

**PENGARUH STRATEGI *DIFFERENTIATION*
TERHADAP *INNOVATION PERFORMANCE* INDUSTRI
BUSANA MUSLIM DI BALUBUR TOWN SQUARE**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Ekonomi

Oleh:
Wiwied Widyana Danastri
2013120143

**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

THE EFFECT OF DIFFERENTIATION STRATEGY ON INNOVATION PERFORMANCE OF MUSLIM FASHION INDUSTRY IN BALUBUR TOWN SQUARE



UNDERGRADUATE THESIS

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

By

**Wiwied Widyana Danastri
2013120143**

**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 STUDI SARJANA
MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI
PENGARUH STRATEGI *DIFFERENTIATION*
TERHADAP *INNOVATION PERFORMANCE* INDUSTRI
BUSANA MUSLIM DI BALUBUR TOWN SQUARE

Oleh:

Wiwied Widyana Danastri
2013120143



Bandung, Agustus 2017

Ketua Program Studi Sarjana Manajemen,

Dra. Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

Pembimbing,

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

Ko-pembimbing,

Fernando, S.E., M.Kom.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Wiwied Widyana Danastri
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 11 Juli 1996
NPM : 2013120143
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi



Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Pengaruh Strategi *Differentiation*
terhadap *Innovation Performance* Industri
Busana Muslim di Balubur Town Square

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Ibu Ria Satyarini, S.E., M.Si
dan Bapak Fernando, S.E., M.Kom.

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 gelamya. 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 : 7 Agustus 2017

Pembuat pernyataan :



(Wiwied Widyana Danastri)

ABSTRAK

Balubur Town Square (Baltos) merupakan salah satu pusat penjualan busana muslim terbesar di Kota Bandung. Balubur Town Square menyediakan banyak macam pilihan busana muslim dengan banyak pelaku usaha yang menjual produk serupa. Hal tersebut memaksa pelaku usaha busana muslim yang menjalankan usahanya di Balubur Town Square untuk selalu berinovasi untuk dapat bertahan dalam persaingan yang terjadi. Inovasi terdiri dari enam karakteristik, dimana *product innovation* dan *process innovation* merupakan bagian dari *innovation performance* dan terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi *innovation performance*, salah satunya adalah *differentiation*. Oleh karena itu, perlu diketahui seberapa besar pengaruh dari strategi *differentiation* terhadap *innovation performance* industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 Bandung sebagai objeknya.

Produk Innovation adalah sesuatu yang berkaitan dengan menghasilkan gagasan baru atau penciptaan sesuatu yang sama sekali baru yang tercermin dalam perubahan pada produk akhir atau layanan yang ditawarkan oleh organisasi (Prajogo, Laosirihongthong, Sohal&Boon-itt, 2007:56). *Process Innovation* adalah suatu aktivitas yang berfokus pada peningkatan efektivitas dan efisiensi produk (Suroso&Azis, 2015:388). *Differentiation* adalah suatu bisnis yang berfokus pada pencapaian kinerja yang superior (Kotler&Keller, 2012:73).

Metode penelitian yang digunakan ialah *explanatory study*. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, observasi, dan kuesioner. Sampel pada penelitian ini adalah pelaku usaha busana muslim yang menjalankan usahanya di Balubur Town Square Lantai 2 Bandung. Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden dengan teknik *sampling* menggunakan *purposive sampling*. Analisis data menggunakan analisis deskriptif dan regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil strategi *differentiation* di industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 berada pada kategori tinggi (3,99). Aktivitas *innovation performance* berada pada kategori tinggi (3,82). Serta, strategi *differentiation* memberikan pengaruh sebesar 48,2% terhadap *innovation performance* industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 Bandung.

Kata kunci: *Differentiation, Process Innovation, Product Innovation*

ABSTRACT

Balubur Town Square (Baltos) is one of the largest Muslim fashion sales center in Bandung. Balubur Town Square provides many kinds of Muslim fashion choices with many business actors selling similar products. This forced the Muslim business actors who runs their business in Balubur Town Square to always innovate to survive in the competition that occurred. Innovation consists of six characteristics, where product innovation and process innovation are part of innovation performance and there are five factors that can affect innovation performance, one of them is differentiation. Therefore, we need to know how much differentiation strategy can gives influence to innovation performance of Muslim fashion industry in Balubur Town Square Bandung 2nd Floor as its object.

Innovation products are something related to generating new ideas or the creation of something entirely new that is reflected in changes to the final product or service offered by the organization (Prajogo, Laosirihongthong, Sohal & Boon-itt, 2007: 56). Process Innovation is an activity that focuses on improving product effectiveness and efficiency (Suroso & Azis, 2015: 388). Differentiation is a business that focuses on achieving superior performance (Kotler & Keller, 2012: 73).

The research method used is explanatory study. Data collection techniques in this study using interviews, observations, and questionnaires. The sample in this study is a Muslim business actors who runs their business in Balubur Town Square 2nd Floor Bandung. Sample size used in this study amounted to 90 respondents with sampling technique using purposive sampling. Data analysis used simple descriptive and linear regression analysis.

Based on the results of data processing, the results of differentiation strategy in the Muslim fashion industry in Balubur Town Square Level 2 is in the high category (3.99). The innovation performance is in the high category (3.82). Also, the differentiation strategy gives 48.2% influence to the innovation performance of Muslim fashion industry in Balubur Town Square 2nd Floor Bandung.

Keywords: Differentiation, Process Innovation, Product Innovation

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Strategi *Differentiation* terhadap *Innovation Performance* Industri Busana Muslim di Balubur Town Square” tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna disebabkan oleh terbatasnya kemampuan, pengalaman, serta pengetahuan penulis. Meskipun demikian penulis selalu berusaha keras untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih atas bantuan, bimbingan, dan dukungan yang diberikan kepada penulis, antara lain kepada yang terhormat:

1. Ayah Ir. H. Triwidodo dan Ibu Hj. Senny Septianny, selaku orang tua penulis yang tidak pernah berhenti untuk memberikan doa, kasih sayang, dan dukungan moril maupun materiil selama penyusunan skripsi ini.
2. Widhi Pratiwimbo, Wini Pawitra Nirmala, dan khususnya Wuri Widayani Hapsari, selaku kakak kandung penulis yang selalu berbagi pengalaman dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Ria Satyarini, S.E., M.Si. dan Bapak Fernando, S.E., M.Kom. selaku pembimbing dan ko-pembimbing penulis selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, bimbingan, masukan, dan kesabaran yang telah ibu dan bapak berikan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dra. Maria Merry Marianti, Dra., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
5. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Regina Detty, S.E., M.M. selaku dosen wali penulis yang selalu membantu dan membimbing penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, atas ilmu, wawasan, dan pelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Yohanes Dickson Napitupulu, selaku teman baik penulis. *Thank you for always cheering me up and being a part of my journey*, Nes.
9. Nita Suci Djuliantie dan Fia Medana Ariecca, selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu memberikan semangat, membantu, dan selalu menghibur penulis dari sebelum dimulainya penyusunan skripsi ini, *you guys are awesome*.
10. Nathania Fransisca, Fransiskus Yoga Saputra, dan Kak Andrio, selaku teman satu bimbingan. Terima kasih atas dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam segala hal yang berhubungan dengan penyusunan skripsi ini.
11. Rizal Cahya Nugraha dan Kak Fikryadi Amrullah, yang dengan sabar mengajarkan dan menjawab segala pertanyaan mengenai SPSS yang ditanyakan oleh penulis, *without you guys I would be lost*.
12. Saraswati Oktora, selaku teman satu perjuangan dari penyusunan skripsi, pendaftaran siding, dan pendaftaran yudisium. *My last-minute friend, we did it!*
13. Gilang Ramadhan, Nisaa Alein Jaatsiyah, Nisaa Alien Zakiya, dan Robby Juliansyah, selaku teman makan dan jalan-jalan sejak SMA yang selalu memberikan motivasi dan dukungan. Semangat terus ya para pejuang gelar sarjana dan para pencari datus kehidupan, kita pasti bisa!
14. Indri Febrianti, selaku sahabat penulis yang selalu menjadi tempat untuk bertukar pikiran dan pengalaman. Terima kasih juga selalu menyemangati penulis selama penyusunan skripsi ini.
15. Thea Rahmani, selaku teman dekat di Manajemen Unpar. Semangat ya, aku yakin kamu pasti bisa. Terima kasih sudah menjadi teman yang baik dalam banyak hal.
16. Yuliyana, Astrid Aprilia Nataniel, Larasati Ayuningtyas, dan Regina Riri, selaku teman baik penulis sejak semester satu. Ayo kita liburan yang jauh lagi!
17. Fitria Purnamasari, Aisha Syifa Maudina, Niken Yovieta, Miranda Agustina, Desti Jihan Safitri, Adi Chandra, Reyhan Savero, Hafiz Rulih, Akbar Hibran, Tsaqif Fauzan, Adri Kharismanto, Dika Muhammad Raihan, Sulistiya Atya, dan Hanif Fahrezy, selaku teman penulis sejak awal perkuliahan yang bersama-sama berjuang untuk mendapatkan nilai terbaik pada setiap mata kuliah dan bersama-sama mengikuti berbagai macam kepanitiaan di UNPAR.

18. Aldisha Bintang Wirawan, Bunga Nur Alienda Harahap, Clarissa Octavianti, Fadilah Nur Jannah, selaku sahabat penulis sejak SMP yang selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
19. Novi Nur Pratiwi, Tia Dewinta Artianti, Windi Kusumawati, Diani Rizki, Elliza Cintra Desiyani, Berliana Endah Fajariana, dan Ersya Madhenti Kharisma, selaku teman baik penulis yang selalu memberikan doa dan semangat kepada penulis.
20. Serta seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan berharap skripsi ini dapat bermanfaat dalam bentuk pengetahuan. Sekian dan terima kasih.

Bandung, Agustus 2017

Wiwied Widyana Danastri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Inovasi.....	12
2.1.1 Fungsi Inovasi.....	12
2.1.2 Pengelompokan Inovasi (<i>Innovation Typologies</i>)	13
2.2 <i>Innovation Performance</i>	20
2.3 Faktor yang Mempengaruhi <i>Innovation Performance</i>	20
2.3.1 <i>Differentiation</i>	21
2.3.2 <i>Leadership Management</i>	22
2.3.3 <i>People Management</i>	22
2.3.4 <i>Technology Management</i>	22
2.3.5 <i>R&D Management</i>	22
BAB 3 METODE PENELITIAN	24
3.1 Metode Penelitian	24
3.1.1 Penelitian Pendahuluan	24
3.1.2 Populasi dan Sampel	24
3.1.3 Operasional Variabel	25
3.1.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.1.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.1.6 Teknik Analisis Data	33
3.2 Objek Penelitian	35
3.2.1 Data Umum Responden	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Keputusan Penetapan Strategi <i>Differentiation</i>	39
4.1.1 Analisis Pernyataan Dimensi: <i>Differentiation</i>	42
4.2 Keputusan Penggunaan <i>Innovation Performance</i> Menggunakan <i>Product Innovation</i>	44
4.2.1 Analisis Pernyataan Dimensi: <i>Product Innovation</i>	46
4.3 Keputusan Penggunaan <i>Innovation Performance</i> Menggunakan <i>Process Innovation</i>	51
4.3.1 Analisis Pernyataan Dimensi: <i>Process Innovation</i>	53
4.4 Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Sederhana	58

4.5 Analisis Pengaruh Strategi <i>Differentiation</i> terhadap <i>Innovation Performance</i> Toko Busana Muslim Balubur Town Square Lantai 2 .	59
4.5.1 Model Regresi Linier Sederhana	59
4.5.2 Analisis Pengaruh (X) terhadap (Y)	60
4.6 Ringkasan Hasil Analisis Data	64
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kontribusi Ekonomi Kreatif Terhadap Nilai Produk Domestik Bruto Di Indonesia (<i>Current Price</i> , 100%)	1
Tabel 1. 2 Kontribusi 15 Subsektor Pada Industri Kreatif Dalam Kontribusinya Terhadap Produk Domestik Bruto Di Indonesia (<i>Current Price</i> , 100%)	2
Tabel 2. 1 Enam Karakteristik pada Inovasi.....	13
Tabel 2. 2 Indikator Untuk Mengukur <i>Product Innovation</i>	17
Tabel 2. 3 Indikator Untuk Mengukur <i>Product Innovation</i> (2).....	17
Tabel 2. 4 Indikator Untuk Mengukur <i>Process Innovation</i>	19
Tabel 2. 5 Indikator Untuk Mengukur <i>Process Innovation</i>	19
Tabel 2. 6 Indikator Untuk Menghitung <i>Differentiation</i>	21
Tabel 3. 1 Jumlah Populasi Dan Sampel....	25
Tabel 3. 2 Operasional Variabel (X): <i>Differentiation</i>	26
Tabel 3. 3 Operasional Variabel (Y): <i>Innovation Performance</i>	27
Tabel 3. 4 Skala Likert Penetapan Strategi <i>Differentiation</i> Terhadap <i>Innovation Performance</i>	29
Tabel 3. 5 Uji Validitas.....	31
Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 3. 7 Interpretasi Rata-Rata Hitung Strategi <i>Differentiation</i> Dan <i>Innovation Performance</i>	34
Tabel 3. 8 Profil Lama Berjalannya Usaha Responden	37
Tabel 3. 9 Profil Jumlah Karyawan Responden	37
Tabel 4. 1 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Differentiation</i>	40
Tabel 4. 2 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Product Innovation</i>	44
Tabel 4. 3 Rata-Rata Hitung Dimensi <i>Process Innovation</i>	51
Tabel 4. 4 Uji Normalitas	58
Tabel 4. 5 Analisis Model Regresi Linier Sederhana: Spss	60
Tabel 4. 6 Perbandingan T_{hitung} Dengan T_{tabel}	63
Tabel 4. 7 Ringkasan Hasil Analisis Data	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Periode Penggantian Desain Busana Muslim Di Balubur Town Square	5
Gambar 1. 2 Standar Desain Yang Digunakan Saat Mengeluarkan Desain Baru ...	5
Gambar 1. 3 Ide Yang Muncul Untuk Penggantian Desain Busana Muslim	6
Gambar 1. 4 Proses Produksi Busana Muslim.....	7
Gambar 1. 5 Standar Kerja Untuk Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Dalam Usaha	7
Gambar 1. 6 Ketersediaan Toko Berbasis <i>Online</i>	8
Gambar 1. 7 Model Konseptual.....	11
Gambar 2. 1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Innovation Performance</i>	20
Gambar 3. 1 Keadaan Pertokoan Balubur Town Square Lantai 2.....	36
Gambar 4. 1 Material Yang Digunakan Untuk Busana Muslim.....	47
Gambar 4. 2 Pilihan Warna Yang Ditawarkan Oleh Toko Busana Muslim	49
Gambar 4. 3 Kreativitas Pelaku Usaha Dalam Menciptakan Desain Baru Pada Busana Muslim	50
Gambar 4. 4 Akun <i>Instagram</i> Toko Busana Muslim Di Balubur Town Square Lantai 2.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Penelitian Pendahuluan

Lampiran 2 Contoh Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Data Umum Responden

Lampiran 4 Rekapitulasi *Differentiation*

Lampiran 5 Rekapitulasi *Innovation Performance (Product Innovation)*

Lampiran 6 Rekapitulasi *Innovation Performance (Process Innovation)*

Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri kreatif atau ekonomi kreatif dapat didefinisikan sebagai industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Kamil, 2015, p. 207). Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) per tahun 2016, Indonesia memiliki 15 subsektor dalam industri kreatif yaitu Periklanan, Arsitektur, Pasar Barang Seni, Kerajinan, Desain, Fesyen, Film Video dan Fotografi, Permainan Interaktif, Musik, Seni Pertunjukan, Penerbitan dan Percetakan, Layanan Komputer dan Piranti Lunak, Radio dan Televisi, Riset dan Pengembangan, dan Kuliner (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2016).

Saat ini industri kreatif merupakan salah satu sarana bisnis yang memiliki peluang besar untuk mendapatkan keuntungan. Hal tersebut juga dapat dilihat dari pernyataan dari Badan Ekonomi Kreatif (Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, 2016) bahwa kontribusi industri kreatif terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional mencapai angka persentase sebesar 7,05% atau Rp. 641,81 triliun. Secara lebih rinci, kontribusi industri kreatif terhadap PDB nasional sepanjang tahun 2010 – 2013 disajikan pada Tabel 1. 1 dan kontribusi dari 15 subsektor terhadap industri kreatif disajikan pada Tabel 1. 2.

Tabel 1. 1
Kontribusi Ekonomi Kreatif terhadap Nilai Produk Domestik Bruto di
Indonesia (Current Price, 100%)

No.	Sektor	2010	2011	2013	2013
1.	Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan	15,29	14,70	14,44	14,31
2.	Pertambangan dan Penggalian	11,16	11,85	11,78	10,99
3.	Industri Pengolahan	21,61	21,22	20,88	20,47
4.	Listrik, Gas, dan Air Bersih	0,76	0,77	0,79	0,80
5.	Konstruksi	10,25	10,16	10,45	10,60
6.	Perdagangan, Hotel dan	10,58	10,84	10,98	11,25

No.	Sektor	2010	2011	2013	2013
	Restoran				
7.	Pengangkutan dan Komunikasi	6,48	6,53	6,58	6,93
8.	Keuangan, <i>Real Estate</i> , dan Jasa Perusahaan	6,70	6,68	6,72	7,02
9.	Jasa-jasa	9,83	10,14	10,36	10,60
10.	Ekonomi Kreatif	7,34	7,10	7,02	7,05
PDB Indonesia (%)		100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: *The Economic Studies Team Creative*

Tabel 1. 2

Kontribusi 15 Subsektor pada Industri Kreatif dalam Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto di Indonesia (*Current Price*, 100%)

No.	Subsektor	2010	2011	2012	2013
1.	Periklanan	0,54	0,55	0,55	0,58
2.	Arsitektur	1,95	1,98	1,99	2,01
3.	Pasar Barang Seni	0,29	0,30	0,30	0,31
4.	Kerajinan	15,42	15,09	14,55	14,44
5.	Desain	4,14	3,99	3,84	3,90
6.	Fesyen	27,02	27,99	28,43	28,29
7.	Film, Video, dan Fotografi	1,18	1,23	1,28	1,31
8.	Permainan Interaktif	0,73	0,74	0,73	0,75
9.	Musik	0,84	0,85	0,83	0,82
10.	Seni Pertunjukan	0,40	0,40	0,40	0,40
11.	Penerbitan dan Percetakan	8,50	8,30	8,28	8,11
12.	Layanan Komputer dan Piranti Lunak	1,46	1,53	1,62	1,57
13.	Radio dan Televisi	2,81	2,97	3,03	3,17
14.	Riset dan Pengembangan	1,93	1,89	1,91	1,84
15.	Kuliner	32,78	32,20	32,27	32,51
Total Ekonomi Kreatif (%)		100,00	100,00	100,00	100,00

Sumber: *The Economic Studies Team Creative*

Tabel 1. 1 memperlihatkan kontribusi dari 10 sektor yang menjadi faktor penentuan nilai akhir PDB nasional di Indonesia dengan menggunakan harga dasar berlaku, 10 sektor tersebut yaitu: (1) Pertanian, Peternakan, Kehutanan dan Perikanan, (2) Pertambangan dan Penggalian, (3) Industri Pengolahan, (4) Listrik, Gas, dan Air Bersih, (5) Konstruksi, (6) Perdagangan, Hotel dan Restoran, (7) Pengangkutan dan Komunikasi, (8) Keuangan, *Real Estate*, dan Jasa Perusahaan, (9) Jasa-jasa, dan (10) Ekonomi Kreatif. Berdasarkan data pada Tabel 1. 1, kontribusi yang diberikan oleh industri kreatif sepanjang tahun 2010 – 2013 menempati posisi keenam dari 10 sektor yang tersedia. Meskipun posisi industri kreatif tidak terlalu unggul, setiap perubahan pada persentasenya sangat berpengaruh terhadap nilai PDB nasional yang juga akan berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Jika perekonomian suatu negara tidak berjalan dengan baik maka akan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakatnya, seperti kegunaan PDB nasional yang secara resmi dituliskan oleh Badan Pusat Statistik (Badan Pusat Statistik, 2017) apabila nilai akhir PDB nasional dengan menggunakan harga berlaku hasilnya besar maka akan berbanding lurus dengan pendapatan yang mungkin akan dinikmati oleh penduduk negara Indonesia, begitupun sebaliknya.

Tabel 1. 2 memperlihatkan 15 sektor yang tersedia di dalam industri kreatif beserta nilai persentase kontribusinya terhadap industri kreatif sehingga industri kreatif dapat menghasilkan nilai kontribusi terhadap PDB nasional seperti data yang disajikan pada Tabel 1. 1. Pada Tabel 1. 2, terdapat tiga sektor yang memberikan kontribusi paling tinggi yaitu industri kuliner, industri fesyen, dan industri kerajinan. Industri fesyen menempati posisi kedua dari 15 sektor yang tersedia. Data tersebut menunjukkan bahwa perkembangan industri *fesyen* telah mengalami peningkatan, hal tersebut dibantu oleh adanya globalisasi dan perkembangan teknologi sehingga dapat menjadikan *fesyen* sebagai sebuah kebutuhan. Pergeseran *fesyen* menjadi sebuah kebutuhan itu sendiri ternyata dapat menarik minat wanita muslimah di Indonesia sehingga busana muslim di Indonesia selalu mengalami transformasi dari gaya yang konservatif menjadi lebih kontemporer yang berjiwa muda (Shafira, 2017, p. 2).

Indonesia merupakan negara berpenduduk muslim terbesar di Dunia, hal tersebut menyebabkan Indonesia memiliki permintaan atas busana muslim yang tinggi. Mantan menteri ekonomi pariwisata dan kreatif, Mari Pangestu, mengatakan bahwa beliau yakin jika Indonesia dapat menjadi *trendsetter* untuk busana muslim

karena didukung oleh visi dan misi yang akan dicapai yaitu, Indonesia sebagai ibukota busana Muslim (Paramaditha, 2013). Jika dihubungkan dengan industri fesyen tentunya Kota Bandung merupakan salah satu kota yang dikenal sebagai kota fesyen. Dahulu, Kota Bandung terkenal dengan rangkaian *factory outlet*. Akan tetapi saat ini, Kota Bandung memiliki magnet baru yang sangat menjanjikan dalam industri fesyen tanah air, yakni pusat busana muslim (Agmasari, 2014).

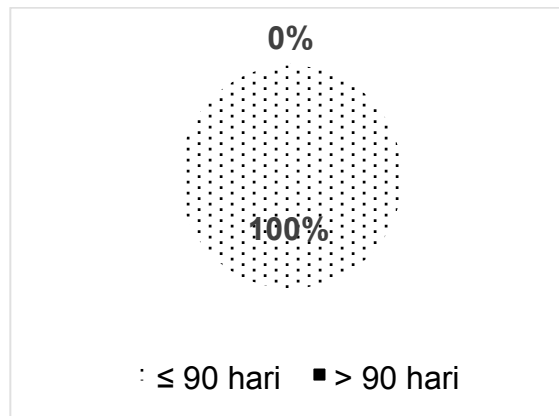
Dengan melihat adanya peluang baru bagi Kota Bandung, membuat pelaku usaha di industri busana muslim mendapatkan banyak pesaing baru yang mungkin akan mengancam keberadaannya. Keadaan tersebut memang harus dihadapi, salah satu cara untuk menghadapi keadaan tersebut adalah dengan melakukan inovasi agar usaha yang sedang berjalan dapat bertahan dalam persaingan yang terjadi. Terdapat enam karakteristik inovasi menurut Suroso&Azis (Suroso & Azis, 2015, p. 388), keenam katakteristik tersebut yaitu:

1. *Radical Innovation*, pembuatan suatu hal yang baru dan berbeda dari produk dan pelayanan yang sudah ada.
2. *Incremental Innovation*, hasil perbaikan atau penggantian dari produk atau pelayanan yang sudah ada.
3. *Techonological Innovation*, penggunaan teknologi baru yang diterapkan ke dalam proses atau produk akhir.
4. *Marketing Innovation*, menghubungkan proses internal yang dapat mendukung penyampaian pelayanan atau produk kepada konsumen.
5. *Product Innovation*, membuat sesuatu hal yang baru atau melakukan peningkatan pada barang atau jasa.
6. *Process Innovation*, fokus pada peningkatan efektivitas dan efisiensi dari kegiatan produksi.

Berdasarkan penjelasan di atas, salah satu pusat penjualan busana muslim di Bandung yaitu Balubur Town Square, memiliki kemungkinan yang cukup besar untuk menghadapi persaingan yang pesat. Dengan itu, penulis akan melakukan penelitian pada industri busana muslim di Balubur Town Square terhadap penggunaan karakteristik inovasi yang berfokus pada *product innovation* dan *process innovation*.

Untuk memperkuat fenomena penelitian ini penulis melakukan penelitian pendahuluan kepada empat pelaku usaha busana muslim di Balubur Town Square (Lampiran 1).

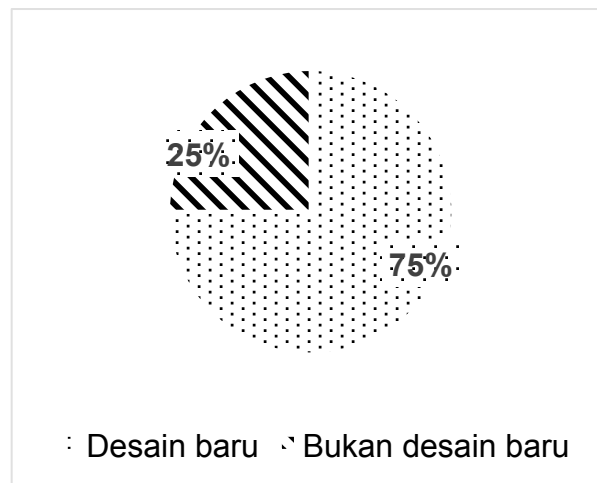
Gambar 1. 1
Periode Penggantian Desain Busana Muslim di Balubur Town Square



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Berdasarkan Gambar 1. 1, waktu paling lama yang dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk mengganti desain busana muslim yang dijualnya adalah 90 hari. Persentase pada Gambar 1. 1 juga menunjukkan bahwa pelaku usaha masih memperhatikan *product innovation* atas produk yang dijualnya.

Gambar 1. 2
Standar Desain yang Digunakan saat Mengeluarkan Desain Baru



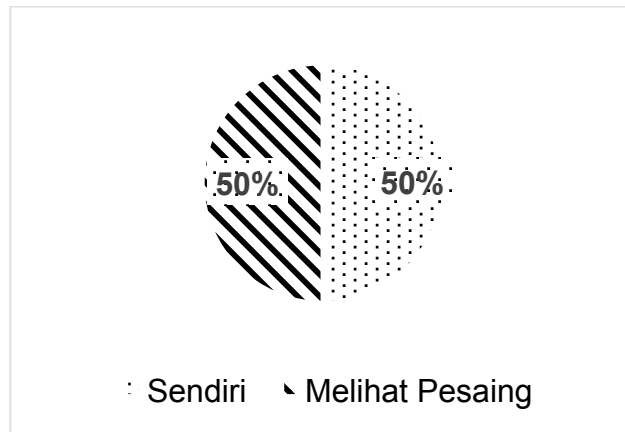
Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1.2 memperlihatkan seberapa banyak pelaku usaha busana muslim di Balubur Town Square yang memperhatikan standar desain yang dikeluarkan untuk produk baru. Dengan nilai persentase 75% menandakan bahwa pelaku usaha memperhatikan standar desain saat akan mengeluarkan produk baru.

Standar desain yang dimaksud dapat berupa mengganti dari sisi desain, material, warna, maupun aksesoris.

Gambar 1. 3

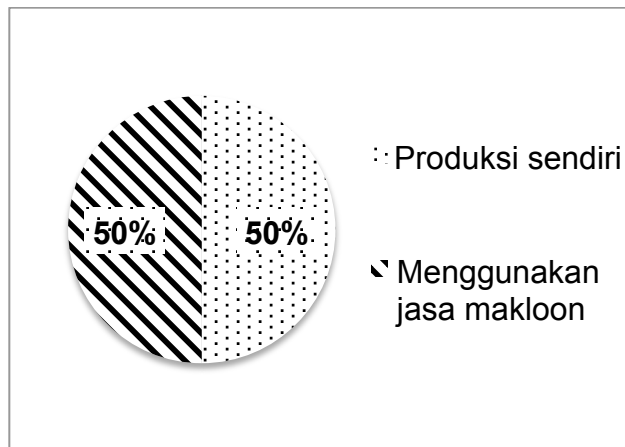
Ide yang Muncul untuk Penggantian Desain Busana Muslim



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Pada Gambar 1. 3 menjelaskan mengenai dasar pemilihan ide saat pelaku usaha akan mengganti produk yang lama dengan produk yang baru. Berdasarkan data di atas, ide yang muncul untuk penggantian desain busana muslim di Balubur Town Square seimbang antara ide yang muncul dari hasil pemikiran pelaku usaha yang bersangkutan maupun ide yang didapatkan dari pengembangan produk yang dijual oleh pesaing. Artinya, pelaku usaha mengutamakan ide yang muncul setiap kali akan melakukan penggantian pada desain busana muslim.

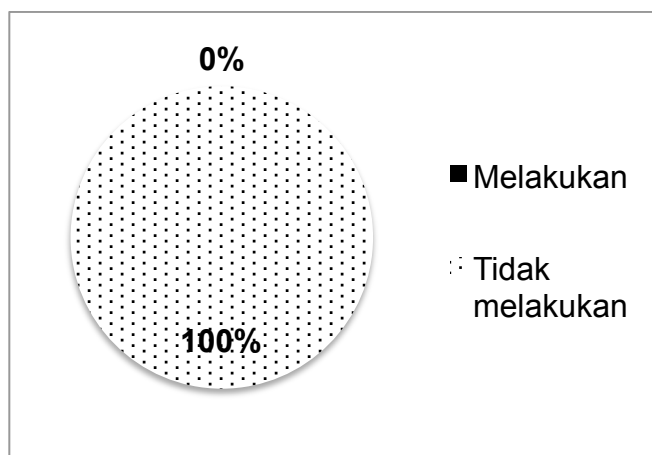
Gambar 1. 4
Proses Produksi Busana Muslim



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Gambar 1. 4 menunjukkan bagaimana pelaku usaha busana muslim di Balubur Town Square memproduksi produk yang mereka jual. Persentase pengolahan data di atas sama seperti persentase pada Gambar 1. 3, terdapat pelaku usaha yang memproduksi produknya menggunakan mesin jahit yang dimiliki secara pribadi maupun pelaku usaha yang memberikan kepercayaannya atas kualitas produknya kepada jasa makloon.

Gambar 1. 5
Standar Kerja untuk Meningkatkan Efektivitas dan Efisiensi dalam Usaha

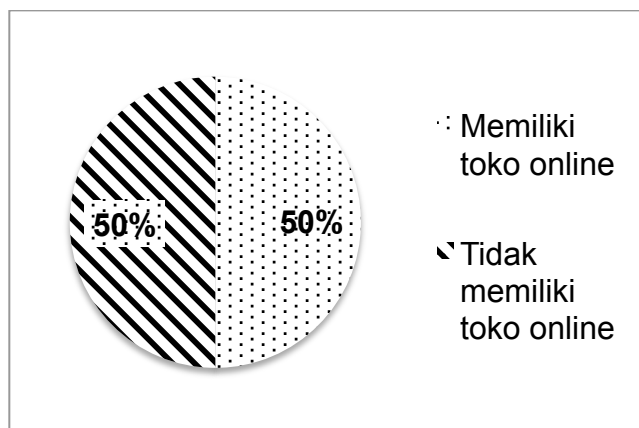


Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Setiap usaha dapat dipastikan menginginkan aktivitas dalam usahanya berjalan dengan efektif dan efisien. Efektivitas dan efisiensi yang

dimaksud adalah mengurangi aktivitas yang tidak dapat memberikan peningkatan dalam menghasilkan output yang lebih baik (produk maupun pelayanan). Berdasarkan Gambar 1. 5, persentase untuk melakukan efektivitas dan efisiensi dalam proses produksi adalah 0% (nol). Artinya, *process innovation* untuk efektivitas dan efisiensi belum berjalan dengan maksimal.

Gambar 1. 6
Ketersediaan Toko Berbasis *Online*



Sumber: Hasil Pengolahan Data Lampiran 1

Pengolahan data pada Gambar 1. 6 memperlihatkan berapa banyak usaha busana muslim di Balubur Town Square yang memiliki toko berbasis *online*. Gambar 1. 6 menunjukkan bahwa 50% dari usaha busana muslim di Balubur Town Square memiliki toko berbasis *online*. Toko berbasis *online* memiliki peluang yang besar bagi pelaku usaha untuk meningkatkan loyalitas konsumennya karena konsumen dapat menentukan berapa biaya yang akan dikeluarkan.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa masih terdapat banyak peluang inovasi baik dari *product innovation* maupun *process innovation* yang belum dilakukan secara maksimal. Menurut (Prajogo, Laosirihongthong, Sohal, & Boon-itt, 2007, p. 54) terdapat lima faktor yang dapat mempengaruhi penggunaan inovasi, salah satunya adalah *differentiation* yang dianggap dapat mewakili tujuan dari berjalannya suatu usaha. Hal tersebut membuat penulis ingin mengetahui apakah strategi *differentiation* memiliki pengaruh terhadap *innovation performance* atau tidak. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian yang lebih mendalam mengenai "*Pengaruh Strategi Differentiation terhadap Innovation Performance di Balubur Town Square*".

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Bagaimana penetapan strategi *differentiation* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 saat ini?
2. Bagaimana aktivitas *innovation performance* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 saat ini?
3. Bagaimana pengaruh penetapan strategi *differentiation* terhadap *innovation performance* pada industri busana muslim di Balubur Town Square Lantai 2 saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah pelaku usaha pada industri busana muslim di Balubur Town Square saat ini melakukan penetapan strategi *differentiation* untuk bertahan dalam persaingan.
2. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas *innovation performance* yang berjalan pada industri busana muslim di Balubur Town Square saat ini.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penetapan *strategi differentiation* terhadap *innovation performance* pada industri busana muslim di Balubur Town Square saat ini.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan memiliki kegunaan bagi:

1. Untuk industri busana muslim.
Menjadikan hasil penelitian sebagai pertimbangan untuk menerapkan *product innovation*, *process innovation*, atau keduanya pada industri busana muslim, khususnya di Balubur Town Square, agar selalu unggul dalam industri fesyen.
2. Untuk pihak lain.
Menjadikan hasil penelitian sebagai alat bantu untuk pengembangan ilmu, konsep, atau teori bagi pembaca.

1.5 Kerangka Pemikiran

Inovasi saat ini sudah menjadi bagian penting dalam suatu usaha. Secara luas inovasi merupakan kunci dari pengembangan perekonomian, karena inovasi berpotensi untuk mengarah pada peningkatan produktivitas dan keuntungan yang kompetitif (Abrunhosa & E Sa, 2008, p. 211). Inovasi sendiri memiliki fungsi untuk

membantu meningkatnya kinerja dan daya saing dalam suatu usaha (Potters, 2009). Inovasi memiliki enam karakteristik. Definisi keenam karakteristik inovasi itu sendiri adalah sebagai berikut:

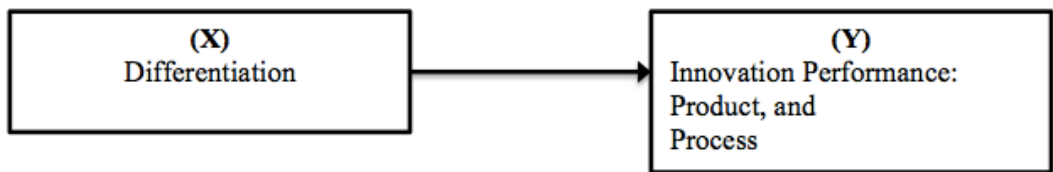
1. *Radical Innovation*, pembuatan suatu hal yang baru dan berbeda dari produk dan pelayanan yang sudah ada.
2. *Incremental Innovation*, hasil perbaikan atau pergantian dari produk atau pelayanan yang sudah ada.
3. *Techonological Innovation*, penggunaan teknologi baru yang diterapkan ke dalam proses atau produk akhir.
4. *Marketing Innovation*, menghubungkan proses internal yang dapat mendukung penyampaian pelayanan atau produk kepada konsumen.
5. *Product Innovation*, membuat sesuatu hal yang baru atau melakukan peningkatan pada barang atau jasa.
6. *Process Innovation*, fokus pada peningkatan efektivitas dan efisiensi dari kegiatan produksi (Suroso & Azis, 2015, p. 388).

Menurut Prajogo, Laosirihongthong, Sohal&Boon-itt (Prajogo, Laosirihongthong, Sohal, & Boon-itt, 2007, p. 55), *innovation performance* terdiri dari dua komponen yaitu *product innovastion* dan *process innovation*. Terdapat tiga macam strategi dengan lima faktor yang dapat mempengaruhi *innovation performance*, yaitu:

- A. Business Strategy
 1. *Differentiation*
- B. Infrastuktural Manufacturing Strategy
 2. *Leadership Management*
 3. *People Management*
- C. Stuctural Manufacturing Strategy
 4. *Technology Management*
 5. *R&D Management*

Penelitian ini hanya akan berfokus pada strategi *differentiation* sebagai variabel X dan *innovation performance* sebagai variabel Y seperti analogi pada Gambar 1. 1 sebagai berikut.

Gambar 1. 7
Model Konseptual



Sumber: Prajogo, Laosirihongthong, Sohal & Boon-itt, 2007:55

Berdasarkan analogi di atas, hopitesis penelitian ini adalah:

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara *differentiation* (X) terhadap *innovation performance* (Y)

H_1 = Ada pengaruh yang signifikan antara *differentiation* (X) terhadap *innovation performance* (Y)