

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian ini mencakup berbagai aspek dari Banyuwangi Ethno Carnival, termasuk penyelenggaraan festival, partisipasi pelaku budaya dan wirausaha, serta dampak ekonomi dan sosial yang dihasilkan. Penelitian ini akan menggali bagaimana seni dan tradisi lokal digunakan sebagai alat untuk pengembangan kewirausahaan berbasis budaya, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan dalam pengintegrasian unsur-unsur budaya ini dalam cultural entrepreneurship.

Banyuwangi Ethno Carnival (BEC) adalah sebuah acara tahunan yang digelar di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur, sejak tahun 2011. Festival ini bertujuan untuk mempromosikan keunikan budaya Banyuwangi dan menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri. Wisatawan merupakan salah satu penghasil devisa bagi negara dan juga dapat menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat bahkan membuka lapangan usaha baru (Zhang et al., 2022). Festival ini mengusung tema besar budaya lokal Banyuwangi, terutama yang berkaitan dengan kekayaan seni, adat, dan tradisi daerah. BEC mengkombinasikan unsur seni kontemporer dengan tradisi dan warisan budaya daerah seperti tari-tarian tradisional, musik etnik, dan kostum-kostum unik yang menggambarkan berbagai cerita dan mitologi lokal.

Banyuwangi Ethno Carnival merupakan salah satu acara yang paling ditunggu-tunggu setiap tahunnya. Festival atau parade ini menampilkan perpaduan unik antara modernisasi dan warisan budaya lokal. Sejak 2011 BEC tidak hanya menyajikan parade kostum megah, tetapi juga menggali lebih dalam kekayaan budaya Banyuwangi. Dalam penyelenggaraan BEC, terdapat beberapa usaha yang terlibat, antara lain pelaku seni lokal, pengrajin UMKM, penyedia jasa transportasi, serta sektor pariwisata seperti hotel dan restoran.

Menurut Bupati Banyuwangi Ipuk Fiestiandani, "Dari ajang ini saja, ada perputaran uang yang besar yang bisa dirasakan oleh masyarakat. Mulai dari UMKM, pekerja seni sampai penyedia jasa penginapan dan transportasi" (Banyuwangikab.go.id, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa BEC tidak hanya berfungsi sebagai ajang promosi budaya tetapi juga sebagai penggerak ekonomi lokal. Rachman (2024) mencatat bahwa "Banyuwangi Ethno Carnival merupakan contoh nyata bagaimana sebuah festival budaya dapat menjadi sarana untuk mempromosikan potensi daerah dan meningkatkan ekonomi lokal." Kontribusi ekonomi dari Banyuwangi Ethno Carnival juga terlihat dari meningkatnya jumlah pengunjung dan partisipasi wisatawan. Pada tahun 2022, acara ini berhasil menarik lebih dari 20.000 pengunjung, termasuk wisatawan asing yang berpartisipasi dalam parade (Banyuwangikab.go.id, 2022). Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan bagi pelaku UMKM yang menjual produk lokal tetapi juga memperkuat sektor pariwisata di Banyuwangi secara keseluruhan.

BEC pertama kali digelar pada 22 Oktober 2011 dan mengusung tema Ikon Kesenian Banyuwangi. Para peserta yang mayoritas adalah pelajar Sekolah Menengah Atas tampil dengan kostum warna-warni yang terbagi dalam tiga defile utama, yaitu Damarwulan, Gandrung, dan Kundaran. Acara ini sukses mengangkat kesenian lokal ke kancah internasional.



Gambar 1.1 defile Damarwulan dalam Banyuwangi Ethno Carnival

Sumber: antarfoto.com diakses pada 13 November 2024

Di tahun kedua pada 18 November 2012, Banyuwangi Ethno Carnival hadir kembali dengan tema Re Barong Using yang menampilkan kostum khas Barong Using. Peserta dibagi dalam tiga defile, yaitu Barong Merah (semangat dan keberanian), Barong Kuning (harapan), dan Barong Hijau (kesuburan).



Gambar 1.2 defile barong hijau

Sumber: antarfoto.com diakses pada 13 November 2024

Pada 7 September 2013 Banyuwangi Ethno Carnival mengangkat tema The Legend Of Kebo-keboan yang merupakan tradisi lokal Banyuwangi dari Desa Alasmalang. Tema ini juga memiliki tiga defile utama, yaitu Kebo Geni (merah), Kebo Bayu Tirta (biru), dan Kebo Bumi (coklat dan kuning) yang mencerminkan elemen kehidupan.



Gambar 1.3 Kebo Bayutirta

Sumber: banyuwangibagus.com diakses pada 13 November 2024

Parade keempat yang digelar pada 22 November 2014 mengusung tema The Mystic Dance of Seblang. Parade ini memiliki dua panggung utama dan menampilkan tiga defile, yaitu Seblang Olehsari, Seblang Bakungan, dan Porobungkil. Yang menarik pada parade keempat ini adalah keikutsertaan anak-anak yang disebut dengan BEC cilik.



Gambar 1.4 Seblang Banyuwangi Ethno Carnival

Sumber: Sindonews.com diakses pada 13 November 2024

Pada 17 Oktober 2015, tema The Usingnese Royal Wedding menghiasi BEC dengan kostum pengantin suku Using. Defile utamanya adalah Mupus Braen Blambangan, Sembur Kemuning, dan Sekar Kedaton Wetan.



Gambar 1.5 Defile Sekar Kedaton Wetan

Sumber: liputan6.com diakses pada 13 November 2024

Dilaksanakan pada 12 November 2016, parade keenam Banyuwangi Ethno Carnival mengusung tema The Legend of Sritanjung Sidopekso. Tema ini mengangkat legenda rakyat Kerajaan Sindurejo. Tiga defile utamanya adalah Sidopekso, Sritanjung, dan Sulah Hadi Kromo. BEC cilik tampil dengan tema dan fauna Alas Purwo



Gambar 1.6 Defile Sidopekso

Sumber: banyuwangibagus.com diakses pada 13 November 2024

Pada 11 November 2017, tema The Majestic of Ijen menggambarkan keindahan Kawah Ijen. Defile utama adalah Belerang, *Bluefire*, dan Landscape Pemandangan Ijen. BEC cilik menampilkan flora dan fauna di kawasan Ijen.



Gambar 1.7 Defile Bluefire

Sumber: tribunbali.com diakses pada 13 November 2024

Pada 29 Juli 2018, Banyuwangi Ethno Carnival mengusung tema Puter Kayun yang mengangkat tradisi kuno Kelurahan Boyolangu. Parade ini mengenang perjalanan Ki Buyut Jakso yang membuka jalur utara Banyuwangi.



Gambar 1.8 Puter Kayun

Sumber: banyuwangibagus.com diakses pada 13 November 2024

Parade ke sembilan pada 27 Juli 2019, Banyuwangi Ethno Carnival mengusung tema The Kingdom of Blambangan yang mengingatkan kejayaan Kerajaan Blambangan yang merupakan cikal bakal berdirinya Kabupaten Banyuwangi. Tema ini dijabarkan dalam sepuluh sub tema yaitu, Lung Pangpang, Kapal Jong, Nelayan, Kedaton, Raja, Putri, Pura Belambangan, Rsi Sapta Manggala, Pusaka Kerajaan, dan Setinggil.



Gambar 1.9 Sub Tema Raja

Sumber: banyuwangibagus.com diakses pada 13 November 2024

Setelah dua tahun vakum karena pandemi, BEC kembali pada 2022 dengan tema Diversity of Banyuwangi Culture, menunjukkan keragaman budaya Banyuwangi yang menyuguhkan keragaman etnis yang ada di Banyuwangi mulai dari Suku Osing, Jawa, Madura, Bali, Mandar, Arab dan Cina.



Gambar 1.10 Kostum Budaya Cina

Sumber: menpan.go.id diakses pada 13 November 2024

Pada 2023, BEC mengangkat tema *The Majestic of Ijen Geopark*. Tema *The Magic of Ijen Geopark* diangkat dari kesuksesan Ijen Geopark yang telah ditetapkan sebagai bagian dari jaringan geopark dunia oleh Dewan Eksekutif UNESCO Global Geopark (UGG) di Paris, Prancis. Tema ini dibagi dalam tujuh subtema: Ijen, Pulau Merah, Parang Ireng, Lider, Sukamade, Sembulungan, dan Alas Purwo.



Gambar 1.11 Kostum Pulau Merah

Sumber: menpan.go.id diakses pada 13 November 2024

BEC kembali hadir dengan tema Ndaru Ndeso, Revival of Village. Sebagai kabupaten terluas di Pulau Jawa, Banyuwangi memiliki ratusan desa dengan beragam potensi menarik sehingga tema tersebut sengaja diangkat untuk memperlihatkan identitas salah satu wilayah di Jawa Timur ini. BEC tahun ini digelar pada 9 hingga 14 Juni 2024 dengan menampilkan peserta terbaik dari 144 desa di wilayah Kabupaten Banyuwangi.



Gambar 1.12 Salah satu kostum BEC 2024

Sumber: beritasatu.com diakses pada 13 November 2024

Negara-negara berkembang menganggap pariwisata sebagai alat untuk mempercepat pembangunan dan meningkatkan kualitas hidup (Abuhay et al. 2019). Pariwisata berkelanjutan dapat menjadi sumber daya ekonomi yang penting untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Perencanaan yang cermat dan sinergis diperlukan untuk memperoleh manfaat maksimal dari pariwisata (Stone and Stone 2020). Indonesia merupakan salah satu tujuan wisata paling populer secara global, dan pemerintah telah mengembangkan Kawasan Ekonomi Khusus (KEK) pariwisata untuk menarik investasi dan mempercepat pembangunan daerah (Habibi et al. 2021). Banyuwangi Ethno Carnival diorganisir oleh pemerintah daerah sebagai salah satu strategi untuk mengembangkan pariwisata berbasis budaya dan ekonomi kreatif. Acara ini menarik ribuan peserta dan pengunjung setiap tahun, serta menjadi platform penting bagi kultural entrepreneurship di mana para pelaku usaha lokal, khususnya di sektor industri kreatif, dapat memperkenalkan produk dan jasa mereka yang berbasis

seni dan tradisi lokal. BEC memadukan elemen estetika, identitas budaya, dan inovasi bisnis yang secara langsung mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.



Gambar 1.13 Pameran Creative Expo

Sumber: banyuwangikab.go.id diakses pada 1 Desember 2024



Gambar 1.14 Pameran Creative Expo

Sumber: rri.co.id diakses pada 1 Desember 2024



Gambar 1.15 Pameran Creative Expo

Sumber: kabarbaik.co diakses pada 1 Desember 2024

Banyuwangi Ethno Carnival juga telah mendapatkan pengakuan nasional dan internasional sebagai salah satu event pariwisata terpopuler di Indonesia. Acara ini tak hanya memperkenalkan keindahan budaya lokal, tetapi juga berperan sebagai motor penggerak dalam memperkuat identitas komunitas lokal sekaligus meningkatkan pendapatan masyarakat melalui sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi, industri ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di berbagai negara. Perilaku kreatif merupakan salah satu ciri dari seorang wirausaha sebagaimana yang dijumpai oleh para peneliti terhadap ciri-ciri wirausaha yang sukses. Menurut penelitian Bosma, et al., (2011), tren munculnya wirausaha adalah karena tekanan ekonomi, sehingga seseorang terpaksa menciptakan

lapangan pekerjaan sendiri. Selain itu ada faktor lain yaitu pengangguran, frustrasi pekerjaan sebelumnya, dan kebutuhan hidup layak.

Dalam bukunya yang berjudul *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, John Howkins pertama kali mendefinisikan istilah "ekonomi kreatif" sebagai kegiatan ekonomi dalam masyarakat yang menghabiskan sebagian besar waktunya untuk menghasilkan ide, tidak hanya melakukan hal-hal yang rutin daripada menghasilkan uang dari ide-ide.

Industri kreatif Indonesia terdiri dari berbagai bidang yang menggunakan keterampilan, inovasi, dan kreativitas untuk menghasilkan barang dan jasa yang bernilai ekonomis. Beberapa industri utama dalam industri kreatif ini adalah kuliner, kriya, fashion, periklanan, musik, film, animasi, dan video. Sektor kuliner sangat menjanjikan karena makanan adalah kebutuhan dasar manusia, sedangkan kriya mencakup pekerjaan tangan yang dibuat dengan menggunakan kearifan lokal. Periklanan memainkan peran penting dalam mempromosikan produk melalui berbagai media karena mode terus berubah seiring dengan tren global. Film, animasi, dan video menjadi semakin penting karena minat yang meningkat terhadap konten visual, sementara musik memberikan kesempatan bagi seniman untuk berkarya dan menghasilkan pendapatan. Di era media sosial saat ini, salah satu cara untuk mengekspresikan diri adalah melalui fotografi. Salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di era digital adalah *game development*, yang menggabungkan seni dengan teknik dalam merancang bangunan fungsional. Desain grafis juga penting untuk branding dan pemasaran produk. Secara keseluruhan, industri kreatif Indonesia meningkatkan ekonomi, menciptakan lapangan kerja baru, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Tabel 1.2 Nilai PDB Ekonomi Kreatif Indonesia terhadap PDB Nasional

Nama Data	Nilai PDB Ekonomi Kreatif / Rp	Kontribusi Terhadap PDB Nasional / Persen
2014	784.868.800.000.000	7,43
2015	852.543.700.000.000	7,4
2016	923.052.900.000.000	7,44
2017	989.153.100.000.000	7,28
2018	1.066.644.910.000.000	7,19
2019	1.153.384.550.000.000	7,28
2020	1.134.977.880.000.000	7,35
2021	1.191.000.000.000.000	7,02
2022	1.280.418.770.000.000	6,54

Sumber: katadata.co.id diakses pada 20 November 2024

Menurut data Kemenparekraf, produk domestik bruto (PDB) sektor ekonomi kreatif Indonesia terus mengalami peningkatan setelah pandemi COVID-19. Pada tahun 2022, nilai PDB ekonomi kreatif telah mencapai Rp1.280 triliun atau Rp1,28 kuadriliun, mencatatkan rekor tertinggi baru. Meskipun kontribusi sektor ini terhadap total PDB nasional pada tahun yang sama adalah 6,54%, angka ini menunjukkan penurunan dibandingkan tahun 2021 dan merupakan level terendah sejak 2010. Menparekraf Sandiaga Uno juga menyatakan bahwa pada tahun 2023, nilai PDB ekonomi kreatif telah melampaui Rp1.300 triliun dan berhasil menciptakan lebih dari 22 juta lapangan kerja.

Sektor-sektor utama dalam industri kreatif yang berkontribusi besar terhadap PDB ekonomi kreatif di Indonesia antara lain kuliner, fashion, dan kriya, yang secara keseluruhan menyumbang sekitar 75% dari nilai PDB ekonomi kreatif nasional pada tahun 2023. Dengan demikian, perkembangan ekonomi kreatif di Indonesia tidak hanya memberikan dampak positif terhadap perekonomian tetapi juga menciptakan peluang kerja bagi masyarakat.

Wirausaha yang inovatif adalah orang yang kreatif dan yakin dengan adanya cara-cara baru yang lebih baik (Wirasasmita dalam Suryana, 2003). Sedangkan hasil penelitian Sukardi (1991) tentang sifat-sifat wirausahawan di Indonesia dimana sifat semacam itu disebut sifat instrumental yang mana wirausaha dalam berbagai situasi selalu memanfaatkan sesuatu yang ada di lingkungannya yang dipandang sebagai alat (instrumen) tujuan pribadi. Dengan memperhatikan kondisi bangsa saat ini (seperti banyaknya tenaga kerja, lapangan kerja yang sangat terbatas, rendahnya produktivitas, masih belum optimalnya penggunaan sumber daya alam serta ketidakstabilan ekonomi), maka peluang untuk meningkatkan produktivitas bangsa melalui pengembangan kewirausahaan sangat diperlukan dan masih terbuka lebar (Pinayani, 2006). Salah satu bagian penting dari ekonomi kreatif adalah *cultural entrepreneurship* atau kewirausahaan berbasis budaya, yang berperan dalam memanfaatkan seni dan tradisi lokal sebagai sumber daya ekonomi.

Cultural entrepreneurship, atau kewirausahaan berbasis budaya, memainkan peran penting dalam memanfaatkan seni dan tradisi lokal sebagai sumber daya ekonomi. Menurut Patowary et al. (2022), "cultural entrepreneurship dapat didefinisikan sebagai proses kewirausahaan yang menggunakan komponen budaya sebagai media untuk mencapai tujuan kewirausahaan tertentu sambil juga mempromosikan budaya secara keseluruhan, yang membantu pertumbuhan sosial ekonomi suatu daerah." Hal ini menunjukkan bahwa para wirausahawan budaya tidak hanya menciptakan produk tetapi juga berkontribusi pada revitalisasi komunitas dan penguatan identitas budaya.

Cultural entrepreneurship tidak hanya melibatkan produk budaya dan karya seni, tetapi juga pengelolaan aset budaya yang dimiliki oleh suatu daerah, seperti musik, tarian, festival, dan kuliner, sebagai bagian dari perekonomian lokal. Menurut laporan UNESCO, seni dan budaya memiliki potensi besar untuk memajukan perekonomian dengan meningkatkan nilai tambah, menciptakan lapangan kerja, dan memperkuat identitas budaya suatu wilayah. Fenomena ini menunjukkan bahwa

dengan memanfaatkan kekayaan budaya lokal, masyarakat dapat mengembangkan model bisnis baru yang tidak hanya memberikan nilai ekonomi tetapi juga menjaga keberlanjutan budaya. Program inisiatif seperti "Kita Muda Kreatif" yang didukung oleh UNESCO membantu para wirausahawan muda untuk mengembangkan keterampilan pemasaran dan branding sambil melestarikan warisan budaya Indonesia (UNESCO).

Lebih lanjut, Toghraee et al. (2017) menekankan bahwa "potensi besar industri budaya belum sepenuhnya dimanfaatkan" di negara-negara berkembang, dan mereka menyerukan perlunya pendekatan yang lebih terintegrasi dalam mendukung para seniman dan organisasi kreatif. Dengan demikian, pengembangan kewirausahaan berbasis budaya tidak hanya penting untuk pertumbuhan ekonomi tetapi juga untuk pelestarian warisan budaya yang kaya. Melalui pendekatan ini, masyarakat dapat menciptakan peluang baru yang berkelanjutan dan berkontribusi terhadap perekonomian lokal.

Di tengah kecepatan globalisasi saat ini, strategi untuk melestarikan budaya Indonesia semakin penting. Dalam situasi seperti ini, pelestarian budaya membantu menjaga warisan dan identitas budaya serta menghasilkan nilai sosial dan ekonomi bagi masyarakat. Salah satu pendekatan yang efektif adalah pengalaman budaya, atau pengalaman budaya, di mana orang terlibat langsung dalam praktik budaya lokal. Sebagaimana dinyatakan oleh Sholeha (2024), "pengalaman budaya merupakan pelestarian yang dilakukan dengan cara terjun langsung untuk merasakan pengalaman budaya di masyarakat". Ini membantu generasi muda memahami dan menghargai kekayaan budaya mereka, menumbuhkan cinta dan bangga terhadap warisan yang mereka miliki.

Selain itu, pengetahuan tentang budaya (*culture knowledge*) juga sangat penting dalam strategi pelestarian. Agar informasi tentang kebudayaan mereka dapat diakses oleh semua orang, masyarakat harus mengembangkan informasi tersebut

melalui publikasi seperti media sosial. Umam dalam Gramedia Literasi menekankan bahwa "kita perlu memastikan bahwa warisan tradisi kita tetap lestari untuk generasi mendatang" (Umam, 2022). Dengan mempromosikan pengetahuan tentang budaya lokal, masyarakat dapat meningkatkan kesadaran akan nilai-nilai budaya yang ada dan mendorong generasi muda untuk terlibat dalam pelestarian tersebut.

Ekonomi kreatif juga sangat penting untuk mempertahankan budaya. Mempromosikan produk budaya lokal ke pasar internasional dapat menjaga identitas budaya sambil menghasilkan peluang ekonomi. Sutardi (2024) menyatakan bahwa "usaha memajukan kebudayaan nasional dari masyarakat yang majemuk harus diikuti dengan pemerataan kesejahteraan bersama", menunjukkan bahwa pembentukan industri kreatif yang didasarkan pada kearifan lokal tidak hanya melestarikan tradisi tetapi juga memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas.

Pendidikan formal juga menjadi salah satu pilar dalam strategi pelestarian budaya. Memasukkan pelajaran tentang kebudayaan lokal ke dalam kurikulum sekolah dapat membantu generasi muda memahami dan menghargai warisan mereka. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Maliowski (2024), "budaya yang lebih tinggi dan aktif akan memengaruhi budaya yang lebih rendah dan pasif melalui kontak budaya", menunjukkan betapa pentingnya pendidikan untuk meningkatkan kesadaran budaya di kalangan generasi muda.

Seiring dengan meningkatnya minat global terhadap budaya lokal, berbagai negara dan daerah berlomba-lomba memperkenalkan acara-acara budaya sebagai salah satu strategi pengembangan ekonomi. Salah satu contoh yang ada di Indonesia adalah *Banyuwangi Ethno Carnival* (BEC), yang diadakan setiap tahun di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Timur. BEC menampilkan berbagai bentuk seni dan tradisi lokal yang dikemas dalam parade besar yang diikuti oleh ratusan peserta. Acara ini memadukan aspek tradisi, seni, dan modernitas yang tidak hanya bertujuan untuk hiburan, tetapi juga untuk mendukung pariwisata dan perekonomian setempat. BEC

telah berhasil menarik wisatawan baik dari dalam maupun luar negeri, serta menjadi platform bagi para pelaku seni dan budaya lokal untuk berkolaborasi dengan pemerintah dan komunitas bisnis. Selain itu, acara ini memberikan dampak ekonomi dengan membuka peluang bisnis bagi pelaku usaha lokal, mulai dari pengrajin, penjual kuliner, hingga penyedia layanan akomodasi. Bupati Banyuwangi, Ipuk menjelaskan bahwa *Banyuwangi Ethno Carnival* bukan sekadar parade. Tapi lebih dari itu. BEC juga memiliki efek untuk menggerakkan ekonomi rakyat, Dengan BEC, para pelaku seni dan budaya ditonton ribuan orang. Dengan kegiatan ini, apresiasi dilakukan sekaligus bagian dari regenerasi pencinta seni budaya. Ketiga, BEC mampu menggerakkan ekonomi masyarakat karena ada BEC hotel penuh, kuliner laris, oleh-oleh ludes, jasa-jasa penunjang bergerak, seperti jasa transportasi, pemandu wisata dan lain-lain.

Topik ini sangat relevan dalam konteks ekonomi kreatif dan kebijakan pemerintah yang mendorong kewirausahaan berbasis budaya. Indonesia, dengan kekayaan budaya yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai sumber pertumbuhan ekonomi baru. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah meluncurkan berbagai program untuk mendukung pengembangan ekonomi kreatif dan kewirausahaan berbasis budaya. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif, yang bertujuan untuk memanfaatkan budaya lokal sebagai aset ekonomi yang berkelanjutan. Kebijakan ini memberikan peluang bagi daerah-daerah dengan potensi budaya yang unik, seperti Banyuwangi, untuk mengoptimalkan aset budaya mereka menjadi daya tarik wisata sekaligus meningkatkan perekonomian lokal.

Dalam konteks tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana seni dan tradisi lokal diintegrasikan dalam *cultural entrepreneurship* melalui Banyuwangi Ethno Carnival. Penelitian ini akan menganalisis dampak dari integrasi ini terhadap pengembangan ekonomi lokal di Banyuwangi, serta peran pemerintah

dan masyarakat dalam mendukung keberhasilan acara ini. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pentingnya kultural entrepreneurship sebagai pendekatan yang berkelanjutan untuk mengembangkan ekonomi kreatif berbasis budaya, khususnya dalam konteks festival budaya seperti Banyuwangi Ethno Carnival.

1.3 Perumusan Masalah

Integrasi seni dan tradisi lokal dalam *cultural entrepreneurship* melalui *Banyuwangi Ethno Carnival* tidaklah lepas dari tantangan. Menurut Mukaromah & Harsasto (2022) walaupun BEC dirancang untuk melibatkan masyarakat, tantangan tetap ada dalam menjamin partisipasi yang merata dari berbagai kalangan. Tantangan ini meliputi upaya memastikan masyarakat dapat berkontribusi aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan acara, sekaligus merasakan manfaat langsung dari segi ekonomi dalam festival tersebut. Mukaromah & Harsasto (2022) juga berpendapat bahwa beberapa budayawan mengkhawatirkan bahwa modernisasi dan komersialisasi yang terjadi selama pelaksanaan BEC berpotensi mengancam kelestarian budaya lokal. Sejumlah aktivis dan seniman berpendapat bahwa festival ini dapat menyebabkan hilangnya nilai-nilai tradisional, yang kemudian digantikan oleh elemen-elemen fashion yang lebih modern, sehingga mengurangi keaslian budaya Osing. Hal ini mencerminkan adanya ketegangan antara upaya pelestarian budaya dan penyesuaian terhadap tren masa kini. Selain itu, banyak pelaku usaha di bidang *cultural entrepreneurship* mengeluhkan minimnya dukungan dari pemerintah terkait kebijakan dan infrastruktur yang mendukung pengembangan bisnis berbasis budaya. Penelitian Reindrawati (2017) mengungkapkan bahwa tanpa dukungan yang memadai, seperti fasilitas pembiayaan, program pelatihan, dan akses pasar, pelaku usaha lokal mengalami kesulitan untuk berkembang serta bersaing dengan pemain besar di sektor ini.

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis sebelumnya, masalah utama yang akan dikaji adalah bagaimana seni dan tradisi lokal diintegrasikan dalam

cultural entrepreneurship melalui *Banyuwangi Ethno Carnival* serta dampaknya pada ekonomi lokal. Selanjutnya, penelitian ini juga memiliki beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana seni dan tradisi lokal diintegrasikan dalam *cultural entrepreneurship* melalui *Banyuwangi Ethno Carnival*?
2. Bagaimana dampak *Banyuwangi Ethno Carnival* terhadap pengembangan *cultural entrepreneurship*?
3. Bagaimana dampaknya terhadap perekonomian lokal di Banyuwangi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dirumuskan, tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis integrasi seni dan tradisi lokal dalam *cultural entrepreneurship* melalui *Banyuwangi Ethno Carnival*
2. Menjelaskan dampak *Banyuwangi Ethno Carnival* terhadap pengembangan *cultural entrepreneurship*
3. Menganalisis dampak ekonomi lokal yang dihasilkan dari pelaksanaan *Banyuwangi Ethno Carnival*

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi dalam memperkaya literatur mengenai *cultural entrepreneurship* , terutama terkait dengan integrasi seni dan budaya dalam ekonomi kreatif di Indonesia. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi studi-studi lain terkait ekonomi kreatif dan *cultural*

entrepreneurship, khususnya dalam konteks budaya seperti *Banyuwangi Ethno Carnival*.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan bagi pemerintah daerah dalam mengambil kebijakan dalam merancang strategi untuk meningkatkan potensi ekonomi kreatif melalui pengembangan acara budaya.

Penelitian ini juga dapat memberikan informasi yang berguna bagi pelaku seni dan budaya lokal terkait peluang dan tantangan dalam memanfaatkan acara budaya seperti *Banyuwangi Ethno Carnival* untuk mengembangkan usaha kreatif berbasis budaya.

3. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan atau rujukan bagi penelitian-penelitian lanjutan yang ingin mengkaji pengembangan ekonomi kreatif, integrasi budaya dalam kewirausahaan, atau peran acara budaya dalam mendukung perekonomian lokal. Bagi mahasiswa dan akademisi yang tertarik dengan studi ekonomi kreatif, budaya, dan kewirausahaan, penelitian ini dapat memberikan inspirasi untuk mengembangkan topik-topik penelitian yang relevan dalam konteks lain atau daerah lain di Indonesia.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab yang saling berurutan. Secara garis besar sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang yang berkaitan dengan fenomena yang sedang terjadi yang menarik untuk diteliti, perumusan masalah yang terkait dengan latar belakang

penelitian, tujuan penelitian, manfaat yang dapat diambil dari penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini diuraikan mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran penelitian.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini. Pendekatan kualitatif yang dipilih, seperti studi kasus atau fenomenologi, dipaparkan sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilihan informan dijelaskan secara singkat, termasuk kriteria dan alasan mengapa mereka dipilih sebagai sumber data.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan berdasarkan tata cara dan langkah-langkah yang telah ditentukan pada bab-bab sebelumnya. Pembahasan yang dilakukan didasari oleh data-data hasil penelitian yang telah dikumpulkan dan dianalisis.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bagian ini berisi tentang penulisan kesimpulan dari seluruh penelitian yang dilakukan, dan saran terhadap masalah penelitian yang didasari oleh hasil yang didapatkan dari penelitian dan pembahasan.