

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha industri kerajinan (*craft*) memiliki peranan yang sangat vital di dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, tidak hanya di negara-negara berkembang seperti Indonesia tetapi juga di negara-negara maju. Di Indonesia peranan industri kerajinan juga memiliki peranan yang sangat penting dalam mengatasi masalah pengangguran. Tumbuhnya usaha mikro menjadikannya sebagai sumber pertumbuhan kesempatan kerja dan pendapatan. Dengan banyak menyerap tenaga kerja berarti industri kerajinan juga punya peran strategis dalam upaya pemerintah dalam memerangi kemiskinan dan pengangguran dengan harapan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Indonesia akan tersedia signifikan.

Perkembangan data usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) di Indonesia, tahun 2009 berjumlah 52.764.750 unit dengan pangsa 99,99%, tahun 2010 jumlah UMKM 54.114.821 unit dengan pangsa 100,53%, tahun 2011 jumlah UMKM 55.206.444 unit dengan pangsa 99,99%, tahun 2012 jumlah UMKM 56.534.592 unit dengan pangsa 99,99% dan tahun 2013 jumlah UMKM 57.895.721 unit dengan pangsa 99,99%, maka diperkirakan dari 2014-2016 jumlah UMKM lebih dari 57.900.000 unit dan pada tahun 2017 jumlah UMKM diperkirakan berkembang sampai lebih dari 59.000.000 unit (sumber: depkop.go.id, <http://www.Lisubisnis.com/2016/12>).

Meskipun indikator kontribusi terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) dan serapan tenaga kerja naik, akses sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai pasok global hanya 0,8 persen. Di ASEAN, kontribusi UKM Indonesia terhadap rantai pasok produksi global hanya sedikit lebih tinggi dibandingkan dengan Brunei, Laos, Myanmar, dan Kamboja. Kontribusi tertinggi sektor UMKM terhadap rantai pasok produksi global mencapai

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019
MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

2,7 persen. Padahal, ASEAN berkontribusi 9,3 persen terhadap rantai pasok produksi global pada periode 2009-2013. Kontribusi sektor UKM terhadap ekspor Indonesia tahun 2015 hanya 15,8 persen, jauh lebih kecil dibandingkan dengan negara-negara sekawasan di Asia Tenggara. Kontribusi sektor UMKM Thailand terhadap ekspor 29,5 persen dan Filipina 20 persen. Di tingkat global, kontribusi sektor UMKM Jerman terhadap ekspor mencapai 55,9 persen dan Jepang sekitar 53,8 persen. Serapan tenaga kerja pada sektor UKM juga tersedia dari 96,99% menjadi 97,22% pada periode yang sama. (Kementerian Perindustrian, 28 Januari 2017).

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS - Statistics Indonesia) menunjukkan pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil triwulan II tahun 2017 naik sebesar 2,50 persen (y-on-y) terhadap triwulan II tahun 2016. Kenaikan tersebut terutama disebabkan oleh naiknya produksi industri komputer, barang elektronika dan optik sebesar 35,43 persen, industri kertas dan barang dari kertas sebesar 23,37 persen, serta industri mesin dan perlengkapan yang tidak termasuk dalam lainnya (ytdl) sebesar 22,26 persen. Jenis-jenis industri yang mengalami penurunan produksi adalah industri pengolahan tembakau turun 14,32 persen, jasa reparasi dan pemasangan mesin dan peralatan turun 7,96 persen, serta industri peralatan listrik turun 7,21 persen, sedangkan pertumbuhan produksi industri manufaktur mikro dan kecil triwulan II tahun 2017 naik sebesar 1,64 persen (q-to-q) terhadap triwulan I tahun 2017. Jenis-jenis industri yang mengalami kenaikan produksi adalah industri kertas dan barang dari kertas naik 15,87 persen, industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia naik 9,72 persen, serta industri pakaian jadi naik sebesar 8,82 persen. Jenis-jenis industri yang mengalami penurunan terbesar adalah industri kendaraan bermotor, trailer, dan semi trailer turun 5,33 persen; industri kayu, barang dari kayu dan gabus (kecuali furnitur) dan barang anyaman dari bambu, rotan, dan sejenisnya turun 5,13 persen; serta industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya turun 3,67 persen (Badan Pusat Statistik, 1 Agustus 2017). Berdasarkan data di atas menurut Badan Pusat Statistik industri kerajinan (*craft*) terlihat penurunan sebesar 5,13 persen yang sebenarnya harus ditingkatkan agar kesejahteraan masyarakat lebih meningkat.

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

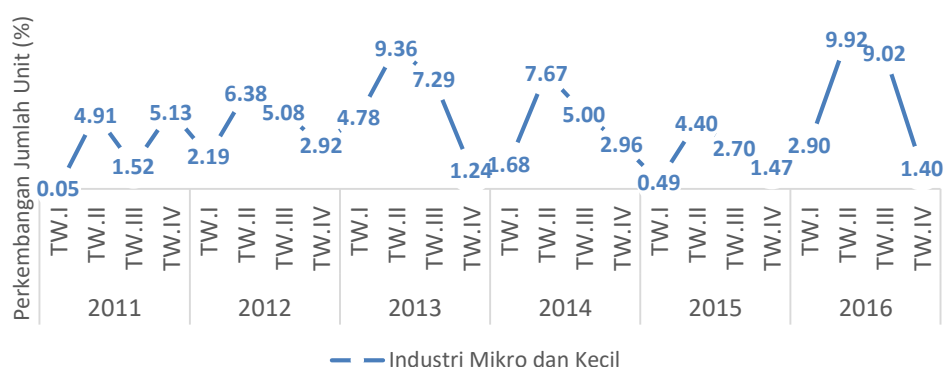
Kondisi ini juga terjadi pada industri kerajinan di Provinsi Jawa Barat. Dilihat dari data pertumbuhan industri kerajinan (*craft*) dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat pada Tabel 1.1 terutama pada tingkat pertumbuhan produksi industri Kerajinan (*Craft*) di daerah Provinsi Jawa Barat dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016 sangat fluktuatif.

Tabel 1.1
Pertumbuhan Produksi Industri Kerajinan (*Craft*) UKM di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011 – 2016
(dalam %)

TAHUN	TW.I	TW.II	TW.III	TW.IV
2011	0,05	4,91	1,52	5,13
2012	2,19	6,38	5,08	2,92
2013	4,78	9,36	7,29	1,24
2014	1,68	7,67	5,00	2,96
2015	0,49	4,40	2,70	1,47
2016	2,90	9,92	9,02	1,40

Sumber: BPS (2016)

PERTUMBUHAN PRODUKSI INDUSTRI KERAJINAN
(*CRAFT*) UKM DI PROVINSI JAWA BARAT
TAHUN 2011 - 2016



Sumber: BPS (2016)

Gambar 1.1
Pertumbuhan Produksi Industri Kerajinan (*Craft*) UKM di Provinsi Jawa Barat Tahun 2011 – 2016

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019
MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat bahwa industri kerajinan (*craft*), baik kontribusi pada produk domestik bruto dan produk domestik regional bruto dan jumlahnya mengalami kenaikan, namun berdasarkan beberapa sumber justru untuk industri kerajinan (*craft*) mengalami penurunan di Provinsi Jawa Barat. Kendala internal maupun eksternal banyak dialami industri tersebut sehingga kemudian dipandang belum dapat berdaya saing tinggi untuk mampu mendorong pertumbuhan ekonomi serta pendapatan masyarakat. Skala usaha, produktivitas dan tingkat penerapan teknologi merupakan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi daya saing industri kerajinan (*craft*). Ketiga faktor tersebut dapat digunakan untuk mengukur daya saing industri kerajinan (*craft*).

Pengembangan industri kerajinan (*craft*) harus diarahkan pada inovasi dan daya dukung ekonomi kreatif. Tanpa upaya untuk lebih menyediakan kreativitas yang inovatif, peningkatan pertumbuhan industri kerajinan (*craft*) akan terhambat dan kalah bersaing dengan produk industri kerajinan (*craft*) dari luar negeri. Para pelaku industri kerajinan (*craft*) dituntut memperkuat kapasitas dan kualitas bisnisnya secara berkelanjutan sehingga bisa bersaing secara global dan menjadi tumpuan ekonomi yang stabil dalam jangka panjang. Selain itu para pengrajin di daerah akan lebih sejahtera hidupnya apabila mereka bisa langsung menjangkau customer, namun untuk itu mereka menghadapi banyak kendala, antara lain tidak memiliki koneksi ke pasar global, kesulitan untuk menyediakan standard mutu, kurang memahami regulasi, belum maksimal memanfaatkan teknologi, ditambah lagi keterbatasan modal, serta berbagai kendala lainnya, ditambah lagi Indonesia perlu memasuki era pasar bebas, marketplace raksasa dunia berbondong bondong melirik Indonesia dan melebarkan sayapnya ke tanah air karena melihat potensi besar produk-produk kerajinan Indonesia yang banyak diminati di dunia, tentu kembali pemain besar dan pedagang perantara lah yang paling diuntungkan. Hal ini dirasakan oleh industri kerajinan (*craft*) di Jawa Barat yang kurang dapat bersaing baik persaingan di pasar domestik maupun pasar global. Bila Indonesia tidak mendukung kelangsungan hidup para pengrajin, tidak menutup kemungkinan

ke depan nanti hasil kerajinan yang ada akan dikuasai oleh perusahaan-perusahaan asing dan dipasarkan dengan merek dagang mereka.

Pada umumnya, jumlah UMKM di Jawa Barat, termasuk UMKM pada sektor *craft*, mengalami peningkatan, namun jumlah UMKM *craft* khusus yang hanya dimiliki oleh wilayah Jawa Barat cenderung mengalami penurunan, seperti dijelaskan pada tabel 1.2.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM Kerajinan (*Craft*) Khas Unggulan Jawa Barat
Tahun 2005 – 2018

Tahun	UMKM	Industri <i>Craft</i>	<i>Craft</i> Unggulan Khas Jawa Barat
2005	195.465	3.840	304
2009	198.479	3.899	322
2010	199.134	3.912	311
2011	199.720	3.924	307
2012	199.822	3.926	303
2013	201.455	3.958	300
2014	201.997	3.968	295
2015	202.184	3.972	284
2016	203.281	3.994	284
2017	203.348	3.995	282
2018	203.850	4.005	279

Sumber: diolah dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Jawa Barat Tahun 2019

Jumlah UMKM di Jawa Barat cenderung mengalami kenaikan sampai tahun 2018 mencapai 203.850 unit, dan untuk industri kerajinan telah mencapai 4.005 unit. Adapun *craft* unggulan khas cenderung mengalami penurunan, yang pada tahun 2009 mencapai 322 unit menurun menjadi 279 pada tahun 2018. Fenomena ini menunjukkan adanya beberapa kelemahan dalam penciptaan peluang dan kinerja bisnis pada industri kerajinan khas Jawa Barat.

Survei lapangan awal yang dilakukan peneliti untuk mengetahui kemungkinan masalah yang menyebabkan penurunan kinerja bisnis pada UMKM Industri Kerajinan Unggulan Khas Jawa Barat dilakukan terhadap 12 sentra industri kerajinan (*craft*) unggulan khas Jawa Barat, didaerah:

Tabel 1.3
Daftar 12 Sentra UMKM Industri Kerajinan Unggulan Khas
Jawa Barat

No.	Industri Kerajinan	Kota	Sentra
1	Kerajinan Wayang Golek	Sumedang	Sanggar Yudistira pengrajin Wayang Golek , Tanjungsari - Rancakalong, Cigendel, Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.
		Garut	Kampung Ciocong Kecamatan Samarang Kabupaten Garut.
		Cirebon	Sanggar Seni Jaka Baru Desa Gandigan Kecamatan Sliyeg Kabupaten Indramayu, di Desa Ciledug Lor Kec.Ciledug Kab Cirebon, Jatibarang.
2	Kerajinan Payung Cotom	Indramayu	Desa Mekargading Kecamatan Sliyeg Kabupaten Indramayu.
3	Kerajinan Payung Geulis	Tasikmalaya	Kec. Indihiang, Cihideung.
4	Kerajinan Topeng	Cirebon	Sanggar Kerajinan Topeng Cirebon. Saggar Seni Jaka Baru Desa Gandigan Kecamatan Sliyeg Kabupaten Indramayu, di Desa Ciledug Lor Kec.Ciledug Kab Cirebon, Jatibarang.
		Sumedang	Cipacing, Desa Cikeruh, Kecamatan Jatinangor, Sumedang., Sanggar Yudistira pengrajin Wayang Golek , Tanjungsari - Rancakalong, Cigendel, Pamulihan, Kabupaten Sumedang, Jawa Barat.
5	Kerajinan Bambu	Tasikmalaya	Di daerah Indihiang, Mangkubumi Bungursari, Kecamatan Bantarujeg, Lemahsugih, serta Kecamatan Sindangwangi, desa di Kecamatan Leuwisari, Kabupaten Tasikmalaya.

		Garut	Daerah Selaawi.
		Ciamis	Cijeungjing, desakertaharja.
		Cianjur	Desa Cijagang.
6	Kerajinan Kelom Geulis	Tasikmalaya	Kec. Mangkubumi, Tamansari, Cihideung, Tawang.
7	Kerajinan Batik Tulis	Tasikmalaya	Kec. Cipedes, Indihiang.
		Garut	Jl. Papandayan dan Kampung Sisir.
8	Kerajinan Tas Anyaman Bambu	Bandung	Kampung Ciburial di Desa Jatimekar, Kecamatan Cipeundeuy, Kabupaten Bandung Barat.
		Tasikmalaya	Pusat Kerajinan Rajapolah.
9	Kerajinan Anyaman Mendong	Tasikmalaya	Kec. Cibeureum, Purbaratu, Tamansari, Kelurahan Singkup, Kelurahan Sukajaya, Sukamenak, Sukaasih, dan Sukanagara.
10	Kerajinan Ceting (Bakul)	Indramayu	Desa Rambatan Kulon Kecamatan Lohbener Kabupaten Indramayu.
11	Kerajinan gerabah (Guci)	Cianjur	Di Kecamatan Ciranjang pada satu sentra produksi dan satu unit usaha oleh lima orang pengrajin.
		Plered	Di desa Citeko, desa Anjun dan desa Pamoyanan
12	Kerajinan Kukusan, Tampah dan Ilir	Tasikmalaya	Di daerah Indihiang, Mangkubumi Bungursari, Kecamatan Bantarujeg, Lemahsugih, serta Kecamatan Sindangwangi, desa di Kecamatan Leuwisari, Kabupaten Tasikmalaya.
		Indramayu	Desa Rambatan Kulon Kecamatan Lohbener Kabupaten Indramayu.

Sumber: Dinas Koperasi, UMKM, Perindustrian dan Perdagangan (2018)

Hasil survey awal yang dilakukan peneliti terhadap 12 UMKM sentra kerajinan di Jawa Barat, permasalahan yang masih banyak ditemukan terkait dengan aspek kinerja bisnis yaitu meliputi aspek keuangan dan non-keuangan yang meliputi: perspektif keuangan, perspektif pelanggan, perspektif proses bisnis internal, dan perspektif pembelajaran-pertumbuhan perusahaan. Masalah dalam perspektif keuangan meliputi peningkatan pendapatan belum mencapai target, laba belum maksimal dalam mencapai target, biaya relatif tinggi, dan nilai asset relatif masih rendah. Masalah dalam aspek perspektif pelanggan adalah pangsa pasar masih terbatas, belum maksimalnya layanan kepada pelanggan, belum maksimalnya hubungan dengan pelanggan, dan belum tingginya kepuasan pelanggan terhadap produk. Masalah dalam perspektif proses bisnis internal adalah strategi perusahaan belum sepenuhnya tercapai, proses kerja belum begitu lancar, terbatasnya kerjasama dengan pihak lain, dan kemampuan penyampaian produk/layanan masih rendah. Masalah dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan adalah kepemimpinan dinilai belum sepenuhnya efektif, motivasi kerja pegawai belum tersedia, kinerja individu relatif rendah, dan budaya organisasi perusahaan belum begitu berkembang. Rendahnya kinerja bisnis ini tentunya akan berdampak terhadap kontribusi laba yang didapatkan oleh perajin juga keberlangsungan usaha.

Permasalahan dalam penciptaan peluang tampak pada masih rendahnya pengembangan peluang (*opportunity development*) yang mencakup kemampuan mengidentifikasi peluang belum sepenuhnya berkembang, terbatasnya gagasan dari lingkungan bisnis, kemampuan mengembangkan gagasan belum maksimal, dan strategi pengembangan peluang belum tercapai. Masalah pada aspek pengakuan peluang (*opportunity recognition*) mencakup belum tingginya pemahaman tentang kebutuhan pasar dan ketersediaan sumberdaya, belum sesuai kebutuhan pasar dengan ketersediaan sumberdaya, belum maksimalnya pemanfaatan sumberdaya dalam menciptakan peluang baru, dan belum sigapnya pengusaha dalam mengambil peluang baru. Masalah pada aspek evaluasi peluang (*opportunity evaluation*) mencakup masih rendahnya keberhasilan penciptaan peluang, belum ada kesesuaian dengan rencana bisnis, evaluasi belum sepenuhnya digunakan

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

sebagai umpanbalik penciptaan peluang, dan kelayakan untuk melanjutkan bisnis belum maksimal. Semua itu akan berdampak terhadap penciptaan peluang UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

Permasalahan dalam inovasi produk terkait dengan keunikan produk, fungsi produk, keterbaruan produk, dan nilai produk. Masalah pada aspek keunikan produk mencakup inovasi produk yang sudah cukup unik, kurangnya keterlibatan konsumen dalam inovasi produk unik, dan belum maksimalnya keterlibatan pegawai dalam inovasi produk unik. Masalah pada aspek fungsi produk adalah produk sudah cukup sesuai dengan fungsi, beberapa produk tidak multi-fungsi, dan produk yang dihasilkan kurang beragam. Masalah pada aspek keterbaruan produk adalah bahwa keterbaruan produk belum berkembang maksimal, kurangnya keterlibatan konsumen dalam keterbaruan produk, dan keterlibatan pegawai dalam keterbaruan produk belum maksimal. Masalah pada aspek nilai produk adalah harga sudah relatif terjangkau, nilai sosial cukup tinggi, dan nilai emosi cukup tinggi. Bila disebut kerajinan unggulan khas daerah Jawa Barat, maka produk harus unik. Produk juga perlu memiliki fungsi tertentu yang bermanfaat bagi pelanggan, memuat unsur keterbaruan produk, dan memiliki nilai tersendiri.

Permasalahan dalam kemampuan kreatif berkaitan dengan inspirasi kreatif, berpikir kreatif, bekerja kreatif, dan kerjasama kreatif. Masalah pada aspek inspirasi kreatif adalah inspirasi kreatif dari diri sendiri cukup tinggi, inspirasi kreatif dari konsumen relatif rendah, inspirasi kreatif dari lingkungan belum maksimal, dan pengusaha belum begitu memiliki kesigapan terhadap kebutuhan/selera/preferensi konsumen di masa depan. Masalah pada aspek berpikir kreatif adalah pengusaha belum begitu sigap terhadap tingkat persaingan, pemahaman mengenai posisi kekuatan/kelemahan dibandingkan pesaing relatif rendah, antisipasi menanggapi tantangan/ancaman dari pesaing belum maksimal, dan antisipasi menangkap peluang sebelum pesaing belum maksimal. Masalah pada aspek bekerja kreatif adalah belum maksimal dalam peningkatan pengetahuan untuk bekerja kreatif, belum maksimal dalam peningkatan keterampilan untuk bekerja kreatif, dukungan pengalaman dalam bekerja kreatif belum maksimal, dan dukungan sikap dalam bekerja kreatif belum maksimal. Masalah pada aspek

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

kerjasama kreatif adalah koordinasi antar-fungsi manajemen (keuangan, SDM, produksi, pemasaran) dalam menghasilkan produk kreatif belum maksimal, koordinasi sinergis dengan mitra bisnis (pemasok, perbankan, retailer) belum maksimal, koordinasi sinergis dengan konsumen untuk menghasilkan produk unggul belum maksimal, dan koordinasi sinergis untuk “bekerjasama” dengan pesaing belum maksimal.

Permasalahan dalam strategi inovasi terkait dengan inovasi pemasaran, inovasi teknologi, dan inovasi keuangan. Masalah pada aspek inovasi pemasaran adalah aktivitas promosi belum beragam, terbatasnya menerobos pasar alternatif (pasar khusus), pengakuan pasar atas keunikan produk masih belum maksimal, pengakuan atas merek/merek dagang (*brand/trademark*) belum maksimal. Masalah pada aspek inovasi teknologi adalah inovasi teknologi dalam mendukung proses bisnis belum maksimal, akses terhadap inovasi teknologi dalam proses bisnis masih sulit, pengusaha belum mampu dalam maksimalisasi inovasi teknologi, dan efektivitas penerapan inovasi teknologi dalam proses bisnis belum maksimal. Masalah pada aspek inovasi keuangan adalah terbatasnya akses terhadap sumber dana, transaksi keuangan masih konvensional, penerapan sistem manajemen keuangan belum maksimal, dan adaptabilitas *financial technology* masih rendah. Ditemukan masih banyak perajin yang belum memiliki inovasi pemasaran, inovasi teknologi, dan inovasi keuangan yang baik sehingga dampaknya tidak terlalu maksimal terhadap inovasi produk, penciptaan peluang, dan kinerja bisnis UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat. Peneliti melihat fenomena di atas terjadi karena pelaku industri kerajinan (*craft*) masih menghasilkan suatu produk hanya berdasarkan pesanan dan belum memiliki produk inovasi yang dapat membawa industri kerajinan (*craft*) untuk tersediakan penciptaan peluang dan kinerja bisnis yang tinggi. Industri kerajinan (*craft*) di Jawa Barat banyak yang terpuruk dan menutup bisnis yang ada karena tidak dapat mempertahankan bisnisnya di dalam persaingan yang sangat ketat.

Berdasarkan paparan terkait fenomena, *research gap*, *theoretical gap*, dan *empirical gap*, penulis menemukan beberapa permasalahan yang dihadapi industri kerajinan (*craft*) di Jawa Barat. Dalam mengamati kinerja bisnis UMKM industri

Raden Muchamad Jusup Nurgaha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

kerajinan unggulan khas Jawa Barat. diperlukan adanya penciptaan peluang yang sesuai dengan didorong oleh inovasi produk yang tinggi berbasiskan kemampuan kreatif perusahaan dan strategi inovasi yang tepat.

Dari beberapa kajian literatur yang telah dipaparkan pada latar belakang masalah diatas, ditemukan perbedaan temuan (*research gap*) dengan penelitian ini yang terkait dengan kinerja bisnis, penciptaan peluang, inovasi produk yang berbasiskan kemampuan kreatif dan strategi inovasi UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat dengan beberapa penelitian sebelumnya.

Perbedaan temuan (*research gap*) dari penelitian penelitian terdahulu hanya meneliti secara parsial, antara :

1. Pengaruh penciptaan peluang terhadap peningkatan kinerja bisnis (Li dkk., 2009; Gupta & Kumar, 2013; Gaddefors & Anderson, 2009; Harms, 2013; Spieth & Schneider, 2016; Hansen, dkk., 2011. Adanya pengaruh dari strategi inovasi terhadap kinerja bisnis (Vu dkk., 2016; Martinez dkk, 2016; Piirto 2011; Zhang & Bartol, 2010; Akgun, 2011; Tierney & Farmer 2011).
2. Pengaruh kemampuan kreatif terhadap kinerja bisnis (Verhees & Meulenber , 2004; Li & Atuahene-Gima, 2002; Boons, dkk., 2013; Löfsten, 2014; Zhang & Duan, 2010; Sok dkk., 2016.
3. Pengaruh inovasi produk terhadap penciptaan peluang bisnis (Frow dkk., 2015; Dangelico & Pujari, 2010; Hansen dkk., 2011; Guo dkk., 2016; van Burg, 2012; dan Wu, 2011).
4. Pengaruh Kemampuan kreatif terhadap penciptaan peluang (Rohrbeck & Gemünden, 2011; Gruber dkk., 2012; McKelvey, 2015; Edwards-Schachter dkk., 2015; Butler dkk., 2015; Renko dkk., 2015. Keterkaitan hubungan antara strategi inovasi dan penciptaan peluang dalam menjalankan suatu bisnis (Hitt dkk., 2011; Short dkk., 2011; Sanchez & Ricart, 2011; Maine dkk., 2011; Alvarez dkk., 2011; dan Foss, dkk., 2011.

5. Pengaruh kemampuan kreatif terhadap inovasi produk (Dobni, 2010; Krätke, 2012; Smith dkk., 2012; dan Matzler dkk., 2013).
6. Pengaruh strategi inovasi terhadap inovasi produk (Teece, 2010; Cooper & Edgett, 2012; Nylén & Holmström, 2015; Hervas-Oliver dkk., 2014; Battistella dkk., 2012; Guoyou dkk., 2013).
7. Hasil penelitian dari Trismiyanto et.al. (2018, hlm.1-9) menyatakan bahwa peluang akan menumbuhkan kreativitas penciptaan produk baru dalam meningkatkan kinerja perusahaan. Sedangkan penelitian lain mengatakan, “*Business opportunities arise from creative behaviour and that the generation of new business invariably involves a creative component.*” (Vesa Puhakka, 2012, hlm.3; Gilad, B. ,1984, hlm.151-161). Penelitian ini mengacu kepada penelitian dari Vesa Puhakka (2012, hlm.3) dan Gilad, B. (1984, hlm.151-161).

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian yang ada yang dilakukan secara parsial, belum ada penelitian yang meneliti seluruh aspek keberhasilan usaha yang dipengaruhi oleh penciptaan peluang didorong oleh inovasi produk yang tinggi berbasis kemampuan kreatif perusahaan dan strategi inovasi. Penelitian ini menciptakan suatu kerangka penelitian (*framework*) yang berbeda dengan penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menghubungkan *research gap* yang ada selama ini.

Theoretical gap pada penelitian ini adalah sampai saat ini, belum banyak kajian teoritis yang menguraikan keterkaitan antara kinerja bisnis, kemampuan kreatif, strategi inovasi, inovasi produk, dan penciptaan peluang, khususnya pada UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

1. Teori-teori kinerja bisnis pada umumnya terkait dengan aspek-aspek kinerja yang melibatkan efisiensi dan efektivitas perusahaan, juga terkait dengan pertumbuhan perusahaan. Teori keberhasilan usaha yang paling umum digunakan adalah pendekatan *Balanced Scorecard* (BSC) yang dilihat dari Perspektif Keuangan (*Financial Perspective*), Perspektif Pelanggan (*Customer Perspective*), Perspektif Proses Bisnis Internal (*Internal Business Process Perspective*), serta Perspektif Pembelajaran dan Pertumbuhan (*Learning and Growth Perspective*). Pada penelitian ini juga digunakan teori dan pendekatan

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

BSC (Costa, dkk., 2015; Striukova, dkk., 2008; Kaplan & Norton, 1995; Kang, 2015; White, 2010; Wheelen & Hunger, 2012; Zhu dkk., 2016; Lee, dkk., 2013 untuk mengukur kinerja bisnis pada UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

2. Penciptaan peluang pada umumnya melihat *Opportunity development*, *Opportunity recognition*, dan *Opportunity evaluation* berdasarkan rekonstruksi dari beberapa teori *opportunity creation* (Schmid, 2017; Drucker 2014, Ardichvili dkk., 2003; Sarasvathy dkk., 2003; Baker and Nelson, 2005; Alvarez and Barney 2007; Cohen & Winn, 2007; De-Koning, 2003; Ardichvili & Cardozo, 2000).
3. Inovasi produk berdimensi Keunikan produk (*product uniqueness*), Fungsi produk (*functional benefit*), Keterbaruan produk (*product novelty*), dan Nilai produk (*product value*) pada teori inovasi terkait dengan organisasi, terkait proyek, terkait dengan proses, terkait produk, dan terkait pasar, dan inovasi produk yang baru. Inovasi produk dapat dipilah menjadi tipologi sepanjang dimensi teknologi, pasar, dan kebaruan atau keakraban inovasi terhadap lini produk perusahaan (Hassan, 2017; Reguia , 2014; Ishioka & Yasuda, 2009; Baldwin & von Hippel, 2011; Dougherty & Dunne, 2011).
4. Kemampuan kreatif dalam penelitian ini merupakan rekontruksi dari teori kemampuan kreatif menggunakan dimensi Inspirasi kreatif, Berpikir kreatif, Bekerja kreatif, Kerjasama kreatif Inovasi Pemasaran, Inovasi Teknologi, dan Inovasi Keuangan (Hassan, 2017; Ashland, 2011; Petrakis & Konstantakopoulou, 2015; Varadarajan & Kaul, 2018; Morgan, 2007; Kim & Park, 2016; Prahalad & Ramaswamy, 2004).
5. Strategi inovasi dalam penelitian ini merupakan rekontruksi dari teori kemampuan kreatif memakai dimensi Inovasi Pemasaran, Inovasi Teknologi, dan Inovasi Keuangan (Zimmerer & Scarborough, 2005; Kreiser & Davis, 2010; Dai dkk., 2014; Okpara, 2007; Avlonitisa, 2007).

Beberapa teori yang digunakan dalam penelitian ini memiliki beberapa persamaan dengan berbagai penelitian sebelumnya, namun untuk di sini peneliti merekonstruksi beberapa teori yang disesuaikan dengan kondisi UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi penhubung dari berbagai *theoretical gap* sebelumnya dengan melakukan kajian mendalam mengenai teori terkait variabel-variabel yang diteliti.

Empirical gap pada penelitian ini, dari hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh kemampuan kreatif dan strategi inovasi terhadap kinerja bisnis UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat melalui inovasi produk dan penciptaan peluang yang pada umumnya dilakukan di perusahaan-perusahaan besar atau menengah, dan masih sedikit yang meneliti di UMKM atau *small-medium enterprises* yang dikelola oleh wirausahawan (*entrepreneurs*), khususnya pada UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat. Dengan demikian, penelitian ini dapat menghubungkan *empirical gap* dalam beberapa kajian sebelumnya, disesuaikan dengan kondisi dan karakteristik UMKM tersebut. Selain itu, dilihat dari metodologinya, penelitian ini menggunakan analisis *Partial Least Square* (PLS) yang diperkuat oleh *Performance-Importance Analysis* (PIA) sehingga relatif berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Dari uraian diatas dan dilihat dari *research gap*, *theoretical gap* dan *empirical gap*, penulis perlu untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul “MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT”

1.2 Identifikasi dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan fenomena yang diuraikan sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa masalah yang dihadapi akses sektor usaha kecil dan menengah (UKM) ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai pasok global hanya 0,8 persen, masih kalah oleh Thailand, Malaysia, dan Filipina, apalagi jika dibandingkan secara global dengan negara-

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

negara seperti Jerman, China, dan Jepang. Tingkat pertumbuhan produksi industri kerajinan (*craft*) di daerah Provinsi Jawa Barat dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016 cenderung menurun dan sangat fluktuatif, sehingga kontribusinya terhadap rantai pasok global juga kecil. Jumlah UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat cenderung menurun dari tahun 2009 sampai 2018 disebabkan oleh kinerja yang buruk, kemampuan yang rendah dalam penciptaan peluang dan inovasi produk, dan rendahnya daya saing, serta lingkungan bisnis internal dan eksternal. Dalam menghadapi dinamika perubahan lingkungan, UMKM belum sepenuhnya memiliki kinerja yang tinggi, penciptaan peluang yang maksimal, inovasi produk yang tinggi, kemampuan kreatif yang tinggi, dan strategi inovasi yang tepat sehingga kinerja industri kerajinan (*craft*) juga relatif stagnan. Penelitian mengenai pengaruh kemampuan kreatif dan strategi inovasi pengusaha UMKM terhadap kinerja bisnis melalui inovasi produk dan penciptaan peluang sebagai variabel intervening pada industri kerajinan di Jawa Barat belum ada yang meneliti secara khusus. Rendahnya kinerja bisnis berkaitan dengan rendahnya aspek keuangan, pelanggan, proses bisnis internal, dan pembelajaran & pertumbuhan. Rendahnya kinerja bisnis ini tentunya akan berdampak terhadap kontribusi laba yang didapatkan oleh perajin juga keberlangsungan usaha. Masalah dalam penciptaan peluang terkait dengan masih belum maksimalnya pengembangan peluang (*opportunity development*), pengakuan peluang (*opportunity recognition*), dan evaluasi peluang (*opportunity evaluation*). Semua itu akan berdampak terhadap penciptaan peluang UMKM industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat dan juga berdampak terhadap kinerja bisnisnya. Masalah dalam inovasi produk terkait dengan masih belum maksimalnya keunikan produk, fungsi produk, keterbaruan produk, dan nilai produk. Kerajinan unggulan khas daerah perlu memiliki keunikan tersendiri. Produk juga perlu memiliki fungsi tertentu yang bermanfaat bagi pelanggan, memuat unsur keterbaruan produk, dan memiliki nilai tersendiri. Masalah dalam kemampuan kreatif terkait dengan masih belum maksimalnya inspirasi kreatif, berpikir kreatif, bekerja kreatif, dan kerjasama kreatif. Kemampuan kreatif ini mempengaruhi inovasi produk, penciptaan peluang, dan akhirnya kinerja bisnis. Masalah dalam strategi inovasi terkait dengan masih belum

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

maksimalnya inovasi pemasaran, inovasi teknologi, dan inovasi keuangan. Dalam hal ini, inovasi produk, penciptaan peluang, dan kinerja bisnis dipengaruhi oleh strategi inovasi.

Berdasarkan identifikasi tersebut, faktor-faktor yang diteliti pada penelitian ini dibatasi dalam beberapa batasan masalah antara lain, unit analisis pada penelitian ini adalah UMKM sentra industri kerajinan unggul khas Jawa Barat, yang berjumlah 279 UMKM, unit observasi (responden) pada penelitian ini adalah wirausaha/pemilik/ pengusaha/perajin di UMKM sentra industri kerajinan (*craft*) Jawa Barat yang menjadi responden dan mengisi kuesioner dalam penelitian ini. Kajian penelitian ini mengeksplorasi variabel kinerja bisnis sebagai variabel dependen atau terikat yang dipengaruhi oleh beberapa variabel independen dan beberapa variabel intervening. Variabel intervening dalam penelitian ini adalah penciptaan peluang dan inovasi produk yang dipengaruhi variabel independen dan mempengaruhi kinerja bisnis sebagai variabel dependen. Variabel independen atau variabel bebas dalam penelitian ini adalah kemampuan kreatif dan strategi inovasi yang mempengaruhi inovasi produk dan penciptaan peluang sebagai variabel intervening, dan kinerja bisnis sebagai variabel dependen.

1.3 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang penelitian, serta identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut,

1. Bagaimana kinerja bisnis, penciptaan peluang, inovasi produk, kemampuan kreatif, dan strategi inovasi pada UMKM sentra industri kerajinan unggul khas Jawa Barat.
2. Bagaimana pengaruh kemampuan kreatif terhadap inovasi produk pada UMKM sentra industri kerajinan unggul khas Jawa Barat.
3. Bagaimana pengaruh strategi inovasi terhadap inovasi produk pada UMKM sentra industri kerajinan unggul khas Jawa Barat.
4. Bagaimana pengaruh kemampuan kreatif terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggul khas Jawa Barat.

5. Bagaimana pengaruh strategi inovasi terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
6. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggulankhas Jawa Barat.
7. Bagaimana pengaruh kemampuan kreatif terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
8. Bagaimana pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
9. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
10. Bagaimana pengaruh penciptaan peluang terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan utama dari penelitian ini sebagai berikut,

1. Mengetahui kinerja bisnis, penciptaan peluang, inovasi produk, kemampuan kreatif, dan strategi inovasi pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
2. Mengetahui pengaruh kemampuan kreatif terhadap inovasi produk pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
3. Mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap inovasi produk pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
4. Mengetahui pengaruh kemampuan kreatif terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
5. Mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
6. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap penciptaan peluang pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
7. Mengetahui pengaruh kemampuan kreatif terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

Raden Muchamad Jusup Nurgraha, 2019

MODEL PENINGKATAN KINERJA BISNIS DENGAN KEMAMPUAN KREATIF DAN STRATEGI INOVASI MELALUI INOVASI PRODUK DAN PENCIPTAAN PELUANG PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH INDUSTRI KERAJINAN KHAS DI JAWA BARAT

8. Mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
9. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.
10. Mengetahui pengaruh penciptaan peluang terhadap kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulan khas Jawa Barat.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara umum, penelitian ini diharapkan dapat mengungkapkan nilai-nilai teoretis dan praktis dari analisis mengenai pengaruh kemampuan kreatif dan strategi inovasi terhadap inovasi produk, dan dampaknya terhadap penciptaan peluang dan kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulankhas Jawa Barat. Secara khusus, manfaat teoretis dan praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.5.1 Manfaat Teoretis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dapat dipergunakan untuk memberikan kontribusi pemikiran dan gambaran terhadap ilmu manajemen dan kewirausahaan mengenai pengaruh kemampuan kreatif dan strategi inovasi terhadap inovasi produk, dan dampaknya terhadap penciptaan peluang dan kinerja bisnis pada UMKM sentra industri kerajinan unggulankhas Jawa Barat.

1.5.2 Manfaat Praktis

Pada praktisnya, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai informasi tambahan tentang cara mengatasi persoalan kinerja bisnis dan penciptaan peluang di bidang kewirausahaan pada UMKM, khususnya sentra industri kerajinan (*craft*) unggulan khas di Jawa Barat dalam melakukan refleksi mengenai pelaksanaan dan pencapaian kemampuan kreatif dan strategi inovasi terhadap inovasi produk, dan dampaknya terhadap penciptaan peluang dan kinerja bisnis. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan bagi pemerintah dan instansi terkait untuk mendukung kinerja bisnisUMKM sentra

industri kerajinan unggulankhas Jawa Barat, juga sentra industri lainnya yang terkait.

1.6 Struktur Organisasi Disertasi

Disertasi ini disusun dalam lima bab yang dapat diuraikan sebagai berikut: Bab I merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang penelitian, identifikasi dan pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi disertasi. Bab II merupakan kajian pustaka, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian, yang mendeskripsikan beberapa konsep, teori dan pendekatan yang berkaitan dengan teori umum manajemen dan kewirausahaan, dilanjutkan dengan teori kinerja bisnis, penciptaan peluang, inovasi produk, kemampuan kreatif, dan strategi inovasi, dilengkapi dengan beberapa penelitian terdahulu, rekonstruksi teori, kerangka penelitian, dan hipotesis penelitian. Bab III merupakan metode penelitian yang memuat desain penelitian, definisi operasional dan operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, instrumen penelitian, prosedur penelitian, dan analisis data. Bab IV merupakan hasil penelitian dan pembahasan yang merupakan deskripsi dan pengujian hipotesis dari temuan yang didapatkan dari penelitian di lapangan, serta pembahasan hasil penelitian sesuai dengan konsep, teori, dan kondisi empirik yang dirujuk. Terakhir, Bab V merupakan bab penutup yang terdiri atas simpulan, implikasi dan saran. Simpulan menyajikan keutuhan dari temuan-temuan yang disajikan secara sintesis serta memuat implikasi hasil penelitian terkait model, implikasi menunjukkan dampak dari simpulan dari hasil penelitian dan rekomendasi merupakan pengajuan beberapa saran dari hasil analisis kritis terhadap temuan penelitian sehingga dapat menghasilkan pemecahan masalah untuk memaksimalkan kemampuan kreatif, strategi inovasi, dan inovasi produk untuk menciptakan peluang yang dapat meningkatkan kinerja bisnis.