

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Ekonomi Kreatif merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu menjadi kekuatan baru ekonomi nasional di masa mendatang, seiring dengan kondisi sumber daya alam yang semakin terdegradasi setiap tahunnya. Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) di Indonesia, melakukan kontribusi ekonomi kreatif kepada Produk Domestik Bruto (PDB) pada tahun 2019 mencapai 9,6 persen yakni sebesar Rp1.211 triliun, kontribusi ekspor ekonomi kreatif mencapai 19,99 miliar dolar AS, dan pada tahun 2019-2024 pelaku industri kreatif di Indonesia bisa memiliki ekosistem terpadu yang baru dan kondusif bagi karya kreatif (Munaf, 2019).

Sektor ekonomi kreatif merupakan sektor ke tujuh terpenting dari sepuluh sektor ekonomi nasional. Adapun jumlah usaha di sektor ekonomi kreatif pada tahun 2019 sebesar 70 persen, dimana sektor kerajinan berkontribusi terhadap PDB ekonomi kreatif sebesar 15 %, sektor fashion 18 %, dan sektor kuliner 41 % pada PDB ekonomi kreatif (Bobi, 2019).

Industri kreatif berperan dalam meningkatkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi nasional. Tenaga kerja dalam sektor industri kreatif ±15,9 juta, serta berkontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar Rp 852 triliun dan industri kreatif kriya berkontribusi sebesar 14,9 % terhadap PDB sehingga membantu perekonomian rumah tangga (Bani, 2019; Maryono, 2018; Timorria, 2020; Uwira, 2018). Pemerintah menyadari bahwa industri kreatif merupakan wujud sumber ekonomi baru yang harus dikembangkan lebih lanjut pada perekonomian daerah (Raldianingrat & Wuryanti, 2014). Industri kreatif merupakan karakteristik berbeda dengan industri pada khalayak umum. Jenis industri ini memiliki keterikatan dalam proses perwujudan suatu produk atau jasa yang berasal dari ide atau gagasan (*intellectualproperty*). Industri kreatif memiliki nilai ekonomi yang tinggi bagi kesejahteraan dan lapangan pekerjaan untuk masyarakat (Nasution, 2020).

Kreativitas pelaku industri kreatif harus mampu mengubah paradikma dari budaya dalam konteks seni berbasis kinerja menjadi kewirausahaan berbasis kinerja.

Demikian juga Pelaku usaha diharapkan mampu mengubah budaya hidup mereka yang berorientasi pada keuntungan menjadi berorientasi pelanggan agar terbentuk kerjasama yang menguntungkan dalam jangka panjang. Pelaku usaha kreatif yang baik adalah individu yang memiliki kemampuan mengambil tantangan, kompetitif, strategis dan memiliki keinginan yang kuat dalam pencapaian bisnis (Halim, Muda, & Amin, 2011). Industri kreatif dikelompokkan menjadi beberapa jenis seperti: periklanan, arsitektur, pasar seni dan barang antik, kerajinan, desain, fashion, video, film dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, televisi dan radio, riset dan pengembangan (BEKRAF, 2016).

Secara makro pertumbuhan industri kreatif di Indonesia tergolong tinggi didukung oleh sektor unggulan kuliner, kriya, fashion, media cetak arsitek, dan periklanan (Bekraf & BPS, 2017). Industri kreatif sei kriya berbasis akar keladi air sangat laten dan esensial untuk dikembangkan (Suci, 2017). Karena produk kerajinan akar keladi air bersifat ramah lingkungan. Persoalan yang dihadapi industri kreatif akar keladi air adalah keterbatasan mendesain, kurangnya pera hukum dalam produk, keterbatasan lembaga keuangan, dan terbatasnya terbatasnya informasi dan teknologi dalam mengelola sumber daya alam yang ada, serta pengetahuan tentang *market share* (Nugroho, 2019; Wisuda, 2018; Ahraed, 2015).

Kalimantan barat merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki sentra industri kreatif relatif besar. Kabupaten Kubu Raya merupakan wilayah sentra industri kreatif di Kalimantan barat (BPS, 2016). karena Kabupaten Kubu Raya memiliki bahan baku yang melimpah berupa tanaman liar ekonomis tinggi seperti akar keladi air, rotan, pandan duri, dan bembam, sehingga dapat diolah menjadi produk bernilai jual seperti kerajinan tangan (MBC, 2019).

Permasalahan yang dihadapi industri kreatif adalah relatif lemah paada pengembangan produk (Emelia, 2018). Lemahnya hak kekayaan industri seperti merek, kurangnya penerapan konsep dari manajemen, peran lembaga keuangan yang relatif lemah, dan kurangnya peran media komunikasi pemesanan sebagai *market share* (Jasmani, 2018). Hal ini yang membuat produk sulit untuk berkembang dan lemah dalam bersaing dengan produk lainnya. Tujuan dari pengembangan produk adalah untuk meningkatkan kreativitas produk dan memenuhi

permintaan kebutuhan konsumen (Kasmiruddin, 2016).

Kurang terjalannya kerja sama antar *stakeholder* menjadi latar belakang masalah pengembangan produk (Khomzi et al., 2020). Sebab belum tersedianya lembaga kemitraan untuk pengembangan produk (Setyawati et al., 2017), dan tingkat pengetahuan rendah dalam inovasi produk agar menarik (Ekasari et al., 2019; Handayan, 2019). Melihat permasalahan pelaku usaha, pentingnya sinergi antara para pelaku UMKM, serta dukungan penuh dari pihak pemerintah, akademisi, industri (bisnis), dan masyarakat (Tajuddin, 2019).

*Quadruple Helix* merupakan konsep yang berkembang dari triple helix dan penta helix (Praswati, 2017). Model *triple helix* melihat inovasi sebagai hasil dari jaringan kerja sama antara A-B-G (*academician-business-government*), sedangkan *penta helix* melibatkan inovasi dalam penyelesaiannya (Zuhal, 2013). Konsep *Quadruple Helix* berpartisipasi dalam proses inovasi untuk mempercepat transfer inovasi dengan melibatkan masyarakat sebagai pengguna dan penyaluran ide baru (Praswati, 2017). Elemen dalam *Quadruple Helix* sangat diperlukan untuk lebih mendorong kreativitas pelaku usaha industri kreatif sehingga dapat melakukan pengembangan pada produk secara terus menerus dan berkelanjutan (Etzkowitz & Leydesdorff, 1995).

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana meningkatkan kreativitas sumber daya manusia UMKM Kreatif Akar Keladi Air di Kabupaten Kubu Raya melalui pendekatan *Quadruple Helix*.

## **C. Tujuan Penelitian**

Peningkatan kreativitas sumber daya manusia pada UMKM Akar Keladi Air di Kabupaten Kubu Raya melalui pendekatan *Quadruple Helix*.