

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Globalisasi merupakan suatu era yang kini mau tidak mau menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia. Masyarakat dalam era globalisasi ini tidak dapat menghindar dari arus deras perubahan sebagai akibat canggihnya teknologi informasi, telekomunikasi, dan tatanan ekonomi dunia yang mengarah pada pasar bebas, serta tingkat efisiensi dan kompetitif yang tinggi di berbagai bidang kehidupan.

Saat ini sudah memasuki era pasar bebas, dimana tiap-tiap pelaku harus saling bersaing agar tetap bertahan. Dalam hal ini dibutuhkan inovasi dan ketaifitas. Agar tidak terbawa arus globalisasi yang memberikan dampak negatif terhadap perekonomian Indonesia, maka diperlukan suatu cara agar perekonomian Indonesia dapat tumbuh dan senantiasa mensejahterakan masyarakat. Untuk menjawab itu, ekonomi kretaif bisa jadi solusi untuk merespons rivalitas yang kompetitif dan ketat.

Ekonomi kreatif merupakan aktivitas perekonomian yang lebih mengandalkan ide atau gagasan (kreatif) untuk mengelola material yang bersumber dari lingkungan di sekitarnya menjadi bernilai tambah ekonomi (John Howkins, 2001). Konsep ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Ekonomi kreatif adalah wujud dan usaha mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui kreativitas, yang mana makna pembangunan berkelanjutan itu adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan (Kementerian Perdagangan, 2008). Catatan besar yang ditawarkan ekonomi

kreatif adalah pemanfaatan cadangan sumber daya yang bukan hanya terbarukan, tetapi juga tak terbatas yaitu ide, bakat, dan kreativitas.

Secara makro, ekonomi kreatif merupakan pilihan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, maupun pengurangan penduduk miskin di Indonesia. Berbagai sub sektor dalam industri kreatif berpotensi terlihat potensial untuk dikembangkan, karena terdapat banyak sumber daya insani kreatif dan kekayaan aneka budaya yang ada di Indonesia.

Ekonomi kreatif selanjutnya akan diejawantahkan oleh industri kreatif. Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kementerian Perdagangan, 2008).

Selanjutnya, menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia ada empat belas subsektor yang merupakan industri berbasis kreativitas, antara lain: (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 komputer dan piranti lunak, (13) televisi dan radio, (14) riset dan pengembangan (Kementerian Perdagangan, 2008)

Salah satu lini industri kreatif yang perlu mendapat perhatian lebih oleh pemerintah, ialah industri penerbitan. Memang, pasar dari industri penerbitan tidak sebesar sub sektor lainnya, akan tetapi industri ini punya potensi yang besar. Ada banyak penerbitan besar dan kecil, para pemain lama, dan juga banyak baru bermunculan untuk meramaikan industri penerbitan. Terlebih dengan adanya perkembangan teknologi yang bias membuat buku bisa diterbitkan dalam bentuk digital.

Penerbitan turut berperan aktif dalam membangun kekuatan intelektualitas bangsa. Munculnya sastrawan, penulis, peneliti, dan para cendekiawan, tak lepas dari peran industri ini. Walaupun saat ini profesi penulis masih dianggap kurang menjanjikan, banyak para penulis muda yang sangat antusias, silih berganti menerbitkan karya-karyanya (BEKRAF, 2015)

Berikut ini adalah data jumlah penerbitan buku yang merupakan anggota Ikatan Penerbitan Indonesia yang disurvei pada tahun 2015:

**Tabel 1.1**

**Jumlah Anggota Penerbit IKAPI Tahun 2015**

No.	Wilayah	Tahun			
		2012	2013	2014	2015
1	DKI Jakarta	450	473	497	504
2	Jawa Barat	227	249	273	278
3	Jawa Tengah	131	136	145	145
4	Yogyakarta	80	85	89	91
5	Jawa Timur	144	148	156	159
6	Sumatera Selatan	1	1	1	1
7	Kalimantan Barat	11	13	13	13

8	Sulawesi Selatan	1	1	1	1
9	Sulawesi Tengah	10	10	11	12
10	Bali	3	3	3	3
11	Banten	1	1	1	1
12	Sumatera Barat	11	11	12	13
13	Nanggroe Aceh Darussalam	3	3	3	3
14	Sumatera Utara	1	1	1	1
15	Riau	16	16	16	16
16	Jambi	4	4	4	4
17	Kalimantan Selatan	2	2	2	2
18	Kalimantan Timur	6	9	13	14
19	Kalimantan Tengah	1	1	1	1
20	Sulawesi Utara	22	22	22	22
21	NTT	10	10	10	10
22	NTB	11	14	18	18
23	Papua	8	8	8	8
24	Lampung	2	5	5	5
25	Batam	2	2	2	2
26	Gorontalo	0	0	2	2
<b>Total</b>		1.158	1.228	1.309	1.328

Sumber: Ikatan Penerbit Indonesia

Dari data tabel diatas, tampak persebaran penerbit di Indonesia tidak merata dan terkonsentrasi di lima wilayah utama, yaitu Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, dan Jawa Timur. Dari hasil survei, IKAPI mendata penerbit berdasarkan entitasnya, yaitu penerbit kecil, penerbit menengah, penerbit besar, dan penerbit dalam

bentuk yayasan dan lembaga pemerintah yang termasuk anggota IKAPI. Selain itu, terdapat juga penerbit non-anggota IKAPI yang gencar memasarkan bukunya di toko buku. Entitas penerbit utamanya dilihat dari badan usaha dan badan hukum yang mewadahnya.

Salah satu kota yang punya potensi besar untuk mengembangkan industri penerbitan adalah Kota Yogyakarta. Alasannya karena di kota ini terdapat banyak sekolah dan perguruan tinggi, yang membuat pelajar dan mahasiswa memadati kota ini. Itulah mengapa Kota Yogyakarta disebut kota pendidikan. Untuk menunjang kebutuhan mereka terhadap bahan bacaan, maka harus ditopang oleh kehadiran penerbitan untuk menyediakan bahan literasi. Dalam data jumlah penerbitan yang bernaung dalam Ikatan Penerbitan Indonesia yang dirilis pada tahun 2015, provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berada di urutan nomor empat, dengan total ada 91 penerbitan. Selanjutnya, inilah data penerbitan buku anggota IKAPI wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta untuk tahun 2017, berdasarkan entitasnya.

**Tabel. 1.2**

**Data Jumlah Penerbit di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2017**

No	Entitas Penerbit	Jumlah
1	Kecil	51
2	Menengah – Besar	20
3	Yayasan	14
Total		85

Sumber: Ikatan Penerbit Indonesia Daerah Istimewa Yogyakarta 2017.

Dari data di atas terlihat, total penerbitan buku yang terdaftar sebagai anggota IKAPI pada tahun 2017, berjumlah 85 penerbitan, berkurang enam dari tahun 2016. Industri penerbitan untuk wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta, punya potensi besar untuk berkembang pesat.

Sementara itu, menurut Sigit Hermawan (2012), kemampuan manajerial pelaku usaha industri kreatif juga harus ditingkatkan. Hal ini penting guna mengembangkan dan meningkatkan kinerja industri kreatif. Misalnya kemampuan marketing dan membuka pasar adalah kemampuan yang belum banyak dimiliki oleh pelaku usaha yang bergerak di industri kreatif. Kebanyakan pelaku usaha ini lebih mengedepankan nilai artistik atau produk yang bernilai seni tinggi tetapi sulit untuk diperdagangkan atau diperjualbelikan di pasar. Dengan demikian modal relasi sangat diperlukan oleh pelaku usaha ini. Modal relasi ini bagi pengusaha adalah modal untuk berhubungan pihak eksternal seperti berkaitan dengan kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, menggaet pelanggan baru dan lainnya.

Kemampuan lain juga harus ditingkatkan untuk semua hal terkait dengan *knowledge, skill, dan attitude* yang harus dimiliki oleh pelaku industri kreatif. Hal ini penting guna mengembangkan industri kreatif secara keseluruhan. Apabila sudah demikian maka modal manusia pelaku usaha inilah yang harus dikembangkan dan ditingkatkan. Dengan modal manusia yang bagus diharapkan akan mengembangkan modal berikutnya, yakni *structural* atau *organizational capital*. Modal struktural akan terkait

dengan bagaimana menjalankan bisnis dan menjalankan operasional usaha di industri kreatif. Dengan demikian tiga modal inilah yang harus ditingkatkan dan dikembangkan, yakni modal relasi (MR), modal manusia (MM), dan modal struktural (MS). Ketiga kombinasi modal ini dinamakan *intellectual capital (IC)*. IC sendiri telah diakui sebagai aset strategis perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin mengangkat judul “Pengaruh *Intellectual Capital* Terhadap Kinerja Industri Kreatif Sub Sektor Penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah Penelitian**

1. Bagaimana pengaruh modal manusia terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana pengaruh modal struktural terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana pengaruh modal pelanggan terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengukur pengaruh modal manusia terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta`
2. Untuk mengukur pengaruh modal struktural terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Untuk mengukur pengaruh modal pelanggan terhadap peningkatan kinerja bisnis sektor industri kreatif sub sektor penerbitan di Daerah Istimewa Yogyakarta

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Sebagai bahan rujukan bagi perusahaan penerbit di Daerah Istimewa Yogyakarta untuk mengembangkan dan meningkatkan kinerja perusahaan.
2. Menambah khasanah literatur mengenai industri kreatif sebagai bahan referensi dalam penelitian di masa yang akan datang.
3. Sebagai wahana bagi peneliti untuk mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama kuliah.