

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bertahan dalam lingkungan bisnis yang penuh dengan persaingan, menuntut setiap perusahaan harus memiliki pencapaian kinerja yang tinggi. Kinerja yang tinggi menggambarkan adanya kekuatan serta kemampuan dalam mempertahankan bisnisnya dan mampu menciptakan nilai ekonomi lebih banyak dari perusahaan lainnya dan berkinerja lebih tinggi (Kramer & Porter, 2002). Kinerja yang tinggi memberikan gambaran adanya pencapaian dari semua aktivitas yang dilakukan oleh suatu perusahaan dalam mewujudkan tujuannya sesuai dengan rencana.

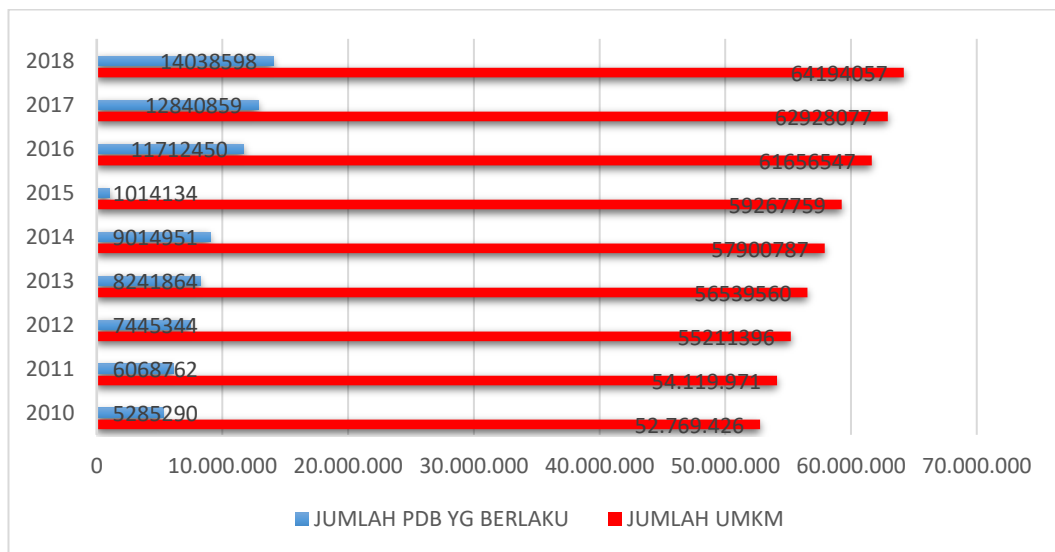
Pencapaian kinerja bisnis oleh suatu perusahaan sampai saat ini masih banyak dikaji dalam berbagai penelitian. Dalam penelitiannya (Veithzal Rivai, *et al.*, 2008) dalam (Azahraty, 2018) menyatakan bahwa kinerja menggambarkan hasil yang dicapai seseorang secara keseluruhan dalam kurun waktu tertentu. Kinerja tidak hanya menunjukkan hasil akhir dengan tingkatan tertentu, tetapi kinerja juga menunjukkan prestasi yang dicapai oleh suatu perusahaan, tak terkecuali dengan UMKM batik.

Penelitian lainnya menjelaskan tentang adanya pandangan yang berbeda terhadap Kinerja. Pandangan yang pertama dikemukakan oleh (Vernimmen, 1988; Colasse, 2009) bahwa kinerja dipandang sebagai pengembalian atas investasi yang dilakukan, ditentukan oleh keuntungan ekonomis dan finansial. Pandangan kedua dikemukakan oleh (Gibson, 1998) bahwa kinerja sebagai profitabilitas perusahaan yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Sebagai indikator dalam pandangan kedua adalah besarnya margin keuntungan perusahaan yang dihubungkan dengan penjualan, modal rata-rata dan modal rata-rata sendiri. (Monica & Achim, 2008).

Pandangan yang ketiga, dikemukakan oleh (Halpern Weston&Brigham, 1998) bahwa Kinerja dipandang sebagai pertumbuhan. Indikator yang paling representatif yang mencerminkan pertumbuhan perusahaan, adalah omset, laba bersih, laba per saham dan hasil dividen. Adanya perbedaan pandangan dalam pengukuran kinerja teori (*theory gap*) terhadap kinerja bisnis, maka dalam penelitian ini penulis menentukan pengukuran kinerja bisnis untuk UMKM Batik menggunakan pendekatan finansial pelanggan, proses internal bisnis dan pembelajaran serta pertumbuhan (Kaftan and Norton, 2008). Pengukuran terhadap kinerja bisnis oleh setiap perusahaan tidak selalu sama, walaupun tujuan akhir dari kinerja bisnis ini adalah keuangan dan non keuangan.

Kegiatan bisnis yang dilakukan oleh UMKM di Indonesia memiliki peranan penting dalam memajukan perekonomian, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dengan peran yang sangat strategis, karena menjadi pelaku utama dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi yang memberikan kontribusi dalam menyediakan lapangan pekerjaan, pencipta pasar baru, sumber inovasi dan berperan sebagai pelaku penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, sehingga dengan peranan ini dapat memberikan sumbangan dalam menjaga neraca pembayaran pada kegiatan ekspor.

Peningkatan kinerja perusahaan adalah hal yang sangat penting dalam memperkuat keunggulan kompetitifnya. Hal itu tak terkecuali bagi para UMKM yang saat ini eksistensinya sangat diperhitungkan di dunia perekonomian. Dalam kegiatan ekonomi Indonesia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) adalah kelompok usaha dengan jumlah yang sangat besar dan mampu bertahan dalam menghadapi berbagai macam hambatan. Eksistensi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia sangat kuat, hal ini dibuktikan dengan perkembangan jumlah UMKM yang terus meningkat dan kontribusinya terhadap PDB, hal ini sesuai dengan yang dikemukakan oleh Kementerian Koperasi dan UMKM, disajikan pada Gambar1.1.



Sumber : Kemenkop, Kemenindustri

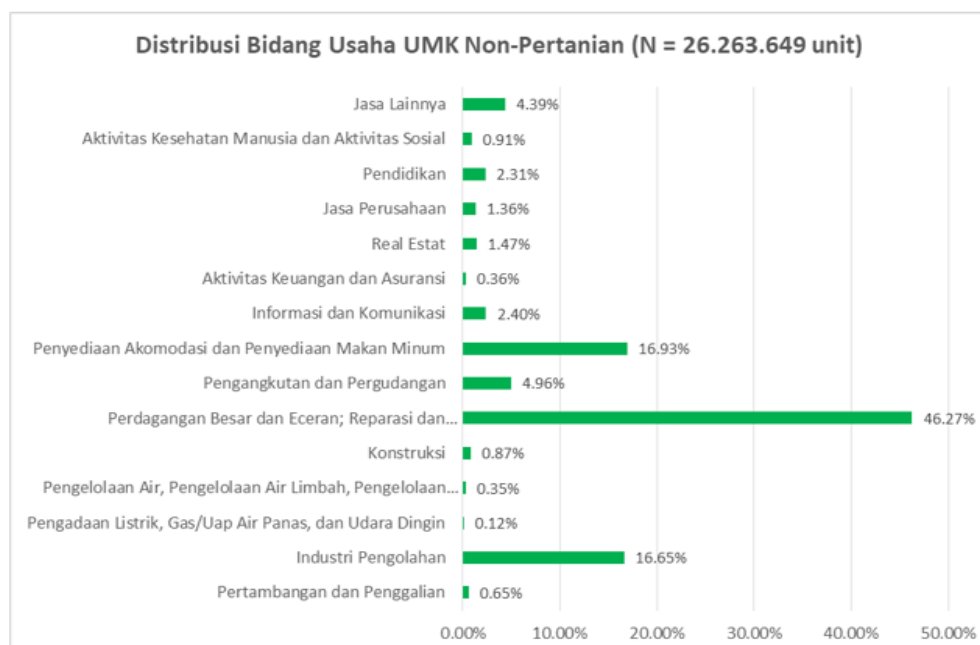
Gambar 1.1 Perkembangan UMKM Di Indonesia

Pada Gambar 1.1, ditunjukkan adanya peningkatan jumlah UMKM di Indonesia dari sejak tahun 2010 sampai dengan 2018, diikuti dengan kontribusi UMKM yang meningkat terhadap PDB sehingga hal tersebut mempengaruhi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berkembangnya UMKM di Indonesia tentunya dipengaruhi oleh berbagai macam hal yang menyebabkan adanya perkembangan, pertama pemanfaatan sarana teknologi, informasi dan komunikasi, terkait hal ini para pelaku usaha mulai memanfaatkan sarana teknologi seperti *smartphone* untuk melebarkan pasar usahanya, serta menggunakan aplikasi komunikasi seperti *WhatsApp* dan media sosial untuk memasarkan produk yang dijual. Kedua kemudahan mengajukan kredit usaha, dengan terbukanya akses pembiayaan perbankan serta menurunnya suku bunga kredit usaha rakyat, mendorong tumbuhnya usaha mikro, kecil, dan menengah. Ketiga adalah adanya penurunan tarif pajak penghasilan final (PPH) dari 1% menjadi 0,5%. Adanya penurunan tarif pajak PPh Final yang harus disetorkan UMKM, hal ini memberikan peluang dan kesempatan bagi UMKM untuk mengembangkan usaha dan melakukan investasi.

UMKM di Indonesia saat ini masih terbilang kecil dalam skala internasional, akan tetapi dikutip dari Kemenkeu.go.id, bahwa di Indonesia

UMKM mampu menyumbang 60,3% produk domestik bruto (PDB) dan 97% tenaga kerja (data sebelum covid-19). Perkembangan yang di alami oleh UMKM di Indonesia saat ini telah banyak membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan kerja baru dan hal ini membantu menurunkan angka pengangguran. Selain itu perkembangan UMKM di Indonesia juga telah membantu meningkatkan kekuatan ekonomi rumah tangga di Indonesia. Terkait hal itu tentunya sangat membanggakan Indonesia.

Bidang usaha dari UMKM yang ada di Indonesia sangat beragam saat ini, hal ini menunjukkan adanya situasi yang dinamis dalam kegiatan usaha dan menjadi peluang besar bagi UMKM dalam berkontribusi pada perekonomian Indonesia khususnya pada pertumbuhan ekonomi. Hasil penelusuran peneliti terkait informasi tersebut yakni dari Kementerian Koperasi dan UKM RI (pada 31 oktober 2017) yang menjelaskan bahwa secara umum bidang usaha UMKM dibagi menjadi dua kelompok besar yakni pertanian dan non pertanian. Terkait dua kelompok bidang usaha UMKM di Indonesia untuk jelasnya disajikan pada gambar berikut,

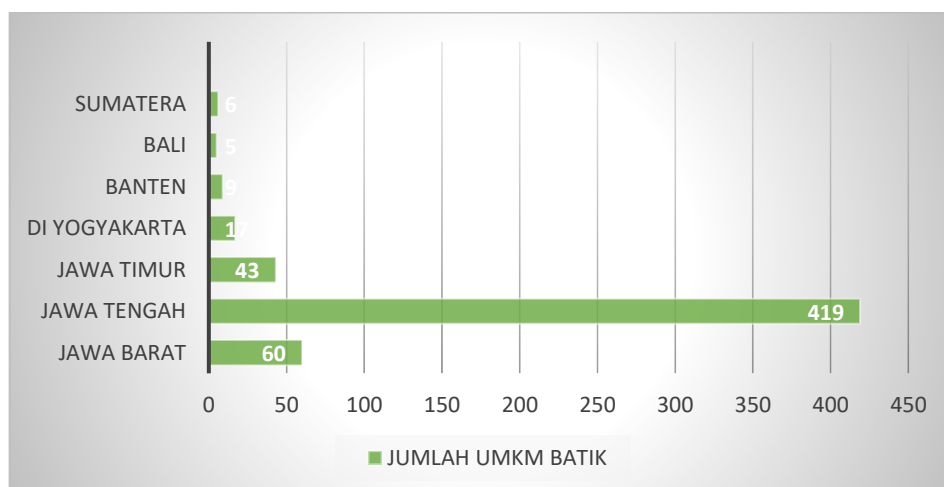


Sumber : Sensus Ekonomi 2016, <http://se2016.bps.go.id>

Gambar 1.2 Bidang Usaha UMKM Di Indonesia

Gambar 1.2 menyajikan informasi tentang bidang usaha yang ada dalam UMKM di Indonesia. Berdasarkan informasi di atas UMKM Batik dapat digolongkan pada kelompok bidang usaha non pertanian untuk sektor industri pengolahan. Sekitar 16.65% kontribusi yang diberikan kepada perekonomian Indonesia cukup besar bila dibandingkan dengan sektor lainnya. Keberadaan UMKM Batik dalam industri kreatif, memberikan peluang yang besar bagi perekonomian di Indonesia. UMKM Batik dengan produk batiknya dikategorikan sebagai bagian dari sektor industri kreatif yakni desain produk, fesyen atau kriya. Dalam penelitiannya tentang batik dan industri kreatif Indonesia (Yuwono, 2011) menyatakan bahwa batik tidak hanya dikembangkan sebagai produk yang berorientasikan produk sandang saja, tetapi dapat dikembangkan menjadi produk-produk yang kreatif seperti *education game*, *craft* dan *souvenir* sampai ke desain interior.

Perkembangan dan kemajuan UMKM Batik sampai saat ini belum merata, salah satu indikatornya adalah jumlah UMKM Batik di setiap wilayah Indonesia. Menurut data yang tercatat di Balai Besar Kerajinan dan Batik Indonesia (BBKI) dan Kementerian Perindustrian adalah sebanyak 460 yang tersebar di beberapa wilayah Indonesia, yakni Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Bali, Banten, dan Sumatera. Informasi tersebut diperoleh sebelum adanya pandemic covid-19.



Sumber : BBKI, Kementerian perindustrian, 2019,

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Gambar 1.3 Daerah Sebaran UMKM Batik Indonesia

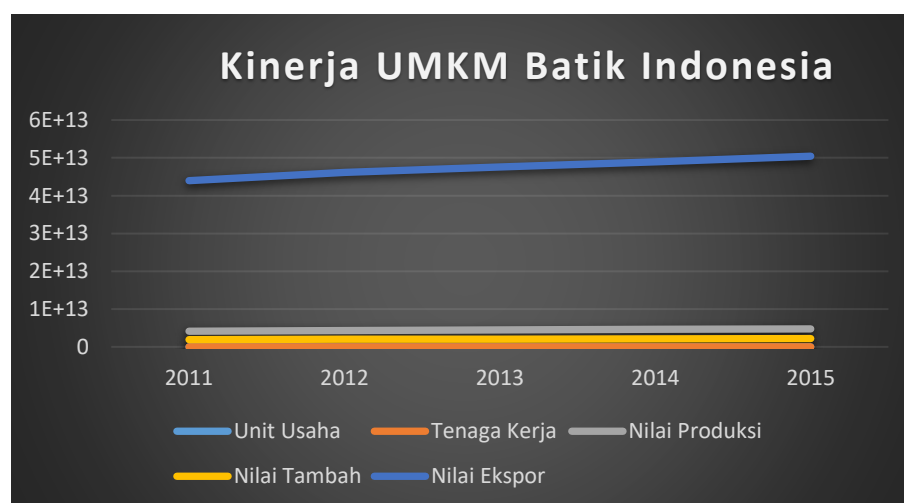
Pada Gambar 1.3, tercatat bahwa Jawa Tengah adalah daerah yang memiliki UMKM Batik terbanyak dibandingkan daerah lainnya. Diikuti oleh Jawa Barat, Jawa Timur, DI Yogyakarta, Banten, Sumatera dan Bali. UMKM batik menjadi kekuatan bagi perekonomian Indonesia. Keberadaan UMKM batik dalam perekonomian Indonesia memberikan kontribusi yang besar, tercatat kinerja UMKM Batik Indonesia berikut ini,

Tabel 1.1
Kinerja UMKM Batik di Indonesia

Tahun	Unit Usaha	Tenaga Kerja	Nilai Produksi	Nilai Tambah	Nilai Ekspor
2011	41.623	173.829	Rp 4,137 T	Rp 1,909 T	Rp 43,961 T
2012	43.704	182.521	Rp 4,344 T	Rp 2,005 T	Rp 46,159 T
2013	45.015	187.996	Rp 4,474 T	Rp 2,065 T	Rp 47,543 T
2014	46.365	193.635	Rp 4,608 T	Rp 2,127 T	Rp 48,970 T
2015	47.755	199.444	Rp 4,746 T	Rp 2,191 T	Rp 50,439 T

Sumber : Detik Finance,2015 *2015 angka

Tabel 1.1 menggambarkan kinerja UMKM Batik yang dilihat dari beberapa aspek yakni unit usaha, tenaga kerja, nilai produksi, nilai tambah, dan nilai ekspor yang mana menunjukkan peningkatan serta memberikan asumsi bahwa UMKM Batik memiliki peluang dan potensi yang besar dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi nasional. Besarnya kontribusi yang dicapai oleh UMKM Batik dari tahun 2011-2015 menunjukkan adanya keberhasilan dari UMKM batik pada umumnya. Lebih jelas dapat dilihat pada gambar berikut,



Sumber : Hasil Olahan Data Peneliti -Detik Finance, 2015

Gambar 1.4 Kinerja UMKM Batik Indonesia

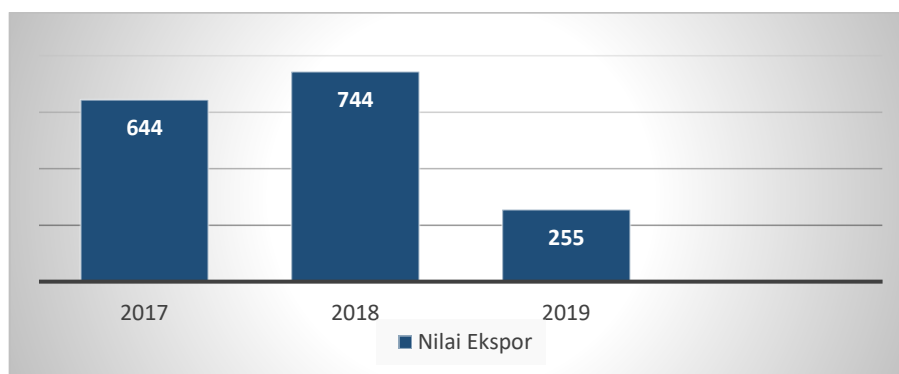
UMKM Batik berperan penting dalam menumbuhkan ekonomi nasional, dan ini telah dibuktikan dengan kemampuannya dalam menyumbang devisa Negara karena memiliki pasar ekspor yang besar seperti Jepang, Amerika Serikat dan Eropa. Informasi yang terkait dengan nilai ekspor batik nasional dari tahun 2017 – 2019 cenderung meningkat, hal ini terlihat pada Tabel 1.2 berikut ini.

Tabel 1.2 Nilai Ekspor Batik Nasional (2017-2019)

No	Tahun	Nilai Ekspor Batik Nasional
1	2017	US\$ 51,15 juta (644 Milyar)
2	2018	US\$ 52,40 juta (744 Milyar)
3	2019	US\$17,99 juta (255,4 Milyar)

Sumber: Kemenperindustrian, Tempo.2019

Tabel 1.2 menggambarkan nilai ekspor batik tahun 2017 ke 2018 meningkat sebesar 10,24 %, sedangkan dari tahun 2018 ke 2019 nilai ekspor batik mengalami penurunan 34,33%, dan hanya dapat menyumbang devisa US\$17,99 atau hal ini disebabkan oleh menurunnya permintaan global terhadap produk batik nasional. Dirjen IKM, Gati Wibawa (2019) mengungkapkan bahwa penurunan nilai ekspor batik nasional karena nilai permintaan global yang menurun disertai daya beli konsumen melemah, untuk meningkatkannya perlu dilakukan inovasi dan kolaborasi. Perubahan yang terjadi pada nilai ekspor tergambar sebagai berikut,



Sumber : Kemenperindustrian, Tempo.2019

Gambar 1.5 Nilai Ekspor UMKM Batik Indonesia

RINAWATI, 2021, *MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA*, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Kinerja UMKM Batik dilihat dari aspek tenaga kerja menunjukkan adanya peningkatan penyerapan tenaga kerja yang cukup signifikan, Dirjen IKM menjelaskan bahwa sampai tahun 2019 telah menyerap tenaga kerja sebanyak 200 ribu orang. Kinerja batik nasional akan terus memberikan kontribusinya yang besar kepada perekonomian nasional bila ada peran pemerintah untuk melakukan pembinaan terhadap para UMKM Batik yang ada di Indonesia. UMKM Batik yang ada di Indonesia sebenarnya memiliki peluang yang besar untuk dikembangkan, hanya saja peluang yang ada belum diimbangi dengan kemampuan yang dimiliki, sehingga tidak bisa membuat mereka berkembang lebih besar.

Diketahui bahwa batik merupakan hasil karya anak bangsa yang memiliki nilai seni yang tinggi, menggambarkan sebuah filosofi kehidupan, nilai budaya yang dituangkan pada selembar kain dengan menggunakan alat canting sehingga menghasilkan motif dengan kolaborasi warna yang indah. Batik bagi Indonesia tidak hanya menjadi *icon* di negaranya, tetapi menjadi *icon* di negara lain, seperti Jepang, Amerika Serikat dan Eropa, serta menjadi sumber kekayaan bangsa Indonesia, oleh karena itu harus dilestarikan, dan terus dikembangkan baik secara kualitas maupun kuantitas.

Pencapaian kinerja yang tinggi menunjukkan adanya keberhasilan dan kesuksesan dari sebuah UMKM Batik, namun hal itu tidak mudah dicapai. Beberapa hal seperti pencapaian kinerja yang belum maksimal, pemanfaatan generasi muda dalam kegiatan membatik yang belum maksimal, pemanfaatan teknologi yang belum merata, persaingan antar pelaku bisnis, keterbatasan modal yang dimiliki, serta strategi bisnis yang tidak jelas, tentunya akan menjadi hambatan bagi UMKM Batik dalam proses pengembangannya.

Menghadapi fenomena tersebut diperlukan solusi yang tepat sehingga menghasilkan suatu perubahan yang lebih baik bagi UMKM Batik. Penggunaan strategi yang tepat tentunya akan memberikan hasil serta peluang yang lebih baik dalam pencapaian kinerja bisnis. Melakukan inovasi dengan memaksimalkan sumber daya yang dimiliki akan menjadi kekuatan yang kemungkinan tidak dimiliki oleh UMKM Batik lainnya. Kekuatan yang dimiliki dari batik adalah

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

nilai filosofis yang terkandung pada sebuah motif dengan kolaborasi warna yang indah, dan akan menjadi ciri khas dari motif tersebut. Indonesia dengan keanekaragamannya dimulai dari suku, adat istiadat sampai dengan budaya, merupakan modal besar bagi UMKM Batik untuk berkembang.

Pengembangan UMKM Batik di Indonesia dilakukan juga oleh pemerintah, dengan mengadakan berbagai pelatihan serta pembinaan kepada seluruh UMKM Batik yang ada di Indonesia. Perhatian pemerintah terhadap pengembangan UMKM Batik menjadi motivasi yang positif bagi UMKM batik dalam melakukan pengembangan usahanya. Diketahui Bersama bahwa usaha batik yang dilakukan oleh para UMKM merupakan usaha turun temurun yang diwariskan dari para leluhurnya sejak abad XVII, apalagi sejak mendapat pengakuan secara internasional dari UNESCO, bahwa batik Indonesia sebagai *The Intangible Cultural Heritage* mampu merefleksikan aspek *oral traditional, social customs dan traditional handcraft*. (Apriliani & Wijayanto, 2018). Hal ini akan memberikan dampak positif pada proses pengembangan bisnis batik selanjutnya. Pengakuan batik dari UNESCO memberikan peluang yang besar sebagai motivasi bagi UMKM Batik untuk berkembang dan mengangkat nilai para pengrajin batik.

Melakukan inovasi sebagai upaya dalam meningkatkan kinerja bisnis adalah tepat, yakni dengan pemanfaatan sumber daya dan teknologi yang dimiliki secara maksimal, sehingga dapat menciptakan sesuatu yang menjadi kelebihan, yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. Pilihan yang tepat bagi UMKM Batik apabila dalam proses bisnis melibatkan sumber daya dan teknologi yang berdasarkan pada budaya lokal secara efektif dan efisien, dikarenakan batik merupakan produk yang memiliki nilai, identitas, serta ciri khas yang digambarkan pada motif, warna dan bahan. Dengan kata lain bahwa batik memiliki nilai kearifan lokal.

Melibatkan unsur kearifan lokal sebagai strategi dalam berinovasi merupakan upaya yang tepat bagi UMKM Batik dalam mengatasi permasalahan secara mandiri (Hidayat & Andarini, 2020), selanjutnya (Lokal et al., 2008) menjelaskan bahwa kearifan lokal merupakan strategi yang mampu mengadaptasi dalam mengatasi berbagai permasalahan yang muncul dalam masyarakat.

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Kearifan lokal dalam Bahasa Indonesia dipahami sebagai kebijakan setempat, nilai-nilai budaya yang dimiliki masyarakat lokal (*indigenous community*) dan tradisi yang dimiliki masyarakat setempat.(Hidayat & Andarini, 2020).

Kearifan lokal sebagai unsur strategi inovasi di dalamnya mencakup pemberdayaan kearifan lokal sebagai upaya atau proses menggali dan memanfaatkan potensi yang dimiliki masyarakat berupa tradisi budaya masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidup mereka. (Hidayat & Andarini, 2020). Pemberdayaan secara maksimal terhadap kearifan lokal memberikan peluang yang besar bagi UMKM untuk tetap bertahan dalam menghadapi permasalahan dan persaingan bisnis.

UMKM Batik di Indonesia terbentuk atas dasar tujuan untuk membantu perekonomian keluarga dengan melestarikan dan mengembangkan warisan budaya leluhur, sehingga akhirnya memberikan peluang bisnis yang cukup menguntungkan.(Amalia et al., 2018). UMKM Batik memiliki peluang besar jika dikelola secara baik dan benar oleh para pelaku bisnis. UMKM batik merupakan usaha perseorangan atau badan usaha perseorangan yang dikelompokkan berdasarkan kriteria yang dikeluarkan oleh pemerintah yakni Undang-undang No 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM), dijelaskan bahwa usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria asset: Maks. 50 Juta, dan kriteria Omzet: Maks. 300 juta rupiah.

Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha dengan kriteria asset: 50 juta - 500 juta, dan kriteria Omzet: 300 juta - 2,5 Miliar rupiah. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha kriteria asset lebih dari 500 juta sampai dengan 10 Milyar dan kriteria omzet penjualan antara 2,5 sampai 50 Milyar rupiah. (Nurhayati, khodijah, 2019). Adanya pengklasifikasian pada UMKM Batik, memberikan motivasi secara tidak langsung untuk mengembangkan usahanya ke level yang lebih tinggi.

Hal ini tentunya tidak mudah, membutuhkan strategi bisnis yang kuat sehingga tercapai kinerja bisnis yang sesuai dengan yang diinginkan. Pencapaian kinerja bisnis oleh suatu organisasi menggambarkan kesuksesan dari suatu bisnis, serta tingkat pencapaian tujuan bisnisnya dengan berbagai aktivitas yang menguntungkan. Pencapaian kinerja bisnis suatu organisasi merupakan hasil penerapan strategi bisnis dalam kurun waktu tertentu baik secara kualitas maupun kuantitas, hal ini menjadi kekuatan bagi organisasi untuk tetap bertahan pada bisnis yang dijalankan.

Ketepatan dalam menggunakan strategi dalam berbisnis akan menentukan pencapaian tingkat kinerja bisnis. Setiap organisasi bisnis dalam mencapai kinerja bisnis yang diinginkan tentunya harus memiliki strategi yang tepat, begitupun dengan UMKM Batik. UMKM Batik dalam mempertahankan usahanya diperlukan suatu strategi yang tepat sehingga bisa bertahan dalam menghadapi persaingan yang ada. Persaingan yang terjadi dalam kegiatan usaha, setiap waktu mendorong para pelaku bisnis untuk melakukan perubahan atau inovasi. Inovasi sebagai strategi didalamnya mencakup apa yang menjadi tujuan dari organisasi.

Pencapaian kinerja bisnis pada tingkat tertentu merupakan performa dari suatu organisasi dalam mencapai tujuannya secara efektif dan efisien. Beberapa peneliti memberikan pandangan terkait pencapaian kinerja bisnis suatu perusahaan diantaranya Siminica M. (2008) yang mengemukakan bahwa perusahaan akan dihargai pada saat performa perusahaan tercapai efisien dan efektif, yang mana menyoroti kinerja sebagai fungsi dari dua variabel, efisiensi dan kemanjuran. Kemanjuran mencerminkan pencapaian harapan eksternal, dan efisiensi diukur dengan pencapaian lingkungan internal perusahaan. (Monica & Achim, 2008).

Berbeda dengan pendapat (Siminica, Radu F, Taicu M, 2009) bahwa yang menjadi performa perusahaan, adalah ketika perusahaan berhasil menciptakan nilai bagi para pemegang sahamnya dan ini direalisasikan ketika pengembalian modal yang diinvestasikan lebih tinggi daripada biaya sumber pendanaan yang digunakan. (Monica & Achim, 2008). Temuan itu didukung oleh hasil penelitian

dari Philip M. Parker (2006), yang menyoroti kinerja perusahaan di seluruh dunia
RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

dengan memperhitungkan empat jenis tarif yang luas, yaitu: rasio profitabilitas, rasio pemanfaatan aset, leverage rasio dan rasio likuiditas. Colase B. (2009) berpandangan bahwa kinerja mencakup seperti pertumbuhan, profitabilitas, laba, produktivitas, efisiensi, dan daya saing.(Monica & Achim, 2008). Selanjutnya (Marmuse, 2000) menjelaskan bahwa kinerja sebagai salah satu yang dapat menjaga jarak dalam jangka panjang, dibandingkan dengan pesaing, dengan menggunakan motivasi yang kuat (berdasarkan sistem imbalan) dari semua anggota organisasi. (University of Oradea, Faculty of Economics, Oradea, Romania, 1918).

Keberhasilan suatu usaha tidak lepas dari strategi yang digunakan. Begitu juga dengan UMKM umumnya dan khususnya UMKM Batik Indonesia. Dibutuhkan strategi yang tepat dalam menjalankan kegiatan usaha di lingkungan UMKM Batik yang mana diketahui memiliki skala bisnis mikro, kecil dan menengah tentunya memerlukan kesesuaian dari strategi yang digunakan, sehingga terjadinya peningkatan terhadap kinerja bisnis dan dapat meningkat level usaha UMKM sendiri. Beberapa penelitian telah dilakukan terkait dengan kinerja bisnis, dan adanya faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis suatu perusahaan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh (Ellitan, 2006) tentang adanya pengaruh dimensi strategi inovasi terhadap kinerja bisnis, hasil penelitiannya pertama menjelaskan bahwa strategi inovasi yang tepat sangat diperlukan dalam meningkatkan kinerja finansial perusahaan dan kinerja keseluruhan. Kedua, inovasi produk, penggunaan sumber inovasi eksternal dan investasi teknologi berperan dalam meningkatkan *net profit margin*. Ketiga, untuk memperbaiki pertumbuhan penjualan diperlukan investasi teknologi lebih besar. Keempat, proses inovasi dan investasi diperlukan dalam meningkatkan *return on asset*.

Penelitian lain dilakukan oleh (Utami, 2009), penelitiannya terkait dengan bagaimana strategi inovasi bisa mempengaruhi kinerja operasional di industri kreatif batik Yogyakarta, dengan menggunakan model sekuensial, hasil penelitiannya menggambarkan adanya pengaruh yang signifikan secara langsung

dan tidak langsung antara dimensi strategi inovasi terhadap kinerja operasional.
RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

Orientasi kepemimpinan berpengaruh signifikan terhadap inovasi proses, inovasi produk, sumber internal, sumber eksternal, implementasi inovasi, tingkat investasi dan kinerja operasional. Inovasi produk, sumber internal dan implementasi inovasi berpengaruh signifikan terhadap tingkat investasi. Inovasi proses dan sumber eksternal tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat investasi.

Peneliti berikutnya adalah (Goedhuysa & Veugelers, 2012), dalam penelitiannya ditemukan sesuatu yang menarik yakni pertama, beberapa negara berkembang, juga di Brazil penggunaan strategi inovasi banyak melibatkan akuisisi teknologi, dengan memperoleh pengetahuan yang terkandung dalam mesin dan peralatan, secara eksklusif tetapi secara substansial, dalam kombinasi dengan pengembangan internal sendiri. Kedua, strategi inovatif berkontribusi secara signifikan dalam memperkenalkan inovasi baru.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh (Nybakk & Jenssen, 2012) terkait Strategi inovasi yang mencakup empat dimensi: inovasi dalam bentuk produk, proses, dan sistem bisnis tertanam dalam nilai dan prioritas manajemen serta tingkat pengeluaran dalam R&D. Iklim kerja yang inovatif dicontohkan oleh kohesi tim, dorongan pengawasan, sumber daya, otonomi, tantangan, dan keterbukaan terhadap inovasi. Dengan strategi inovasi dan iklim kerja yang inovatif memberikan dampak positif terhadap kinerja organisasi.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Al-Ansari et al., 2013), terkait dengan strategi inovasi terhadap kinerja bisnis di UMKM Dubai, diperoleh hasil penelitian bahwa inovasi memiliki hubungan positif dengan kinerja bisnis di UKM Dubai. Hasil ini memperkuat kumpulan dukungan empiris untuk pandangan bahwa inovasi memiliki dampak positif pada kinerja bisnis dan mereka menantang asumsi bahwa inovasi menguras sumber daya dan membahayakan keunggulan kompetitif perusahaan di pasar negara berkembang

Penggunaan dimensi strategi inovasi digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Karabulut, 2015) berbeda dari peneliti sebelumnya yakni agresif, analisis, pertahanan, masa depan, inovasi, proaktif, dan risiko terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa strategi inovasi perusahaan

manufaktur Turki mengarahkan mereka untuk meningkatkan kinerja

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

keuangannya., strategi inovasi mengarahkan perusahaan-perusahaan ini untuk meningkatkan kinerja pelanggan mereka, kinerja proses bisnis internal dan kinerja pembelajaran dan pertumbuhan

Selanjutnya (Exposito & Sanchis-Llopis, 2018) dalam penelitiannya yang mana menggunakan sampel berskala luas dari usaha kecil dan menengah (UKM) Spanyol, hasil temuan menyoroti dampak signifikan inovasi pada kedua dimensi kinerja bisnis ini, meskipun mereka berbeda dalam hal jenis inovasi dan indikator kinerja yang dipertimbangkan. Lebih lanjut, hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara pilihan inovasi dalam UKM dan kinerja bisnis harus dianalisis dari pendekatan multidimensi. Temuan ini mengungkapkan implikasi signifikan bagi kebijakan dan strategi inovasi bagi UKM.

Penelitian yang dilakukan oleh (Kurnia, 2018), dengan variabel dimensi strategi inovasi yang terdiri dari orientasi kepemimpinan, inovasi proses, inovasi produk, dan implementasi produk terhadap kinerja operasional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang tidak signifikan dari orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional, terdapat pengaruh yang signifikan inovasi proses terhadap kinerja operasional, terdapat pengaruh yang signifikan inovasi produk terhadap kinerja operasional, dan terdapat pengaruh yang signifikan implementasi inovasi terhadap kinerja operasional.

Selanjutnya (Haryani et al., 2019) dalam penelitiannya menggunakan variabel orientasi kepemimpinan pasar, tingkat investasi, dan strategi inovasi sebagai variabel *independent* Hasil dari penelitian ini adalah orientasi kepemimpinan pasar tidak berpengaruh tetapi tingkat investasi mempengaruhi strategi inovasi, Orientasi kepemimpinan pasar, tingkat investasi, dan strategi inovasi secara parsial mempengaruhi kinerja bisnis. Ada 2 jalur penelitian dalam penelitian ini, pertama terdiri dari jalur orientasi kepemimpinan pasar - strategi inovasi-kinerja bisnis, dan jalur kedua terdiri tingkat investasi - strategi inovasi - kinerja bisnis. Jalan yang dominan adalah jalan dari tingkat investasi- strategi inovasi-kinerja bisnis.

Peneliti (Borshalina, 2019) dalam penelitiannya menjelaskan penggunaan variabel strategi inovasi pada UMKM Batik Trusmi yang meliputi bahan baku

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

dapat mengurangi ketergantungan UMKM dari pemasok antara 30% - 60% dan Strategi inovasi teknologi dalam proses produksi berhasil menurunkan biaya produksi hingga kisaran 40% yang berdampak pada harga batik sekitar 20%.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Dari & Isfianadewi, 2020), berkaitan dengan variabel *product innovation; dynamic environment*; untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Hasil penelitian ini membuktikan bahwa lingkungan dinamis berpengaruh positif dan signifikan terhadap strategi inovasi produk. Kemudian inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh (Yacob et al., 2021) pada UMKM di provinsi jambi, diperoleh hasil penelitian bahwa *Social commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Provinsi Jambi, demikian pula keunikan kemampuan sumber daya ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha UMKM di Provinsi Jambi. Sebaliknya keunggulan bersaing dapat mengendalikan kinerja Usaha UMKM di Provinsi Jambi. Namun model pemanfaatan *social commerce* dan keunikan kemampuan sumber daya mempengaruhi kinerja usaha UMKM di Provinsi Jambi yang dimediasi oleh keunggulan bersaing. Berdasarkan penelitian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pentingnya strategi inovasi dalam organisasi, untuk melawan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan. (Hervas-Oliver et al., 2014)

Faktor lain yang dapat mempengaruhi kinerja bisnis adalah iklim organisasi. Novac, 2014 dalam penelitiannya menjelaskan bahwa iklim organisasi tercipta sebagai dampak dari kepemimpinan yang dijalankan, apabila kepemimpinannya dapat mencapai tingkat kinerja yang tinggi akan memunculkan reputasi yang baik terhadap iklim organisasi. Sejalan dengan penelitian tersebut dijelaskan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Solarte, 2009), bahwa Iklim organisasi sekarang merupakan faktor kunci dalam pengembangan bisnis. (Çalicioğlu Aliya, 2014; Jorge & López-Zapata, 2019) menjelaskan sesuatu yang berbeda dalam penelitiannya, dikatakan bahwa kondisi iklim organisasi tertentu akan memicu tingkat kinerja yang rendah di negara-negara yang dikenal luas.

Iklm organisasi selain menjadi variabel independen, menjadi mediasi bagi variabel kinerja bisnis (Zuraik et al.,2018; Çalıcıoğlu et.al.2014). Sementara keterkaitan atau pengaruh iklim organisasi terhadap kinerja bisnis sangat besar, seperti yang dikemukakan oleh (Mónica García, 2009); (Murphy, 2013); (Dwiharto et al.,2017); (Shanker et al., 2017); (Husnah et al.,2018) dalam penelitiannya mereka memberikan kesimpulan yang sama bahwa iklim organisasi (*organizational climate*) berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis (*business performance*). Iklim organisasi yang tercipta secara baik akan meningkatkan kinerja perusahaan, hal ini sebagai dampak dari keberhasilan seorang pemimpin, dalam penelitiannya mereka memberikan kesimpulan bahwa kepemimpinan transformasional mempunyai pengaruh yang positif terhadap iklim organisasi. (Novac et al., 2014); (Kohan,2018); (Zuraik et al.,2018); (Tebogo,2018); (Rivera et al.2019); (Jorge & López-Zapata, 2019)

Faktor lainnya yang tak kalah pentingnya, yakni modal sosial eksternal. Modal sosial yang bersifat eksternal terkait dengan semua hal yang dimiliki oleh organisasi sebagai modal dalam meningkatkan kinerja bisnis. Beberapa penelitian telah dilakukan terhadap modal sosial eksternal dengan pengaruh yang positif, diantaranya adalah (Dalbehera, 2011); (Liao et al., 2015); (Barroso-Castro et al., 2016). Peneliti lainnya yakni (Putri & Yuniawan, 2016) menjelaskan bahwa modal sosial eksternal tidak hanya berpengaruh terhadap kinerja bisnis saja, akan tetapi berpengaruh juga pada keunggulan bersaing.

Beberapa peneliti diantaranya (Akintimehin et al., 2019) menjelaskan berbeda dengan yang lain yakni modal sosial eksternal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan non-kinerja, kemudian (Cuevas-Rodríguez et al., 2014) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa modal sosial eksternal tidak sekuat internal SC, dan adanya efek interaksi SC internal dan eksternal akan mengurangi efek positif SC internal.

Keberhasilan usaha sangat ditentukan oleh kemampuan seorang pemimpin dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Seorang pemimpin menjadi penggerak bagi organisasinya dalam mencapai tujuan perusahaan. Untuk mencapai semua itu dibutuhkan suatu kemampuan, keterampilan atau skill terkait dengan bagaimana

RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

menjadikan suatu organisasi maju dan berkembang. Organisasi pada umumnya dan UMKM Batik khususnya membutuhkan seorang pemimpin yang memiliki visi dan misi yang jelas, serta melakukan perubahan-perubahan yang mengarah pada kemajuan. Pemimpin yang memiliki orientasi pada perubahan adalah tepat untuk diimplementasikan saat ini. Gambaran pemimpin seperti itu lebih tepat disebut kepemimpinan transformasional.

Pentingnya Kepemimpinan yang bersifat transformasional dalam suatu organisasi bisnis seperti UMKM digambarkan dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sattayaraksa & Boon-itt, 2018); dijelaskan bahwa kepemimpinan transformasional memberikan pengaruh yang positif terhadap kinerja bisnis suatu organisasi melalui pembelajaran organisasi dan inovasi. Ada perbedaan dengan (Victor, Hakan Erkutlu, 2008; Para-González et al., 2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kepemimpinan transformasional selain berpengaruh terhadap kinerja bisnis, dapat merangsang adanya komitmen dan kepuasan kerja.

(Brandt et al., 2016) dalam hasil penelitian ditemukan bahwa kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif yang lemah terhadap profitabilitas dalam kondisi umum, sehingga harus dimodifikasi sesuai dengan situasi yang berbeda. Berbeda dengan (Strukan et al., 2019), dimana menguraikan hasil penelitiannya bahwa kepemimpinan transformasional memiliki dampak positif pada perolehan kinerja keuangan tingkat tinggi perusahaan dan pengembangan produk baru. Kepemimpinan transformasional dijelaskan oleh (Nguyen et al., 2017); Abdul et al., 2013; Sethibe, 2018; dalam penelitiannya bahwa secara langsung berpengaruh terhadap kinerja bisnis.

Dari paparan mengenai penelitian sebelumnya maka peneliti mengelompokkan *research gap* penelitian pada beberapa hal yakni *research gap* Pertama berkaitan dengan terjadinya di berbagai UMKM dengan bidang usaha yang berbeda seperti jasa, makanan, batik, handcraft, fesyen dan perusahaan manufaktur. Kedua penelitian yang terjadi ada yang dari bukan di Indonesia, seperti Norwegia, Spanyol, Turkey, Dubai, Brazil, Rumania, Afrika, Malaysia dan lain-lain. Ketiga penelitian di atas menggunakan variabel yang berbeda satu

dengan yang lainnya. Keempat terjadi perbedaan hasil penelitian diantaranya, untuk
RINAWATI, 2021, MODEL STRATEGI INOVASI BERBASIS KEARIFAN NILAI LOKAL DALAM MENINGKATKAN KINERJA BISNIS UMKM BATIK INDONESIA, UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA, repository.upi.edu., perpustakaan.upi.edu.

variabel strategi inovasi adanya pengaruh yang signifikan secara langsung dan tidak langsung antara dimensi strategi inovasi terhadap kinerja operasional, (Utami, 2009); adanya pengaruh yang tidak signifikan dari orientasi kepemimpinan terhadap kinerja operasional, (Kurnia, 2018); orientasi kepemimpinan pasar tidak berpengaruh tetapi tingkat investasi mempengaruhi strategi inovasi, (Haryani et al., 2019); modal sosial eksternal tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan dan non-kinerja, (Akintimehin et al., 2019); modal sosial eksternal tidak sekuat internal SC, dan adanya efek interaksi SC internal dan eksternal akan mengurangi efek positif SC internal (Cuevas-Rodríguez et al., 2014); kepemimpinan transformasional memiliki pengaruh positif yang lemah terhadap profitabilitas dalam kondisi umum (Brandt et al., 2016)

Adanya perbedaan yang terjadi dari beberapa hasil penelitian terdahulu, maka penulis dalam penelitian ini menggunakan variabel-variabel penelitian yang sebelumnya dikaji secara terpisah dalam menganalisis kinerja bisnis pada UMKM Batik Indonesia. Strategi inovasi menjadi kunci dalam meningkatkan kinerja bisnis, yang mana dikolaborasikan dengan variabel kepemimpinan transformasional, iklim organisasi, dan modal sosial eksternal. Penulis berasumsi bahwa kolaborasi keempat variabel akan berperan terhadap pencapaian kinerja bisnis. Empat variabel tersebut menjadi suatu kekuatan bagi semua organisasi dan khususnya bagi UMKM batik yang ada di Indonesia.

Berdasarkan paparan di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih jauh keterkaitan Kinerja bisnis dengan dengan variabel-variabel tersebut sehingga menjadi sebuah model strategi yang dapat digunakan pada UMKM umumnya dan khususnya UMKM Batik Indonesia.

1.2. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dirumuskan beberapa hal dalam penelitian ini.

1. Bagaimana gambaran kepemimpinan transformasional, iklim organisasi, strategi inovasi, modal sosial eksternal dan kinerja bisnis UMKM Batik Indonesia ?
2. Bagaimana kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap iklim organisasi pada UMKM Batik Indonesia?
3. Bagaimana modal sosial eksternal berpengaruh terhadap iklim organisasi pada UMKM Batik Indonesia ?
4. Bagaimana kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia ?
5. Bagaimana modal sosial eksternal berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia ?
6. Bagaimana iklim organisasi berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia?
7. Bagaimana iklim organisasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM Batik Indonesia?
8. Bagaimana strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM batik Indonesia ?
9. Bagaimana kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis melalui strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia?
10. Bagaimana modal sosial eksternal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia?

1.3. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Gambaran kepemimpinan transformasional, modal sosial eksternal, iklim organisasi, strategi inovasi, dan kinerja bisnis UMKM Batik Indonesia.
2. Kepemimpinan transformasional berpengaruh Terhadap Iklim Organisasi Pada UMKM Batik Indonesia.

3. Modal sosial eksternal berpengaruh terhadap iklim organisasi pada UMKM Batik Indonesia.
4. Kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia.
5. Modal sosial eksternal berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia.
6. Iklim organisasi berpengaruh terhadap strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia.
7. Iklim organisasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM Batik Indonesia.
8. Strategi inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada UMKM Batik Indonesia.
9. Kepemimpinan transformasional berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui strategi pada UMKM Batik Indonesia
10. Modal sosial eksternal berpengaruh terhadap kinerja bisnis melalui strategi inovasi pada UMKM Batik Indonesia

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan ilmu baik secara praktis maupun akademik:

1. Secara Akademis:
 - a. Pengembangan keilmuan manajemen strategik, khususnya pengembangan teori yang terkait dengan peningkatan kinerja bisnis UMKM yang berbasis kearifan nilai lokal.
 - b. Bagi peneliti di dalam kajian manajemen strategik, dapat memahami secara maksimal isu-isu global yang terjadi serta perkembangannya terkait dengan kajian kinerja bisnis di lingkungan UMKM batik yang ada di Indonesia.
 - c. Temuan penelitian dapat memberikan kontribusi dalam pemikiran dan memperkuat teori serta hasil penelitian sebelumnya khususnya di bidang manajemen strategik, dan khususnya terkait variabel kepemimpinan

transformasional, modal sosial eksternal, iklim organisasi, strategi inovasi dan kinerja bisnis.

2. Secara Praktis:

- a. UMKM Batik Indonesia dapat meningkatkan kinerja bisnis dengan menggunakan model strategi inovasi berbasis nilai kearifan lokal.
- b. UMKM Batik Indonesia dapat menerapkan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kinerja bisnis secara maksimal.
- c. Memberikan manfaat serta solusi bagi semua UMKM umumnya dan khususnya bagi UMKM batik yang mempunyai masalah dalam mencapai kinerja bisnis yang diinginkan.
- d. Memberikan informasi awal yang berguna bagi para peneliti masa depan, baik bagi mereka yang saat ini dan akan melakukan penelitian di bidang strategik