

MODEL PENGEMBANGAN EKONOMI KREATIF UMKM DI KABUPATEN MUSI RAWAS MELALUI PENDIDIKAN KARAKTER, *KNOWLEDGE MANAGEMENT*, DAN INOVASI

Maulana¹⁾, Nopa Dwi Saputra²⁾, Mega Nugraha³⁾, dan Lies Nur Intan⁴⁾

^{1,3,4}Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Tamansiswa Palembang

²Kewirausahaan, Institut Teknologi Muhammadiyah Sumatera

^{1,2,3,4}Jl. Tamansiswa, Palembang, Sumatera Selatan

E-mail: maulana@unitaspalembang.ac.id¹⁾, nopa.dwisaputra14@gmail.com²⁾, meganugraha@unitaspalembang.ac.id³⁾, liesnurintan2020@gmail.com⁴⁾

ABSTRAK

Keterbatasan pengetahuan dari para pelaku UMKM menjadi salah satu aspek yang menyebabkan kurang berkembangnya usaha yang mereka jalankan. Kondisi pasca pandemi membuat para pelaku UMKM di Kabupaten Musi Rawas harus mampu beradaptasi dengan cepat. Perkembangan UMKM di Kabupaten Musi Rawas belum sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang saat ini gencar dikampanyekan oleh pemerintah. Sehingga, nilai jual produk-produk yang semestinya mampu berdaya saing tinggi menjadi kurang kompetitif. Dalam praktiknya, para penggiat UMKM di Kabupaten Musi Rawas hanya menjalankan usahanya sesuai dengan apa yang dia ketahui tanpa mengikuti perkembangan, bahkan banyak para penggiat UMKM yang bahkan belum mengerti tentang *marketplace*, tentu ini menjadi sesuatu yang harus diperhatikan mengingat saat ini sudah memasuki era digital, dan mau tidak mau para penggiat UMKM harus mengikuti perkembangan itu dan dituntut mampu beradaptasi dengan cepat dan fleksibel. Prinsip-prinsip ekonomi kreatif yang masih banyak belum dipahami oleh para penggiat UMKM harus disosialisasikan dengan segera dan harus mampu dipahami dengan benar, karena jika tidak justru akan menghambat perkembangan usaha yang mereka jalankan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dan menganalisis strategi pengembangan bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas melalui *Knowledge Management* dan Pendidikan Karakter serta inovasi sebagai variabel *intervening*. Bentuk penelitian yang digunakan adalah penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian kausalitas adalah penelitian yang dirancang untuk menguji kemungkinan adanya hubungan sebab akibat antar variabel. Dalam desain ini, umumnya hubungan sebab akibat yang telah diprediksi oleh peneliti, sehingga peneliti dapat menyatakan klarifikasi variabel kausal, variabel perantara, dan variabel terkait. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh yang diberikan *Knowledge Management* dan Pendidikan Karakter terhadap Pengembangan UMKM Berbasis Ekonomi Kreatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Knowledge Management* dan Pendidikan Karakter berpengaruh positif terhadap pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas. Namun pengaruh yang lebih besar diperoleh melalui variabel *intervening* inovasi, artinya *Knowledge Management* dan pendidikan karakter akan lebih baik jika dipadukan dengan inovasi sehingga berdampak positif terhadap pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas.

Kata Kunci: Pengembangan, UMKM, Ekonomi Kreatif, Pendidikan Karakter, Inovasi

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan Visi Pembangunan Nasional Jangka Panjang 2025 dan Tujuan 2020, telah disusun Kebijakan Pembangunan Industri Nasional yang tertuang dalam Peraturan Presiden (Perpres) Nomor 28 Tahun 2008. Implementasi Kebijakan Industri Nasional dilakukan secara sinergi dan terintegrasi di seluruh daerah melalui sinergi antara perencanaan di tingkat nasional atau pusat dan perencanaan di tingkat daerah. Hal ini dilakukan dengan dua pendekatan sekaligus, yaitu pendekatan Atas-bawah (*top-down*), dalam pendekatan *top-down*, pemerintah menetapkan Klaster Industri Prioritas dari hasil pemetaan yang terdiri dari 35 industri prioritas yang dipilih berdasarkan kemampuan nasional untuk bersaing di pasar domestik dan internasional; selanjutnya Bawah-atas (*bottom-up*), pembangunan daerah harus

berdasarkan keunikan daerah tersebut dan mendorong kemandirian daerah yang tidak dapat ditiru daerah lain atau dikenal dengan basis Kompetensi Inti Industri Daerah (Hamdan, 2019). Karakteristiknya yakni merupakan produk unggulan di daerah atau yang memiliki potensi sebagai unggulan, memiliki keterkaitan yang kuat (baik keterkaitan horizontal maupun keterkaitan vertikal), produk memiliki keunikan lokal, tersedianya sumber daya manusia dengan keterampilan yang memadai (Shofa & Nugroho, 2018).

Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif, bahwa dalam rangka mendorong percepatan pengembangan ekonomi kreatif di berbagai wilayah, khususnya kabupaten/kota sebagai penghasil utama produk unggulan, maka perlu dilakukan percepatan ke

arah pemanfaatan sumber daya ekonomi lokal dan penggunaan produk yang telah memperoleh sentuhan nilai tambahan secara optimal dan berkelanjutan. 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 (Hutabarat, 2015; Sutrisno & Anitasari, 2020). Jika berbicara tentang pariwisata, sebagai motor penggerak pengembangan pariwisata, industri kreatif adalah ide dan gagasan yang menerima sentuhan kreativitas dan inovasi untuk meningkatkan nilai ekonomi aspek pariwisata (atraksi, destinasi, fasilitas, transportasi, produk dan layanan) sehingga meningkatkan jumlah wisatawan dan tercapainya kepuasan wisatawan (Sumar'in dkk., 2017). Pada saat inilah siklus bisnis yang berujung pada kemakmuran terjadi.

Usaha mikro, kecil dan menengah atau yang biasa dikenal dengan singkatan UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian makro negara (Herliana, 2015). Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, bahkan di masa sulit di era pandemi Covid-19 pun mereka mampu bertahan. Tentu ini menjadi aspek penting dalam perekonomian di Indonesia. Banyak hal yang saat ini belum mampu dilakukan oleh para penggiat UMKM dalam mengembangkan bisnisnya, terlebih dengan perkembangan yang terjadi begitu pesat, mau tidak mau mereka diharuskan untuk beradaptasi dengan cepat dan fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pasar dan menjawab kebutuhan-kebutuhan konsumen (Shofa & Nugroho, 2018). Keterbatasan pengetahuan dari para pelaku UMKM menjadi salah satu aspek yang menyebabkan kurang berkembangnya usaha yang mereka jalankan (Putri dkk., 2017). Kondisi pasca pandemi membuat para pelaku UMKM di Kabupaten Musi Rawas harus mampu beradaptasi dengan cepat.

Hadirnya industri 4.0 kini memunculkan harapan baru untuk percepatan pembangunan ekonomi sekaligus tantangan dalam menciptakan lapangan kerja di Indonesia (Setyanti, 2018). Dengan digitalisasi keterkaitan antar produk, rantai ritel dapat dipersingkat dan arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dapat dipercepat. Pada tahap selanjutnya, hal ini menurunkan biaya operasional dengan potensi peningkatan kegiatan ekonomi, pendapatan produsen dan efisiensi konsumen (Hamdan, 2019).

Industri kreatif dapat berperan strategis dalam perekonomian nasional, karena pemerintah berharap industri kreatif dapat menjadi tulang punggung perekonomian, memberi nilai tambah dan turut memperkuat citra dan budaya Indonesia. Industri kreatif dapat mendorong perusahaan untuk memasarkan produknya ke seluruh dunia dan meningkatkan daya saing produk lokal di pasar internasional (Sukarno dkk., 2020). Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, terdapat 17 jenis sub sektor dalam ekonomi kreatif yang meliputi aplikasi, pengembang gim (*games*),

musik, arsitektur, desain komunikasi visual, *fashion*, kriya, kuliner, desain interior, desain produk, fotografi, periklanan, penerbitan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio. Tujuh belas sub sektor tersebut terintegrasi dengan sektor ekonomi induk berdasarkan bidang usahanya.

Ekonomi kreatif merupakan gelombang ekonomi keempat setelah pertanian, era industri, dan era informasi. Ekonomi kreatif merupakan wujud upaya menyikapi keberlanjutan dengan kreativitas, yang mana keberlanjutan merupakan suasana ekonomi yang berdaya saing dan mengandung cadangan sumber daya yang dapat diperbaharui. Ekonomi kreatif merujuk pada buku Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2015, yang diterbitkan oleh Kementerian Perdagangan RI merupakan era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumber daya manusianya sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Dalam Cetak Biru Pengembangan Ekonomi Kreatif Nasional 2009-2015, Ekonomi Kreatif era baru ekonomi setelah ekonomi pertanian, ekonomi industri, dan ekonomi informasi, yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Sementara definisi ekonomi 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. Keunggulan ekonomi kreatif adalah pada kekuatan sumber daya manusia berupa ide yang mampu memberi nilai tambah pada perekonomian Indonesia pada umumnya. Badan Ekonomi Kreatif menetapkan visi untuk membangun Indonesia menjadi salah satu kekuatan ekonomi dunia dalam ekonomi kreatif pada 2030. Misi yang ditetapkan adalah menyatukan seluruh aset dan potensi kreatif Indonesia untuk mencapai ekonomi kreatif yang mandiri.

Ekonomi kreatif sebenarnya adalah wujud dari upaya mencari pembangunan yang berkelanjutan melalui sebuah kreativitas, yang mana pembangunan berkelanjutan adalah suatu iklim perekonomian yang berdaya saing dan memiliki cadangan sumber daya yang terbarukan.

Fondasi dari ekonomi kreatif adalah sumber daya manusia (rakyat) Indonesia yang merupakan elemen terpenting dari ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif muncul dari pemanfaatan dan keterampilan setiap individu untuk menciptakan lapangan kerja baru dan juga menciptakan kemakmuran bagi daerah. Keunikan industri kreatif bagi hampir semua bidang industri kreatif terletak pada peran sentral sumber daya manusia sebagai *human capital* dibandingkan dengan faktor produksi lainnya. John Howkins merupakan tokoh yang pertama kali memperkenalkan istilah ekonomi kreatif, melalui

bukunya yang berjudul “*Creative Economy, How People Make Money from Ideas*”. Ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan, termasuk warisan budaya dan teknologi.” (Ekonomi Kreatif: Kekuatan Baru Indonesia Menuju 2025). Departemen Perdagangan Republik Indonesia, Tahun 2008 mendefinisikan Ekonomi Kreatif di Indonesia sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan.

Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia. UKM memiliki peran strategis dalam pembangunan nasional, karena berperan dalam pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan berperan dalam pemerataan pembangunan. pelaku usaha dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Herliana, 2015; Moenada & Riofita, 2018).

Usaha mikro, kecil dan menengah atau yang biasa dikenal dengan singkatan UMKM di Indonesia memiliki kontribusi yang sangat besar terhadap perekonomian makro negara. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UMKM, bahkan di masa sulit di era pandemi, pada Maret 2021 jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 61,07% atau Rp. 8.573,98 triliun. 60% pelaku UMKM memilih tetap hidup dan beraktivitas di masa pandemi COVID-19 meski omzet anjlok, ketersediaan bahan baku terganggu, dan modal terancam kekurangan (Indonesia.go.id/30/12/2021).

Dalam perkembangannya, dunia usaha tidak lagi diklasifikasikan berdasarkan jumlah karyawan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), pemerintah mengelompokkan jenis usaha berdasarkan kriteria aset dan omzet. Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perseorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria kekayaan bersih paling banyak Rp50 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Selain itu, ia memiliki omzet tahunan maksimum Rp 300 juta. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri dan dilakukan oleh perorangan atau badan usaha. Usaha tersebut bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang dari suatu perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung dan tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar. Kriteria usaha kecil adalah kekayaan bersih mulai dari lebih dari Rp 50 juta sampai dengan Rp 500 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan usaha. Selain itu, memiliki penjualan tahunan lebih dari Rp. 300 juta sampai dengan maksimal Rp. 2,5 miliar.

Pengembangan bisnis kreatif dengan sendirinya dapat menjadi pilar ekonomi lokal untuk pembangunan daerah jangka panjang. Sektor keuangan dan intervensi aktif negara untuk mendukung keberhasilan industri kreatif

harus diperkuat lagi untuk dapat mendukung para pelaku industri kreatif. Sumber terpenting dari ekonomi kreatif itu sendiri adalah modal para pelaku ekonomi kreatif tersebut. Hal ini juga menjadi kendala, karena modal bukanlah faktor utama, namun kreativitas menjadi penggerak utama industri kreatif.

Secara umum, industri kreatif menekankan pada kreativitas sebagai sumber daya utama (Bateman & Snell, 2014). Tetapi, terdapat banyak industri yang membutuhkan sumber daya yang bersifat fisik, seperti penggunaan sumber daya alam. Misalnya saja pada industri *fashion*, meskipun tren globalnya adalah pada peningkatan nilai tambah dari aspek desain, tetap saja industri ini memerlukan sumber daya alam berupa benang yang kemudian dijadikan kain sehingga produk yang dihasilkan tampak bentuk fisiknya. Contoh lainnya adalah industri kerajinan yang masih memerlukan bahan baku alam seperti kayu, rotan, batu-batuan, logam, dan lain sebagainya juga industri percetakan yang masih memerlukan kertas yang ke semuanya memerlukan bahan baku dari alam.

Di era ekonomi kreatif, di mana kreativitas menjadi industri, pekerja kreatif tidak hanya dari dunia seni saja melainkan dari dunia manajemen, sains, dan teknologi. Misalnya, para pendidik, arsitek, desainer, insinyur, sains, artis, musisi dan *entertainer* (Suryana & Baru, 2013). Mereka adalah orang-orang yang menciptakan ide-ide baru, teknologi baru dan konten baru. Dari dunia manajemen sumber daya kreatif memainkan peranan penting dalam hal pengambilan keputusan dan mengandalkan daya pikir mereka dalam memecahkan masalah.

Ekonomi kreatif terus berkembang seiring dengan teknologi informasi yang mengakibatkan terjadinya kolaborasi global dalam era industri kreatif baru (Pasca-2005). Ekonomi kreatif merupakan sebuah kegiatan yang di ciptakan dari ide-ide kreatif masyarakat untuk menciptakan suatu kreasi yang bernilai ekonomis dan memiliki daya jual yang tinggi serta mampu mempengaruhi kesejahteraan masyarakat (Hamdan, 2019).

Hasil survei Ekonomi Kreatif tahun 2016, terlihat bahwa Ekonomi Kreatif mampu memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2015, ekonomi kreatif menyumbangkan 852 triliun rupiah terhadap PDB nasional (7,38%), menyerap 15,9 juta tenaga kerja (13,90%), dan nilai ekspor US\$ 19,4 miliar (12,88%). Data juga menunjukkan peningkatan kontribusi Ekonomi Kreatif yang signifikan terhadap perekonomian nasional dari tahun 2010-2015 yaitu sebesar 10,14% per tahun. Hal ini membuktikan bahwa Ekonomi Kreatif memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang (Bekraf, 2016).

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Sopacua & Primandaru, 2020) menjelaskan hierarki untuk prioritas keberlanjutan UKM merupakan hierarki *triple helix* yang tersusun atas empat level hirarki yaitu tujuan (*goal*),

stakeholder (academic, business, government), kriteria (layanan bimbingan/konsultasi, pendampingan, pembinaan/pelatihan, fasilitas akses pemasaran, bantuan teknologi, bantuan informasi, pinjaman modal, pinjaman teknologi, pinjaman informasi, dan mendirikan kelompok kerja), dan alternatif (jangka pendek, menengah, dan panjang)

Penelitian (Herliana, 2015) mengidentifikasi beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan pengembangan ekonomi kreatif bagi UKM di wilayah Jawa Barat berbasis *triple helix*, yaitu meliputi: Sumber daya manusia yang memiliki dampak luas bagi kapabilitas UKM untuk dapat maju, bertahan, atau gagal; Pemasaran yang masih menjadi kendala bagi kalangan UKM; Ketersediaan kapital dan teknologi bagi usaha-usaha yang ingin meningkatkan baik volume maupun kualitasnya dalam merespons persaingan; Manajemen organisasi yang cenderung berbasis keluarga dan lambat untuk mengadopsi manajemen modern; Dukungan ketersediaan infrastruktur yang mana tempat UKM berdomisili; Upaya untuk melakukan *partnership* serta legalitas usaha; Tingkat kompetisi yang cenderung tinggi, mengingat usaha UKM pada umumnya memiliki *barrier entry* yang minimal, sehingga memudahkan bermunculannya kompetitor usaha sejenis.

Penelitian oleh (Argubi dkk., 2021) mengungkapkan model pengembangan Ekonomi kreatif mengakselerasi pengembangan pariwisata adalah “model UMA” ekonomi kreatif. Dalam model ini, fokusnya adalah memperkuat hubungan interaktif pentahelix yang dibentuk oleh para intelektual, bisnis, negara, media sosial, dan komunitas sebagai aktor kunci dalam rangka membangun ekonomi kreatif. Kawasan Lasakosa tidak menunjukkan hubungan yang kuat antara lima spiral sebagai kekuatan utama percepatan pembangunan pariwisata. Namun diperlukan peraturan pemerintah daerah untuk membangun komitmen penataan sarana dan prasarana pariwisata, penataan kelembagaan ekonomi lokal, inovasi teknis ekonomi kreatif, penguatan sumber daya inovasi dan kreativitas yang berkualitas, serta membangun kerja sama dengan mitra usaha di bidang industri pariwisata yang berdampak pada perkembangan ekonomi daerah dan pertumbuhan pendapatan masyarakat di daerah LASAKOSA.

Perkembangan UMKM di Kabupaten Musi Rawas belum sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang saat ini gencar dikampanyekan oleh pemerintah. Sehingga, nilai jual produk-produk yang semestinya mampu berdaya saing tinggi menjadi kurang kompetitif. Dalam praktiknya, para penggiat UMKM di Kabupaten Musi Rawas hanya menjalankan usahanya sesuai dengan apa yang dia ketahui tanpa mengikuti perkembangan, bahkan banyak para penggiat UMKM yang bahkan belum mengerti tentang Marketplace, tentu ini menjadi sesuatu yang harus diperhatikan mengingat saat ini sudah memasuki era digital, dan mau tidak mau para penggiat UMKM harus mengikuti perkembangan itu dan dituntut mampu beradaptasi dengan cepat dan fleksibel. Prinsip-

prinsip ekonomi kreatif yang masih banyak belum dipahami oleh para penggiat UMKM harus disosialisasikan dengan segera dan harus mampu dipahami dengan benar, karena jika tidak justru akan menghambat perkembangan usaha yang mereka jalankan.

Model pengembangan ekonomi kreatif yang akan dikembangkan pada UMKM di Kabupaten Musi Rawas juga harus didampingi dengan baik oleh para pakar atau praktisi yang berpengalaman agar konsepnya benar-benar sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi pada UMKM di Kabupaten Musi Rawas. Kondisi alam yang baik serta didukung oleh objek wisata yang beraneka ragam di Kabupaten Musi Rawas harus benar-benar dimanfaatkan oleh para penggiat UMKM demi mengembangkan produk-produknya, sehingga nantinya dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan fenomena yang terjadi, peneliti mencoba menganalisis proses pengembangan konsep ekonomi kreatif pada UMKM di Kabupaten Musi Rawas dengan menggunakan variabel *Knowledge Management*, Pendidikan Karakter, dan Inovasi.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya yaitu pada model pengembangannya, peneliti mencoba menggunakan variabel independen dan *intervening* dalam model pengembangan yang disusun. Sehingga diharapkan nantinya akan muncul sebuah model pengembangan ekonomi kreatif yang dapat dijadikan acuan untuk pengembangan UMKM di wilayah Kabupaten Musi Rawas.

2. RUANG LINGKUP

Penelitian ini akan membahas bagaimana konsep pengembangan ekonomi kreatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Musi Rawas dengan menggunakan beberapa variabel pendukung yaitu *Knowledge Management*, Pendidikan Karakter, serta inovasi serta bagaimana pemecahan masalahnya. Penelitian ini hanya membahas tentang konsep pengembangan ekonomi kreatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Musi Rawas melalui *Knowledge Management*, Pendidikan Karakter, serta inovasi sebagai variabel *intervening*.

Perkembangan UMKM di Kabupaten Musi Rawas belum sejalan dengan konsep ekonomi kreatif yang saat ini gencar dikampanyekan oleh pemerintah. Sehingga, nilai jual produk-produk yang semestinya mampu berdaya saing tinggi menjadi kurang kompetitif. Prinsip-prinsip ekonomi kreatif yang masih banyak belum dipahami oleh para penggiat UMKM harus disosialisasikan dengan segera dan harus mampu dipahami dengan benar, karena jika tidak justru akan menghambat perkembangan usaha yang mereka jalankan

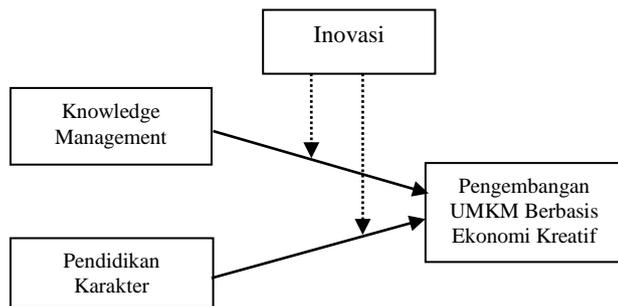
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang baik terkait konsep model pengembangan ekonomi kreatif pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Musi Rawas, sehingga nanti mampu diimplementasikan dengan baik,

sehingga diharapkan nantinya mampu meningkatkan kualitas dari Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Kabupaten Musi Rawas sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi kreatif. Selain itu, pengembangan model ekonomi kreatif juga diharapkan akan mampu memberikan peluang-peluang baru bagi penggiat UMKM di wilayah Kabupaten Musi Rawas, sehingga nantinya tercipta sebuah produk-produk yang sesuai dengan permintaan konsumen sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi kreatif.

3. BAHAN DAN METODE

Ditinjau dari tujuannya, desain riset ini dapat digolongkan sebagai desain riset kausalitas atau sering disebut juga sebagai *explanatory research*. Desain riset kausalitas merupakan desain riset yang digunakan dengan tujuan menguji pengaruh, hubungan, atau dampak variabel independen terhadap variabel dependen atau konstruk eksogen terhadap konstruk endogen (Chandrarin, 2017).

Sampel yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 200 UMKM yang tersebar beberapa daerah di wilayah Kabupaten Musi Rawas. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan model kerangka konseptual yang dapat dilihat pada gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Gambar 1 menjelaskan model pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM menggunakan variabel independen *Knowledge Management* dan Pendidikan Karakter, serta menggunakan variabel *intervening* yaitu inovasi. Peneliti berharap kerangka konseptual yang disusun dapat memberikan gambaran terkait model pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM di Kabupaten Musi Rawas.

4. PEMBAHASAN

Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dalam penelitian ini dari analisis PLS adalah sebagai berikut:

1. Pengujian Hipotesis 1: *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0.431237 dengan nilai tstatistic sebesar 3.891350. Nilai tersebut lebih besar

dari ttabel, yang berarti Hipotesis 1 diterima. *Knowledge Management* berpengaruh positif terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama dan *Knowledge Management* mampu menjadi faktor pendorong bagi Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas.

2. Pengujian Hipotesis 2: Pendidikan Karakter berpengaruh positif terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif. Pengaruh Pendidikan Karakter terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif menunjukkan nilai koefisien jalur 0.365191 dengan nilai statistik sebesar 3.4552363. Nilai tersebut lebih besar dari t tabel, yang berarti Hipotesis 1 diterima. Pendidikan Karakter berpengaruh positif terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif yang berarti sesuai dengan hipotesis pertama yang mana Pendidikan Karakter mampu menjadi faktor pendorong bagi Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas.
3. Pengujian Hipotesis 3: *Knowledge Management* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi sebagai variabel *intervening*, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Hipotesis

Konstruk	T Statistics	P Value
<i>Knowledge Management</i> -> Inovasi	2.341325	0.01796
Inovasi -> Pengembangan UMKM		
Pendidikan Karakter -> Inovasi	2.56744	0.02725
Inovasi -> Pengembangan UMKM		

Tabel 1 menjelaskan pengaruh *Knowledge Management* terhadap pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi sebagai variabel *intervening* menunjukkan nilai t statistik sebesar 2.341325 yang lebih besar dari t tabel. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Berarti *Knowledge Management* secara tidak langsung melalui inovasi sebagai variabel *intervening* berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas, yang berarti *Knowledge Management* dikolaborasi dengan Inovasi mampu meningkatkan Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas.

4. Pengujian Hipotesis 4: Pendidikan Karakter berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif

melalui inovasi sebagai variabel *intervening*, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis

Konstruk	T <i>Statistics</i>	P <i>Value</i>
<i>Knowledge Management</i> -> Inovasi -> Pengembangan UMKM	2.341325	0.01796
Pendidikan Karakter -> Inovasi -> Pengembangan UMKM	2.56744	0.02725

Tabel 2 menjelaskan pengaruh Pendidikan Karakter terhadap pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif melalui inovasi sebagai variabel *intervening* menunjukkan nilai t statistik sebesar 2.56744 yang lebih besar dari t tabel. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Berarti Pendidikan Karakter secara tidak langsung melalui inovasi sebagai variabel *intervening* berpengaruh signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas, yang berarti Pendidikan Karakter dikolaborasikan dengan Inovasi mampu meningkatkan Pengembangan UMKM berbasis ekonomi kreatif di Kabupaten Musi Rawas.

5. KESIMPULAN

Knowledge management berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi kreatif; Pendidikan Karakter berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi kreatif; *Knowledge management* melalui Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi kreatif; Pendidikan Karakter melalui Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Pengembangan UMKM berbasis Ekonomi kreatif.

6. SARAN

Saran untuk peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan analisis yang berbeda sehingga dapat menghasilkan temuan-temuan yang baru, juga menggunakan variabel-variabel pendukung lain dalam konsep pengembangan ekonomi kreatif pada UMKM, dengan harapan nantinya dapat memberikan opsi bagi para penggiat UMKM dalam mengembangkan usaha yang mereka jalankan sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi kreatif. Hal ini penting mengingat ekonomi kreatif menuntut adaptasi yang cepat dari pelaku bisnis, sehingga diharapkan setiap pelaku bisnis dapat membaca peluang-peluang yang ada sehingga tercipta sebuah produk dengan inovasi dan kreativitas. Selain itu, pendidikan karakter dan *Knowledge Management* tentu akan menjadi bekal yang sangat baik bagi para penggiat

UMKM dalam menjelajahi pasar, sehingga apapun yang terjadi di pasar dapat dihadapi dengan tenang, serta dapat memberikan sebuah tindakan-tindakan yang tepat sesuai dengan situasi dan kondisi yang terjadi. Artinya dengan pendidikan karakter dan *Knowledge Management*, para pelaku UMKM tidak gegabah dalam mengambil sikap atau tindakan dalam bisnis yang dijalankan.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Argubi, A. H., Tauhid, T., Jasman, J., & Nursansiwati, D. A. (2021). Pengembangan Kawasan Sangiang, Komodo, Dan Sape (SAKOSA) Sebagai Destinasi Wisata Unggulan Di Kabupaten Bima. *Sadar Wisata: Jurnal Pariwisata*, 4(2), 77–94.
- Bateman, T. S., & Snell, S. A. (2014). Manajemen kepemimpinan dan kerja sama dalam dunia yang kompetitif. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Chandrarini, G. (2017). *Metode Riset Akuntansi: Pendekatan Kuantitatif*.
- Hamdan, H. (2019). Model Pengembangan Kreativitas dan Inovasi dalam Membentuk Entrepreneur di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(1), 59–68.
- Herliana, S. (2015). Regional innovation cluster for small and medium enterprises (SME): A triple helix concept. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 169, 151–160.
- Hutabarat, L. R. F. W. (2015). Strategi Pengembangan Usaha Kuliner di Kota Malang Berbasis Ekonomi Kreatif. *Jurnal Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 7(1), 12–19.
- Moenada, M. S., & Riofita, H. (2018). Pelatihan kewirausahaan ekonomi kreatif karang taruna tanah putih kabupaten rokan hilir. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 44–62.
- Putri, S. I., Yuliyardi, P. M., Al Gezon, Q., Febriani, M., & Putri, R. R. (2017). Peran banyumas kreatif dalam pengembangan potensi ekonomi kreatif berbasis komunitas di kabupaten banyumas. *Jurnal Administrasi dan Kebijakan Publik*, 3(1), 80–90.
- Setyanti, S. W. L. H. (2018). Peran Quadruple Helix untuk Meningkatkan Kreatifitas dan Kinerja Inovasi Industri Kreatif Indonesia. *UNEJ e-Proceeding*.
- Shofa, I., & Nugroho, D. (2018). Pertumbuhan dan Strategi pengembangan ekonomi kreatif Kota Malang. *Pangripta*, 1(1), 75–85.
- Sopacua, I. O., & Primandaru, N. (2020). Implementasi Quadruple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Kreatif. *Wahana: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 23(2), 224–238.
- Sukarno, G., Rasyidah, R., & Saadah, K. (2020). *Improve Creative Industry Competitiveness Penta Helix and Human Capital in Digital Era*. 157–170.
- Sumar'in, S., Andiono, A., & Yuliansyah, Y. (2017). Pengembangan ekonomi kreatif berbasis wisata budaya: Studi kasus pada pengrajin tenun di Kabupaten Sambas. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(1), 1–17.



Suryana, E. K. B., & Baru, E. (2013). Mengubah Ide dan Menciptakan Peluang. *Jakarta: Salemba Empat*.
Sutrisno, S., & Anitasari, H. (2020). Strategi Penguatan Ekonomi Kreatif Dengan Identifikasi Penta Helix Di

Kabupaten Bojonegoro. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi*, 3(2).