

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pada suatu Negara maju dan berkembang tentu pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu langkah yang sangat penting dalam melakukan berbagai analisis tentang pembangunan atau pengembangan ekonomi suatu bangsa. Pembangunan ekonomi yang ingin dicapai pada Negara berkembang dan Negara maju harus lebih mengutamakan masyarakat luas dan dapat dinikmati secara berkeadilan. Faktor terpenting dalam membangun ekonomi yang berkelanjutan kedepan adalah dengan sumber daya manusia yang berkualitas dan pemerintahan yang baik (*good government*) dengan memiliki kompetensi dan dapat diandalkan dalam mengelola sumber daya ekonomi. Kondisi perekonomian dalam sebuah Negara merupakan tolak ukur kesuksesan suatu Negara. Negara dengan pendapatan tinggi maka akan dapat dikatakan sebagai Negara yang maju dibidang perekonomian (Baiquni, 2007: 24)

Pertumbuhan ekonomi sangat penting dalam meningkatkan output dan pendapatan riil perkapita pada suatu Negara. Hal ini memang bukan hanya satu-satunya keinginan masyarakat dan pemerintah terutama di Negara-Negara berkembang, namun pertumbuhan ekonomi dengan tingkat pertumbuhan output dan pendapatan memang perlu dilakukan. Hal ini berdasarkan sebuah alasan, karena pertumbuhan ekonomi dapat dipandang sebagai salah satu syarat yang sangat diperlukan untuk perbaikan masalah-masalah sosial dengan tujuan diharapkan dapat memberikan kesejahteraan kepada seluruh masyarakat

dan mencapai tujuan-tujuan pembangunanlainya seperti peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, ataupun penyediaan fasilitas dan sasaran-sasaran sosial lainnya (Irawan dan Suparmoko, 2002: 05)

Tujuan dari adanya sebuah pembanunan adalah untuk memperbaiki dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta menciptakan inovasi di dalam masyarakat tersebut. oleh karena itu maka dibutuhkan sebuah rumusan strategi dari lembaga eksekutif maupun legislatif untuk menumbuhkan industri dalam Negri sebagai prasyarat meningkatkan pendapatan Negara. Perkembangan industri pada sebuah Negara sangat menompang pertumbuhan ekonomi, sehingga salah satu strategi yang diambil oleh pemerintah adalah sebuah strategi pemerintah sengat membutuhkan dalam menumbuhkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai basik pembangunan ekonomi kerakyatan. UMKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dengan konsisten dalam suatu perekonomian Nasional. UMKM menjadi wadah yang baik bagi penciptaan lapangan pekerjaan yang produktif. UMKM merupakan usaha yang bersifat padat karya, tidak membutuhkan persyaratan tertentu seperti tingkat pendidikan, keahlian (keterampilan) pekerja, dan modal usaha relatif sedikit serta teknologi yang digunakan cendrung sederhana. UMKM measih memegang peranan penting dalam perbaikan perekonomian suatu Negara baik ditinjau dari segi jumlah usaha, segi penciptaan lapangan kerja, maupun dari segi pertumbuhan ekonomi Nasional yang di ukur denga Produk Domestik Bruto

Data Dinas Koperasi dan UMKM pada tahun 2013 memberikan kontribusi terhadap perkembangan ekonomi, hal ini tentu memberikan dampak yang positif jika di lihat dari total nilai yang di peroleh Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang mencapai Rp 9.014,9 Triliun. Tentu peran UMKM memberikan kontribusi sebesar Rp. 5.440,0 Triliun atau 60,34 persen dari total PDB Indonesia. Jumlah populasi UMKM Indonesia pada tahun 2013 mencapai 57,89 juta unit usaha atau 99,99 persen terhadap total unit usaha Indonesia, sementara dengan jumlah tenaga kerja mencapai 114,14 juta orang atau 96,99 persen terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia (Kementerian Koperasi. [www.depkop.go.id](http://www.depkop.go.id))

Jika dilihat dari pendapatan dan penyerapan tenaga kerja yang ada jelas kontribusi UMKM mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi Nasional. Bahkan peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja. UMKM berperan dalam pendistribusian hasil-hail pembangunan. Keberadaan sektor UMKM bukan hanya dianggap sebagai tempat penampungan semata bagi para pekerja yang belum masuk ke sektor formal, akan tetapi juga sebagai motor pertumbuhan aktivitas ekonomi. Selain itu perkembangan jaman yang modren ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi. Kemajuan tehnologi membawa paradigma baru dalam sebuah proses produksi. Banyak penemuan tehnologi yang menjanjikan seperti penemuan Internet membuat dunia menjadi terintegrasi. Alih tehnologi dan kalaborasi antar Negara bukan menjadi hal yang sangat sulit lagi. Perubahan-perubahan dalam proses semangkin lama semangkin cepat, Negara yang sulit beradaptasi akan sulit untuk berkembang. Negara yang unggul dalam pemanfaatan dan pengembangan

teknologi cenderung berkembang menjadi Negara yang berdaya saing dan mampu menciptakan nilai tambah yang tinggi. Dalam perkembangan selanjutnya, kemampuan manusia dalam berkreasi dan menciptakan sesuatu dari yang tidak ada menjadi ada, baik inovasi ide maupun pengetahuan menjadi faktor penting dalam proses produksi kreativitas, inovasi dan penemuan menjadi penting dalam kegiatan ekonomi

Pangestu dan Nirwandar (2014: 4) dalam buku yang berjudul “*Pengembangan Industri Kreatif Menuju Visi Ekonomi Kreatif Indonesia 2025*” menyebutkan Pada abad ke-18, revolusi industri telah menyebabkan transformasi ekonomi yang awalnya didominasi sektor pertanian berbasis sumber daya manusia dan sumber daya alam menjadi perekonomian yang didominasi industri berbasis barang modal. Pada tahun 1950-an, perekonomian digerakkan oleh pengetahuan sebagai sumber daya utamanya dalam penciptaan nilai tambah. Kemudian pada tahun 1995 terjadi globalisasi industri berbasis kreativitas yang membuat ekonomi kreatif semakin berkembang sejalan dengan perkembangan teknologi informasi, sehingga disebut sebagai gelombang ke-4 oleh John Howkins

Gambar 1.1 Evolusi Struktur Produksi



Ekonomi kreatif akan menjadi penting di masa depan karena bersumber pada kreativitas yang merupakan sumber daya terbarukan. Dengan demikian, negara-negara yang berlimpah ketersediaan orang kreatifnya tidak memiliki

batasan pertumbuhan sebagaimana sektor tradisional, terutama yang berbasis sumber daya yang tidak terbarukan. Kreativitas telah dan akan terus mengubah paradigma perekonomian yang biasa berpusat pada keterbatasan (*scarcity*) menjadi berpusat pada keberlimpahan (*abundance*). Orang kreatif dengan ide kreatifnya mampu mengelola tenaga kerja dan memanfaatkan barang modal untuk menghasilkan produk yang bernilai tambah tinggi. Selain itu, ketika orang kreatif memproduksi, hasil dari kegiatan produksi tersebut bukan hanya berupa barang atau jasa akhir (*final goods and services*) tetapi juga dapat digunakan sebagai input bagi sektor lain (Pangestu dan Nirwandar, 2014: 4-5)

Usaha yang berkembang saat ini terbagi menjadi beberapa kategori diantaranya ialah pertanian, peternakan, perikanan, kehutanan, listrik, gas, air bersih, perdagangan, hotel restoran, jasa-jasa swasta dan industri pengolahan yang salah satunya mencakup industri kreatif. Sektor industri kreatif diyakini mampu bertahan ketika berbagai sektor lain dilanda krisis keuangan global. Saat ini pemerintah mulai melihat industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Berbicara mengenai industri kreatif yang saat ini berkembang di Indonesia meliputi 14 sektor yaitu. Priclanan, arsitektur, pasar, barang seni, kerajinan, desain, fesyen, video, film, foto grafi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, televisi dan radio (Pangestu, 2008: 4-6)

Dari 14 sektor industri kreatif yang paling mendominasi terhadap pertumbuhan ekonomi ialah industri Fesyen, fesyen merupakan salah satu industri kreatif yang potensial di Indonesia. produk fashion merupakan

penyumbang terbesar ekspor industri kreatif dari hasil penelitian menunjukkan bahwa subsektor industri kreatif dengan kontribusi paling tinggi yaitu fesyen dan kerajinan. Pada tahun 2013, subsektor industri fesyen menyumbang PDB sebesar 65.1 triliun rupiah 42.2 persen, menyerap tenaga kerja sebanyak 3.8 juta orang 47.2 persen, menyumbang ekspor sebesar 76.7 triliun 71.7 persen, dan memiliki jumlah usaha sebanyak 1.1 juta unit 46.5 persen. Selanjutnya, subsektor industri kerajinan menyumbang PDB sebesar 25.4 triliun rupiah 15.1 persen, menyerap tenaga kerja sebanyak 3.1 juta orang 38.2 persen, menyumbang ekspor sebesar 21.7 triliun 20.3 persen, dan memiliki jumlah usaha sebanyak 1 juta unit 45.2 persen (<http://www.kemenperin.go.id>)

Industri kecil yang mendominasi di Daerah Istimewa Yogyakarta sebagian besar bergerak dibidang kerajinan dan fesyen, hal ini dapat dipahami karena industri kerajinan dan fesyen adalah salah satu pendukung sektor pariwisata. Sedangkan apabila dilihat perkembangan usaha pada industri kecil dan menengah di Daerah Istimewa Yogyakarta dari tahun ke tahun memperlihatkan kondisi yang cenderung meningkat dengan angka pertumbuhan yang selalu positif dari tahun 2015 hampir dari seluruh pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang tersebar di seluruh wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta di dominan oleh pelaku ekonomi kreatif

Berdasarkan data Desperindakop dapat diketahui bahwa industri kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan peranan besar dalam penyerapan tenaga kerja. Selama tahun 2015 jumlah tenaga kerja yang terserap oleh industri kreatif sebanyak 152,446 orang atau

sekitar 80,04 persen dari penyerapan unit usaha. Sedangkan untuk unuit usaha subsektor kerajinan dan fesyen pada tahun 2015 berjumlah 38,024 unit usaha dengan bobot 19,96 persen. Ini mengindikasikan bahwa industri kreatif subsektor kerajinan dan fesyen dapat menjadi salah satu solusi dalam mengatasi pengangguran dan kemiskinan di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam jangka panjang (DisperindaKop DIY 2015)

Hal ini menjadikan Ekonomi kreatif yang semakin berkembang di Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan keunikan tersendiri bagi pembangunan suatu perekonomian, yang dapat mendukung peningkatan nilai tambah dan peningkatan daya saing produk. Peningkatan nilai tambah dan daya saing produk berpotensi meningkatkan ekspor baik di dalam Negri maupun luar Negri, serta menggerakkan perekonomian domestik, dan pada akhirnya tentu akan mendukung pertumbuhan ekonomi dengan kualitas hidup yang lebih baik. Hal ini tentunya dapat dimanfaatkan untuk mendukung peningkatan perdagangan dalam dan luar negeri

Perkembangan industri kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta relatif baik. Perkembangan ini tidak terlepas dari keberadaan Daerah Istimewa Yogyakarta yang berpotensi sebagai wilayah daera yang mempunyai Sumber Daya Alam melimpah dan relatif murah dalam pengembangan industri kreatif. Potensi-potensi suatu wilayah menjadi penting karena industri kreatif merupakan industri yang mengandalkan ketersediaan sumberdaya yang efisien dan adanya kreativitas. Dimana kreativitas merupakan salah satu modal dalam bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain kreativitas, industri kreatif

juga dituntut untuk mampu melakukan efisiensi usaha baik dalam proses produksi maupun dalam aktivitas pemasaran/distribusi

Potensi ekonomi kreatif yang tersebar diseluruh pelosok Daerah Istimewa Yogyakarta memberikan ciri khas pada suatu wilayah. Industri kreatif perlu di kembangkan karena memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah, industri kreatif dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan dan tidak bisa hanya di tinjau dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga juga memberikan dampak positif kepada aspek lainya seperti peningkatan citra identitas suatu wilayah. Upaya-upaya diatas secara garis besar menjadi bagian dari kebijakan pemerintah dalam meningkatkan perekonomian sekaligus kesejahteraan masyarakat. Kebijakan sebagai sebuah alat yang digunakan untuk menciptakan dan mengembangkan sumber daya dalam pencapaian tujuan organisasi, oleh karena itu penerapan kebijakan dapat menentukan hasil yang akan dicapai. Adapun kebijakan yang dimaksud disini adalah kebijakan pemerintah dalam manajemen dan memberdayakan pengembangan UMKM yang lebih berorientasi pada pengembangan strategi secara makro.

Melihat kondisi kekinian tentunya peran seluruh stakeholder dalam implementasi strategi pemberdayaan dan pengembangan tersebut sangat diharapkan. Untuk itulah Pemerintah Negara Indonesia harus dapat memberikan strategi-strategi yang dapat memberikan kesuksesan pada UMKM Indonesia dengan cara memberikan produk peraturan perundang-undangan yang jelas serta memberikan keuntungan untuk UMKM dan negara atau dengan cara



memberikan pembinaan, bimbingan serta jasa konsultasi yang dapat membantu memecahkan permasalahan yang dihadapi UMKM. Strategi pemerintah dalam pengembangan UMKM dalam jangka panjang bertujuan untuk meningkatkan potensi dan partisipasi aktif UMKM dalam proses pembangunan nasional. Khususnya dalam kegiatan ekonomi dalam rangka mewujudkan pemerataan pembangunan melalui perluasan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan. Sasaran dan pembinaan usaha kecil adalah meningkatnya jumlah pengusaha menengah dan terwujudnya usaha yang semakin tangguh dan mandiri. Sehingga pelaku ekonomi tersebut dapat berperan dalam perekonomian nasional.

Industri kreatif perlu di kembangkan di Indonesia karena memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi negara dan daerah, industri kreatif dapat memberikan kontribusi di beberapa aspek kehidupan dan tidak bisa hanya di tinjau dari sudut pandang ekonomi semata, tetapi juga juga memberikan dampak positif kepada aspek lainya seperti peningkatan citra identitas bangsa (Pangestu 2008: 23-24) mengemukakan bahwa industri kreatif memiliki peran sektor industri kreatif, memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan seperti peningkatan lapangan pekerjaan, peningkatan ekspor, dan memiliki sumbangan terhadap PDB, Industri kreatif dapat menciptakan iklim bisnis yang berdampak pada sektor lain, industri kreatif dapat membangun citra dan identitas bangsa seperti turisme, ikon nasional, membangun budaya, warisan budaya, dan nilai-nilai lokal. Ekonomi kreatif dapat berbasis kepada sumber daya yang terbarukan seperti ilmu pengetahuan dan peningkatan

kreatifitas dan menciptakan inovasi dan kreativitas yang merupakan keunggulan kompetitif suatu bangsa. Terakhir, dapat memberikan dampak sosial yang positif seperti peningkatan kualitas hidup dan toleransi sosial.

Hingga tahun 2013 secara umum kontribusi industri kreatif dalam perekonomian Indonesia terus meningkat. Di tandai dengan nilai pendapatan PDB ekonomi kreatif yang mencapai 215 Triliun rupiah, dan menyerap tenaga kerja sekitar 10,6 persen dari total angkatan kerja Nasional. Hal tersebut di dorong oleh pertumbuhan jumlah usaha di sektor industri kreatif pada periode tersebut sebesar 1 persen sehingga jumlah industri kreatif pada tahun 2013 tercatat sebanyak 5,4 juta usaha yang menyerap tenaga kerja sebanyak 12 juta (Pangestu dan Nirwandar, 2014: 17)

Ekonomi kreatif terbukti berpengaruh positif dalam membangun negara-negara di seluruh benuah untuk menggali dan mengembangkan potensi kreativitas yang dimilikinya, dengan caranya masing-masing sesuai dengan kemampuan yang dimiliki negara tersebut. Thailand dengan *Thailand Creative & Design Center (TCDC)*, Malaysia melalui *Malaysia Design & Innovation Centre (MDIC)*, Singapura melalui *Ministry of Information, Communications and the Arts (MICA)* dengan konsep *Renaissance City, Media 21* dan *Design Singapore-nya*, Taiwan dengan *Transforming the digital dividen into a digital opportunity*, New zealand dengan *New zealand trade and enterprise (NZTE)*, Inggris membangun industri kreatifnya melalui *Department of Culture, Media and Sports (DCMS)*, dengan kemampuan industri kreatif terbukti dapat mengharumkan citra identitas bangsa (Pangestu, 2008 : 127-145)

Saat ini, respon pemerintah Indonesia sendiri diwujudkan melalui Instruksi Presiden No 6 tahun 2009 tentang pengembangan ekonomi kreatif. Pemerintah juga membentuk Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif guna mempersiapkan pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Kementerian ini mengawali kerjanya dengan menyusun *grand design* pengembangan ekonomi kreatif di Indonesia. Didalam perencanaan pembangunan ekonomi kreatif tersebut, Kemenparekraf mengadopsi sejumlah perspektif dalam diskursus ekonomi kreatif. Dari sekian banyak perspektif yang terdapat didalam diskursus ini, pemerintah cenderung lebih memakai perspektif ekonomi kreatif berbasis sektoral. Dalam Grand Design Indonesia Kreatif 2025, masih sedikit sekali disinggung tentang bagaimana pemerintah kota dan kabupaten di Indonesia harus punya peran yang besar dalam membentuk wilayahnya menjadi kota yang atraktif dan kreatif.

Industri kreatif Indonesi terpusat di beberapa kota, diantaranya *Jogja Never Ending Asia, Solo the Spirit of Java, Denpasar, Batam Experience It, Enjoy Jakarta* dan *Bandung Emerging Creative City*. Branding kota kreatif telah mampu mengangkat karakter kota sebagai daya tarik dan penggerak perekonomian. Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki keunggulan dalam sektor ekonomi kreatif dan sektor pariwisata, dimana ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen menjadi salah satu penggerak utama kegiatan ekonomi Yogyakarta. Selain itu, ekonomi kreatif Yogyakarta yang sebagian besar masih berada dalam klasifikasi IKM, juga menjadi salah satu sumber mata pencaharian utama sebagian warga Yogyakarta. “Hal ini menjadi menarik, ketika kita menyadari bahwa persebaran

ekonomi kreatif di Yogyakarta tidak hanya terkonsentrasi pada satu titik. Tiap sudut wilayah Yogyakarta memiliki potensinya sendiri yang mampu diolah sedemikian rupa dan mengubahnya menjadi suatu komoditi yang memiliki nilai jual,” tegas Irjen Kemenperin. Dengan kata lain, sumber daya manusia kreatif telah tersebar dan mengakar di berbagai daerah di Yogyakarta. Tentunya didukung dengan memiliki ruang kreatif sebagai sarana dan prasarana tumbuh kembangnya industri kreatif di Yogyakarta. (<http://www.kemenperin.go.id>)

Akan tetapi masih terdapat sejumlah permasalahan yang dihadapi oleh pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta yaitu permasalahan internal dan eksternal. Masalah eksternal yang dihadapi rendahnya produktivitas yang disebabkan oleh kualitas SDM yang dimiliki dalam mengatur atau manajemen organisasinya, kemampuan dalam menguasai teknologi dan dalam kemampuas memasarkan produk, terbatasnya kreativitas, kesulitan dalam berbahasa asing. Sedangkan faktor Eksternal yang dihadapi oleh para pelaku pada umumnya, penggunaan bahan baku masih di datangkan dari luar daerah, tingginya biaya yang harus di keluarkan dalam pengurusan perizinan, tingkat bunga yang relatif tinggi hingga proses kredit yang berbelit. Sementara itu kurangnya pemahaman tentang Dinas Perindustrian Perdagangan Koprasi dan UMKM yang merupakan badan usaha dengan memiliki struktur kelembagaan seperti struktur organisasi, struktur kekuasaan dan struktur insentif

Dengan adanya permasalahan yang dijelaskan di atas, maka dibutuhkan sebuah langkah strategi dalam menyusun pengembangan pelaku ekonomi kreatif

khususnya kepada subsektor kerajinan dan fesyen perlu mendapat perhatian yang lebih serius baik dari pemerintah atau dinas terkait maupun masyarakat agar dapat berkembang bersama pelaku ekonomi lainnya. Langkah strategi pemerintah Yogyakarta ke depan perlu di upayakan lebih kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya UMKM. Pemerintah perlu meningkatkan peranya dalam melakukan pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, bahwa UNKN kreatif memiliki peranan yang penting dalam pengembangan ekonomi Negara dan Daerah mengingat banyaknya orang-orang kreatif yang berada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dengan demikian UMKM di Yogyakarta dapat memberikan peran terhadap produk-produk luar yang telah memasuki Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tentunya dengan adanya sebuah strategi pemerintah terhadap pengembangan ekonomi kreatif di Yogyakarta dipilih dalam penelitian ini karena di anggap mampu mengembangkan sumber daya manusia dengan berbekal kepada ilmu pengetahuan, kreatifitas, serta inovasi dan mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat, pembentukan citra dan penguatan identitas suatu Daerah

Dari latar belakang sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat permasalahan mengenai **“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) PELAKU EKONOMI KREATIF SUBSEKTOR KERAJINAN DAN FESYEN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dan paparan dari latar belakang di atas maka penulis dapat merumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, di antaranya:

1. Bagaimana gambaran umum UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apa saja kekuatan dan kelemahan serta peluang dan tantangan pada UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Bagaimana rumusan strategi pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran umum UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan serta peluang dan tantangan pada UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta
3. Untuk mengetahui rumusan strategi pengembangan UMKM pelaku ekonomi kreatif subsektor kerajinan dan fesyen di Daerah Istimewa Yogyakarta

#### **D. Manfaat**

Adapun kegunaan manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemerintah, diharapkan dapat berperan penuh serta mendukung dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pelaku ekonomi kreatif di Daerah Istimewa Yogyakarta
2. Bagi peneliti selanjutnya dan pengamat akademik sebagai tambahan informasi dan disiplin ilmu, serta menambah Khazana ilmu pengetahuan dan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya dengan bidang yang sama
3. Bagi masyarakat diharapkan dapat memberikan motivasi dan dorongan bagi para Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk tetap berkarya dan memperkaya serta memperluas usahanya, demi terciptanya roda perekonomian masyarakat bawah yang diharapkan