

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Inovasi merupakan suatu hal yang penting dalam bisnis, baik bisnis dalam skala kecil maupun besar karena inovasi sendiri merupakan faktor penting dalam kesuksesan bisnis salah satunya bisnis kreatif atau yang lebih dikenal dengan industri kreatif, dimana industri kreatif ini adalah industri yang lebih condong pada kreatifitas sehingga bisa memberikan produk yang berbeda dan tentu menarik. Karena hal inilah inovasi-inovasi daripada industri kreatif sangat penting adanya agar bisa memberikan sesuatu yang beda pada konsumen, perbedaan disini tidak hanya terpaku pada inovasi produk atau jasa saja tetapi juga pada sistem lain dalam suatu industri baik berupa inovasi dalam pemasaran, proses, dan organisasi. Dalam perkembangan Revolusi Industri 4.0 dimana semua teknologi semakin berkembang dan tentu makin banyak persaingan baik dari harga, kualitas, maupun aspek lain. Suatu bisnis juga dituntut untuk bisa melakukan sebuah inovasi yang baru dan bisa menjadi kekuatan suatu industri kreatif, karena dengan adanya revolusi industri sendiri bisa menjadi suatu peluang dan bisa menjadi suatu ancaman akibat dari tidak adanya batas lagi baik dari daerah maupun negara karena dari tantangan dan peluang ini mendorong

semua orang untuk berinovasi dan berkreasi.² Meskipun demikian resiko yang pasti terasa adalah resiko banyaknya pengangguran dan minimnya penggunaan sumber daya manusia karena dengan masuknya era industri 4.0 suatu lembaga bisnis pasti lebih memilih menggunakan mesin dan teknologi lain yang mempermudah, tetapi ini tidak selalu berlaku pada semua jenis pekerjaan dan industri. Salah satu yang tidak terlalu signifikan terkena dampak dari industri 4.0 adalah industri kreatif, ini terjadi karena industri kreatif merupakan suatu jenis industri yang berbasis pada seni, kreativitas, budaya, serta inovasi. Berdasarkan keterangan dari *United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)*, industri kreatif sendiri secara garis besar dikelompokkan menjadi empat elemen, yaitu seni, warisan budaya, media, dan kreativitas fungsional. Tetapi tidak dapat dipungkiri dengan semakin berkembangnya dan inovasi yang semakin banyak, industri kreatif juga akan semakin maju dalam hal perkembangan teknologi mungkin banyak yang mengatakan industri kreatif lebih ke seni atau karya tangan tetapi semakin besar dan berkembang suatu industri kreatif pasti juga akan berkembang pula sistem yang digunakan.³

² H. Muhammad Yahya, “*Era Industri 4.0: Tantangan Dan Peluang Perkembangan Pendidikan Kejuruan Indonesia*”, Sidang Terbuka Luar Biasa Senat Universitas Negeri Makassar 2018, hal.11

³ United Nations Conference on Trade and Development, *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy; Towards Informed Policy-making*, (t.t.p: United Nations, 2008), hlm 13

Tabel 1.1

Indikator	Tahun				
	2015	2016	2017	2018	2019*)
Pertumbuhan PDB Ekraf (%)	4.41	4.95	5.06	5.07	5.10
Jumlah Tenaga Kerja (Juta Orang)	15.96	16.91	17.68	18.21	19.01
Nilai Ekspor Bruto (Miliar USD)	19.36	19.99	19.84	21.24	22.07

*) Data Sementara BPS per tanggal 31 Desember 2019

Perbandingan Realisasi Sasaran Strategis dalam Beberapa Tahun

Seperti data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif diatas pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) Ekonomi Kreatif pada tahun 2015-2019 terus bertambah dan itu cukup baik namun tidak mampu meningkatkan kontribusi ekonomi kreatif dalam mendorong perekonomian nasional karena pertumbuhannya masih tetap di bawah pertumbuhan PDB, yang pada tahun 2020 jumlah PDB per kapita mencapai Rp56,9 Juta atau US\$3.911,7 dan jumlah Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga berlaku mencapai Rp15.434,2 triliun dan untuk ekonomi kreatif sendiri berkontribusi Rp1.211 triliun, angka tersebut meningkat dari 2017 dan 2018, yang hanya sebesar Rp1.000 triliun dan Rp1.105 triliun. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi khususnya Badan Ekonomi Kreatif agar pertumbuhan ekonomi kreatif secara bertahap dapat lebih tinggi dari pertumbuhan PDB. Selain pertumbuhan PDB yang semakin baik penyerapan Tenaga Kerja dengan Indikator Kinerja Utama Serapan Tenaga Kerja dari target 17,20 juta orang telah terealisasi sebanyak 19,01 juta orang sehingga capaiannya

sebesar 110,52%. Pada tahun saja 2018 *share* tenaga kerja ekraf sebesar 18,21% dan urutan subsektor ini berdasarkan jumlah tenaga kerja terbesar adalah Subsektor Kriya (3,91 juta), Subsektor Fesyen (4,69 juta), dan Subsektor Kuliner (8,31 juta).⁴ Dari data tersebut bisa dilihat prospek daripada industri kreatif ini sangat baik selain bisa memberikan suatu manfaat secara finansial bagi pemilik usaha tapi juga kepada masyarakat sekitar yang bisa mendapatkan pekerjaan dan dengan didukung inovasi yang baik juga.

Pada sektor ekspor juga industri kreatif juga terus mengalami kenaikan dapat dilihat pada tabel 1.1 diatas nilai ekspor bruto pada produk kreatif dari 21,24 Miliar USD naik menjadi 22,07 Miliar USD. Subsektor kuliner, fesyen, dan kriya sebagai penyumbang terbesar nilai ekspor ini. Dengan demikian dapat dilihat peningkatan ekspor produk kreatif bias difokuskan pada ketiga subsektor ini. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen Badan Industri Kreatif serius untuk menjadikan Industri kreatif menjadi kekuatan baru ekonomi Indonesia dengan adanya peningkatan pada capaian sasaran strategis.⁵

Di saat kondisi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang melemah, perekonomian pada Kabupaten Trenggalek periode 2015 - 2019 dapat tetap tumbuh di atas 5 persen, yakni dari sebesar 5,03 persen tahun 2018 hingga mencapai 5,08 persen tahun 2019. Dapat dilihat dari sisi produksi,

⁴ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Laporan Kinerja Badan Ekonomi Kreatif*, 2019, Hal 73

⁵ *Ibid.*, hal. 73

pertumbuhan ekonomi tertinggi dicapai oleh lapangan usaha Transportasi dan Pergudangan yaitu sebesar 9,91 persen. Serta dari 17 lapangan usaha ekonomi yang ada, seluruhnya mengalami pertumbuhan yang positif. 13 lapangan usaha mengalami pertumbuhan positif sebesar 5 hingga diatas 8 persen. Sedangkan 4 lapangan usaha lainnya berturut-turut tercatat mengalami pertumbuhan positif namun lebih rendah. Dan pada lapangan usaha Industri Pengolahan sendiri mengalami pertumbuhan sebesar 9,29 persen yang didalamnya termasuk industri kreatif.⁶

Dari data tersebut dapat dilihat kontribusi industri kreatif atau lebih tepatnya industri pengolahan sangat baik dengan pertumbuhan yang cukup baik pula, dan tentu hal ini tidak terlepas dari peran para pemilik industri kreatif di Kabupaten Trenggalek, salah satu industri kreatif itu adalah Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari”. Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” merupakan sebuah industri yang menghasilkan produk kerajinan berupa kain tenun, tenun sendiri sangat jarang atau bahkan tidak ada di Kabupaten Trenggalek, dan karena faktor inilah Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” lahir, seiring dengan berjalannya waktu produk daripada industri ini bukan hanya terpaku pada produksi kain saja tetapi juga dalam bentuk jadi baik berupa baju pria, baju wanita, sarung goyor, dan berbagai pesanan lain. Selain itu juga dapat

⁶ Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek, “*Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Trenggalek Menurut Pengeluaran*”, 2015-2019, hal. 26

memilih bahan benang yang ingin digunakan baik dari yang biasa, semi sutera, dan sutera.

Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” ini pertama kali berdiri pada tahun 2015 dengan mengadakan kealihan pemilik usaha yang beliau pelajari dari orang tua yang bertempat tinggal di Kediri. Industri ini pada awalnya hanya berskala rumahan, tetapi dengan seiring berjalannya waktu makin lama makin berkembang dan sekarang sudah memiliki 3 karyawan dan omzet yang cukup besar, faktor masalah utama dalam industri lebih kepada sumber daya manusia di daerah sekitar tempat usaha yang sulit untuk direkrut karena berbagai alasan baik karena memandang sulit dan ada pertimbangan lain. Tetapi walaupun hanya berskala rumahan dan dengan karyawan yang cukup terbatas industri ini mampu berkembang, dengan tetap melakukan promosi dan penjualan melalui offline, media sosial, dan berbagai acara pameran.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai bagaimana inovasi yang dilakukan Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” sehingga tetap bisa berkembang ditengah revolusi industri 4.0 dan bagaimana strategi yang diambil sehingga bisa tetap bertahan sampai saat ini. Maka dari itu, peneliti mengambil skripsi dengan judul **“STRATEGI INOVASI INDUSTRI KREATIF DI ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 (Studi Kasus Pada Batik Tenun Ikat ATBM “Telaga Sari” Trenggalek)”**

B. Fokus Penelitian

Adapun Fokus Penelitian yang telah peneliti susun sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi inovasi Industri Kreatif Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” agar tetap bisa berkembang di era Revolusi Industri 4.0?
2. Bagaimana kendala yang dialami dalam mengembangkan strategi inovasi Industri Kreatif Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” pada era Revolusi Industri 4.0?
3. Bagaimana solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam mengembangkan strategi inovasi Industri Kreatif Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” pada era Revolusi Industri 4.0?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa bagaimana strategi inovasi yang diterapkan oleh Industri Kreatif Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” sehingga tetap bisa berkembang di Era revolusi industri 4.0.
2. Untuk menganalisa apa saja kendala yang dialami oleh industri kreatif Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” dalam mengembangkan strategi industri kreatif di Era Revolusi Industri 4.0.
3. Untuk menganalisa solusi yang dilakukan untuk mengatasi kendala dalam mengembangkan strategi inovasi Industri Kreatif Batik Tenun

Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” pada era Revolusi Industri 4.0.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dalam keilmuan, menambah referensi, pengetahuan dan pengalaman juga wawasan dalam bidang manajemen bisnis khususnya dalam strategi inovasi untuk melakukan pengembangan bisnis kreatif di era Revolusi Industri 4.0.

2. Secara praktis

a. Ilmu pengetahuan

Dengan hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menambah ilmu pengetahuan secara umum dan khusus mengenai fenomena terjadi yaitu terkait Strategi inovasi dalam mengembangkan industri kreatif di tengah gempuran revolusi industri 4.0.

b. Peneliti lanjutan

Dari hasil ini diharapkan dapat dijadikan tolak ukur dan perbandingan bagi peneliti untuk meningkatkan kemampuan yang dimiliki dalam menganalisa fenomena yang terkait dengan penelitian yang sama.

c. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan saran dan panduan khususnya dalam menghadapi suatu fenomena baru di bidang ekonomi khususnya dalam pengembangan industri kreatif.

E. Penegasan Istilah

Agar sejak awal para pembaca dapat secara jelas memperoleh kesamaan pemahaman mengenai konsep yang terkandung dalam judul “Strategi Inovasi Industri Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” Trenggalek)” sehingga diantara pembaca tidak ada yang memberikan makna yang berbeda pada judul ini. Untuk itu peneliti perlu memaparkan penegasan istilah baik secara konseptual maupun secara operasional sebagai berikut::

1. Secara Konseptual

a. Strategi Inovasi

Strategi Inovasi adalah strategi yang lebih menekankan pengenalan produk ataupun jasa baru yang akan digunakan sebagai andalan dalam suatu lembaga.⁷

b. Industri Kreatif

Industri kreatif itu sendiri adalah industri yang berfokus pada penciptaan dan pemanfaatan karya kekayaan intelektual seperti

⁷ Hoga Saragih dan Harisno, *Rencana Strategis Teknologi Infomasi (TI) Dan Sistem Informasi (SI) Pada Proses Bisnis Perusahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), Hal. 50

seni, film, televisi, perangkat lunak, permainan, dan desain mode, termasuk layanan kreatif antara perusahaan dan organisasi seperti periklanan, penerbitan, dan desain.. Seperti yang dijelaskan Pemerintah Inggris melalui Kementerian Kebudayaan, Media dan Olahraga, memberikan kerangka industri kreatif dan kekayaan intelektual sebagai kegiatan yang berasal dari kreativitas, keahlian, dan bakat pribadi.⁸

c. Revolusi Industri 4.0

Revolusi industri 4.0 adalah tonggak baru kehidupan insan pada menatap peradaban dunia. Kondisi ini sesudah ditemukannya super komputer, robot pintar, tunggangan tanpa pengemudi, editing genetik, juga perkembangan neuroteknologi sampai penggunaan *big data* buat melakukan analisa. Disadari seluruh pihak bahwa pemicu kemunculan revolusi industri nir-mampu dilepaskan menurut kiprah internet pada mengautomatisasi & mengintegrasikan semua sistem produksi pada satu kesatuan atau populer disebut menjadi *Internet of Things (IoT)*. Peran internet & perangkatnya yg begitu besar, disadari atau tidak secara perlahan menggeser kiprah insan pada suatu mata rantai sistem. Kondisi ini tentu saja menuntut kecerdasan dan keterampilan baru supaya seorang mampu berperan pada era industri 4.0.⁹

⁸ Abimanyu Prayogo, *Apa Itu Ekonomi Kreatif*, (Yogyakarta: Istana Media. 2017), hal. 4

⁹ Ni nyoman sawitri, *Financial Genius For Millennials; Membangun Pemahaman Keuangan & Investasi Generasi Millennial*, (Yogyakarta: Expert, 2018), Hal 15.

2. Secara operasional

Berdasarkan penegasan konseptual di atas, maka secara operasional yang dimaksud dari “Strategi Inovasi Industri Kreatif Di Era Revolusi Industri 4.0 (Studi Kasus Pada Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” Trenggalek)” adalah apa strategi inovasi yang dilakukan oleh Industri Kreatif Batik Tenun Ikat Alat Tenun Bukan Mesin “Telaga Sari” Trenggalek, agar usaha ini bisa menyesuaikan dengan perkembangan Revolusi Industri 4.0 sehingga dapat bersaing serta menjadi pilihan bagi konsumen, yang didalamnya meliputi proses penyesuaian, penetapan, dan pelaksanaan.

F. Sistematika Penulisan Skripsi

Berikut ini penataan pada penelitian, yaitu:

1. BAB I PENDAHULUAN:

Pada bab ini berisikan tentang latar belakang, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika penulisan.

2. BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan teori maupun konsep pokok dari permasalahan dari ahli meliputi pengertian strategi, inovasi, strategi inovasi, industri, industri kreatif, revolusi industri 4.0, penelitian terdahulu dan kerangka konseptual.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, analisis data, dan pengecekan keabsahan data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini memuat tentang hasil dari penelitian yang terdiri atas paparan data, dan temuan penelitian.

5. BAB V PEMBAHASAN:

Pada bab ini berisi pembahasan daripada hasil yang telah didapat dalam penelitian.

6. BAB VI PENUTUP:

Pada bab ini berisi penutupan daripada karya ilmiah yang terdiri dari kesimpulan dan saran.