

ANALISIS KAPABILITAS INOVASI PADA UMKM INDUSTRI BUSANA MUSLIM DI BALUBUR TOWN SQUARE



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:
Fransiskus Yoga Saputra
2013120039

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-
XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2017

INNOVATION CAPABILITY ANALYSIS TOWARDS MOSLEM'S FASHION MSMEs INDUSTRY IN BALUBUR TOWN SQUARE



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements
for Bachelor's Degree in Economics

By
Fransiskus Yoga Saputra
2013120039

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN – PT No. 227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2017

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS KAPABILITAS INOVASI PADA USAHA MIKRO,
KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) INDUSTRI BUSANA
MUSLIM DI BALUBUR TOWN SQUARE**

Oleh:

Fransiskus Yoga Saputra
2013120039

Bandung, Juli 2017

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dra. Triyana Iskandarsyah, M.Si.

Pembimbing Skripsi,

Ria Satyarini, S.E., M.Si.

Ko-pembimbing Skripsi,

Katlea Fitriani, ST., MSM.

PERNYATAAN



Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Fransiskus Yoga Saputra
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 6 Oktober 1994
NPM : 2013120039
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:
Analisis Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
(UMKM) Industri Busana Muslim di Balubur Town Square

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan :
Ria Satyarini, S.E., M.Si. dan Katlea Fitriani, S.T., MSM.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (Plagiarism) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 3 Agustus 2017

Pembuat pernyataan: Fransiskus Yoga Saputra



(Fransiskus Yoga Saputra)

ABSTRAK

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Data menunjukkan bahwa fesyen berkontribusi besar dalam pemasukkan negara, dimana fesyen menempati posisi kedua dalam kontribusi nilai tambah bruto dan posisi pertama dalam kontribusi ekspor subsektor ekonomi kreatif. Pertumbuhan ekonomi kreatif tidak lepas dari kontribusi setiap daerah. Bandung mencatat bahwa salah satu penyumbang laju pertumbuhan ekonominya adalah industri fesyen. Bandung juga mendapatkan penghargaan sebagai kota dengan perkembangan UKM terbaik se-Indonesia. Industri busana muslim merupakan salah satu industri yang berkembang di Bandung. Salah satu lokasi sentra industri busana muslim adalah *Balubur Town Square*. Banyaknya UMKM busana muslim di kota Bandung mengharuskan pelaku usaha untuk melakukan inovasi secara terus-menerus dalam produksinya agar dapat bertahan dari kerasnya persaingan yang disebut sebagai Kapabilitas Inovasi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kapabilitas dari sektor UMKM di Baltos.

Kapabilitas Inovasi merupakan kemampuan untuk menciptakan atau mengembangkan inovasi terus-menerus dalam produk maupun pelayanan serta metode yang bertujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pasar maupun untuk kemajuan perusahaan itu sendiri. Terdapat tujuh dimensi untuk mengukur kapabilitas inovasi menurut Saunila (2017), yaitu *Leadership, Structures, Work Well-Being, Know-How, Regeneration, External Knowledge, dan Employee Activity*.

Desain penelitian yang penulis lakukan termasuk ke dalam jenis *applied research* dimana berdasarkan tujuannya, penelitian ini termasuk ke dalam desain penelitian deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelaku usaha industri busana muslim di Baltos yang berjumlah 114 pelaku usaha dimana penulis menetapkan sampel sebanyak 90 berdasarkan *Table Sample Size for a Given Population*. Teknik pengambilan sampel yang penulis lakukan adalah *Purposive Sampling*.

Hasil dari analisa deskriptif menunjukkan bahwa pada umumnya kapabilitas inovasi pada industri busana muslim di Baltos menunjukkan kategori yang tinggi. Jika diuraikan berdasarkan UMKM, pada usaha mikro dan kecil memiliki kapabilitas inovasi yang cenderung lebih rendah dibandingkan usaha menengah dimana rata-rata hitung menunjukkan kategori sedang untuk usaha mikro dan kecil.

Untuk meningkatkan kapabilitas pada UMKM, perbaikan perlu dilakukan terutama untuk usaha mikro dan kecil yang memiliki rata-rata hitung sedang. Dimensi yang perlu mendapat perhatian adalah dimensi *Leadership, Know-How, Regeneration, dan External Knowledge*. Namun, kunci dari kemampuan berinovasi yang baik terletak pada *Leadership* dan *Work Well-Being*. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu untuk memprioritaskan perbaikan pada dimensi tersebut terlebih dahulu sebelum melakukan perbaikan pada dimensi lainnya.

Kata Kunci: Kapabilitas Inovasi, UMKM

ABSTRACT

The creative economy becomes one of the potential sectors to drive national economic growth. The data show that fashion contributes greatly to the country's income, where fashion occupies second position in the gross value added contribution and the first position in the export contribution of creative economy sub-sector. Creative economic growth can not be separated from the contribution of each region. Bandung is one of the contributor to the economic growth rate. The fashion industry in this city is keep growing and it leads this city to receive an award as a city with the best development in SMEs.

Muslim fashion industry is one of the growing industries in Bandung. One of the centers of the Muslim fashion industry is Balubur Town Square. The number of SMEs Muslim fashion in the city of Bandung relies heavily on efforts to innovate continuously in production in order to survive the harsh competition called the Innovation Capabilities. The purpose of this study is to determine the level of SME sector capabilities in Baltos.

Innovation Capability is an ability to create or develop continuous innovations in products and methods that are also to improve the company's performance in meeting market needs and for the company's own progress. There are seven dimensions to measure innovation capability according to Saunila (2017), namely Leadership, Structure, Work Welfare, Knowledge, Regeneration, External Knowledge, and Employee Activity.

Research design that the authors do include into the type of applied research where based on its purpose, this research is included in descriptive research design. The population in this research is businessman of Muslim fashion industry in Baltos skilled 114 business actors in which the authors determine the sample as much as 90 based on Sample Size Table for Population Given. Sampling technique that writer do is Purposive Sampling.

The results of descriptive analysis show that the compound on the Muslim foam industry in Baltos shows a high category. If lying on MSMEs, in micro and small enterprises have lower capability less average business count shows medium category for micro and small enterprises.

To improve the capability of MSMEs, improvements need to be made to micro and small enterprises with medium average averages. The dimension that needs attention is. Leadership, Know-How, Regeneration, and External Knowledge. However, the key to good innovation is in Leadership and Work Welfare. Therefore, business actors need to prioritize improvements to these dimensions first before making improvements to other dimensions.

Keywords: Innovation Capability, MSMEs

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat, terang serta bimbingan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Kapabilitas Inovasi pada UMKM Industri Busana Muslim di Balubur Town Square” dengan baik. Skripsi ini menjadi syarat kelulusan penulis dalam jenjang pendidikan S1, program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Penulis menyadari dalam masa proses perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan serta rintangan yang harus dilalui. Dalam melalui segala hal tersebut, banyak pihak yang mendukung dengan berbagai cara. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah meluangkan waktu untuk penulis, yaitu:

1. Keluarga inti penulis, yaitu mamah (Silvia Iryani) , papah (Stefanus Mujono), dan kakak (Antonius Bambang Susanto), yang selalu mendoakan penulis serta mendukung penulis dalam segala kegiatan yang penulis lakukan.
2. Keluarga besar penulis, yang selalu mendoakan penulis dan menghibur penulis ketika sedang pusing, terutama untuk sepupu-sepupu kecil (Besta, Keenan, Maska) yang menghibur penulis dengan kepolosannya setiap hari di rumah.
3. Ibu Ria Satyarini, S.E., M.Si. dan Ibu Katlea Fitriani S.T., MSM., selaku dosen pembimbing dan ko-pembimbing yang sangat *friendly*. Terima kasih juga telah memberikan ide untuk membuat topik baru dan selalu memberikan pencerahan kepada penulis dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih juga karena selalu meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukan yang dimiliki sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tepat waktu.
4. Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., selaku dosen wali penulis selama menempuh pendidikan S1 di Universitas Katolik Parahyangan. Penulis bersyukur bisa bertemu dosen wali yang supel, asik, dan cerdas. Terima kasih telah

memberi pembelajaran kepada penulis untuk melayani tanpa batas dan tanpa embel-embel apapun.

5. Ibu Dr. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.
6. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.
7. Seluruh dosen pengajar Universitas Katolik Parahyangan yang telah bersedia membagikan ilmu kepada penulis dari awal penulis menjadi mahasiswa sampai pada penulis menyusun skripsi.
8. Pegawai, Petugas Kebersihan, Satuan Pengamanan, Petugas Parkir, dan seluruh elemen UNPAR yang telah mendukung kelancaran kegiatan belajar mengajar penulis. Terutama untuk Doddy, yang selalu memberikan lahan parkir kepada penulis disaat penuh dan menjaga kendaraan serta helm penulis selama berkuliah di UNPAR.
9. Teman-teman ‘Skripsi Bu Ria’, Nathania Fransisca dan Wiwied Danastri yang bersama-sama menyelesaikan skripsi hingga akhir. Kemudian untuk Jeremmy Joseph, Handi Salim, dan Andrio yang tumbang ditengah jalan, semoga cepat menyusul!
10. Teman-teman ‘Mene Hatjeup’, Rafael Rizky Christian, Alexander Albert Agusta, Nathania Fransisca, Livia Styadi, dan Anastasia Devina yang selalu berisik seperti ‘toa’ dimanapun. Terima kasih karena telah membantu penulis selama mengerjakan skripsi dan menemani penulis selama di UNPAR.
11. Teman-teman ‘#RevolusiBuntu’, Dika, Dio, Seblay, Jerry, Adri, Levi, Riansyah, Savero, Kamal, Alfa, Marco, Ryoji, Richard, Rangga, Kumprit, Tsaqif, Adi, Sulis, Decky, Adizar, Hanif, Dicky, Rendy, Ican, Akbar, Akil, Brey, Tia, Ira, Kaul, Iran, Laras, Riri, Bella, Asifa, Rifa, Aput, Mega, Desti, Airien, Aisha, Cha-Cha, Ate, Evelyne, Cipo, Astrid, Dara, Degita, Irene, Faza, Nida, Niken, Saras, Sarlot, Thea, Tanya, dan lain-lain yang telah menemani penulis pada awal semester terutama dalam berproses di kegiatan organisasi kemahasiswaan himpunan manajemen.

12. Teman-teman ‘Manajemen 2013’, Evander, Wkang, Mario, Glenn, Gayung, Kris, Krida, Albertus, Handy, Reza, Theo, Kevin, Lucky, Kendy, Ardy, Edzel, Moncong, Maska, BM, Adhi, Adit, Albert, Edbert, Bobby, Vito, Yoshea, David, Felix, Chou-Chou, Gilbert, Novi, Nena, Angel, Friska, Nene, Mia, Lulu, Christine, Cynthia, Siska, Olivia, dan lain-lain yang menemani penulis saat makan, tugas, bermain, *nongkrong*, dan segala aktivitas lainnya. Terima kasih telah menjadi bagian dari manajemen 2013 dalam berproses selama di UNPAR.
13. Teman-teman ‘Suka-Suka’, Ryan Joe, Marcelus Calvin, Rheza Pradipta, Ronny, Aalvar, Shaka, Ega, Edho, Heraklos, Menchen, Ricky, Arneydo, Arthur, Da Costa, Sidqy, Yogi yang menjadi teman pertama penulis di Manajemen sekaligus kakak kelas penulis yang melindungi serta membantu penulis dalam proses belajar mengajar.
14. Teman-teman ‘Bangga LKM 2015/2016’, Stephen Angkiriwang, Gema Satrio, Bhareno Barus, Fransiskus Bobby Wijaya, Timothy Ariel Wijaya, Nadia Prameswary, Stefanus Benny Adam, Angela Indah, Machiell Jessica, Marcella Claudia dan teman-teman yang tergabung ke dalam program kerja SIAP Gabungan 2015, Expo UKM 2015, Persada 2015, serta MPU 2016. Terima kasih karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk berproses di kampus jingga dan membantu penulis dalam pembentukan karakter.
15. Teman-teman ‘Inspirasi LKM 2016/2017’, Ira F. Aulia, Sarah Lucia, Tania Diamanta, Nathaniel Sugianto, Muhammad Fakhri, Fadhil Hazmi, Adi Anto Arminta, Yosef Aldy, Yohanes Andika, Rama Dwiwahyu, Yudhistira Adi, Nixon, Anthony, Faisal Al Mulk, Olivia Bella, Arifin Dobson, Michael T. Nugraha, Rankin, Bobby, Aryadiva, Bryan, Ficky, Tata, Glenn, Juan, Adi, Faw, Nindy, Bianda, Stephanie, Dede, Anly, Haggai dan semua tim inspirasi. Terima kasih untuk proses pemilu presiden mahasiswa yang panjang dan berbuah manis walaupun penuh dengan suka dan duka. Terima kasih untuk pengalaman serta totalitas kerja yang teman-teman lakukan. Semoga sukses untuk kedepannya!
16. Teman-teman ‘Lalala Festival’, Indah, Meylina, Vera, Uga, Andra, Didit, Sakti, Rigel, Etta, Medina, Iman, Nely, Naufal, Jasmir, Adi, Juan, Farhan, Doro, dan

teman-teman lainnya yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk berorganisasi di luar kampus sekaligus program kerja terakhir penulis selama berkuliah.

17. Teman-teman ‘Mudika Santa Odilia’, Bang Vanda, Om Didit, Mas Babun, Mas Mpx, Mbak Rere, Mbak Ria, Yosef, Aan, Robin, Wawan, Lisa, Prila, Winda, Wilma, Bambang, Bobby, Thessa, Andre, Annas, Arvin, Bona, Ludo, Bede, Doni, Jourdan, Septi, Retha, Ndus dan teman-teman lainnya. Terima kasih untuk memberikan pengalaman yang sangat banyak terutama dalam berorganisasi dan memberikan semangat pelayanan baik di Gereja maupun di Masyarakat. Terima kasih untuk pembentukan karakter yang penulis dapatkan.
18. Teman-teman ‘Pantau’, Cristian Teja Saputra, Tommy Arya Rahmawan, Yohanes Pepi, Jedikson Leo yang menemani penulis untuk berkendara roda dua ketika jenuh. Terima kasih untuk kegiatan gila yang kalian lakukan dalam hidup penulis terutama untuk kegiatan mendadakunya dan ternak motornya.
19. Teman-teman ‘Mas-Mas Kesepian’, Christian Ronny, Rizky Christian, Troy, Valentinus Sabar yang menghibur penulis dengan stok wanitanya.
20. Jennifer Lie dan Clement Hironimus, terima kasih untuk menjadi teman dalam bermain dan berfoto ditengah kesibukan serta jarak yang memisahkan.
21. Teman-teman ‘Lunatic Glory Days Custom Modify’, Aloysius Endra, Paulus Yohan, Leonard, Marcuz, Ade Candra, Aloysius Denis, Jati, Jex, dan teman-teman lainnya yang memberikan pengalaman kepada penulis dalam memodifikasi motor dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk terjun dalam proyek-proyek motor, terutama *Honda Dream Ride Project 2017* yang paling menguras tenaga.
22. Teman-teman ‘Bentol’ dan ‘Anti-Bentol’, Nicolas Orlando, Timothy Adrianus, Ferdy Hendrian, Renaldi Nugroho, Mikael Yonathan, Regina, Lala, Laras, Jejes, Anne, Sabar dan lainnya yang selalu menghibur penulis dengan kegilaannya.
23. Teman-teman ‘Krispy Cemplon Oyol’, Clement, Mario, Dion, Grady, Ferdy, Sabar, Ken, CK, Krisna, Yonathan, Tepi, Raras, Carla, Lala, Citta, Floren, Ima, Irmina, Jejes, Joan, Jojo, Violeta dan yang lainnya. Terima kasih telah menghibur penulis dan selalu mengajak penulis untuk bermain dan berkumpul.

24. Teman-teman ‘Nu Suflet’, Ryan Joe, Victor, Juan, Khrisna, Abah, Marvel, Algi, Ivan, Clement, Ezra yang menemani penulis dalam bermusik.
25. Teman-teman ‘Alumni Angela Sehat’, Enrico, Mote, Calvin, Oline, Mbe, Asiong, Aloy, Andres, Ivan dan lain-lain yang membuat penulis menjadi sehat.
26. Teman-teman ‘X’, Gabriella Graciastella, Olivia Marianne, Anastasia Saras, Valentinus Sabar, yang menghibur penulis dengan ketidakwarasannya.
27. Teman-teman ‘Likiat’, Ivana Perlita, Viona Veronica, Elvina Hanna, Putri Febri, Sisca Tania, Rico, Eas, dan lain-lain yang menemani penulis dalam bermain.
28. Teman-teman ‘hukum’, Bernadeta Erika, Bella, Joselyne Lesmana, Moelyanti, Regina, yang selalu menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi.
29. Teman-teman ‘Orchid Society’, Andreas, Tommy, Aldy, Andika, Tian, Gom-Gom, Domi, Pandu, Wisnu, Jedikson, Albert, Willy, Ezra, Praka, Andre, Andi, Katya Prijanka, Ocha, Fellien, Devina, Erika, Stella, Sonya, Uthe, Adis, Tika, Mardi, Echy, Ninis, dan lainnya yang selalu mendukung penulis dalam segala kegiatan penulis dan menjadi teman main penulis saat di SMP Santa Ursula hingga sekarang dan telah membantu menyelesaikan skripsi penulis.
30. Semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Terima kasih telah membantu penulis dalam mengerjakan skripsi maupun dalam kegiatan penulis. Tuhan memberikati semuanya.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari skripsi ini, mengingat kurangnya pengetahuan dari penulis. Maka dari itu, penulis berharap ada kritik dan saran yang membangun dari semua pihak agar lebih baik kedepannya. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih dan semoga bermanfaat bagi para pembaca.

Bandung, Juli 2017

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Inovasi	12
2.1.1 Jenis Inovasi	14
2.1.2 Mengukur Inovasi	16
2.2 Kapabilitas Inovasi	17
2.2.1 Dimensi Kapabilitas Inovasi	20
2.3 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	28
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	30
3.1 Metode Penelitian	30
3.1.1 Langkah-Langkah Penelitian	30
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data	33
3.1.3 Populasi dan Sampel	34
3.1.4 Teknik Pengukuran Data	36
3.1.5 Operasionalisasi Variabel	36
3.1.6 Uji Validitas dan Realibilitas	40
3.1.7 Teknik Analisis Data	42

3.2	Objek Penelitian dan Profil Responden.....	44
BAB 4	HASIL DAN PEMBAHASAN	53
4.1	Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos	53
4.1.1	<i>Leadership</i>	53
4.1.2	<i>Structures</i>	58
4.1.3	<i>Work Well-Being</i>	64
4.1.4	<i>Know-How</i>	68
4.1.5	<i>Regeneration</i>	71
4.1.6	<i>External Knowledge</i>	74
4.1.7	<i>Employee Activity</i>	76
4.1.8	Hasil Kapabilitas Inovasi Busana Muslim di Baltos.....	79
4.2	Perbandingan Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim Berdasarkan UMKM di Baltos.....	80
4.2.1	<i>Leadership</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	81
4.2.2	<i>Structures</i> Digolongkan berdasarkan UMKM	85
4.2.3	<i>Work Well-Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	90
4.2.4	<i>Know-How</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM.....	94
4.2.5	<i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	97
4.2.6	<i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	100
4.2.7	<i>Employee Activity</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM.....	103
4.2.8	Hasil Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos Digolongkan Berdasarkan UMKM.....	105
BAB 5	109
	KESIMPULAN DAN SARAN.....	109
5.1	KESIMPULAN	109
5.2	SARAN	109
	DAFTAR PUSTAKA	113
	LAMPIRAN.....	118
	RIWAYAT HIDUP PENULIS	146

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Nilai Tambah Bruto Subsektor Ekonomi Kreatif	1
Tabel 1. 2 Data Ekspor Subsektor Ekonomi Kreatif.....	2
Tabel 1. 3 <i>Preliminary Research</i>	6
Tabel 2. 1 <i>The Mainstream of Innovation Typologies</i> (Azis & Suroso, 2015).....	14
Tabel 2. 2 <i>The Mainstreams of Innovation Measurements</i> (Azis & Suroso, 2015).....	16
Tabel 2. 3 Indikator <i>Innovation Capability</i> Menurut Saunila (2017)	25
Tabel 2. 4 Perbandingan Dimensi <i>Innovation Capability</i> Saunila, Ukko (2013) dan Saunila (2017).....	26
Tabel 2. 5 Kategori Pelaku Usaha.....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Menurut Saunila (2017).....	37
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	41
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 3. 4 Kategori Nilai Rata-Rata Hitung pada Analisa Deskriptif.....	43
Tabel 4. 1 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i>	54
Tabel 4. 2 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i>	59
Tabel 4. 3 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Work Well-Being</i>	64
Tabel 4. 4 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Know-How</i>	69
Tabel 4. 5 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i>	72
Tabel 4. 6 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i>	74
Tabel 4. 7 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i>	77
Tabel 4. 8 Rata-Rata Hitung <i>Innovation Capability</i>	79
Tabel 4. 9 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i> Digolongkan berdasarkan UMKM...81	
Tabel 4. 10 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM..86	

Tabel 4. 11 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Work Well-Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM.....	91
Tabel 4. 12 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Know-How</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	94
Tabel 4. 13 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM	97
Tabel 4. 14 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMKM.....	101
Tabel 4. 15 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i> Digolongkan berdasarkan UMKM.....	104
Tabel 4. 16 Rata-Rata Hitung <i>Innovation Capability</i> Berdasarkan UMKM	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kerangka Inovasi Muller, Valikangas, & Merlyn (2005)	9
Gambar 1. 2 Indikator <i>Innovation Capability</i> menurut Saunila (2017)	10
Gambar 3. 1 Langkah-Langkah Penelitian.....	32
Gambar 3. 2 Jumlah Karyawan Pelaku Usaha di Baltos	44
Gambar 3. 3 Omzet Pelaku Usaha di Baltos	45
Gambar 3. 4 Kategori Pelaku Usaha di Baltos.....	45
Gambar 3. 5 Cara Pelaku Usaha Mendapatkan Produk	46
Gambar 3. 6 Produk yang Dijual Pelaku Usaha di Baltos	47
Gambar 3. 7 Baju Kaftan	48
Gambar 3. 8 Baju Gamis	49
Gambar 3. 9 Baju Abaya.....	50
Gambar 3. 10 Contoh Hijab dan Jilbab	50
Gambar 3. 11 Contoh Ciput	51
Gambar 3. 12 Contoh Celana	52
Gambar 3. 13 Contoh Kemeja.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Penelitian Pendahuluan
- Lampiran 2 Contoh Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Profil Responden
- Lampiran 4 Rekapitulasi *Innovation Capability*
- Lampiran 5 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Terbukti dengan kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB nasional sebesar 7.05 % atau Rp 641,81 triliun di tahun 2013. Kontribusi ekonomi kreatif terhadap PDB tidak beranjak dari angka 7 persen terbilang selama tahun 2013 hingga 2015. Ekonomi kreatif menduduki peringkat ke tujuh dari 10 sektor kontributor PDB nasional (Siaran Pers, 2016).

Kepala Badan Ekonomi Kreatif menyebutkan bahwa ada 16 subsektor ekonomi kreatif, yaitu: aplikasi dan pengembangan *game*, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, animasi video, fotografi, kriya (kerajinan tangan), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio. Dari 16 subsektor ekonomi kreatif, ada tiga subsektor yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen; fesyen 27,9 persen; dan kerajinan 14,88 persen (Aria, 2016).

Tabel 1. 1
Data Nilai Tambah Bruto Subsektor Ekonomi Kreatif

Sub-sektor Ekonomi Kreatif	2010	2011	2012	2013
Periklanan	2.534,70	2896,6	3168,3	3754,2
Arsitektur	9.243,90	10.425,60	11510,3	12.890,90
Pasar Barang Seni	1372,1	1.559,50	1737,4	2001,3
Kerajinan	72.955,20	79.516,70	84.222,90	92.650,90
Desain	19.583,20	21.018,60	22.234,50	25.042,70
Fesyen	127.817,25	147.503,20	164.538,30	181.570,30
Fim, Video dan Fotografi	5.588	6.466,80	7.399,80	8.401,40
Permainan Interaktif	3.442,60	3.889,10	4.247,50	4.817,30
Musik	3.972,70	44.775,40	4.798,90	5.237,10
Seni Pertunjukan	1.897,50	2.091,30	2.294,10	2.595,30
Penerbitan dan Percetakan	40.227	43.757,00	47.896,70	52.037,60
Layanan Komputer dan Piranti Lunak	6.922,70	8.068,70	9.384,20	10.064,80
Radio dan Televisi	13.288,50	15.664,90	17.518,60	20.340,50
Riset dan Pengembangan	9.109,10	9.958,00	11.040,90	11.778,50
Kuliner	155.044,80	169.707,80	186.768,30	208.632,80
Total	472.999	526.999	578.760,60	641.815,50

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2010-2013

Data tabel 1.1 memperlihatkan nilai tambah bruto subsektor ekonomi kreatif dari tahun 2010 hingga 2013. Subsektor kuliner menempati posisi pertama diikuti dengan fesyen di tempat kedua untuk kontribusi nilai tambah bruto. Pada tahun 2010, fesyen menyumbang 127.817,25 miliar rupiah (127,8 triliun rupiah) atau 27% dari total nilai tambah bruto. Subsektor fesyen terus mengalami kenaikan hingga mencapai 181.570,30 miliar rupiah (181,6 triliun rupiah) di tahun 2013 atau 28,3% dari total nilai tambah bruto. Dari data diatas, terlihat bahwa ada peningkatan nilai tambah bruto semua subsektor dari tahun ke tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa ekonomi kreatif memiliki kontribusi yang positif terhadap pemasukkan negara.

Tabel 1. 2
Data Ekspor Subsektor Ekonomi Kreatif

Sektor	Uraian	2010	2011	2012	2013*
1	Periklanan	16.728,0	17.629,5	18.889,3	19.932,2
2	Arsitektur	88.549,0	93.285,6	99.792,0	104.258,7
3	Pasar Barang Seni	9.951,0	10.727,2	10.989,6	11.405,4
4	Kerajinan	15.539.776,5	17.773.447,0	20.176.373,9	21.723.601,0
5	Desain	1.484.368,6	1.551.788,6	1.611.491,5	1.612.590,7
6	Fesyen	62.470.814,2	67.896.022,7	70.120.777,1	76.788.615,1
7	Film, Video, dan Fotografi	595.839,0	596.302,4	612.306,3	639.438,5
8	Permainan Interaktif	568.808,4	572.056,2	588.034,5	593.039,6
9	Musik	899.558,7	909.294,5	913.803,0	934.236,7
10	Seni Pertunjukan	251.059,0	252.880,8	253.521,7	259.318,5
11	Penerbitan & Percetakan	1.669.121,4	1.707.399,6	1.750.281,5	1.755.826,3
12	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1.021.332,0	1.066.255,9	1.107.831,9	1.125.528,4
13	Radio dan Televisi	1.335.320,0	1.378.471,6	1.447.760,2	1.509.450,1
14	Riset dan Pengembangan	70.528,0	71.355,8	73.299,0	74.665,6
15	Kuliner	10.681.281,0	11.293.246,7	11.359.651,2	11.816.125,0
Ekspor Ekonomi Kreatif		96.703.034,8	105.190.164,0	110.144.802,7	118.968.031,8
Ekspor Non Ekonomi Kreatif		1.487.970.765,2	1.850.630.836,0	1.889.235.127,3	1.960.973.294,2
Total Ekspor Indonesia		1.584.673.800,0	1.955.821.000,0	1.999.379.930,0	2.079.941.326,0

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2010-2013

Ekonomi kreatif juga berkontribusi aktif dalam ekspor nasional. Data tabel 1.2 menunjukkan ekspor subsektor ekonomi kreatif dari tahun 2010 hingga 2013. Terlihat bahwa ada peningkatan ekspor di setiap elemen dari tahun ke tahun. Ekspor tertinggi terletak pada industri fesyen, dimana tahun 2010 subsektor fesyen menyumbang 62.470.814,2 juta rupiah (62,5 triliun rupiah) atau 64,6% dari total ekspor ekonomi kreatif. Subsektor fesyen mengalami kenaikan hingga 2013 yang mencapai 76.788.615,1 miliar rupiah (76,8 triliun rupiah).

Menurut kepala Badan Pusat Statistik (BPS), ekspor komoditas mengalami kenaikan 6,60% dari US\$18,1 miliar di tahun 2014 menjadi sebesar US\$ 19,3 miliar di

tahun 2015. Tiga sub sektor yang memiliki kontribusi terbesar dari keseluruhan ekspor komoditas ekonomi kreatif adalah *fashion* 56,27% kemudian kriya 37,52%, dan kuliner 6,09% (Rachman, 2016). Hal ini mengindikasikan bahwa produk fesyen Indonesia dapat diterima di mancanegara dan produk fesyen dapat menjadi peluang bisnis yang menjanjikan.

Data tabel 1.1 maupun 1.2 memperlihatkan bahwa industri fesyen tidak bisa dipandang sebelah mata. Data nilai tambah bruto subsektor ekonomi kreatif menunjukkan posisi fesyen merupakan yang terbesar kedua, sedangkan data ekspor subsektor ekonomi kreatif, subsektor fesyen menempati posisi pertama. Hal ini memberikan pandangan bahwa produk fesyen Indonesia memiliki kualitas yang baik dan diakui oleh mancanegara. Selain itu, subsektor fesyen berpotensi besar pada pertumbuhan ekonomi Indonesia kedepannya.

Industri busana muslim merupakan salah satu industri yang sedang berkembang saat ini. Dari pelaku usaha industri busana muslim yang ada, kebanyakan dikuasai oleh industri kecil dan menengah. Menurut Dirjen IKM Kemenperin mewakili Menteri Perindustrian, tercatat bahwa dari 750 ribu industri kecil dan menengah (IKM) sandang yang ada di Indonesia, 30 persennya merupakan industri busana muslim (Kemenperin, 2016). Indonesia juga merupakan negara dengan populasi masyarakat beragama muslim terbesar di dunia sehingga industri busana muslim menjadi sangat berpotensi untuk semakin berkembang.

Pertumbuhan ekonomi kreatif nasional tidak lepas dari kontribusi setiap daerah. Bandung merupakan salah satu daerah yang disebut kota kreatif. *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO) atau Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan PBB mengumumkan bahwa Kota Bandung tercatat sebagai salah satu dalam jaringan kota kreatif atau UNESCO *Creative Cities Network* (Geographic, 2015). Menurut Wali Kota Bandung, industri fesyen di Kota Bandung menjadi salah satu penyumbang tingginya laju pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung yang mencapai 8% per tahun. Maka tidak salah jika Bandung juga dijuluki

dengan kota fesyen versi Indonesia. Kota Bandung dijuluki kota Paris versi Jawa atau sering disebut Paris van Java. Dikutip dari *Sindonews*, Walikota Bandung juga mengatakan bahwa Pemerintah Kota Bandung saat ini memiliki target menjadikan Bandung sebagai pusat mode busana muslim di dunia. Beliau menjelaskan, Kota Bandung saat ini adalah pusat produksi busana muslim yang terbesar di Indonesia (Angelina, 2015).

Selain itu, Kota Bandung mendapat penghargaan Natamukti Nindya sebagai kota dengan perkembangan usaha kecil dan menengah (UKM) terbaik se-Indonesia menurut penilaian *Indonesia Council for Small Business (ICSB)* dan Kementerian Koperasi dan UKM. Menurut media *Kompas*, kontribusi pemerintah dalam pengembangan bisnis kecil dan menengah menjadi salah satu poin penilaian. Bandung dianggap unggul dari daerah lain lantaran memiliki program nyata terkait pengembangan industri skala kecil. Walikota Bandung menjelaskan bahwa dari segi permodalan, Bandung punya program kredit tanpa agunan (kredit melati), juga membebaskan izin usaha untuk bisnis skala kecil. Beliau juga telah membuka toko *Little Store* Bandung sebagai wadah bagi produk lokal untuk menampilkan hasil karyanya di pasar internasional. Maka dari itu, 60 persen ekonomi di Bandung dihabiskan oleh UKM (Ramdhani, 2016). Selain itu, Kementerian Koperasi dan UKM juga mengapresiasi kinerja Walikota Bandung dalam mengembangkan serta mempromosikan UMKM kota Bandung dengan membuka toko *Little Store* di Malaysia. Hal ini efektif untuk menggenjot perekonomian dan UMKM Bandung serta industri fesyen sendiri (Julianto, 2016).

Banyaknya UMKM terutama industri busana muslim di kota Bandung mengharuskan para pelaku usaha memutar otak untuk membuat suatu inovasi di dalam produknya. Kompetisi yang ketat antar para pelaku usaha serta keinginan para pelaku usaha yang ingin bertahan hidup dari kemungkinan gulung tikar merupakan alasan mengapa harus membuat sebuah inovasi.

Menurut Forsman (2011), Inovasi dapat menghasilkan dan mengimplementasikan sebuah proses, layanan, produk, metode produksi, dan tindakan sederhana yang baru atau yang lebih baik, dengan tujuan meningkatkan daya saing perusahaan. Ketua Majelis

Ekonomi Pengurus Pusat Muhammadiyah mengatakan bahwa inovasi dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas produk, menciptakan pasar baru, mengembangkan produk, menurunkan biaya tenaga kerja. Lalu, meningkatkan proses produksi, menurunkan penggunaan material, menurunkan kerusakan lingkungan, menurunkan konsumsi energi, mengganti produk dan jasa (Putra, 2016). Untuk dapat bertahan hidup, pelaku usaha juga harus melakukan inovasi secara terus-menerus dalam memproduksi suatu produknya karena cepat atau lambat, inovasi yang dimiliki akan diperoleh oleh kompetitor lain sehingga mengharuskan pelaku usaha untuk terus berinovasi dan mendapatkan ide yang lebih baik lagi. Maka diperlukan suatu kemampuan dalam menerapkan segala kreativitas serta inovasi dalam memecahkan masalah yang disebut dengan kapabilitas inovasi (Tatiek, 2009).

Iddris, Awuah, & Gebrekidans (2016) menjelaskan bahwa kapabilitas inovasi merupakan kemampuan perusahaan yang berkelanjutan dalam memanfaatkan keahlian, pengetahuan, keterampilan serta sumber daya yang berhubungan dengan penciptaan proses, produk, pelayanan, administrasi atau sistem organisasi yang baru dalam rangka menciptakan nilai. Noordin & Mohtar (2013) menambahkan bahwa kapabilitas inovasi memiliki potensi menciptakan nilai ekonomi bagi perusahaan, sehingga meningkatkan keuntungan, meningkatkan kinerja dan membantu mempertahankan posisi perusahaan di pasar.

Terdapat beberapa dimensi dalam mengukur kapabilitas inovasi menurut Saunila (2017) dimana terbagi atas tujuh dimensi, yaitu: *External Knowledge, Structures, Regeneration, Leadership, Employee Activity, Work Well-Being, and Know-How*. Dimensi tersebut merupakan dimensi yang paling cocok untuk diaplikasikan dalam menganalisis kapabilitas inovasi di dalam UMKM busana muslim.

Tabel 1. 3
Preliminary Research

No.	Pernyataan	Elzatta	TR by Tresna Putri	Zhafira	Tatoem
1	Manajer/Pemilik berpartisipasi dalam mencari ide dan pengembangannya	x	√	√	√
2	Perusahaan memiliki cara/metode yang jelas untuk mengolah dan mengembangkan ide	√	√	√	√
3	Karyawan memiliki perlakuan yang sama dengan yang lainnya	x	√	X	√
4	Semua karyawan memiliki kesempatan untuk mendapatkan pendidikan dari perusahaan	√	x	X	x
5	Perusahaan memiliki keberanian untuk mencoba cara/metode baru dalam melakukan kegiatan perusahaannya	√	√	√	√
6	Perusahaan melakukan pengembangan dengan meminta saran kepada konsumen, supplier, pemerintah, dan lain-lain	x	x	X	x
7	Karyawan bersedia berpartisipasi dalam pengembangan perusahaan	√	√	√	√

Sumber: Hasil Pengolahan Data

Penulis melakukan pengamatan ke empat toko berbeda di daerah Baltos, yaitu Elzatta, TR by Tresna Putri, Zhafira, dan Tatoem. Di empat toko tersebut, penulis memberikan tujuh pertanyaan kepada pemilik toko untuk mengetahui seberapa besar kapabilitas inovasi yang dimiliki masing-masing toko. Pertanyaan yang diajukan adalah apakah pemilik berpartisipasi dalam mencari ide dan pengembangan, apakah perusahaan memiliki cara yang jelas untuk mengolah dan mengembangkan ide, apakah karyawan diperlakukan sama, apakah karyawan diberi kesempatan mendapatkan pelatihan, apakah perusahaan berani mencoba cara baru dalam melakukan kegiatan usahanya, apakah perusahaan meminta saran kepada pihak eksternal dalam melakukan pengembangan dan apakah karyawan berpartisipasi dalam pengembangan. Dari pertanyaan diatas, hasilnya dirangkum dalam tabel 1.3.

Dari survey yang dilakukan ke lapangan, terlihat bahwa tiga dari empat pemilik langsung terjun dalam mencari ide dalam membuat produknya. Dalam perlakuan terhadap

karyawan, dua dari empat pelaku usaha merasa bahwa perlakuan terhadap karyawannya sama. Lalu, tiga dari empat pelaku usaha menjelaskan bahwa mereka tidak pernah melakukan pelatihan. Selanjutnya, satu dari empat pelaku usaha melakukan pengembangan dengan meminta saran dari pihak-pihak eksternal perusahaan dan semua melakukan hal yang sama dalam mengolah serta mengembangkan ide dengan cara atau metode yang jelas, mencoba cara baru dalam melakukan kegiatan usaha, dan adanya partisipasi karyawan dalam pengembangan perusahaan.

Kondisi yang diperlihatkan pada tabel 1.3 menjelaskan bahwa terdapat perbedaan pandangan dari setiap pelaku usaha busana muslim mengenai kapabilitas inovasi. Dari pengamatan tersebut, penulis ingin menganalisis kapabilitas inovasi pada usaha busana muslim di Baltos. Penulis berharap penelitian ini menjadi upaya untuk menggenjot UMKM di Baltos terlebih kota Bandung terutama pada sektor industri busana muslim. Oleh karena itu, penulis mengajukan judul **“Analisis Kapabilitas Inovasi pada UMKM Industri Busana Muslim di Balubur Town Square”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kapabilitas inovasi industri busana muslim yang ada di Baltos?
2. Bagaimana tingkat kapabilitas inovasi industri busana muslim pada sektor mikro, kecil dan menengah yang ada di Baltos?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui tingkat kapabilitas inovasi industri busana muslim yang ada di Baltos
2. Mengetahui tingkat kapabilitas inovasi industri busana muslim pada sektor mikro, kecil dan menengah yang ada di Baltos

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

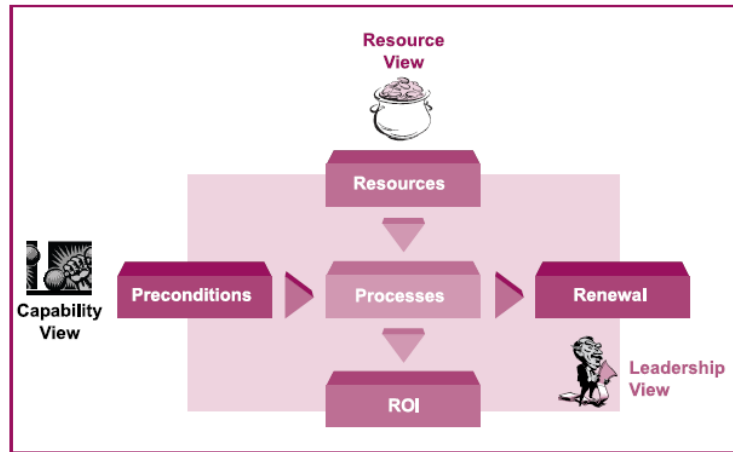
1. Penulis, diharapkan dapat mengembangkan dan mengaplikasikan ilmu di bidang Manajemen Operasi yang diajarkan selama kuliah di Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan, Bandung
2. Pemerintah, diharapkan bisa memberikan gambaran kondisi saat ini dan menjadi referensi dalam meningkatkan performa UMKM yang ada di Baltos bahkan kota Bandung
3. Pihak-pihak lain yang membaca penelitian ini, diharapkan dapat menjadi referensi serta informasi yang berguna dalam menganalisa kapabilitas inovasi

1.5 Kerangka Pemikiran

Inovasi memegang peranan penting dalam pengembangan produk di suatu bisnis. Potters (2009) menganggap inovasi penting karena memberikan kontribusi serta metode untuk menciptakan pertumbuhan bisnis dan keuntungan yang kedepannya dapat meningkatkan kinerja serta daya saing bagi perusahaan. Inovasi dapat memberikan keuntungan bagi pelaku usaha untuk sementara waktu, namun cepat atau lambat, ide tersebut akan diambil oleh pelaku usaha lain sehingga perlu untuk menemukan gagasan yang lebih baik lagi.

Muller, Valikangas, & Merlyn (2005) membuat sebuah kerangka yang mengkombinasikan tiga pandangan dari inovasi, yaitu *Resource view*, *Capability View* dan *Leadership View* seperti pada Gambar 1.1. Namun penulis akan fokus menganalisis inovasi dari sudut pandang *Capability View*.

Gambar 1. 1
Kerangka Inovasi Muller, Valikangas, & Merlyn (2005)



Sumber: *Journal Strategy & Leadership Vol. 33 No. 1 , 2005*

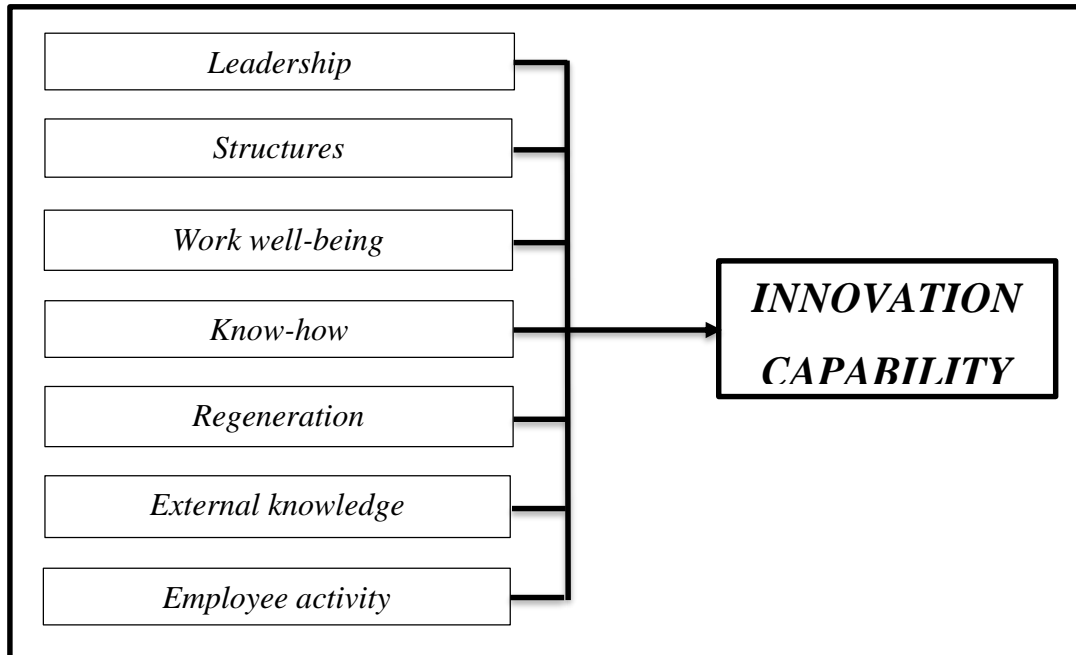
Menurut Muller, Valikangas, & Merlyn (2005), kapabilitas menilai sejauh mana kompetensi, budaya dan kondisi perusahaan mendukung sumber daya dalam menunjang inovasi menjadi peluang baru di dalam bisnis. Mereka menjelaskan bahwa dalam membuat inovasi, perlu mempertimbangkan keterampilan, alat, budaya dan nilai perusahaan.

Dalam referensi lain, Saunila (2016) mengartikan kapabilitas inovasi sebagai aspek yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mencapai inovasi. Terdapat tujuh dimensi dalam mengukur kapabilitas inovasi menurut Saunila (2017), yaitu: *External Knowledge, Structures, Regeneration, Leadership, Employee Activity, Work Well-Being, and Know-How*. Menurut penulis, dimensi tersebut merupakan dimensi yang paling cocok untuk diaplikasikan dalam menganalisis kapabilitas inovasi di dalam UMKM busana muslim. Hal ini dikarenakan dimensi yang dipakai telah digunakan oleh beliau di dalam menganalisis kapabilitas inovasi untuk *Micro Enterprise* dan *Small and*

Medium-sized Enterprises (SMEs). Berdasarkan literatur sebelumnya, aspek-aspek ini diusulkan untuk ada sampai pada tingkat tertentu yaitu di dalam perusahaan yang memiliki kemampuan inovasi tinggi. Dimensi *innovation capability* menurut Saunila (2017) digambarkan pada Gambar 1.2.

Gambar 1. 2

Indikator *Innovation Capability* menurut Saunila (2017)



Sumber: Hasil Pengolahan Data

Dalam jurnalnya, Saunila (2017) menjelaskan bahwa *Leadership* merupakan keseluruhan suasana organisasi dan budaya kepemimpinan yang mendukung dalam memfasilitasi serta mendorong terciptanya inovasi. Kepemimpinan dipandang sebagai kemampuan untuk mengarahkan energi karyawan ke arah yang benar terutama dalam memberi perintah dan instruksi. Selanjutnya, beliau juga menerangkan bahwa *Work Well-Being* membahas mengenai iklim kerja dan kesejahteraan para karyawan untuk pengembangan inovasi. Selain itu, beliau juga menjelaskan bahwa *Structures* berhubungan dengan struktur dan sistem yang digunakan untuk menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan, serta mengatur tugas kerja supaya terorganisir yang tujuannya untuk menghasilkan inovasi.

Saunila (2017) juga menerangkan *Know-How* merupakan keahlian seseorang, mencakup pengetahuan dan keterampilan untuk mendorong terciptanya inovasi. Selain itu, beliau menjelaskan bahwa *External Knowledge* menekankan hubungan perusahaan dengan pihak eksternal dalam memanfaatkan jaringan serta kemampuan pihak eksternal di dalam meningkatkan seluruh kapabilitas inovasi organisasi. Beliau juga menerangkan bahwa *Regeneration* merupakan kemampuan organisasi untuk belajar dari pengalaman sebelumnya dan menggunakan pengalaman itu untuk menciptakan dan mengembangkan inovasi. Peneliti dari Lappeenranta University of Technology (LUT) ini juga menjelaskan bahwa *Employee activity* merupakan kemampuan inovasi yang dimiliki setiap karyawan untuk mendorong inovasi.