LAPORAN AKHIR PENELITIAN YANG DIAJUKAN
KE LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT

PENERAPAN MODEL TRIPLE HELIX DALAM MENGHADAPI MASA PANDEMI COVID-19 PADA UKM KOTA SERANG

KETUA
NUR HIDAYAH. SE., MM NIDN/NIK: 0306026801/10192036
ANGGOTA
DRA. RODHIAH,MM. NIDN/NIK: 0311106603/10191042

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TARUMANAGARA

DESEMBER 2020

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN
Semester Genap Perode I1 / Tahun 2020

1. Judul :

PENERAPAN MODEL TRIPLE HELIX DALAM MENGHADAPI MASA PANDEMI COVID-19 PADA UKM KOTA SERANG

2. Ketua Tim
   a. Nama dan Gelar : **Nur Hidayah SE., MM**
   b. NIDN/NIK : **0306026801/10192036**
   c. Jabatan/Gol : Lektor Kepala
   d. Program Studi : S1 Manajemen
   e. Fakultas : Ekonomi
   f. Bidang Keahlian : Pemasaran
   g. Alamat Kantor : Jalan Tanjung Duren Utara no 1 Grogol Jakarta
   h. Nomor HP/Tlp/Email : 08310570858/nurh@fe,untar,ac.id
3. Anggota Tim Penelitian
   a. Jumlah Anggota : Dosen 1 orang
   b . Nama Anggota I/Keahlian : Dra. Rodhiah MM
   c. Nama AnggotaII/Keahlian : -
   d. Jumlah Mahasiswa : 2 orang
   e. Nama Mahasiswa/NIM : 1. Valentino Chandrawinata/ 115180376.
      2. Henry Fernando/115180267
4. Lokasi Kegiatan Penelitian : Kota Serang
5. Luaran yang dihasilkan : prosiding
6. Jangka Waktu Pelaksanaan : Juli-Desember
7. Biaya Total
   a. Biaya yang diajukan ke DPPM: Rp 12.000.000
   b. Biaya yang disetujui DPPM :

Jakarta, 30 Desember 2020

Menyetujui,

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat

Ketua

Jap Tji Beng, Ph.D

NIK: 10381047

Nur Hidayah. SE M.M

NIK: 10192036

RINGKASAN

Produk kreatif tersebut telah berperan sebagai sumber ekonomi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Saat ini adanya corona Vius menimbulkan permasalahan bagi perkembangan usaha produk kreatif, untuk itu penelitian ini bertujuan mengetahui peran yang dilakukan pada pebisnid produk kreatif bidang kerajinan , peran pemerintah maupun akademisi dalam membantu mengatasi persoalan petumbuhan produk kreatif dalam masa pandemic covid-19 di Wilayah Serang Banten . Diteliti 15 UKM yang bergerak pada bidang produk kreatif kerajinan sebagai sampel penelitian dengan cara purposive sampling di kota Serang. Metode pengumpulan data dilakukan FGD, wawancara online dan offline, data sekunder pada pihak pihak yang terkait. Analisis dilakukan secara kualitatif mengkaji model triple helix (A_B_G) peran dari akademisi, pebisnis dan pemerintah dalam mengkaji pertumbuhan ekonomi kreatif menghadapi kodisi pandemic saat ini. Hasil penelitian menujukkan peran akademisi dilakukan melalui transfer ilmu ,teknologi dan inovatif belum dilakukan secara maksimal. Belum terjalin hubungan yang yang berkelanjutan dalam membantu perumbuhan produk kerajinan.Peran pebisnis , dari sisi UKM telah menghasilkan berbagai macam produk kreatif, namun memerlukan bantuan dan pembinaan dari pebisnis besar melalui program CSR , masih banyak belum tersentuh dalam membantu UKM. Sementara dari peran pemerintah sebagai penyedia sarana dan prasarana, selama covid-19 sudah mendata pengrajin di kota Serang, dan memberikan bantuan Stimulus maupun pelatihan dan promosi melalui pameran sudah tidak dapat dilakukan karena Covid-19. Diperlukan media promosi melalui digital marketing dalam membatu pertumbuhan produk kreatif di masa pandemic.

Kata kunci: Industri kreatif, pandemic, model triple Helix

PRAKATA

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas rahmat dan berkahnya penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Penelitian ini dilakukan atas dasar keinginantahuan peneliti tentang **PENERAPAN MODEL TRIPLE HELIX DALAM MENGHADAPI MASA PANDEMI COVID-19 PADA UKM KOTA SERANG**Diteliti sebanyak 17 IKM yang terdapat di kota Serang Propinsi Banten , yang dijadikan sampel penelitian. Dengan menggunakan *purposive sampling.* Kami menyadari dapat diselesaikan penelitian ini atas berkat bantuan berbagai pihak baik pada waktu persiapan, proses maupun penyelesaian penelitian ini. Untuk itu, kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Pihak terutama UKM pengrajin kota Serang yang sudah bersedia memberikan informasi sebagai data penelitian. Kepada Direktur Penelitian dan pengabdian kepada masyarakat UNTAR beserta Staf, Rektor, Dekan dan Pudek, rekan-rekan dosen maupun karyawan FE UNTAR.

Akhirnya semoga penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu, khususnya bidang kewirausahaan .

Jakarta, Desember 2020

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN PENGESAHAN

RINGKASAN i

PRAKATA..... ii

DAFTAR ISI..... iii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang..... 1

B. Rumusan Masalah..... 3

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Pengertian Industri Kecil Menengah 4

B. Pengertian Industri Kreatif..... 4

C. Pengertian Kreativitas..... 6

D. Model Triplel Helix 7

E. Kerangka Berpikir..... 8

BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian 10

B. Manfaat Penelitian 10

BAB IV METODOLOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian 11

B. Tahapan Penelitian…….. 11

C. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel……..11

D. Aktivitas Penelitian……. 12

E. Sumber Dan dan Teknik Pengumpulan Data 12

F. Teknik Analisis Data,.....13

G. Tahapan Analisis …….13

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Potensi Kota Serang……. 14

B. Pemetaan Sektor Kreatif Kerajinan Berdasarkan Aspek Produk Wirausaha Kota Serang……. 15

C. Permasalahan UKM Produk Kerajinan Pada Masa Pandemic Covid-19……..22
D. Peran Aktor Pada Pertumbuhan Ekonomi Kreatif……. 23
E. Rancangan model……... 27
F. Pembahasan…… …28

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan…… 31
B. Saran…… 31

DAFTAR PUSTAKA..... 32

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia memiliki sumber daya alam yang dapat diolah menjadi industri kreatif, dan telah dimanfaatkan oleh berbagai pihak. Tidak hanya masyarakat asal daerah tempat tersedianya sumber daya, tetapi juga dimanafaatkan oleh pihak lain, bahkan investor luar negeri telah melirik sumber daya kreatif yang dapat dikembangkan di Indonesia. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran akan industri kreatif semakin tinggi Lorentzen (2011) . UK DCMS Task Force(1998:4) mengemukakan :" : "*Creative Industries as those industries which have their originin individual creativity, skill and talent ,and which have a potential l for weal thand job creation through the generation and exploitation of intellectual property and content*".. Kementrian Perdagangan Republik Indonesia mengelompokkan industri kreatif menjadi beberapa kelompok yaitu : " (1) periklanan,(2) arsitektur, (3) pasar seni dan barang antik, (4) kerajinan, (5) desain, (6) fesyen, (7) video, film dan fotografi, (8) permainan interaktif, (9) musik, (10) seni pertunjukan,(11) penerbitan dan percetakan, (12) layanan computer dan piranti lunak, (13) televise dan radio,(14) riset dan pengembangan"(Saputra, 2010).

Kelompok industri kreatif tersebut merupakan asset yang tak ternilai harganya, dan dapat meningkatkan perekonomian negara. Sejalan dengan hal tersebut pada Laporan PBB, 2013 menemukan bahwa: Ekonomi kreatif merupakan bahan utama untuk penciptaan lapangan kerja, inovasi dan perdagangan berkontribusi pada inklusi sosial, keragaman budaya dan kelestarian lingkungan" (Perserikatan Bangsa-Bangsa. UNESCO, 2013). Pentingnya ekonomi kreatif menjadi perhatian berbagai pihak, oleh karena nya perlu ditata, dibina dan terus dikembangkan bagi stackholder dan masyarakat sekitarnya. Van Graan (2014) memberikan kontribusi pada pentingnya industri kreatif tidak terbatas pada, nilai ekonomi, tetapi juga sebagai pembawa kunci dari tradisi budaya, nilai-nilai moral, pandangan dunia, asumsi ideologis dan ide-ide. Sejalan dengan hal tersebut pada Laporan PBB, 2013 menemukan bahwa: Ekonomi kreatif merupakan bahan utama untuk penciptaan lapangan kerja, inovasi dan perdagangan berkontribusi pada inklusi sosial, keragaman budaya dan kelestarian lingkungan" (Perserikatan Bangsa-Bangsa. UNESCO, 2013). Larassaty (2016) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian dan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, membuka

lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran. John Howkins (2013) mengenalkan pertumbuhan ekonomi bergantung pada ide baru yang kreatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa kesadaran akan industri kreatif semakin tinggi. Pentingnya ekonomi kreatif menjadi perhatian berbagai pihak, oleh karena nya perlu ditata, dibina dan terus dikembangkan bagi stackholder dan masyarakat sekitarnya secara maksimal. Terutama saat ini munculnya Covid-19 bukan hanya sekedar bencana kesehatan, juga memberikan efek bagi IKM dalam keberlanjutan usaha IKM.

Secara garis besar, berikut merupakan dampak nyata yang disebabkan Covid19 terhadap sektor UKM di Indonesia antara lain: Terjadinya penurunan aktivitas Jual-Beli, dimana efek dari anjuran social distancing demi menghindari menghindari penularan virus telah berpengaruh pada penurunan aktivitas jual beli di masyarakat. Bahan baku sulit didapat, dimana sulitnya ahan baku terutama yang menggunakan bahan baku import, membuat aktivitas produksi terganggu,oleh karena nya perusahaan mengambil Langkah kebijakan kerja dirumah, dan ada juga melakukan PHK.Distribusi Terhambat.Menurut data Asosiasi Tol Indonesia (ATI), lalu-lintas harian rata-(LHR) rata-rata seluruh jalan tol mengalami penurunan 40-60 persensejak awal Maret 2020. Terhentinya aktivitas distribusi tentu sangat merugikan pelaku bis nis UKM. Mereka kini kebingungan mencari cara mendistribusikan produk, terlebih bagi UKMy ang sudah mulai memperluas jangkauan pasar hingga luar daerah, atau bahkan lintas pulau. Ter hentinya kegiatan pameran/even -even. Sebagian besar produk UKM dipromosikan melalui even-even pameran. Saat Covid-19 tidak ada lagi kegiatan pameran baik yang diselenggarakan pihak pemerinta maupun swasta. Padahal produk kreatifitas dari UKM sangat mengandalkan penjualan dari even yang diadakan tersebut. Akibatnya promosi produk yang dihasilkan secara offline menjadi terhenti.

Untuk mewujudkan dan membantu sector kreatif dalam menghadapi kendala tersebut, memerlukan keterlibatan dari berbagai pihak. *Dengan berbagai aktor yang berperan yaitu: (a) akademik/cendekiawan (intellectuals); (b) bisnis (busines*s), dan (c) pemerintah (government) dimana antara elemen **A–B-G** (Akademic/*Intellectuals–Bussiness- Government*) memiliki peran yang signifikan, dan berkontribusi saru sama lainnya (OECD; 2013). Ketiga aktor berperan penting dalam membantu ekonomi kreatif terutama dalam menghadapi masalah yang terjadi akibat dari adanya pandemic covid-19.

B. Perumusan Masalah

Saat ini kasus Covid019 semakin bertambah. Teah menimbullkan menurunnya perekonomian yang sangat signifikan. Namun demikian pelaku usaha khususnya UKM dan UMKM produk kreatif di daerah Serang perlu tetap optimis dan melakukan kegiatan produksi sebagimana mestinya. Untuk itu penelitian mengkaji beberapa persoalan yang timbul pada pelaku usaha UKM san UMKM pada masa pandemic, baimana peran dari model tripel helix yang meliputi peran pelaku usaha, pemerintah dan akademisi dalam mengatasi persoalan tersebut. Beberapa masalah penelitian dapat dikelompokkan menjadi:

1. Bagaimana profil pelaku usaha UMK yang terdapat di wilayah kota Serang
2. Bagaiamna Peran pelaku usaha pada masa pandemic covid-19
3. Bagaiamna peran pemerintah dalam mengatasi persoialan pelaku usaha
4. Bagaiamn peran Akademisi atau perguruan tinggi dalam membantu pelaku usaha sector kreatif dalam menghadapi pandemic covid 19

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Industri Kecil Menengah

Menurut Undang-Undang No,.9 tahun 1995 uasha kecil adalah" usaha produktif yang berskala kecil dan memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu milyar rupiah) per tahun serta dapat menerima kredit dari bank maksimal di atas Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)."

Sedangkan menurut "Inpres No. 5 Tahun 1998," adalah usaha yang bersifat produktif yang memenuhi kriteria kekayaan usaha bersih lebih besar dari Rp.200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak sebesar Rp.10.000.000.000.,00 (sepuluh milyar rupiah)tidak termassuk tanah dan bangunan tempat usaha serta dapat menerima kredit daari bank sebesar Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp.5.000.000.000,00 (lima milyar rupiah)". Kriteria lain ,jenis usaha dilihat dari jumlah karyawan(tenaga kerja) yang dipekerjakankan menurut Biro Pusat Statistik (BPS) adalah sebagai berikut : "suatu usaha yang mempekerjakan tidak lebih dari 4 (empat) orang merupakan usaha rumah tangga atau usaha mikro, jika mempekerjakan antara 5 (lima) orang sampai dengan 19 (sembilan belas orang) adalah usaha kecil, jika memperkerjakan antara 20 sampai 99 orang karyawan adalah usaha menengah dan yang memperkerjakan 100 orang lebih merupakan perusahaan besar".

B. Pengertian Industri Kreatif

Menurut UK DCMS Task Force (1998:4*)* "industri kreatif didefinisikan sebagai berikut: *"Creatives industries as those industries which have their origin in individual creativity, skill & talent, and which have a potential for wealth and job creation through the generation and explanation of intellectual property and content".*Willem (2008), "industri kreatif adalah industri yang nilai dari produk ataupun kegiatan yang dihasilkan lebih ditentukan oleh kreativitas penciptanya". Sedangkan ciri – ciri industri kreatif menurut Simatupang (2008) sebagai berikut: "(a) siklus hidup yang singkat; (b) memiliki risiko kegagalan yang tinggi; (c) dapat menghasilkan margin keuntungan yang tinggi; (d) memiliki keanekaragaman yang tinggi; (e) iklim persaingan bisnis yang tinggi; dan (f) produk mudah ditiru pesaing lain".

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (Depperdag – RI), pada bagian 1, Pengantar dan Arah Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia, (2007: 4 -6), bahwa subsektor industri kreatif terbagi menjadi 14 sektor, yaitu:

1. **"Periklanan :** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa periklanan (komunikasi satu arah dengan menggunakan medium tertentu), yang meliputi proses kreasi, produksi dan distribusi dari iklan yang dihasilkan, misalnya : riset pasar, perencanaan komunikasi iklan, iklan luar ruang, produksi material iklan, promosi, kampanye relasi publik, tampilan iklan di media cetak, (surat kabar, majalah) dan elektronik (televisi dan radio), pemasangan berbagai poster dan gambar, penyebaran selebaran, pamphlet, edaran, brosur dan reklame sejenis, distribusi dan *delivery advertising* materials atau *samples*, serta penyewaan kolom untuk iklan.
2. **Arsitektur:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan jasa desain bangunan, perencanaan biaya konstruksi, konservasi bangunan warisan, pengawasan konstruksi baik secara menyeluruh dari level makro (*town planning, urban design, landscape architecture*) sampai dengan level mikro (detail konstruksi, misalnya : arsitektur taman, desain interior).
3. **Pasar Barang Seni:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan perdagangan barang-barang asli , unik dan langka serta memiliki nilai estetika seni yang tinggi melalui lelang, galeri, *took*, pasar swalayan, dan internet, misalnya alat musik, percetakan, kerajinan, *automobile*, film, seni rupa dan lukisan.
4. **Kerajinan:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi dan distribusi produk yang dibuat dihasilkan oleh tenaga pengrajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya, antara lain meliputi barang kerajinan yang terbuat dari : batu berharga, serta alam maupun buatan, kulit, rotan, bambu, kayu, logam (emas, perak, tembaga , perunggu, besi) kayu, kaca, porselin, kain marmer, tanah liat, dan kapur. Produk kerajinan pada umumnya hanya diproduksi dalam jumlah yang relative kecil (bukan produksi massal).
2. **Desain:** Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain grafis, desain interior, desain produk, desain industri, konsultasi identitas perusahaan dan jasa riset pemasaran serta produksi kemasan dan jasa pengepakan.
3. ***Fesyen*:** Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi desain pakaian, desain alas kaki, dan desain aksesoris mode lainnya, produksi pakaian mode dan aksesorisnya, konsultasi lini produk fesyen, serta distribusi produk *fesyen.*
4. **Video Film dan Fotografi :**Kegiatan kreatif yang terkait dengan kreasi produksi video, film, dan jasa fotografi, serta distribusi rekaman video dan film. Termasuk di dalamnya penulisan skripsi, *dubbing* film, *sinematografi*, sinetron, dan eksibisi film.
5. **Permainan Interaktif:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produksi, dan distribusi permainan komputer dan video yang bersifat hiburan, ketangkasan dan edukasi. Subsektor permainan interaktif bukan didominasi sebagai hiburan semata-mata tetapi juga sebagai alat Bantu pembelajaran atau edukasi.
6. **Musik:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi/komposisi, pertunjukan, reproduksi, dan distribusi dari rekaman suara.
7. **Seni Pertunjukan:** Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha pengembangan konten, produksi pertunjukan, (missal : pertunjukan balet, tarian tradisional, tarian

kontemporer, drama, musik tradisional, musik *teater*, opera, termasuk tur musik etnik), desain dan pembuatan busana pertunjukan, tata panggung, dan tata pencahayaan.

8. **Penerbitan dan Percetakan:** Kegiatan kreatif yang terkait dengan penulisan konten dan penerbitan buku, jurnal, koran, majalah, *tabloid*, dan konten digital serta kegiatan kantor berita dan pencari berita. Subsektor ini juga mencakup penerbitan perangko, materai, uang kertas, blanko cek, giro, surat andil, obligasi surat saham, surat berharga lainnya, *passport*, tiket pesawat terbang, dan terbitan khusus lainnya. Juga mencakup penerbitan foto-foto, grafir *(engraving)* dan kartu pos, formulir, poster, reproduksi, percetakan lukisan, dan barang cetakan lainnya, termasuk rekaman mikro film.
9. **Layanan Komputer dan Piranti :** Kegiatan kreatif yang terkait dengan pengembangan teknologi informasi termasuk jasa layanan komputer, pengolahan data, pengembangan *database* , pengembangan piranti lunak, integrasi sitem, desain dan analisis sistem, desain arsitektur piranti lunak, desain prasarana piranti lunak dan piranti keras, serta desain portal termasuk perawatannya.
10. **Televisi dan Radio :**Kegiatan kreatif yang berkaitan dengan usaha kreasi, produksi dan pengemasan acara televisi (seperti *games*, kuis, *reality show*, *infotainment*, dan lainnya), penyiaran, dan transmisi konten acara televisi dan radio, termasuk kegiatan *station relay* (pemancar kembali) siaran radio dan televisi.
11. **Riset &Pengembangan :**Kegiatan kreatif yang terkait dengan usaha inovatif yang menawarkan penemuan ilmu dan teknologi dan penerapan ilmu dan pengetahuan tersebut untuk perbaikan produk dan kreasi produk baru, proses baru, material baru, alat baru, metode baru, dan teknologi baru yang dapat memenuhi kebutuhan pasar, termasuk yang berkaitan dengan humaniora seperti penelitian dan pengembangan bahasa, sastra, dan seni, serta jasa konsultasi bisnis dan manajemen."

C. Pengertian Kreativitas

Richard Florida (2002: 1) "*Human creativity is the ultimate economic resource. The ability to come up with new ideas and better ways of doing things is ultimately what raises productivity and thus living standards".* Menurut Einstein, Feynman (1999:4) *'Seeing what everyone else has seen, and thinking what no one else has thought.* Kreativitas artinya melihat apa yang orang lain telah melihat, dan berpikir apa tidak ada orang lain yang pikir. Kreativitas Menurut NACCCE10 (1999:4) *'Imaginative activity fashioned so as to produce outcomes that are both original and of value*.'Jadi Kreativitas adalah Aktivitas imajinatif kuno sehingga menghasilkan hasil yang baik yang asli dan bernilai. Amabile (1997:4) '*Creativity is … the production of novel, appropriate ideas in any realm of human activity from science, to the arts, to education, to business or to everyday life.* Menurut Bessant, Whyte and Neely (2005:1) "*Design is the purposive application of creativity to all the activities necessary to bring ideas into use either as product (service) or process innovations"*.. Pendapat Katleen De Stobbeleir, Inge De Clippeleer dan Koen Dewettinck)

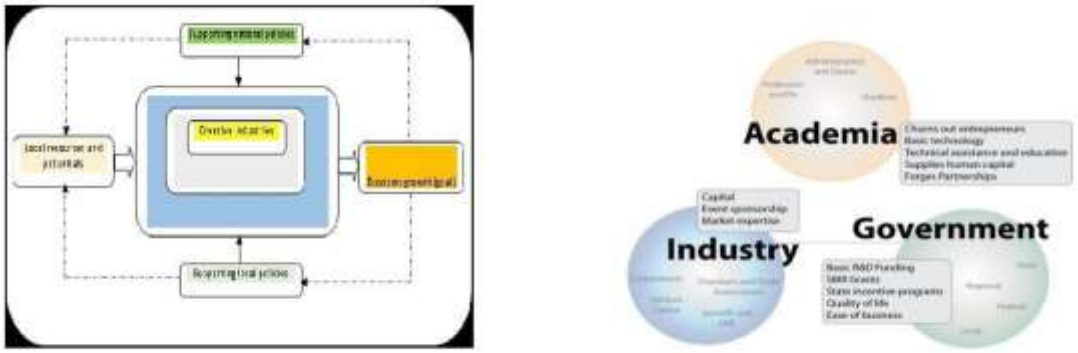
(2010), “kreativitas adalah suatu tindakan dari ide-ide kreatif untuk menghasilkan suatu produk dengan mendasarkan tiga tahapan yaitu: generasi ide, promosi ide dan implementasi ide, dengan sub dimensi meliputi: *personalitry, rewards, role of co-wokers, leadership and configuration of work settings”*.

Melalui pendapat dari beberapa penelitian sebelumnya tersenbut, maka kreativitas merupakan “ daya cipta” atau kemampuan untuk mencipta. Sedangkan kreativitas adalah suatu konsep yang majemuk yang dapat ditinjau dari berbagai aspek. Melalui kenyataan yang kita lihat, alami dan rasakan, setiap situasi sekecil apapaun ternyata berhubungan antara satu dengan lainnya.

D. Model Triplel Helix

UNDP & UNCTAD. 2008), UNDP,2013) Industri kreatif adalah bagian yang tidak terpisahkan dari ekonomi kreatif. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif ini, diyakini bahwa kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif yaitu: (a) akademik/cendekiawan (intellectuals); (b) bisnis (business), dan (c) pemerintah (government) dimana antara elemen A–B-G (Akademic/Intellectuals–Bussiness- Government) ,setiap aktor memiliki peran yang signifikan, dan berkontribusi dari aktor lainnya yang berperan untuk pengembangan ekonomi kreatif (OECD,2013). Tanpa kolaborasi antara elemen A–B-G (Akademic/Intellectuals–Bussiness- Government) ini, maka dikawatirkan bahwa, pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Hal ini karena setiap aktor memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari aktor lainnya. Triple Helix menjadi payung yang menghubungkan antara Cendekiawan (Intellectuals), Bisnis (Business), dan Pemerintah (Government) dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif. (Akademisi, bisnis, dan government, Etzkowits, H & L. Leydesdorff (2000.). Temuan lain dilakukan oleh :Ivanova dan Loet Leydesdorff (2104) dalam “ Rotational Symmetry and the Transformation of Innovation Systems in a Triple Helix of University-Industry-Government Relations”..

antara elemen **A–B-G** (Akademic/*Intellectuals–Bussiness- Government*) yang dikenal dengan *Triple Helix* ,setiap aktor memiliki peran yang signifikan, dan berkontribusi dari aktor lainnya yang berperan untuk pengembangan ekonomi kreatif, , Keterkaitan 3 aktor pada gambar1:

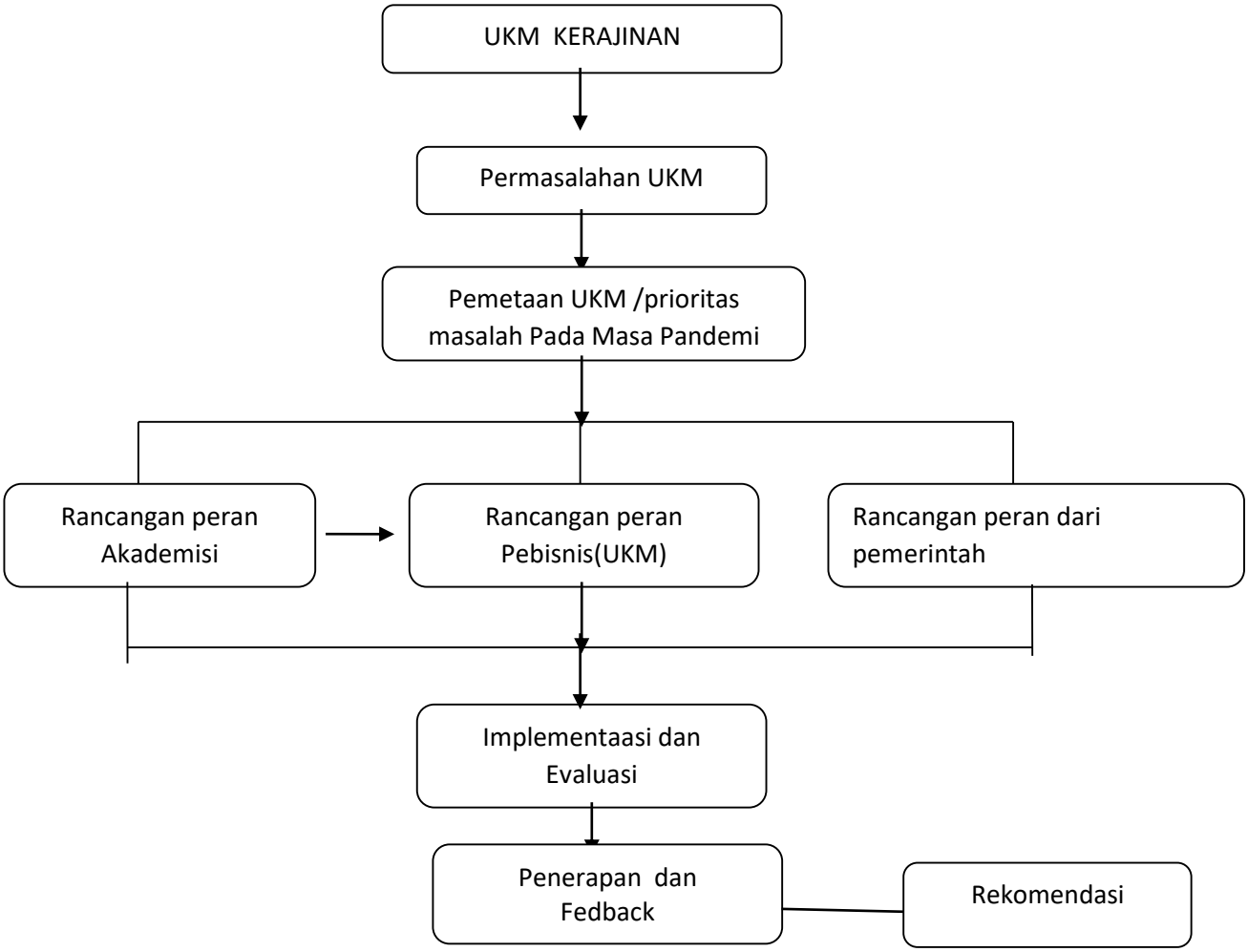


Gambar 2 Analytical framework of creative industries in regional innovation system perspective

Dalam model tersebut, menjadi kajian lebih lanjut pada industri kreatif di provinsi Banten Berdasarkan gambar-2. Diketahui faktor yang akan mendorong perkembangan ekonomi kreatif yaitu: Dari sisi pemerintah, pebisnis dan cendekiawan secara bersama sama mendorong pertumbuhan ekonomi kreatif pada masa pandemic Covid-19.

E. Kerangka Berpikir

Pandemi virus Corona atau COVID-19 menimbulkan dampak yang sangat besar terhadap perekonomian di dunia termasuk di Indonesia,. Perkembangan ekonomi kreatif yang sudah mulai melaju, terkendala dengan adanya Covid-19. Dimana banyak produktivitas UKM menjadi menurun. Untuk mengatasi hal tersebut penerapan model Triple Helix dapat dilakukan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha produk kreatif UKM . Keterlibatan dari sektor akademisi, pebisnis maupun pemerintah menjadi peran utama dala menjaga sustainable development bagi meningkatkan peran ekonomi kreatif dalam menunjang perekonomian . Untuk itu model penelitian yang dapat dgambarkan pada penelitian ini pada gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

BAB III
TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

A. Tujuan Penelian

Peneliian ini bertujuan bertujuan agar industri kreatif Indonesia dapat terus tumbuh dan berkembang terus walaupun dalam kondisi pandemic -19.

Secara lebih spesifik yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. Perkembangan usaha UKM sector kreatif kerajian di kota serang sebelum dan saat munculnya covid-19.
2. Mengetahui keterlibatan peran dari *akademik/cendekiawan (intellectuals); bisnis (busines*s), dan pemerintah (*government*) atau A-B-G dalam pertumbuhan ekonomi kreatif menghadapi efek dari adanya Corona Pandemic-19

B. Manfaat Penelitian

Dampak corona ini sangat memberatkan usaha kecil menengah (UKM),bukan hanya masalah Kesehatan tetapi juga keberlanjutan usaha. Untuk itu penelitian ini dilakukan dalam upaya membuat pemetaan kerajinan dari para UKM yang terdapat di wilayah kota Serang. Dari sampel yang diteliti akan di ketahui peran dari akademisi, pemerintah dan UKM sendiri dalam menghadapi perkembangan usaha sUKM produk kerajinan dalam masa pandemic. Oprtimalisasi dari ketiga peran tersebut akan berguna untuk mendapatkan masukan dan langkah yang perlu dilakukan /kebijakan yang perlu dilakukan agar UKM tetap optimis dan ekses di masa pandemic.

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Lokasi Penelitian

Pelaksanaan penelitian akan dilakukan pada bulan Agustus sampai Desember 2020 Sedangkan lokasi penelitian di beberapa UKM produk kerajinan di beberapa wilayah kota Serang , seperti Karangantu. Cipocok dan lainnya.

B. Tahapan Penelitian

Untuk mewujudkan tujuan akhir, maka pada penelitian dapat disusun dalam 7 tahapan sebagai berikut :

1). Melakukan identifikasi sumber daya alam, unit usaha UKM, *skill/*kemampuan pengusaha, kultur masyarakat,serta, potensi UKM ,lokasi, pengembangan usaha, dengan menggunakan wawancara dan observasi lapangan.

2). Melakukan pemetaaan terhadap jenis usaha produk kreatif UKM

3).Fokus masalah pada penerapan model Triple Helix , sehingga merancang model, melalui FGD dengan pihak pelaku UKM, dinas terkait perindustian/koperasi untuk menyempurnakan model

4). Melakukan kajian peran akademisi dalam membantu pertumbuhan UKM pada masa Covid-19

5). Melakukan kajian peran Industri kreatif UKM pada masa sebelum dan saat adanya covid -19

6). Melakukan kajian peran pemerintah dalam membantu pertumbuhan UKM pada masa Covid-1

7). Melakukan implementasi dan evaluasi penerapan model triple Helix

C. Populasi dan Teknik Pemilihan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UKM di Kota serang yang bergerak pada usaha kerajinan. Metode Penentuan sampel penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu dengan kiteria berdasarkan pada usaha dalam kategori UKM (Usaha Kecil – Menengah), merupakan UKM dengan proses produksi masih menggunakan cara konvensional belum memakai peralatan/mesin modern, perusahaan berusia minimal lima tahun dalam memproduksi dan memasarkan hasil industri kerajinan berjalan secara terus menerus dan ada upaya untuk mengembangkannya. Total sampel yang dipilih 15-20 UKM dipilih dari beberpa lokasi UKM kerajinan kota Serang.

D. Aktivitas Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu pihak UKM batik dalam melakukan kegiatan usaha pada masa pandemi. Untuk tetap ekses dan berkembang Oleh karena itu, aktivitas penelitian ini meliputi:

Tabel 1: Aktivitas Penelitian

Tahun I	Jenis Kegiatan	Aktivitas	Hasil Aktivitas
Aktivitas yang dilakukan	Survey awal secara ofline dan online	Observasi,draff wawancara,wawancara	Data primer dan data sekunder untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif dalam menghadapi pandemi.
	Studi literatur/ pustaka Pemetaan wilayah kreatif		
	Observasi dan wawancara	Mendata Lokasi UKM Mendata Permasalahn Menyusun pemetaan UKM	
	Survei lapangan dan FGD ke UKM, dinas Koperindak, kelurahan.perguruan tinggi sekitar UKM	Menyusun pelaksanaan strategi yang sudah dilakukan	
	Peneraopan model triple helix	• Evaluasi peran dalam meningkatkan produk kreatif	

E. Sumber Dan dan Teknik Pengumpulan Data

Berbagai sumber yang dapat membantu dalam penyusunan penelitian yang nantinya akan disusun dan diolah untuk memperkuat analisis. Penelitian ini termasuk penelitian kualitatif. Dimana sumber data yang tercakup dalam penelitian ini meliputi :

1. Sumber data Primer

Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan,seperti wawancara atau pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti (Umar Husein:2000) . Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi langsung pada UKM, dinas atau pemerintah dan pihak perguruan tinggi disekitar lokasi UKM. .Adapun pihak-pihak yang terkait yang menjadi sumber data pada penelitian ini adalah:

1) Pemilik Usaha
2) Pemerintah
3) Akademisi

2. Sumber Data Sekunder :

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung atau melauimedia perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data dari studi pustaka, pendapat ekspert secara online (internet)

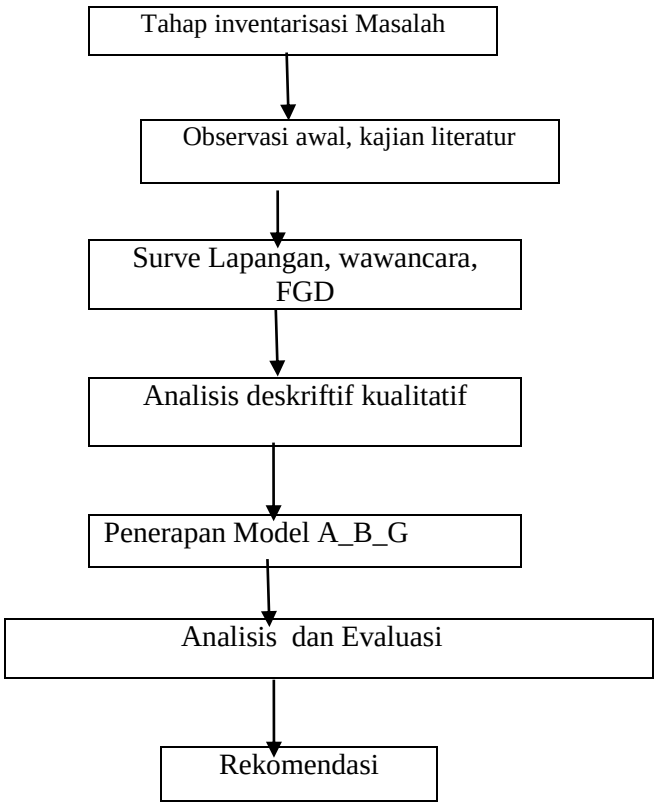
F. Teknik Analisa Data

Metode Analisis

Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi oleh UKM batik yang telah dipilih sebagai sampel penelitian , maka digunakan analisis model Triple Helix, yang ……

G. Tahapan analisis

Kajian ini merupakan penelitian kebijakan (*policy research*) yang bertujuan untuk menggali berbagai informasi berkaitan dengan dinamika usaha ritel dalam rangka memberikan rekomendasi kebijakan pengembangan strategi. Analisis kualitatif dilakukan berdasarkan data primer dari hasil survei kepada para pelaku usaha yang dijadikan sampel penelitian ini, berlokasi di Serang. Kajian ini dilakukan dalam beberapa tahapan analisis sebagai berikut:



Gambar 3. Tahap-Tahap Analisis

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Potensi Kota Serang

Kota Serang adalah sebuah kota di Provinsi Banten, Indonesia. Serang merupakan ibukota Provinsi Banten dengan pusat pemerintahan berada di Kecamatan Kota Serang. Serang dilintasi jalan tol lintas Jakarta - Merak.Kota Serang merupakan salah satu dari 8 (delapan) kabupaten/ kota yang berada di wilayah Provinsi Banten yang mempunyai kedudukan sebagai pusat Pemerintahan Provinsi Banten. Secara geografi wilayah Kabupaten Serang berada di wilayah yang strategis. Posisinya di sebelah utara berbatasan langsung dengan Laut Jawa, Kota Cilegon dan Kota Serang, sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tangerang, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Lebak dan Kabupaten Pandeglang, dan sebelah barat berbatasan dengan Kota Cilegon dan Selat Sunda. Kabupaten Serang menjadi pintu gerbang atau transit perhubungan darat antar Pulau Jawa dan Pulau Sumatera. Selain itu, posisi geografisnya juga dekat dengan DKI Jakarta, sehingga menjadi salah satu daerah penyangga ibukota.

Luas wilayah Kabupaten Serang adalah 1.467,35 km², dengan topografi wilayah dataran rendah dan pengunungan dengan ketinggian 0 sampai 1.778 m di atas permukaan laut. Dataran rendahnya dengan ketinggian variasi kurang dari 500 meter, sedangkan dataran tinggi merupakan rangkaian pengunungan yang terdapat di perbatasan dengan Kabupaten Pandeglang. Sekitar 75 persen dari luas wilayah keseluruhan Kabupaten Serang digunakan untuk lahan di sektor pertanian, holtikultura, perkebunan dan perikanan darat dan perikanan laut. Kota Serang merupakan ibu kota dari Provinsi Banten. Kota ini berada di bagian utara Provinsi Banten serta dikelilingi oleh Kabupaten Serang. Kota Serang memiliki enam kecamatan, 66 kelurahan dengan jumlah penduduk sebanyak 712.523 jiwa. Kota Serang dan sekitarnya memiliki khas sendiri karena di kota ini penduduknya menuturkan bahasa Jawa Serang atau yang sering disebut juga dengan bahasa Jawa Banten.

B. Pemetaan Sektor Kreatif Kerajinan Berdasarkan Aspek Produk Wirausaha Kota Serang

Beberapa jenis produk kerajinan yang dihasilkan dari pengrajin di kota Serang yang dipilih secara sampel dapat disajikan pada tabel 1 berikut:

Tabel 2 Nama Pemilik, alamat dan Jenis Usaha Pengrajin

No	Nama Pemilik	Alamat Produksi	Nama Usaha
1	Ibu Arfah	Jalan Yusuf Martadilaga Kota Serang	Luluana Craft
2	Daeng Herman	Komplek pasar Karangantu Kaseman Serang Banten	Stik Craft
3	Karni/ Boediono	Kampung pekapu Serang Banten	Mollusca Handycraf(kerajinan dari kerang)

4	Dayana Harun	Karangantu	Tas rajut
5	Rosmada	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Bunga Banten
6	Ervina	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Manik manik
7	Tahang	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Kapal pesiar craf

8	Hasnahwati	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Bunga
9	Sri Sugiarti	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Bunga
10	Novi	Perumnas Cilacas Kota Serang	Komunitas Rajut Banten
11	Kasnah	Jalan Palelangan Karangantu Serang Banten	Bunga

12	Yandi Haryandi	Grand Serang Asri Blok O No-3 Bhayangkara Cipocok Jaya- Serang Banten	Batik Pusaka Banten
13	Abdul Hakim (50)	Kaujon, Kota Serang, Banten 42182	Sumber Utama Craft Indonesia (SUCI)
14	Suherman(35)	Kadikaran, Kec. Ciruas, Serang, Banten 42182	Cipta Handycraft Innovation Product

15	Ir.Uke Kurniawan, SE	Jl. Bayangkara Depan SDN 04 Kubil no. 5, kel. Cipocok Kota Serang	PT. Batik Banten Mukarnas

Keterangan:

1. Kerajinan yang dilakukan oleh Ibu Arfah terbuat dari bahan baku daur ulang, berupa tutup teh gelas dan bungkus bungkus kopi . Produk darur ulang tersebut dibuat berbagai macam aneka tas dengan berbagai ukuran dari yang paling kecil hingga yang besar. Dengan varisi harga dari 50 ribu sampai 450 ribu.
2. Kerajinan yang di oleh bapak Daeng Herman sudah berdiri 5 tahun. Bahan baku utama terbuat dari stik es krim, dan memanfaatkan kardus bekas. Variasi dati stik yang dijadikan produk kreatif adalah membuat kap lampu, kapal, bingkai foto dan hiaan dinding. Pada umumnya produk dibuat juga berdasarkan pesanan, dan jika ada pameran bapak Daeng mengenalkan hasil kerajinannya. Kisaran harga 100 ribu sampai 550 ribu, tergantung dari tingkat kesulitan dan banyaknya pemakaian bahan baku stik.
3. Mollusca Handycraf(kerajinan dari kerang, dikelola bapak Boediona beserta istri bu Karni. Memanfaatkan kerang kerang untuk dibuat berbagai macam acessoris, lampu, tempat tisu dan lainnya. Menjalankan usaha kurang lebih 3 tahun. Memasarkan produk melalui pameran dan pesanan. Kisaran harga produk 20,0000 sampai 800.000.
4. Mengelola usaha tas rajut, berawal dari adanya kelompok komunitas rajut yang digelutinya selama 2 tahun. Memberikan motivasi pada ibu Dayana untuk membuat beraneka tas dan melakukan penjualan tas rajut melalui pameran. Kisaran harga bervariasi mulai dari 40.0000 sampai 400.000.

4,5,7,8,10 Merupakan kelompok komunitas Bunga banten yang berhasil diciptakan oleh ibu ibu rumah tangga, yang bertujuan untuk menambah pendapatan keluarga. Berbagai variasi motif bunga yang berasal dari bahan baku manik manik, maupun akrelik lainnya telah berhasil diciptakan oleh menjadi produk kreatif berbentuk bunga, tempat kue, tempat agua, maupun bros buat kerudung. Harga cukup bervariasi mulai dari 20000 sampai 400000. Pemasaran saat masih masih dilakukan saat pameran . tidak ada tempat khusus untuk menjual hasil karyanya.

6. Kapal pesiar diciptakan oleh bapak tahang. Sebagai nelayan bapak tahan telah menghayati bagaimana menciptakan kapal pesiar, kapal berbahan baku dari kayu berhasil dibuat oleh bapak Tahang dengan harga 900.000.

9. Kerajinan rajut dibuat ibu Novi bersama kelompoknnyasangat bervariasi mulai dari tas , dompert, bunga bahkan sepatu rajut. Pemasaran dilakukan digalera depan rumah namuntidak di jalan utama. Juga menunggu pesanan yang dating dari tetangga terdekat maupun dari luar. Sering mengikuti pameran. Kisaran harga 100 sampai 500 ribu rupiah.

12. Yandi Haryandi (Batik Serang). Batik Pusaka Banten memiliki motif antara lain picis kasha Banten, golbus Banten, dan umpak labu. Motif baru seperti rampak beduk, surosowan, serta artefak dan situs Salakanegara menjadi bidikan sebagai motif. Batik ini dikembangkan sejak Maret 2014ang terinspirasi dari berbagai peninggalan situs benda-benda kuno kepurbakalaan, kearifan lokal, dan ragam hias pusaka Banten. Galerinya berada di Grand Serang Asri, Kota Serang.

13. Pria asli Betawi ini sudah 16 tahun menekuni pembuatan kerajinan yang berbahan dasar dari Pelepah Pisang.Berawal dari inspirasi yang datang ketika Hakim melihat Pelepah Pisang yang sudah kering terbuang begitu saja, lalu dari situlah ia terpikir untuk mencoba membuatnya menjadi sesuatu yang berguna, dan akhirnya jadilah Pelepah Pisang tersebut Kerajinan nan Cantik dan tentu saja bernilai.Walaupun terkendala dengan modal Hakim, tetap bersemangat loh dalam membuat Aneka Kerajinan demi mencukupi kebutuhan hidup ke Enam orang anaknya yang masih kecil. Kembang dari Pelepah Pisang adalah Kerajinan pertama yang dibuat oleh Hakim, selain itu Hakim membuat Kerajinan lainnya seperti Vas Bunga, Gantungan Kunci, Sapu lidi , Celengan Bambu Dll.

14. Suherman (Pembuatan Limbah Mebel).Usaha kerajinan tersebut bermula di awal 2017 lalu.Ssat itu, ia berkesempatan untuk mengikuti proses pengadaan dari IKS yang sedang mencari vendor tambahan untuk mengolah kayu sisa peti kemas menjadi mebel untuk kegiatan CSR.Namun, ukuran kayu peti kemas yang besar membuat ia kesulitan untuk membawanya ke workshop untuk diolah.

15 Tak kalah dengan motif batik Cirebon, Pekalongan atau Solo dan Yogyakarta, di Banten, ada 250-an motif batik. Ciri khasnya adalah motif yang merujuk pada jejak arsitektur dan gerabah peninggalan Kesultanan Banten. Ciri khas motif ini kemudian disebut Batik Banten. Dikembangkan oleh Uke Kurniawan di galerinya di kawasan Cipocok, Kota Serang. Ia banyak bekerja sama dengan arkeolog, atau sejarawan mengenai motif batik khas Banten untuk memberi filosofi pada setiap motifnya.

C. Permasalahan UKM Produk Kerajinan Pada Masa Pandemic Covid-19

Pandemi Covid-19 memberikan efek terhadap berbagai sektor. Salah satu nya ekonomi kreatif. Dari sekian banyak pengrajin yang terdapat di daerah Serang terdapat beberapa pengrajin yang tidak mampu bertahan beroperasi bahkan menghentikan kegiatannya.. Terdapat beberapa beberapa

permasalahan utama yang menjadi menyebabkan UKM yang terdapat diwilayah kota Serang ini untuk dapat bertahan antara lain:

1. Kondisi Wabah Corona mengharuskan dan memaksa semua orang harus diam di rumah mengisolasi diri agar terhindar dari virus. Dengan adanya hal tersebut membuat aktivitas menjadi terhambat. Terutama aktivitas yang berhubungan dengan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Bahkan saat ini pun sudah diterapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa daerah yang termasuk kategori zona merah
2. Pandemi corona menjadi penyebab menurunnya daya beli masyarakat menurun. Hal itu membuat tingkat permintaan terhadap produk yang dihasilkan oleh UKM dan UMKM turun beberapa bulan terakhir
3. Pelaku UKM dan UMKM mengalami masalah krisis pemasaran. Karena sebelum pandemic lebih mengandalkan pemasaran offline dari pada online. Pameran pameran yang biasanya diikuti paling tidak lebih dari 3 kali dalam satu thun. Pada masa pandemic ditiadakan.
4. Minimnya pengetahuan tentang pemasaran digital, pelatihan yang sering diperoleh hanya mengenai produksi
5. *UKM dan* UMKM tak punya kemampuan untuk membiayai usahanya. Ini terjadi lantaran modal usahanya habis. Sementara, tingkat permintaan di pasar merosot. Dengan demikian, UMKM kehabisan modal karena tak ada perputaran dana.

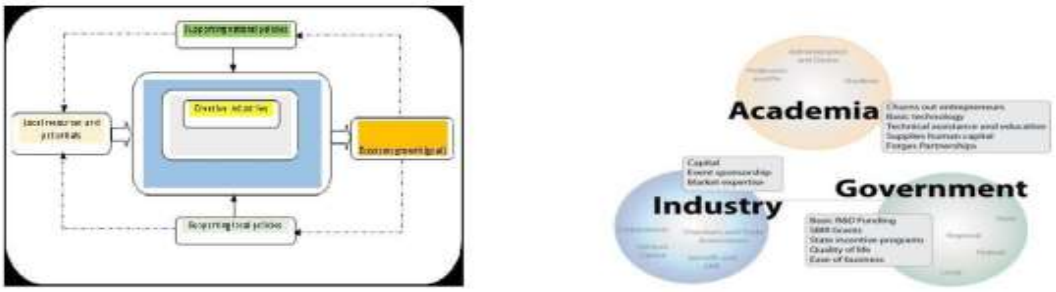
Selain masalah tersebut, UKM dan UMKM di masa pandemi ini, memiliki masalah pokok yaitu mayoritas tidak berbadan hukum resmi, Tidak memiliki laporan keuangan, kemampuan cenderung rendah dalam menggunakan teknologi, dan permasalahan pemasaran.

Pelaku usaha ekonomi produk kreatif di Kota Serang mencoba untuk kembali bangkit, sebagian Sebagian mulai menangani masalah tersebut, Mereka mulai melirik pentingnya melakukan pemasaran secara online, tidak perlu menunggu adanya pameran maupun konsumen yang datang ke pengrajin. Beberapa pengrajin sudah mulai menggunakan pemasaran online melaui berbagai media seperti facebook dan histagram. Untuk itu pngembangan tentang pemasaran digital pada ekonomi kreatif industri kerajinan di Kota Serang di Masa Pandemi Covid-19 perlu terus ditingkatkan.

D. Peran Aktor Pada Pertumbuhan Ekonomi Kreatif

Meskipun ditengah kondisi covid-19. Pelaku usaha ekonomi kreatif kerajinan di Kota Serang tetap harus eksis dan terus melakukan pengembangan dari produk yang dihasilkan. Sebagai penggerak pertumbuhan dari produk kerajinan tersebut tidak terlepas dari berbagai Aktor. Dalam ekonomi kreatif, sistem Triple Helix menjadi payung yang menghubungkan antara Cendekiawan (Intellectuals), Bisnis (Business), dan Pemerintah (Government) dalam kerangka bangunan ekonomi kreatif. Di mana ketiga helix tersebut merupakan aktor utama penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif.. Harmonisasi dan integrasi ketiga aktor ini akan menjadi "energi" yang sangat besar dalam akselerasi. Ketiganya terkenal dengan sebutan Trio ABG atau dipopulerkan dengan konsep Triple Helix (Akademisi, bisnis, dan government, Etzkowits, H & L. Leydesdorff (2000.).

Analisis dilakukan dengan pengembangan model, setiap aktor memiliki peran yang signifikan, dan berkontribusi dari aktor lainnya yang berperan untuk pengembangan ekonomi kreatif, , Keterkaitan 3 aktor pada gambar1:



Gambar 2 Analytical framework of creative industries in regional innovation system perspective

1. Peran Akademisi

Universitas umumnya hanya dikenal sebagai tempat bermunculannya ilmu dan inovasi baru, karena melalui universitas akan menghasilkan kebaharuan ilmu pengetahuan, tempat munculnya ide-ide, pendapat baru maupun tempat penemuan atau hasil riset dan penerapan pengembangan ilmu pengetahuan. Dalam mentransfer ilmu pengetahuan bagi orang orang yang terlibat di dalam suatu univertsitas, telah melakukan transfer keilmuan untuk meningkatkan ekonomi bangsa secara umum, antara lain melalui penerapan hasil riset..Selama ini program pemerintah sudah banyak dilakukan dalam upaya meningkatkan peran universitas dalam memajukan perekonomian bangsa, melalui hibah hibah penelitian, maupun pemberdayaan perguruan tinggi ke UKM. Namun belum

mencapai sasaran yang tepat . Penelitian-penelitian yang diciptakan oleh akademisi diharapkan mampu membawa manfaat bagi keberlangsungan usaha-usaha atau UKM di Indonesia. Tetapi pada kenyataannya penyerapan ilmu yang sudah dilakukan oleh akademisi belum secara maksimal dimanfaatkan pihak industry atau UKM, hal ini terjadi karena industri dengan akademisi belum mempunyai jalinan kerja sama secara berkelanjutan . Keberadaan Akademisi layaknya membantu UKM , terutama di Kota Serang. Terdapat banyak perguruan tinggi di sekitar maupun di luar kota Serang. Tetapi jalinan kerja sama masih jarang dilakukan hanya satu sampai 2 saja perguruan tinggi yang memiliki kerja sama dengan UKM namun itupun tidak dilakukan secara berkelanjutan. Sehingga ilmu yang ditransfer maupun hasil ciptaan yang dihasilkan perguruan tinggi belum mampu diserap oleh UKM secara maksimal. Hal tersebut dikarenakan belum terjalinnya hubungan yang berkesinambungan antara pihak UKM dengan akademisi itu sendiri. Untuk itu harus adanya Kerjasama, hal tersebut akan membuka peluang terciptanya pemanfaatan teknologi yang akan dibutuhkan bagi pengembangan pertumbuhan produk produk kreatif dan dapat meningkatkan pertumbuhan UKM dimasa depan. Hasil ciptaan para akademisipun akan menjadi lebih nyata penerapannya di masyarakat/UKM dalam upaya mengatasi permasahan pertumbuhan UKM terutama pada masa Covid-19.

2. **Peran Pebisnis**

Perkembangan Industri Kreatif di propinsi Banten cukup pesat. Pada Kota Serang (tabel 2) terdapat produk produk kreatif. Antara lain: luluana craft, stik craff, kerajinan kerang, kerajinan daur ulang, kerajinan tas rajut, batik, kapal pesiar, accesoris dan sebagainya. Beberapa produk kreatif kerajinan tersebut terus tumbuh dan bertahan ditengah pandemic. Namun ada juga yang tidak mampu bertahan. Terutama bagi industri kreatif yang masih konvensional, dimana hanya mengandalkan pemasaran offline.

Hasil survei pada 15 pengrajin produk kreatif tersebut, menujukkan bahwa IKM memiliki potensi yang cukup besar untuk dapat dikembangkan. Berbagai hasil produk kerajinan yang dibuat di daerah ini menunjukkan bahwa peluang usaha cukup memungkinkan juka hasil dan usaha kreatif dikelola secara maksimal dan berkelanjutan. Keberadaan produk klreatif perlu ditata secara lebih baik. Sehingga dapat menjadi icon bagi pertumbuhan kota Serang. Berbagai produk kreatif yang telah diciptakan di wilayah area yang cukup menyebar.jangkauannya kurang terlihat masyarakat umum. Sehingga untuk menjangkau produk tersebut agak sulit. Sehingga peran dari

adanya rumah kreatif menjadi lebih terkelompok, selain itu memungkinakan jangkauan produk dapat menjadi lebuh mudah untuk dikunjungi masyarakat. Namun kondisi pandemic , memerlukan perubahan bagi pebisnis, terutama dalam hal pemasaran. Selama ini hanya mengandalkan pemasaran ofline tidak memungkinkan lagi. Terdapat persoalan serius semasa covid yaitu pesolalan terutama pemasaran dan pemodalan. UKM kreatif yang masih tergolong kecil perlu mendapat gandengan dari para pengusaha besar, seperti dalam Program CSR dalam menopang pebisnis yang masih kecil.

Para pengusaha dituntut menunjukkan karya bakti nyata. Mengisi ruang sosial yang kegiatannya masih terlihat minim. Peran nyata pengusaha dapat diberikan kepada masyarakat dalam berbagai bentuk, misalnya menyebarluaskan *right* informasi tentang Covid-19 secara efektif dan menjangkau semua lapisan masyarakat, prioritas alokasi anggaran tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) pada usaha mengatasi dampak sosial-ekonomi, inisiatif bantuan medis berupa alat pelindung diri (APD), respirator, dan kebutuhan medis lainnya, atau menghadirkan pakar kesehatan untuk memberi layanan baik preventif maupun kuratif, serta bantuan lain sesuai kebutuhan masyarakat. Kontribusi nyata para pengusaha sangat diharapkan untuk bersatu mengatasi keterpurukan UKM akibat dari dampak Covid-19. UKM memerlukan fasilitas dalam mewadahi kegiatan-kegiatan serta program-program peningkatan produk Industri Kreatif dalam mengatasi persoalan pemodalan dan pemasaran di era pandemic.

2. Peran Pemerintah

Pemerintah sangat berperan dalam memajukan sector kreatif., baik pengadaan dari segi sarana maupun prasarana. Program pelatihan sering dilakukan baik di tiap tipa kecamatan atau kelurahan masing masing wilayah. Selama ini pemerintah sudah melakukan pengadaan media promosi pada kegiatan pemasaran produk kerajinan UKM. Media promosi yang selama ini dijalankan melalui event event maupun pameran-pameran. Namun kondisi pandemic saat ini sudah tidak memungkinkan, ditambah adanya PSBB mengakibatkan pengadaan pameran sudah jarang dilakukan. Hal tersebut mengakibatkan penjualan produk yang dihasilkan menjadi menurun.

Pandemi COVID-19 telah memberikan dampak yang cukup besar tak hanya bagi sektor kesehatan, namun juga perekonomian. UKM dan UMKM menjadi salah satu sektor yang ikut terdampak, bahkan hingga menjadi perhatian bagi pemerintah dan pihak swasta. Berbagai bantuan serta kebijakan telah dikeluarkan guna mendorong Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) serta

membangkitkan kembali UKM dan UMKM, seperti pengadaan sarana dan prasarana , adanya pembinaan, dukungan pasar, dan lainnya yang tujuannya untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menumbuhkan lapangan pekerjaan, dapat mengembangkan ekonomi UKM dan pada akhirnya bisa mensejahterakan masyarakat di berbagai wilayah di Propinsi Banten.

Hasil lapangan di kota Serang memperlihatkan kesiapan pemerintah dalam menopang sektor kerajinan disesuaikan dengan keperluan masing masing wilayah. Karena antar wilayah memiliki persoalan masing masing. Seperti daerah Serang pembinaan terus dilakukan, pameran dua kali dalam satu tahun dirasakan kurang bagi masyarakat pengrajin untuk memamerkan dan sekaligus menjadi tempat untuk melakukan penjualan dari kerajinan yang diciptakan. Belum lagi persoalan lainnya, dimana kurangnya informasi pengrajin tentang kegiatan yang dilakukan di pemerintahan. Sehingga perlu adanya komunikasi dan informasi yang jelas untuk sampai ke pihak pengrajin.

Sementara itu Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi dan Usaha Mikro Kecil Menengah mencatat sekitar 70 persen atau sebanyak 10.238 usaha UMKM di Kota Serang terdampak akibat wabah virus corona atau COVID-19.Untuk itu informasi yang komunikatif sangat diperlukan dalam menopang pertumbuhan produk kreatif bagi para pengrajin. Disperindagkop Serang telah mendata seluruh pelaku usaha UMKM dar 14.238 UMKM yang ada di ibu kota Banten itu. Hal itu mengetahui UMKM mana yang terdampak akibat COVID-19. Sekitar 10 ribu lebih pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dan Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Kota Serang akan mendapatkan bantuan modal usaha dari Pemkot Serang pada akhir Agustus ini. Bantuan uang dengan besaran Rp 500 ribu setiap UMKM/IKM ini ditujukan bagi para pelaku usaha yang terdampak pandemi covid-19 dalam beberapa bulan terakhir. Kepala Dinas Perdagangan Industri Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Disperindaginkop dan UKM) Kota Serang, Yoyo Wicahyono mengatakan bantuan ini berasal dari Anggaran Pembangunan dan Belanja (APBD) Kota Serang untuk proses pemulihan kondisi masyarakat. Anggaran sebesar Rp 5,199 miliar telah disiapkan oleh Pemkot Serang bagi pelaku usaha kecil di Ibu kota Provinsi Banten. Telah didata 10.005 UMKM dan IKM di Kota Serang untuk diberi bantuan stimulus dari pemerintah pusat. Demikian juga bantuan dari Kementerian Koperasi dengan nilai Rp 2,4 juta untuk 12 juta UKM se-Indonesia dan dari Kota Serang sudah divalidasi sebanyak 10.005. Sisanya masih menunggu data lanjutan .

Adapun tujuan dari dana bantuan bagi pelaku usaha kecil dan menengah adalah untuk

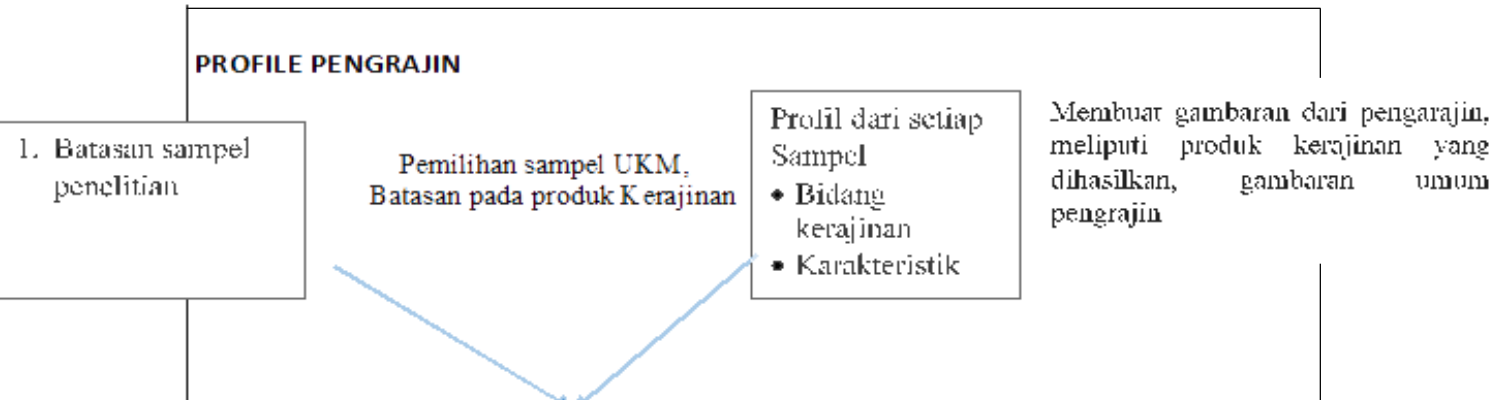
menumbuhkan perekonomian masyarakat di masa Adaptasi Kebiasaan Baru (AKB). Masyarakat telah dibolehkan untuk membuka usahanya, meski tetap dengan panduan protokol Kesehatan. Pelaku IKM dan UMKM di Kota Serang ada sekitar 14.258, stimulus bantuan yang di Disperindaginkop sebesar Rp 500 ribu dan dari pemerintah pusat sebesar Rp 2,4 juta,sudah dilakukan dan didistribusikan.ke pelaku UKM dan UMKM Seran dengan niat untuk meningkatkan ekonomi masyarakat khususnya pelaku usaha kecil. Pemerintah mengharapkan pelaku UMKM dan IKM kembali melakukan usaha kreatif nya dan dibantu dengan berbagai program pemerintah.

Sejalan dengan hal tersebut pemerintah kota Serang membuat agenda gebyar industri kreatif agar memicu IKM dan UMKM bangkit kembali dan menjalankan aktivitas produksinya, agar semakin tidak terlalu terdampak oleh keadaan pandemi. Oleh karena itu, para IKM dan UMKM di Kota Serang terutama yang dari kelurahan dan kecamatan untuk terus berkreasi dan menjalankan aktivitasnya. Untuk menopang keberlanjutan UKM terutama permasalahan pemasaran, sudah seharusnya sarana digitalisasi sudah mulai persiapkan dan diterapkan di kalangan UKM. Agar hasil kerajinan yang diproduksi dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Peran dan dukungan pemerintah sangat besar dalam mendorong , maupun pengadaan system *digitalisasi marketing* bagi pertumbuhan pasar dan keberlanjutan UKM itu sendiri. Termasuk juga bantuan adaptasi teknologi informasi bagi pengrajin untuk melakukan tranformasi ke ekonomi digital.

E. Rancangan model

.Larassaty (2016) menyebutkan bahwa ekonomi kreatif memiliki peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian dan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan masyarakat, membuka lapangan pekerjaan baru dan mengurangi pengangguran UNDP (2013) Dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi kreatif dari beberpa studi melibatkan peran dari 3 aktor: intellectuals, Business, dan Government. Atau disebut dengan model A_B_G. Ketiga aktor berperan penting dalam mengembangkan ekonomi kreatif yang memiliki keunggulan berkelanjutan.

Rancangan keterkaitan, peran serta tindakan yang perlu dilakukan digambarkan dalam suatu model yaitu:



Gambar 1. Model Pertumbuhan Ekonomi Creative

F. Pembahasan

Perkembangan Industri Kreatif di Kota Serang cukup pesat. Kondisi ini terlihat dari hampir di setiap lokasi Kota Serang tersebar produk kreatif. Yaitu, Cipocok, Cikoletet, Serang, Karangantu, Ciruas, Kaujon, Kragilan, Pakulonan, dan juga Ciruas. Produk kreatif di beberapa wilayah tersebut terus tumbuh dan berkembang. Untuk itu memerlukan fasilitas dalam mewadahi kegiatan-kegiatan serta program-program peningkatan produk Kreatif di Kota Serang. Pertumbuhan ekonomi kreatif diawali dengan mengkaji profile UKM, potensi dan produk yang diciptakan terlihat berbagai macam produk kerajinan dari UKM yaitu kerajinan tas, Luluana craft

(kerajinan berbahan plastic daur ulang tiutup teh gelas,) kerajinan tas rajut, stick craff, kerajinan dari kerang, Batik,accesoris , cipta hand craff, bunga Banten, kapal pesiar dan sebagainya. Sementara itu industri kreatif memegang peranan penting dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ide-ide kreatif yang lebih luas untuk industri kreatif dan sektor lainnya bisa menjadi bagian dari proses produksi yang lebih luas (Bakshi dan McVittie, (2009) Van Graan (2014) memberikan kontribusi pada pentingnya industri kreatif tidak terbatas pada, nilai ekonomi, tetapi juga sebagai pembawa kunci dari tradisi budaya, nilai-nilai moral, pandangan dunia, asumsi ideologis dan ide-ide. Sejalan dengan hal tersebut pada Laporan PBB, 2013 menemukan bahwa: Ekonomi kreatif merupakan bahan utama untuk penciptaan lapangan kerja, inovasi dan perdagangan berkontribusi pada inklusi sosial, keragaman budaya dan kelestarian lingkungan" (Perserikatan Bangsa-Bangsa. UNESCO, (2013) Pentingnya ekonomi kreatif menjadi perhatian berbagai pihak, oleh karena nya perlu ditata, dibina dan terus dikembangkan bagi stackholder dan masyarakat sekitarnya. Sebagai negara berkembang, Pemerintah Indonesia telah serius memperhatikan industri kreatifsektor sejak 2009 melalui Instruksi Presiden Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif di Indonesia. Sejak Joko Widodo menjadi Presiden Republik IndonesiaIndonesia, ekonomi kreatif lebih berkembang dengan membentuk badan ekonomi kreatif (Bekraf). adalah salah satu sumber ekonomi baru yang dipromosikan oleh Pemerintah Indonesia.

Inggris Raya (UNCTAD (2010) mendefinisikan "Industri kreatif" sebagai industri yang membutuhkan kreativitas, keterampilan dan bakat, dengan potensi kekayaan dan penciptaan lapangan kerja melalui eksploitasi kekayaan intelektual Lorentzen (2011) memberikan definisi kerja dari industri kreatif sebagai area aktivitas sosial dan ekonomi yang didirikan pada - atau bersekutu erat dengan intelektual atau artistik intelektual, inovasi dan orisinalitas/konservasi, pengajaran dan perayaan warisan budaya, serta bahasa dan yang memiliki kemampuan untuk menawarkan pekerjaan dan menghasilkan pendapatan untuk pencipta asli dan juga untuk orang lain yang terlibat dalam pendidikan dan pelatihan, produksi, distribusi, dokumentasi dan dukungan untuk kreatif produk atau pengalaman budaya, baik dalam kapasitas nirlaba atau untuk keuntungan komersial. Kecendrungannya, keberadaan produk kreatif ditinjau dari kondisi wilayah setempat, Peran dari wilayah dan budaya daerah setempat akan menciptakan iklim usaha yang terkelompok menjadi suatu komunitas. Keberadaan sumber daya alam turut menunjang akan munculnya ide ide kreatif bagi warga setempat dalam berkreasi dan berinovasi

Dalam merancang pertumbuhan ekonomi kreatif tersebut dibutuhkan keterkaitan dari tiga aspek yaitu peran dari akademik dalam hal ini perguruan tinggi (A) , peran dari Pebisnis dalam hal ini pengrajin (B) dan peran dari Pemerintah (G) yang dikenal dengan model tripel Helix. Ivanova dan Loet Leydesdorff (2104). Sinergisitas ke tiga actor ini dapat membantu pertumbuhan produk kreatif menjadi sumber potensi bagi pertumbuhan ekonomi daerah setempat. Untuk mengembangkan ekonomi kreatif kolaborasi antara berbagai aktor yang berperan dalam industri kreatif yaitu: (a) akademik/cendekiawan (intellectuals); (b) bisnis (business), dan (c) pemerintah (government) dimana antara elemen A–B-G (Akademic/Intellectuals–Bussiness- Government) tersebut memiliki peran yang signifikan, dan berkontribusi dari aktor lainnya yang berperan untuk pengembangan ekonomi kreatif OECD,2013. Tanpa kolaborasi antara elemen A–B-G (Akademic/Intellectuals–Bussiness- Government) ini, maka dikawatirkan bahwa, pengembangan ekonomi kreatif tidak berjalan selaras, efisien dan saling tumpang tindih. Peran dari akademisi sebagai sumber ilmu, berperan dalam mentransfer ilmu dan teknologi ke pengrajin kota Serang, kenyatannya belum dilakukan secara maksimal. Belum adanya kegiatan yang kesinambungan dan hubungan yang berkelanjutan dengan para pengrajin dalam membantu pertumbuhan usaha. Peran pebisnis atau pengrajin itu sendiri perlu tetap meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi sekalipun masa pandemic. UKM kerajinan Serang ini perlu mendapat perhatian dari pebisnis besar melalui program CSR yang selama ini masih belum tersentuh. Peran pemerintah melalui pengadaan sarana perasarana seperti pelatihan , pameran, maupun bantuan stimulis sudah dilakukan. Namun perlu upaya penyediaan sarana media informasi *digitalisasi marketing* sebagai media pemasaran pengrajin dalam memasarkan produk kerajinan UKM seperti pengadaan market place produk kerajian kota Serang. Setiap aktor memiliki peran yang signifikan, namun juga memerlukan kontribusi dari aktor lainnya.. Sinergi berbagai actor tersebut sangat dibutuhkan mengatasi efek akibat penyakit Covid-19.

BAB VI
KESIMPULAN DAN SARAN

1. Perkembangan Industri Kreatif di Kota Serang cukup pesat. Kondisi ini terlihat dari hampir di setiap lokasi Kota Serang tersebar produk kreatif. Yaitu, Cipocok, Cikoletet, Serang, Karangantu, Ciruas, Kaujon, Kragilan, Pakulonan, dan juga Ciruas
2. Usaha dari sub sector kerajinan yang menjadi sampel adalah: Luluana Craft, Stick craft, , Mollusca Handycraf, Batik pusaka Banten, Bunga Akrelik, Bunga Banten, Manik-manik, Komunitas Rajut, Kapal pesiar, Sumber Utama Craft Indonesia (SUCI), Cipta Handycraft Innovation Product, Batik Mukarnas.

3. Dalam mengatasi permasalahn saat pandemic covid-19, memerlukan bantuan dan keterkaitan 3 Aktor yang dikenal dengan Triple Helix Model (dari pihak Akademisi, Pebisnis dan pemerintah) .
4. Peran dari akademisi perlu dilakukan secara kesinambungan, dengan membangun hubungan jangka Panjang dengan UKM
5. Peran perusahaan besar dalam program CSR perlu dilakukan secara merata dalam mengatasi permasalahan UKMdan meningkatkan pertumbuhan
6. Peran pemerintag terutama dalam melakukan pembinaan , penyedia sarana dan prasarana, penyedia sarana media promosi secara online/ pemasaran digital.

Saran

1. Kontribusi dari sector kreatif perlu terus ditingkarkan. Melalui pembinaan dari berbagai pihak, seperti investor, pemerintah, dan perbankkan.
2. Kerja sama dengan perguruan tinggi perlu ditingkatkan, dalam upaya membantu pertumbuhan ekonomi kreatif.
3. Menjalin kerja sama dengan sekolah menengah untuk menggalakkan kaderisasi gemar dengan kerajinan tangan.
4. Dukungan program CSR perlu dilakukan secara merata pada UKM kerajinan di kota Serang, karena masih banyak yang belum tersentuh
5. Dukungan Pemerintah sebagai penyedia sarana dan prasarana media promosi baik ofline maupun online perlu ditingkatkan..

DAFTAR PUSTAKA

Amabile (1997) *Creativity, Desaign and Business Performance,* DTI Economics Paper No.15.

Bakhshi, H.; McVittie, E. 2009. Creative supply–chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy? *Innovation: Management, Policy & Practice* 11, 169–189 (Innovation Policy in the Creative Industries) doi: 10.5172/impp.11.2.169.

Bessant, John; Whyte, Jennifer; and Neely, Andrew. DTI Think Piece 2005, *'Management of creativity and design within the firm,' Advanced Institute for Management (AIM) and ImperialCollege*, subsequently referred

Departemen Perdagangan RI, 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025.

Einstein, Feynman.1999. (*both attributed) dalam Creativity, Desaign and Business Performance,* DTI Economics Paper No.15,

Etzkowitz, H & L. Leydesdorff, (2000). The Dynamics of Innovation: from National Systems and 'Mode 2' to a Triple Helix of University-Industry government. Research Policy 29: pp. 109-123.

Florida, Richard. 2003. *Cities and Creative Class.* City and Community. American SociologicalAssociation. 2 (1): 1-19.

Howkins, John. 2013. The Creative Economy: How People Make Money From Ideas. England-UK: Penguin Books

Husein, Umar. (2000). Metodologi Penelitian, Aplikasi dalam Pemasaran, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

Inpres No.6 tahun 2007, Tentang Kebijakan Percepatan Pengembangan Sektor Riil Dan Pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah

Inga A. Ivanova and Loet Leydesdorff. (2014). Rotational Symmetry and the Transformation of Innovation Systems in a Triple Helix of University-Industry-Government Relations. Technological Forecasting and Social Change 86 (2014) 143 156; http://dx.doi.org/10.1016/j. techfore.2013.08.022

Larassaty Ayu Lucy (2016). Kontribusi Sumber Daya Manusia Di Bidang Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Kinerja Pariwisata(Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kebupaten Pasuruan). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis* FEB UMSIDA

Lorentzen, Anne. 2011. Postindustrial Growth: Experiences, Culture, or Creative Economy.Working Paper. Havecity Universitat Hamburg.

NACCCE10 (1999:4) dalam Creativity, Desaign and Business Performance, DTI Economics Paper No.15.

OECD. 2013. Regions and Innovation: Collaborating Across Borders (OECD Review of Regional Innovation Series). OECD Publishing.

Presidential instruction no 6 tahun 2009 about Development of Creative Economy in Indonesia.

Saputra Wiko. 2010. Industri Kreatif. Jakarta: Praninta Offset, Baduose Media.

Simatupang, Togar M, (2008). *Jurnal Sekolah Bisnis dan Manajemen Perkembangan Industri Kreatif,* Penerbit ITB Bansung

Stobbeleir, Katleen; et.al. 2010. *From Creativity To Success: Barriers and Critical Success Factors In The Creative Process.*VlerickLeuvenGentManagementSchool, e-mail: Katleen.DeStobbeleir@vlerick.com. 2010. pp.1-26

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil

UNDP. 2013. *Creative Economy Report 2013 Special Edition*. Widening Local Development Pathways New York: UNDP and UNESCO

UK DCMS Task Force (1998:4) dalam buku Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, bagian 1 tentang pengantar dan arah pengembangan ekonomi kreatif Indonesia 2025

Van Graan, M. (2014). African Creative Industries the Sleeping Giant. Africa Business, February 2014. Retrieved from http://www.racines.ma/sites/default/files/AB_CoverStoryCreativityAll0214.pdf

Willem, Richaed Karel, (2008). *Membangun Industri Kreatif Indonesia.* Menko Staf Ahli Menteri Negara Ristek Bidang Teknologi Pertahanan dan Keamanan.

https://ilmupengetahuanumum.com/profil-daftar-kabupaten-dan-kota-di-propvinsi-Banten.

https://desdm.bantenprov.go.id/read/setiap-saat/145/GAMBARAN-UMUM-KONDISI-DAERAH.html

https://www.academia.edu/29681349/potensi_daerah_Banten