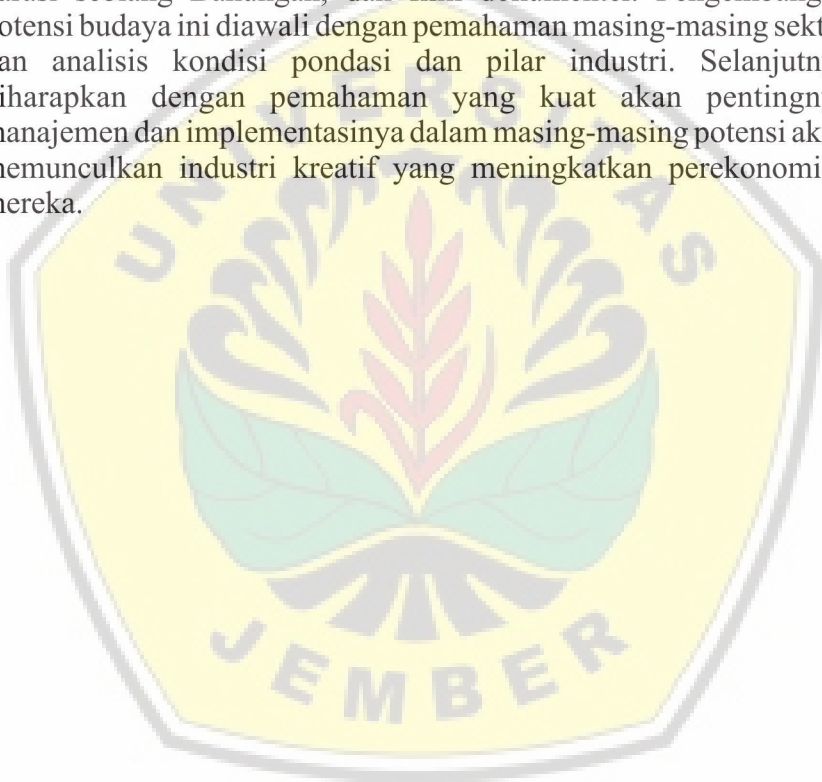
**Z**

ziarah 21, 32





**P**engembangan subsektor industri kreatif ini merupakan rangkaian lanjutan perencanaan pengembangan ekonomi kreatif di Kabupaten Banyuwangi dengan melihat lebih detail ke masing-masing subsektor industri kreatif. Subsektor industri kreatif yang dapat dioptimalkan melalui potensi budaya Using yang sudah ada meliputi: kerajinan batik (batik Gandrung), cerita rakyat, narasi seblang Bakungan, dan film dokumenter. Pengembangan potensi budaya ini diawali dengan pemahaman masing-masing sektor dan analisis kondisi pondasi dan pilar industri. Selanjutnya diharapkan dengan pemahaman yang kuat akan pentingnya manajemen dan implementasinya dalam masing-masing potensi akan memunculkan industri kreatif yang meningkatkan perekonomian mereka.



Penerbit Kepel Press

Puri Arsita A-6  
Jl. Kalimantan, Ringroad Utara, Yogyakarta  
Telepon: 0274-884500, 081-227-10912  
e-mail: amara\_books@yahoo.com

 Amara Percetakan Penerbitan (Penerbit: Amara Books)  @Penerbitamara



MITRA RISET



SANGGAR TARI SASU MARINAH

isbn: 978-602-356-283-1

