# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Area Asia Tenggara mempunyai suatu kelompok yang dibuat pada tahun 1967 dengan julukan ASEAN yang terdiri atas 5 negeri ialah Indonesia, Filipina, Malaysia, Singapore serta Thailand serta saat ini ASEAN sudah berasosiasi 10 negeri ialah dengan akumulasi negeri Brunei Darussalam, Vietnam, Myanmar, Laos serta Kamboja. ASEAN membentuk Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) merupakan wujud integrasi ekonomi regional yang disetujui pada tahun 2015, dimana pada dikala Deklarasi ASEAN Concord II di Bali pada Oktober 2003 para pejabat ASEAN menyatakan pembuatan MEA pada tahun 2015. Misi penting MEA merupakan mau melenyapkan dengan cara penting hambatan-hambatan aktivitas ekonomi rute area itu, diimplementasikan melewati 4 tiang penting, (1) Pasar tunggal serta dasar penciptaan, (2) Area ekonomi berakal saing besar, (3) Area dengan pembangunan ekonomi yang sebanding, serta (4) Area yang berintegrasi penuh dengan ekonomi garis besar.

Kedatangan kerjasama ini hendak mengaitkan seluruh pihak di semua negeri badan ASEAN, perihal ini dibutuhkan supaya bisa menciptakan ASEAN selaku area yang bersaing. Kemunculan kerjasama ini akan melibatkan semua pihak di seluruh negara anggota ASEAN, hal ini diperlukan agar dapat mewujudkan ASEAN sebagai kawasan yang kompetitif bagi kegiatan investasi dan perdagangan bebas yang nantinya dapat memberikan manfaat bagi seluruh negara ASEAN. ASEAN merupakan kawasan yang secara ekonomi merupakan potensi yang sangat luas untuk pembangunan ekonomi bagi para pelaku usaha maupun masyarakatnya karena jumlah penduduk ASEAN pada tahun 2015 tercatat sebesar 650 juta jiwa (9,02% dari total penduduk dunia). Keberadaan penduduk Indonesia berada 40% dari penduduk ASEAN tentu saja merupakan potensi yang sangat besar bagi Indonesia dalam menjadi negara ekonomi yang produktif dan dinamis yang dapat memimpin pasar ASEAN di masa depan.

Ada 2 perihal yang jadi tiang MEA yang bisa dijadikan sesuatu momentum yang bagus buat Indonesia. Awal, negara- negara di area Asia Tenggara ini hendak dijadikan area kesatuan pasar serta dasar penciptaan. Dengan terciptanya kesatuan pasar serta dasar penciptaan sehingga hendak membuat arus benda, pelayanan, pemodalan, modal dalam jumlah yang besar, serta daya kegiatan berpengalaman jadi tidak terdapat halangan dari satu negeri yang lain di area Asia Tenggara. Kedua, MEA hendak dijadikan selaku area yang mempunyai kemajuan ekonomi yang menyeluruh, dengan memprioritaskan pada Upaya Kecil Menengah (UKM). Daya energi saing dinamisme UKM hendak ditingkatkan dengan menyediakan akses mereka kepada data terbaru, situasi pasar, pengembangan basis energi orang dalam perihal kenaikan daya, finansial, dan teknologi. Untuk Indonesia, kehadiran MEA jadi sesi dini buat meningkatkan bermacam mutu perekonomian di area Asia Tenggara dalam pengembangan pasar leluasa di akhir 2016. MEA jadi 2 bagian mata uang untuk Indonesia: satu bagian jadi peluang yang bagus buat membuktikan mutu serta jumlah produk serta basis energi orang (SDM) Indonesia pada negara- negara lain dan terbuka, namun pada bagian lain bisa membuat Indonesia jadi negeri yang tereksploitasi dengan negeri badan lain bila Indonesia tidak bisa memakainya dengan bagus.

Situasi perkembangan ekonomi Indonesia pada tahun 2015 terus menjadi menyusut dari tahun ke tahun lebih dahulu yang menggapai nilai 6, 81 Persen di tahun 2010. Melemahnya perkembangan ekonomi Indonesia nampak dari tahun 2010 sampai tahun 2015 diakibatkan menyusutnya harga barang harapan ekspor Indonesia di pasar global. Perihal ini diakibatkan sebab Indonesia sedang memercayakan sumber daya alam (SDA) dan misi ekspor Indonesia sedang terfokus pada pasar konvensional semacam Amerika Serikat, Cina serta Jepang. Oleh sebab itu Indonesia membutuhkan tahap penting berbentuk penganekaragaman basis perkembangan ekonomi melewati pengembangan zona favorit terkini.

Buat menanggulangi kasus ekonomi yang terdapat di Indonesia Presiden Jokowi memrogramkan 3 kebijaksanaan prioritas salah satunya yakni kebijaksanaan yang membidik ke masa kreativitas melewati basis energi alam terbarukan, ialah pabrik inovatif yang berplatform intelektual. Bagi Presiden Jokowi, pabrik inovatif di Indonesia ditaksir yang sangat sedia mengalami MEA disebabkan pada tahun 2014, pabrik inovatif Indonesia sudah sanggup berkontribusi sebesar 7,1 Persen kepada PDB nasional, meresap daya kegiatan dekat 12 juta orang serta membagikan partisipasi akuisisi devisa negeri sebesar 5,8 Persen. Dan pabrik inovatif ialah salah satu pabrik yang bisa bertahan di tengah bahaya darurat garis besar tahun 2018. Di negara- negara semacam Cina, Korea, Malaysia, Singapore, Thailand, Jepang, serta Inggris yang diketahui selaku pelopor dalam pengembangan pabrik inovatif dimana pabrik inovatif di negara- negara itu berkembang pada umumnya 9 Persen per tahun jauh di atas pada umumnya perkembangan ekonominya yang cuma dekat 3 Persen.

Hingga dikala ini sedang ada kebimbangan hal apa yang diartikan dengan ekonomi inovatif serta pabrik inovatif. Ekonomi inovatif merupakan invensi angka imbuh yang berplatform ilham yang lahir dari daya cipta basis energi orang (orang inovatif) serta berplatform ilmu wawasan, tercantum peninggalan adat serta teknologi. Sebaliknya pabrik inovatif merupakan pabrik yang membuahkan output dari penggunaan daya cipta, kemampuan, serta kemampuan orang buat menciptakan angka imbuh, alun-alun kegiatan, serta kenaikan mutu hidup. Pabrik inovatif memproduksi buatan inovatif buat disantap dengan cara langsung oleh rumah tangga, industri serta entitas ekonomi yang lain yang tidak cuma membuahkan buatan yang penuhi fungsi namun pula angka estetika yang bisa menaikkan keceriaan pelanggan yang komsumsi. (Kemenparekraf, 2014)

Ekonomi inovatif akrab kaitannya dengan pabrik inovatif, tetapi ekonomi inovatif mempunyai jangkauan yang lebih besar dari pabrik inovatif. Ekonomi kreatif terdiri dari *core creative industry, forward and backward linkcage creative industry*. Pabrik inovatif ialah bagian ataupun subsistem dari ekonomi inovatif yang diucap *core creative industry. Core creative industry* merupakan pabrik kreatif yang invensi angka imbuh kuncinya merupakan dengan menggunakan daya cipta orang inovatif. *Backward linkcage creative industry* merupakan pabrik yang menjadi *input* untuk *core creative industry*, sebaliknya *forward linkcage creative industry* selaku *input* bisnisnya. (Kemenparekraf, 2014)

Pabrik inovatif ialah pelopor invensi angka ekonomi pada masa ekonomi inovatif. Dalam cara invensi angka inovatif, pabrik inovatif tidak cuma menciptakan bisnis ekonomi, namun pula bisnis sosial serta adat. Cara biasa yang terjalin dalam angka kaitan inovatif merupakan kreasi-produksi-distribusi-komersialisasi, namun tiap golongan pabrik inovatif mempunyai kaitan angka inovatif yang berlainan.

Tiap subsektor ekonomi inovatif mempunyai karakter yang berlainan satu serupa lain. Walaupun terdapat ketergantungan watak dalam konten serta *input*, tetapi tiap buatan yang diperoleh ialah suatu yang istimewa. Menguasai ruang lingkup pengembangan tiap subsektor dalam ekonomi inovatif ialah tahap dini dalam meningkatkan ekosistem serta denah pabrik yang diperlukan dalam memastikan kebijaksanaan serta regulasi atau buat mengutip strategi yang pas buat meningkatkan ekonomi inovatif Indonesia.

Dalam pabrik inovatif Indonesia ada 15 subsektor pabrik, salah satunya yakni produk mode. Produk mode ialah donor terbanyak ekspor pabrik inovatif, bersumber pada informasi Badan Pusat Statistik( BPS) selama 2007- 2011. Gaya produk mode ini di sorong sukses meresap daya kegiatan sebesar 54,3 Persen. Dari pada umumnya tahun 2002-2006. Tidak hanya itu pasar mode dibantu pula oleh perkembangan teknologi di masa digital. Kedudukan internet amat mempengaruhi dalam membuat pasar terkini, pada tahun 2015 hingga saat ini produk mode jadi salah satu produk terpopuler yang dijual online spesialnya di area ASEAN. Walaupun dengan kemampuan serta partisipasi yang lumayan besar, namun banyak permasalahan yang terjalin dalam pengembangan pabrik inovatif di aspek mode. Minimnya regulasi pembiayaan buat para pelakon pabrik ialah permasalahan yang berarti buat lekas dituntaskan. Banyak upaya yang telah mempunyai badan upaya sah namun susah buat mengakses badan finansial. Kemajuan teknologi pula jadi sesuatu tantangan untuk Indonesia. Tantangan kasus semacam pemakaian teknologi dalam penciptaan sedang sedikit, sedang minimnya advertensi produk paling utama bahan- bahan UKM dengan cara garis besar serta para pelakon UKM cuma mengarah pada pasar dalam negeri. Pemberlakuan MEA 2015 bisa menghasilkan Indonesia selaku konsumen, yang diisyarati dengan cuma jadi pasar memasukkan. Penguasa mematok Indonesia jadi kiblat pakaian mukmin bumi pada 2020. Posisi Indonesia dalam Global Inovation Index (GII) di ASEAN, Indonesia sedang ada di dasar Singapore (antrean ke-7), Malaysia (33), Thailand (48), serta Vietnam (71). Indonesia cuma ada di atas Brunei Darussalam yang sedang menaiki antrean ke 87 jauh dari negeri ASEAN yang lain. Dengan jumlah populasi, besar dan posisi geografi yang besar serta terbanyak di ASEAN sepatutnya Indonesia jadi pemeran penting dalam pertandingan MEA ini. Untuk mengiplementasikan *Blueprint* MEA 2015, ditetapkan *scorecard* yang berisikan *deliverables* ialah, 611 tahap kelakuan jenis *Full Scorecard* dan 506 tahap kelakuan jenis *Focused Base*.

Per 31 Desember 2017, terdaftar 72 dari 118 prioritas (61 Persen) aplikasi MEA di tahun 2017 sudah sukses diimplementasi, 12 di antara lain sudah diimplementasi oleh sebagian negeri badan ASEAN. Ada pula Indonesia sepanjang ini sudah mengiplementasikan 85 dari 118 prioritas itu.

ASEAN pula mempunyai jaringan pendidikan besar ialah ASEAN *University Network* (AUN) pada tahun 1995 yang memiliki misi buat memesatkan kebersamaan pengembangan basis energi melewati jaringan universitas area ASEAN. Usaha merambah pasar garis besar ini, menuntut terdapatnya pengembangan basis energi orang yang memiliki energi saing besar. Buat menghadapi tantangan itu pendidikan kewirausahaan dengan cara resmi ataupun non resmi sangat memiliki andil dalam mengalami ASEAN *Economic Community* 2015 itu. Tidak hanya itu langkah-langkah yang butuh dilakukan merupakan pemasyarakatan ke warga, pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), penyediaan modal, percepatan perbaikan dan infastruktur, pembaruan kelembagaan serta penguasa dan pembaruan hawa pemodalan.

Kemauan ASEAN membuat ASEAN *Economic Community* 2015 diakibatkan sebab kemajuan dalam serta eksternal di area asia. Diamati dari bagian dalam, daya ekonomi ASEAN sampai tahun 2013 sudah menggapai GDP sebesar 3, 36 triliun dengan laju perkembangan besar 5,6 Persen serta mempunyai sokongan masyarakat 617, 68 juta orang. Sebaliknya dengan cara eksternal, Asia diprediksi hendak jadi daya ekonomi terkini.

Kebijakan perdagangan Internasional sudah hadapi sesuatu pergantian yang elementer di area Asia. Indonesia sudah mengawalinya semenjak tahun 1986, terdapatnya liberalisasi dampingi negeri hendak menguntungkan ekonomi dalam negara ataupun bumi dengan cara totalitas. Pada tingkatan besar liberalisasi perdagangan global bisa membagikan keuntungan-keuntungan besar melewati jalur-jalur, koreksi peruntukan sumber-sumber energi penciptaan, akses ke teknologi yang lebih bagus, rasio murah, kompetisi dalam negeri yang lebih besar, terdapatnya perkembangan eksternalitas yang profitabel semacam pancaroba wawasan yang lain. Dengan cara mikro, liberalisasi perdagangan leluasa dapat pengaruhi dengan cara minus serta positif untuk usaha-usaha dalam negeri dengan memakai teknologi- teknologi yang mutahir alhasil berhasil daya produksi yang lebih bagus lagi, melaksanakan inovasi-inovasi. Kedua, tidak terdapatnya bayaran import sehingga bayaran penciptaan terus menjadi ekonomis alhasil hendak menguatkan posisi pelaku- pelaku upaya. Ketiga, terjalin kenaikan eksport. Keempat, terjadinya kenaikan eksport.

Kewirausahaan selaku usaha invensi upaya terkini yang berkontribusi berarti untuk perkembangan ekonomi serta menginginkan sokongan dari bermacam pihak, Bagus dari penguasa, bumi upaya, ataupun pengelola kebutuhan yang lain. Pengembangan upaya terkini sudah jadi aspek pembuat daya perekonomian buat bertahan dalam gairah ekonomi garis besar. Pengalaman darurat ekonomi garis besar membuktikan di satu bagian banyak industri besar UMKM konsisten bisa berkembang serta bertumbuh. Perihal ini terjalin pula di Indonesia bagus dalam darurat moneter di tahun 1998 serta darurat garis besar 2008-2009. Rasio yang kecil dari upaya terkini serta upaya yang lagi berkembang menimbulkan mereka lebih fleksibel dalam merespon pergantian yang direalisasikan dalam wujud penganekaragaman upaya ataupun beralih ke tipe upaya yang berlainan. Perkembangan mereka bisa membagikan akibat positif dalam pembangunan ekonomi negeri paling utama dalam invensi alun-alun kegiatan, dan pengembangan inovasi, serta angka sosial.

Kewirausahaan mempunyai 2 arti berarti, awal menciptakan, mempunyai serta mengatur upaya; serta kedua sikap buat membekuk peluang serta daya buat mengatur efek. Kedua arti itu pula memantulkan 2 format yang berlainan ialah invensi pemilikan serta pengelolaan upaya, serta tindakan serta sikap kewirausahaan. Wiraswasta merupakan insan yang mempunyai daya dalam mengidentifikasi serta mengatur diri, dan mengenali bermacam kesempatan serta mengatur basis energi di sekelilingnya dengan cara inovatif buat menciptakan angka imbuh untuk diri serta lingkungannya dengan cara berkepanjangan.

Kedua arti itu di atas didasarkan pada arti yang dibesarkan oleh *Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)*, yaitu. *“Entrepreneurs are those persons (business owners) who seek to generate value through the creation or expansion of economic activity, by identifying and exploiting new products, processes or markets.”*

Dari arti di atas, sehingga butuh dengan cara akurat buat menambahkan tutur “menciptakan” pada kewirausahaan, serta mengatur basis energi di sekelilingnya selaku pendefinisian dari “mengatur basis energi” pada arti wiraswasta. Tidak hanya itu, arti ini pula didasarkan pada bermacam karakter serta sikap kewirausahaan yang dituliskan oleh bermacam pakar, dimana wiraswasta merupakan orang yang memperoleh peluang serta membuat kelompok buat melaksanakan peluang itu, serta melaksanakan inovasi.

Kalangan perempuan turut mempunyai kedudukan yang besar dalam perkembangan perekonomian sesuatu negeri. Bersumber pada riset terkini yang dicoba oleh Asia Foundation, membuktikan kalau dekat 23% merupakan wiraswasta perempuan. Jumlahnya, berkembang 8% tiap tahunnya. Di Indonesia sendiri, jumlah wiraswasta wanita lebih banyak ada dalam rasio mikro serta kecil. Informasi dari Kementerian Koperasi serta UKM pada 2015 terdaftar, dari dekat 52 juta pelakon UKM yang terdapat di semua Indonesia, sebesar 60% upaya dijalani oleh wanita. Keikutsertaan wanita dalam wiraswasta, jadi amatan sebagian periset, di antara lain Ardhanari, yang mempelajari profil serta halangan wirausaha wanita di Indonesia buat bertumbuh. Temuannya amat menarik sebab dituturkan halangan wiraswasta wanita merupakan karakteristik perorangan yang disebabkan oleh bobot kegiatan dampak kedudukan dobel seseorang wanita serta karakter sistemis, ialah halangan kepada akses permodalan (ketentuan serta jaminan) serta akses penjualan di mana wanita memiliki akses data penjualan yang kecil. Disimpulkan kalau hambatan kemajuan wiraswasta wanita merupakan dampak *gender* stereotype (stereotip kelamin) antara wanita serta pria dalam area patriarki.

Dalam konteks gender, HBB *(Home Based Business)* banyak diusahakan oleh perempuan dibanding laki-laki (Duncan, 1991, Deschamps & Dart, 1998). Melonjaknya kesertaan perempuan, dalam zona bidang usaha merupakan suatu kejadian yang terjalin di semua bumi (Still serta Timms, 2000 dalam Jati 2009). Di Asia, 35 Persen upaya kecil serta menengah (UKM) dipandu oleh perempuan. Sebesar 25 Persen upaya terkini di Tiongkok dicoba oleh perempuan (Brisco, 2000 dalam Jati 2009). Kejadian itu pula terjalin di Indonesia. Walaupun belum terdapat informasi tentu yang dapat diterima, jumlah perempuan wiraswasta di Indonesia sudah lumayan banyak. Selaku coretan, semenjak berdirinya pada 10 Februari 1975, Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) sudah mempunyai 15. 000 badan yang terbanyak di semua provinsi di Indonesia.

Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) mendesak kesetaraan kelamin di masa revolusi pabrik 4.0. Perihal itu dikemukakan Ketua Umum IWAPI, Nita Yudi, dalam *Women CEOs Summit,* di Bangkok pada 30-31 Oktober 2019. *Women CEOs Summit* ini ialah kegiatan serupa antara *ASEAN Women Entrepreneurs Network* (AWEN) dan Kementerian Pembangunan Sosial dan Keamanan Manusia Thailand. AWEN dibuat pada 2012 oleh Panitia ASEAN mengenai Wanita di dasar Komunitas Sosial Adat ASEAN. Lembaga ini sah dikeluarkan pada April 2014. AWEN ialah jaringan regional wanita bidang usaha serta organisasinya dan aliansi kelompok wanita yang menggantikan wanita di seluruh zona ekonomi di 10 negeri badan ASEAN. AWEN terdiri AWEN (Thailand), Dewan Bisnis Wanita (Brunei Darussalam), Jaringan Pengusaha Wanita Nasional (Kamboja), IWAPI (Indonesia), Asosiasi Pengusaha Wanita (Laos), Asosiasi Jaringan Pengusaha Wanita (Malaysia), Asosiasi Pengusaha Wanita (Myanmar), Dewan Bisnis Wanita (Filipina), Dewan Wanita Singapura Organisasi, dan Dewan Pengusaha Wanita (Vietnam). sekitar 500 perempuan bidang usaha terkenal dari ASEAN sudah menyambut apresiasi AWEN selaku wiraswasta perempuan terkenal.

ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) ialah salah satu jaringan dari para perempuan yang mengetuai tubuh upaya di area, beraktifitas dengan misi menguatkan temu alterasi, memberi pengalaman, membina serta menghasilkan gagasan-gagasan buat ikut mendesak aktivitas-aktivitas ekonomi serta perdagangan yang membidik ke kesetaraan kelamin, menguatkan hak serta teknis bidang usaha pada kalangan perempuan dalam komunitas, menciptakan area bidang usaha yang mendukung untuk badan-badan upaya yang dipandu oleh perempuan, meningkatkan uraian serta sokongan dari seluruh pihak kepada kalangan perempuan yang melaksanakan bidang usaha di area. Perihal ini sudah dipusatkan oleh Bunda Alicia dela Rosa Bala, Delegasi Sekretaris Jenderal ASEAN hal Komunitas Sosial Adat di depan para partisipan kegiatan muncul wajah AWEN. \

Gairah kemajuan wiraswasta dalam sesuatu negeri tidak bebas dari kesertaan serta kedudukan wanita. Minniti, et angkatan laut (AL).(2005) dalam Widowati, menciptakan kalau kesertaan wanita selaku wiraswasta bertambah lumayan runcing sepanjang satu dasawarsa terakhir serta nyatanya kian penting bagus di negeri maju ataupun negara-negara lagi bertumbuh. Walaupun begitu, perkembangan jumlah wanita *owner* upaya *(women-owned business)* dengan cara analitis konsisten lebih kecil dibanding pria. Bila kita analisis, wanita sesungguhnya memilki kesempatan selaku wiraswasta, antara lain:

1. Wanita lebih fleksibel menyamakan keinginan pemasukan serta kewajiban konvensional selaku wanita.
2. Wanita mempunyai keinginan serta kemauan yang khusus dalam daur hidup mereka.
3. Produk konsumtif terbanyak merupakan produk yang dimengerti oleh kalangan wanita.
4. Komunitas wanita sebagai bagian pasar yang khusus serta istimewa.

Kedudukan wanita dalam kegiatan ekonomi semacam yang diutarakan Faraz antara lain:

1. menguatkan daya tahan ekonomi keluarga serta warga,
2. kurangi dampak labil ekonomi,
3. berkontribusi dalam usaha penyusutan nilai kekurangan, dan
4. menjamin perkembangan ekonomi yang berkepanjangan.

Kiprah wanita dalam perekonomian keluarga serta nasional jadi salah satu bagian berarti dalam pembangunan dengan cara totalitas. Bersamaan dengan bertambahnya pemasukan wanita ataupun akses wanita kepada sumber-sumber energi ekonomi melewati upaya ini, sehingga daya serta peluang mereka berunding dalam rumah tanggapun bertambah. Posisi payau mereka berganti serta opini mereka mulai diperhitungkan dalam tiap cara pengumpulan ketetapan dalam rumah tangga. (SMERU, 2003)

Kedudukan dan serta daya perempuan dalam pengembangan UKM bisa dibedakan jadi:

1. perempuan selaku pelakon UKM,
2. perempuan selaku pengelola UKM, dan
3. perempuan selaku pengajar, ajudan, serta motivator, yang mana dalam kedudukan itu dibutuhkan wawasan, daya, serta kompetensi kewirausahaan.

Usaha pengembangan upaya mikro yang dicoba oleh wanita ini jadi berarti, sebab wanita berdekatan dengan kendala- kendala khusus yang diketahui dengan sebutan *“tripple burden of women”*, ialah kala mereka dimohon melaksanakan fungsi pembiakan, penciptaan, sekalian fungsi sosial di warga pada dikala yang berbarengan. Perihal itu menimbulkan peluang wanita buat menggunakan kesempatan ekonomi yang terdapat jadi amat terbatas. Sebagian wanita sedang berkecimpung di sektor informal ataupun profesi yang tidak membutuhkan mutu wawasan serta keterampilan khusus. Pekerjaan- pekerjaan ini umumnya kurang memberikan agunan proteksi dengan cara hukum serta agunan keselamatan yang mencukupi, disamping situasi kegiatan yang memprihatinkan dan pemasukan yang kecil.

Bagi Filosofi Ekonomi Schumpeter, kemajuan ekonomi ialah basis perkembangan ekonomi dengan cara historis, sebab asal usul perkembangan ekonomi merupakan asal usul kemajuan daya cipta orang. Dari kemajuan ekonomi yang berawal dari kreatifitas serta kompetensi wirausaha yang terlihat di dalam aktifitasnya, perkembangan ekonomi yang besar tidak hendak bisa dihindarkan.

Perihal ini diakibatkan terdapatnya pola individu- individu yang mempunyai bentuk daya cipta *(creativity capital)* yang mereka pergunakan buat menciptakan inovasi- inovasi alhasil mempunyai energi payau yang besar dalam ekonomi berkelanjutan. Dari uraian itu bisa ditarik suatu aplikasi, bahwasanya kala jumlah wanita lumayan besar, sehingga dengan terdapatnya pemberdayaan melewati strategi pemberdayaan yang mengaitkan 3 pihak penting ataupun diucap dengan pendekatan *Triple Helix* sehingga kenaikan posisi payau wanita hendak terus menjadi afdal. Buat membuat sesuatu orang yang inovatif serta produktif, diperlukan terdapatnya kerja sama 3 bintang film kuncinya, ialah kaum cerdik cendekia *(Intellectual)*, bidang usaha *(Business)*, serta penguasa *(Government)*, dan *Women Creativity* yang setelah itu diucap *The Triple Helix plus Enviromental* selaku pelopor lahirnya daya cipta, ilham, serta ilmu wawasan, teknologi serta area pemberdayaan untuk berkembang serta bertumbuhnya perekonomian yang di bawa oleh kesetaraan kelamin. Kala ketiga bintang film dalam rancangan *The Triple Helix* silih bersimbiosis mutualisme, sehingga hendak terwujud output serta basis energi orang (wanita) yang mempunyai tingkatan payau yang besar alhasil kesertaan dalam penggunaan basis energi aspek penciptaan, keahlian *(skill)*, teknologi, wawasan, dan penguatan dalam aspek ekonomi serta sosial wanita. Alhasil esoknya daya produktivitas *output* dengan cara hasil akumulasi pula hendak meningkat.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Dengan adanya peran wanita wirausaha dengan lembaga AWEN dan peran MEA di area Asia Tenggara yang ialah salah satu faktor dalam peningkatan perekonomian di ASEAN, yang pada akhirnya menimbulkan respon yang positif dan mengakibatkan para pengusaha wanita beserta para pengusaha kecil lainnya berlomba-lomba dalam mengembangkan bisnisnya terutama dalam bidang industri kreatif, sehingga penulis mengenali sebagian permasalahan antara lain:

1. Bagaimana peran ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) dalam ekonomi kreatif?
2. Bagaimana peran ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) sebagai lembaga pelaku dalam meningkatkan perekonomian di ASEAN?
3. Bagaimana ekonomi kreatif saat ini di beberapa negara ASEAN?

### 1.2.1 Pembatasan Masalah

Melihat luasnya ulasan kajian ini maka penulis hendak menghalangi permasalahan serta mementingkan permasalahan supaya tidak menyebar dari serta pergi dari kondisi ulasan. Dan mengacu di beberapa identifikasi masalah yang dipaparkan, dalam hal ini, peneliti membuat batasan masalah seputar **“Peran ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) Ekonomi Kreatif dalam Meningkatkan Perekonomian di ASEAN periode 2015-2020”.** Karena di tahun 2015-2020 pertumbuhan ekonomi kreatif di negara-negara ASEAN meningkat dari tahun-tahun sebelumnya, diikuti dengan banyaknya jumlah pengusaha yang terus meningkat dari tahun ke tahunnya, serta meningkatkan PDB ekonomi kreatif di negara-negara ASEAN.

1.2.2 Perumusan Masalah

Merujuk pada kerangka balik serta pengenalan permasalahan yang sudah dipaparkan, penulis dapat merumuskan permasalahan yang akan diteliti selaku selanjutnya:

* Bagaimana kontribusi ASEAN *Women Entrepreneurs Network (AWEN)* dalam meningkatkan perekonomian ekonomi kreatif di ASEAN?

## 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

### 1.3.1 Tujuan Penelitian

Suatu riset sudah seharusnya mempunyai misi dan kegunaan yang dapat bermanfaat bagi Negara dan masyarakat. Ada pula misi riset ini selaku selanjutnya:

1. Bertujuan buat mengenali peran ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) dalam bidang ekonomi kreatif di kawasan ASEAN dan dampak yang terjadi kepada perekonomian di kawasan ASEAN.
2. Bertujuan untuk mengetahui bagaimana kebijakan pemerintah dalam mendukung pelaku usaha di kawasan ASEAN khususnya *women entrepreneurs.*
3. Dan yang terakhir bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kontribusi lembaga ASEAN *Women Entrepreneurs Network* (AWEN) di kawasan ASEAN dalam meningkatkan perekonomian di ASEAN.

### 1.3.2 Kegunaan Penelitian

Bersumber pada misi riset yang sudah pengarang paparkan di atas, ada pula manfaat dari riset ini, antara lain:

1. Manfaat teoritis dari riset ini merupakan buat menaikkan pengetahuan mengenai adanya peran lembaga wanita pengusaha (AWEN) dalam ekonomi kreatif di kawasan ASEAN dan apa yang menjadi latar belakang dalam peningkatan perekonomian di kawasan ASEAN serta kebijakan dan tindakan yang diambil pemerintah dalam mendukung pengusaha-pengusaha kecil khususnya perempuan di ASEAN.
2. Kegunaan praktis dari penelitian ini, diantaranya: penelitian ini diharapkan bisa membagikan guna untuk pembaca yang terpikat dengan permasalahan yang dinaikan oleh penulis. Penelitian ini pula diharapkan bisa jadi rujukan untuk pembaca yang mau mengangkut permasalahan yang seragam dengan penulis. Penelitian ini diharapkan bisa jadi guna untuk para akademisi Hubungan Internasional dalam menelaah kejadian internasional yang berhubungan dengan tindakan sesuatu negeri, spesialnya di kawasan Asia Tenggara, kepada peran *women entrepreneurs.* Membagikan guna yang bagus dengan cara akademik ataupun untuk warga biasanya terutama untuk penulis spesialnya. Terakhir penelitian ini sebagai salah satu tanggung jawab dalam menempuh program studi S- 1 dengan membuat sesuatu buatan objektif yang jadi salah satu ketentuan kelulusan pada program studi Ilmu Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP), Universitas Pasundan.