

**ANALISIS INOVASI DAN KAPABILITAS INOVASI
PADA USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK)
INDUSTRI BUSANA MUSLIM DI BANDUNG**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi

Oleh:

Rifa Kamila Effendi

2013120109

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN
Terakreditasi Berdasarkan Keputusan BAN-PT No.227/SK/BAN-PT/Ak-
XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

**ANALYSIS OF INNOVATION AND INNOVATION
CAPABILITY IN MICRO AND SMALL
ENTERPRISES (MSEs) OF MOSLEM FASHION
INDUSTRY IN BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By

Rifa Kamila Effendi

2013120109

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN-PT No.227/SK/BAN-PT/Ak-XVI/S/XI/2013
BANDUNG
2018**

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



PERSETUJUAN SKRIPSI

**ANALISIS INOVASI DAN KAPABILITAS INOVASI
PADA USAHA MIKRO DAN KECIL (UMK) INDUSTRI BUSANA
MUSLIM DI BANDUNG**

Oleh:
Rifa Kamila Effendi
2013120109

Bandung, Januari 2018

Ketua Program Studi Manajemen

Dra. Triyana Iskandarsyah, M.Si.

Pembimbing,

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



PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Rifa Kamila Effendi
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 9 Januari 1996
NPM : 2013120109
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Judul:

Analisis Inovasi dan Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK)
Industri Busana Muslim di Bandung.

dengan,

Pembimbing

: Ria Satyarini, S.E, M.Si

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri:

1. Apapun 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, sadar atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta 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 manapun.

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:

Pembuat pernyataan:

METERAI
TEMPEL
GIL 20
CD36BAEF880402981
6000
ENAM RIBU RUPIAH

(Rifa Kamila Effendi)

ABSTRAK

Industri ekonomi kreatif merupakan salah satu sektor terbesar dalam peningkatan ekonomi dan pembangunan negara. Industri fesyen adalah subsektor kedua terbesar dalam memberikan kontribusi nilai tambah bruto pada industri ekonomi kreatif. Salah satu penyumbang laju pertumbuhan ekonomi negara adalah industri fesyen. Kota Bandung mendapat penghargaan sebagai kota dengan perkembangan usaha mikro dan kecil (UMK) terbesar se-Indonesia. Industri busana muslim merupakan salah satu industri yang potensial di Bandung. Baltos dan BIP merupakan contoh lokasi sentra industri busana muslim di Bandung. Pesatnya pertumbuhan UMK busana muslim di Bandung mengharuskan para pelaku usaha untuk bersikap dinamis dalam melakukan inovasi secara terus menerus dengan memiliki kapabilitas inovasi pada setiap usahanya. Kapabilitas inovasi adalah kemampuan untuk menciptakan, mengimplementasi, dan mengembangkan suatu inovasi pada produk, jasa, atau metode dengan tujuan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam mempertahankan dan memajukan perusahaan itu sendiri.

Inovasi merupakan suatu strategi untuk mengkombinasikan unsur produksi dengan cara yang baru dan lebih baik (Marcella & Fabio, 2017). Terdapat empat dimensi untuk mengukur inovasi, yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar, dan inovasi organisasi. 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. Menurut Saunila (2017) terdapat tujuh dimensi untuk mengukur kapabilitas inovasi yaitu, *leadership, structures, work well being, know how, regeneration, external knowledge, dan employee activity*.

Penelitian yang dilakukan termasuk kedalam jenis penelitian deskriptif. Populasi pelaku usaha busana muslim di Baltos sejumlah 114 pelaku usaha dan 18 pelaku usaha di BIP. Penulis menetapkan sampel sebanyak 99 pada Baltos dan BIP. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan adalah *Convenience Sampling*.

Hasil dari analisa deskriptif menunjukkan bahwa pada pelaku usaha industri busana muslim sudah menerapkan keseluruhan jenis inovasi yang diurutkan berdasarkan rata-rata hitung tertinggi yaitu inovasi pasar, inovasi proses, inovasi produk, dan inovasi organisasi. Selain itu para pelaku usaha juga sudah menerapkan keseluruhan jenis kapabilitas inovasi yaitu *leadership, structures, work well being, know how, regeneration, employee activity, dan external knowledge* dengan rata-rata hitung yang berkategori tinggi. Hasil yang sama pada jenis inovasi dan kapabilitas inovasi juga berlaku pada sektor UMK.

Para pelaku usaha sebaiknya meningkatkan kembali pada dimensi inovasi organisasi dalam melakukan perubahan struktural dan dimensi *external knowledge* dalam meminta kritik kepada pihak eksternal. Serta, para pelaku usaha UMK perlu mempertahankan setiap jenis inovasi maupun kapabilitas inovasi yang dimiliki saat ini.

Kata Kunci: Inovasi, Kapabilitas Inovasi, UMK

ABSTRACT

The creative economy is one of biggest sector on enhancement economy and development national. The fashion industry is second biggest sub-sector that contributes gross value added on economy creative. One of contributors to the country's economic growth is fashion industry. Bandung received an award for a city with biggest growth rate of micro-small enterprises (MSE) of Indonesia. Muslim fashion industry is one of potential industry in Bandung. Baltos and BIP are the example for centers of muslim fashion industry. MSE rapid growth requires entrepreneurs for being dynamic for innovate continuously with having innovation capability. Innovation capability is ability for creating, implementing, and growing an innovation on products, services, or methods on purpose for increasing company performance on maintaining and growing the company itself.

Innovation is the strategy of combining production elements with a new and better methods (Marcella & Fabio, 2017). There are four elements to measure innovation, namely product innovation, process innovation, market innovation, and organization innovation. 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. According to Saunila (2017), there are seven elements to measure innovation capability, namely leadership, structures, work well being, know how, regeneration, external knowledge, dan employee activity.

This study include into the type of descriptive research design. The population in this research of muslim industry in Baltos are 114 bussinessmen, and 18 bussinessmen in BIP. Author determine the sample as much as 99 bussinessmen in Baltos and BIP. Sampling technique that writer do is Convenience Sampling.

The results of descriptive analysis shows that moeslim industry businessmen have already applied all of innovation dimensions which is sorted by the highest average count are market innovation, process innovation, product innovation, and organization innovation. Besides the businessmen have already applied all of capability innovation dimensions are leadership, structures, work well being, know how, regeneration, employee activity, and external knowledge with the high average count. The same results for innovation dimensions and capability innovation also applied to MSEs sectors.

Every businessmen should improve on innovation organization dimension on structural changes and external knowledge dimension on ask for criticism to external parties. Every MSEs should keep every types of innovation and innovation capability which they have nowadays.

Keywords: Innovation, Innovation Capability, SMEs

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas berkat, rahmat, serta bimbingan-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Inovasi dan Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Busana Muslim di Bandung” tepat pada waktunya. Skripsi ini menjadi syarat kelulusan penulis dalam jenjang pendidikan S1, program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam masa perkuliahan dan penyusunan skripsi penulis menyadari terdapat banyak hambatan serta rintangan yang harus dilalui. Dalam melalui segala hal tersebut, banyak pihak yang terkait dalam memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan dukungan, yaitu:

1. Ir. Detty Maulina dan Adji P. Effendi, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, bantuan, bimbingan, dan dukungan moril maupun materil kepada penulis
2. Rizky Syahrir, S.P dan Anggia Aryanti, S.P selaku kakak kandung penulis yang selalu memberikan pengalaman, membantu dan mendukung penulis selama penyusunan skripsi.
3. Seluruh keluarga besar Arief R. Marga, selaku keluarga besar penulis atas dukungan dan motivasi yang diberikan selama ini.
4. Ibu Ria Satyarini, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis selama penyusunan skripsi atas waktu, bimbingan, masukan, serta kesabaran yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.

5. Ibu Dr. Amelia Setiawan, S.E., M.Ak, Ak , CISA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
6. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan.
7. Ibu Sandra Sunanto, S.E,M.M, selaku dosen wali penulis yang selalu membantu dan membimbing penulis selama berkuliah di Universitas Katolik Parahyangan.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, atas ilmu, dan pembelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Kevin Raf Sanjani, selaku teman baik penulis atas dukungan, kesabaran, hiburan, dan masukan dari sebelum dimulainya penyusunan skripsi.
10. Tamara Putri Augustine dan Bernando Halauwet sebagai sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, bekerja sama, dan memberikan hiburan kepada penulis selama masa perkuliahan dan masa penyusunan skripsi.
11. Bella Nisa Rachmawati, S.E, dan Farahdiena NF,S.IP, selaku sahabat penulis yang selalu menemani, mendukung, dan menjadi acuan maupun semangat penulis sejak SMA hingga saat penyusunan skripsi.
12. Dheya Shafira, Annisa Nur Fadilah, Vanisa IP, Wiefra Aklima, dan Dila Fadila,selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta menghibur penulis.
13. Kasandy Andioena, selaku sahabat penulis sejak SMA hingga saat ini yang selalu mendukung, membantu, memberikan motivasi, menghibur, dan mendengarkan keluh kesah kehidupan penulis selama ini.
14. Annisa Faza, Sulistiya Atya, Jeremy Joseph, dan Kak Andrio selaku teman satu bimbingan atas kerjasama, dukungan, dan bantuan yang diberikan selama penyusunan skripsi ini.

15. Hanif fahrezy, Annisa Luthfilah, Bernie Natanegara, Dicky Fatony, Alif Akbar, Rendy, dan Faisal selaku teman baik penulis selama masa perkuliahan atas hiburan dan bantuan selama ini.
16. Annasthasia M Putri, Mega Tria, Riansyah, dan Adri, selaku teman baik penulis selama masa perkuliahan untuk mendapatkan nilai terbaik pada setiap mata kuliah dan menghibur selama ini.
17. Airien Parapat, Nurzalia Sari, Vinia, Meidina, Adhis, dan Rahmi, selaku sahabat penulis sejak SMA yang selalu mendukung penulis disaat penulis kelaparan.
18. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya dalam kekurangan dan jauh dari sempurna dalam penyusunan skripsi ini yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca.

Bandung, Desember 2017

Rifa Kamila Effendi

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Inovasi 10	
2.2 Dimensi Inovasi	11
2.3 Kapabilitas Inovasi.....	13
2.4 Dimensi Kapabilitas Inovasi Menurut Guan & Ma (2003)	14
2.5 Dimensi Kapabilitas Inovasi Menurut Saunila (2017).....	16
2.6 Usaha Mikro dan Kecil	19
BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN	21
3.1 Metode Penelitian	21
3.1.1. Teknik Pengumpulan Data	21
3.1.2. Langkah – Langkah Penelitian.....	23

3.1.3.	Populasi dan Sampel	26
3.1.4.	Teknik Pengukuran Data	27
3.1.5.	Operasionalisasi Variabel.....	27
3.1.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	32
3.1.9	Teknik Analisis Data	34
3.2	Objek Penelitian dan Profil Responden	35
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP.....	45
4.1.1	Inovasi Produk.....	45
4.1.2	Inovasi Proses.....	48
4.1.3	Inovasi Pasar	51
4.1.4	Inovasi Organisasi	53
4.2	Hasil Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP	55
4.3	Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP.....	56
4.3.1	<i>Leadership</i>	57
4.3.2	<i>Structures</i>	61
4.3.3	<i>Work Well Being</i>	65
4.3.4	<i>Know How</i>	69
4.3.5	<i>Regeneration</i>	72
4.3.6	<i>External Knowledge</i>	74
4.3.7	<i>Employee Activity</i>	77
4.4	Hasil Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP	80
4.5	Perbandingan Inovasi Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Baltos dan BIP 82	
4.5.1	Inovasi Produk Digolongkan Berdasarkan UMK.....	82
4.5.2	Inovasi Proses Digolongkan Berdasarkan UMK	84
4.5.3	Inovasi Pasar Digolongkan Berdasarkan UMK	86
4.5.4	Inovasi Organisasi Digolongkan Berdasarkan UMK	87

4.6	Hasil Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP Digolongkan Berdasarkan UMK	89
4.7	Perbandingan Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim Berdasarkan UMK di Baltos dan BIP	91
4.7.1	<i>Leadership</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	91
4.7.2	<i>Structures</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	94
4.7.3	<i>Work Well Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	98
4.7.4	<i>Know How</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	101
4.7.5	<i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	103
4.7.6	<i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	105
4.7.7	<i>Employee Activity</i> Digolongkan Berdasarkan UMK	107
4.8	Hasil Kapabilitas Inovasi Industri Busana Muslim di Baltos dan BIP Digolongkan Berdasarkan UMK	109
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		112
5.1	Kesimpulan	112
5.2	Saran	113
DAFTAR PUSTAKA		114
LAMPIRAN		117
RIWAYAT HIDUP PENULIS		146

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 3.1	Operasional Variabel28
Tabel 3.2	Hasil Uji Validitas32
Tabel 3.3	Hasil Uji Reliabilitas.....34
Tabel 3.4	Kategori Nilai Rata – Rata Hitung pada Analisa Deskriptif.....35
Tabel 4.1	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Produk.....46
Tabel 4.2	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Proses49
Tabel 4.3	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Pasar.....51
Tabel 4.4	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Organisasi53
Tabel 4.5	Rata – Rata Hitung Inovasi.....56
Tabel 4.6	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i>57
Tabel 4.7	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i>61
Tabel 4.8	Rata –Rata Hitung Dimensi <i>Work Well Being</i>66
Tabel 4.9	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Know How</i>70
Tabel 4.10	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i>72
Tabel 4.11	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i>75
Tabel 4.12	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i>78
Tabel 4.13	Rata – Rata Hitung Kapabilitas Inovasi.....80
Tabel 4.14	Rata - Rata Hitung Dimensi Inovasi Produk Digolongkan Berdasarkan UMK82
Tabel 4.15	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Proses Digolongkan Berdasarkan UMK84
Tabel 4.16	Rata - Rata Hitung Dimensi Inovasi Pasar Digolongkan Berdasarkan UMK86
Tabel 4.17	Rata – Rata Hitung Dimensi Inovasi Organisasi Digolongkan Berdasarkan UMK88
Tabel 4.18	Rata - Rata Hitung Dimensi Inovasi Digolongkan Berdasarkan UMK.....90
Tabel 4.19	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Leadership</i> Digolongkan Berdasarkan UMK92
Tabel 4.20	Rata - Rata Hitung Dimensi <i>Structures</i> Digolongkan Berdasarkan UMK95
Tabel 4.21	Rata - Rata Hitung Dimensi <i>Work Well Being</i> Digolongkan Berdasarkan UMK99
Tabel 4.22	Rata – Rata Hitung Dimensi <i>Know How</i> Digolongkan Berdasarkan UMK102
Tabel 4.23	Rata - Rata Hitung Dimensi <i>Regeneration</i> Digolongkan Berdasarkan UMK104
Tabel 4.24	Rata - Rata Hitung Dimensi <i>External Knowledge</i> Digolongkan Berdasarkan UMK106

Tabel 4.25	Rata - Rata Hitung Dimensi <i>Employee Activity</i> Digolongkan Berdasarkan UMK.....	108
Tabel 4.26	Rata - Rata Hitung Kapabilitas Inovasi Produk Digolongkan Berdasarkan UMK.....	110

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Data Kontribusi per Subsektor.....	2
Gambar 2.1 Dimensi Inovasi	12
Gambar 3.1 Langkah – Langkah Penelitian	25
Gambar 3.3 Jumlah Karyawan	36
Gambar 3.4 Jumlah Omzet	37
Gambar 3.5 Produk yang Dijual	38
Gambar 3.6 Gamis	39
Gambar 3.7 Hijab.....	39
Gambar 3.8 Celana	40
Gambar 3.9 Rok.....	40
Gambar 3.10 Pashmina	41
Gambar 3.11 Kaftan	42
Gambar 3.12 Mukena.....	42
Gambar 3.13 Abaya	43
Gambar 3.14 Baju Koko	43
Gambar 3.15 Kain Sarung.....	44
Gambar 3.16 Peci	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Contoh Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Profil Responden
Lampiran 3	Rekapitulasi Kapabilitas Inovasi
Lampiran 4	Rekapitulasi Inovasi
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

BAB 1

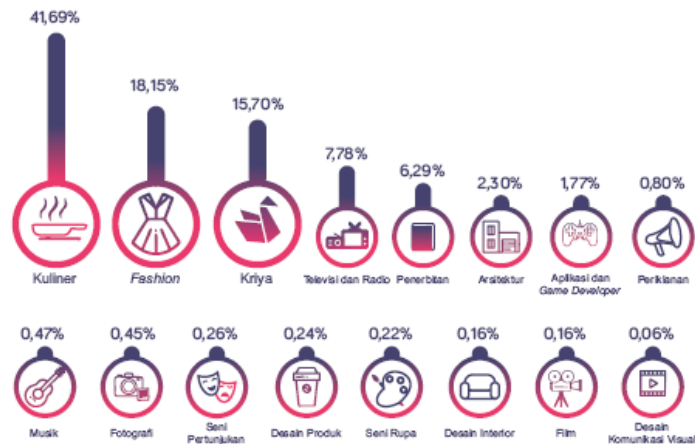
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini, paradigma di bidang industri telah bergeser dan salah satu faktor terkuat dalam peningkatan ekonomi dan pembangunan negara adalah industri ekonomi kreatif. Industri ekonomi kreatif adalah industri yang mengedepankan kreativitas dalam memajukan ekonomi yang memaksimalkan nilai tambah dari suatu produk barang atau jasa dalam rangka keberlanjutan kehidupan dan peradaban manusia.

Pada tahun 2007, Bandung telah dipakai untuk *pilot project* untuk pengembangan industri ekonomi kreatif di Indonesia. Hal ini terbukti bila industri ekonomi kreatif berkontribusi tinggi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, pada tahun 2010 hingga 2015 yang menunjukkan peningkatan kontribusi yang signifikan yaitu sebesar 10,14% per tahun dan pada tahun 2015, kontribusi industri ekonomi kreatif terhadap PDB nasional sebanyak 7,38% atau setara dengan 852 triliun rupiah (Bekraf, 2017).

Industri ekonomi kreatif diklasifikasikan menjadi 15 sub industri yaitu arsitektur, desain, fesyen, kerajinan, kuliner, layanan komputer dan piranti lunak, musik, pasar dan barang seni, penerbitan dan percetakan, periklanan, permainan interaktif, riset dan pengembangan, seni pertunjukan, televisi dan radio, video, film dan fotografi. (Open Data Kota Bandung, 2014). Gambar 1.1 menunjukkan bahwa industri fesyen dan kuliner merupakan industri yang berkontribusi tinggi akan pertumbuhan ekonomi nasional. Rata – rata peningkatan pada industri fesyen sebesar 27% dari tahun 2010 hingga 2013.



Sumber: BEKRAF

Gambar 1.1
Data Kontribusi per Subsektor

Sandang merupakan salah satu kebutuhan primer masyarakat. Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok manusia yang perlu dipenuhi. Seiring perkembangan waktu, banyak pengusaha – pengusaha yang menawarkan berbagai macam model dan *brand* yang pada akhirnya menciptakan *trend* busana muslim baru.

Selaras akan kebutuhan dan keinginan tersebut, industri fesyen merupakan sektor primer yang memiliki sifat dinamis yaitu dapat menyesuaikan dengan *trend* yang sedang berlaku pada waktu yang berlaku. Sifat kebutuhan dapat dinilai tetap dan sifat keinginan dinilai selalu berubah – ubah. Sehingga, industri fesyen perlu mengikuti keinginan pembeli demi tercapainya tujuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan secara maksimal dan berkontribusi terhadap keberlangsungan dan peningkatan ekonomi nasional.

Indonesia adalah negara yang memiliki penduduk beragama Islam terbanyak di dunia sehingga gaya hidup islami merupakan suatu perkembangan yang sangat di minati. Menurut Dirjen Industri Kecil Menengah (IKM), 20 juta penduduk Indonesia menggunakan busana muslim atau hijab.

Faktor tersebut menyebabkan penggunaan busana muslim menjadi salah satu kebutuhan yang semakin berkembang pada saat ini. Gaya berbusana muslim saat ini sudah menjadi salah satu gaya hidup dan *trend*. Penggunaan hijab ataupun busana muslim kini tidak dianggap kuno sebagaimana pandangan terdahulu. Kini gaya hijab dan busana muslim sudah di rancang sebagaimana trend yang saat ini sedang naik daun. Desainer – desainer kreatif mulai tumbuh subur, *outlet – outlet* busana muslim sudah banyak ditemukan. Peningkatan permintaan akan busana muslim cukup tinggi, dilihat dari jumlah wanita yang memakai hijab telah mencapai dua puluh juta orang. (Sumber: Kompasiana)

Hal ini terlihat dari maraknya *start-up business* di bidang busana muslim saat ini. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, busana muslim dapat memberikan pengaruh yang kuat demi perputaran ekonomi nasional yang diperkirakan sebesar USD 7,18 miliar. Dalam kontribusi ekonomi kreatif busana muslim (Sumber: Jabarprov).

Kota Bandung mendapat penghargaan Natamukti Nindya sebagai kota dengan perkembangan usaha mikro dan kecil (UMK) terbesar se-Indonesia menurut penilaian *Indonesia Council for Small Business (ICSB)*. 60 persen ekonomi di Bandung digarap oleh UMK (Ramdhani, 2016). Kota Bandung memiliki potensi yang besar untuk menjadi pusat mode busana muslim dunia karena berdasarkan pernyataan *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)* mengatakan bahwa Kota Bandung merupakan salah satu kota kreatif di dunia. Menurut Jabarprov, saat ini Kota Bandung memiliki pangsa pasar sebanyak 20% dari penjualan busana muslim di Indonesia. Kota Bandung memiliki 65% penduduk usia produktif yang memiliki potensi untuk melihat kesempatan dan kreativitas tinggi untuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Ketatnya persaingan antara pengusaha busana muslim yang kian menjamur di Kota Bandung menyebabkan setiap pengusaha perlu memiliki nilai tambah tersendiri atau inovasi terhadap produk yang ditawarkan. Inovasi

tersebut bisa bersumber dari ide, seni dan teknologi untuk menciptakan kesejahteraan (Muller et al., 2009).

Inovasi merupakan suatu strategi untuk mengkombinasikan unsur produksi dengan cara yang baru dan lebih baik. Marcella & Fabio (2017) menyatakan bahwa inovasi memiliki empat dimensi yaitu inovasi produk, inovasi proses, inovasi pasar dan inovasi organisasi. Inovasi produk adalah pengenalan produk baru ke dalam pasar demi memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar. Inovasi proses adalah pengenalan elemen baru dalam proses perusahaan. Inovasi pasar adalah pengetahuan baru yang diterapkan dalam saluran distribusi, produk, dan ekspektasi pilihan kebutuhan maupun keinginan pasar. Inovasi organisasi yaitu berkenaan dengan struktur dan proses administrasi perusahaan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terjadinya inovasi pada industri fesyen khususnya busana muslim yaitu kapabilitas inovasi perusahaan tersebut. Kapabilitas inovasi menurut Iddris, Awuah, dan Gebrekidans (2016) adalah kemampuan perusahaan yang berkelanjutan yang memanfaatkan keahlian, pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya yang berhubungan dengan penciptaan proses, produk, pelayanan, administrasi atau sistem organisasi yang baru dalam rangka penciptaan nilai.

Saunila (2016) menyatakan bahwa kapabilitas inovasi terdiri dari tujuh dimensi yaitu *participatory leadership culture factor, ideation an organizing structures factor, work climate and well – being factor, know-how development factor, regeneration factor, external knowledge factor, dan individual activity factor.*

Inovasi dan kapabilitas inovasi diperlukan untuk menunjang keberlangsungan usaha yang dijalankan agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan pangsa pasar. Kedua teori tersebut menunjukkan adanya tujuan yang sama untuk melihat kekuatan yang paling berpengaruh dalam industri fesyen khususnya busana muslim di Kota Bandung.

Menurut Sheena Krisnawati selaku Direktur Operasional Kaminari Production, pada tahun 2020 Kota Bandung dapat menjadi kota *trendsetter* hijab dan busana muslim di Asia Tenggara. Terbukti bahwa banyaknya pengusaha maupun konsumen dari negara – negara lain seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan Singapura kerap mengikuti rancangan maupun karya yang di produksi oleh pengusaha hijab dan busana muslim di Bandung.

Secara keseluruhan Kota Bandung memiliki potensi akan pengembangan kreativitas dalam pelaksanaan inovasi dan peningkatan kapabilitas inovasi. Kenyataannya menurut penelitian yang dilakukan oleh Bekraf, inovasi dalam industri fesyen saat ini masih dinilai tidak memiliki peningkatan. Didukung oleh pernyataan Euis Saedah selaku Direktorat Jendral Industri Kecil Menengah Kementrian Perindustrian yaitu permasalahan mengenai bahan baku yang masih harus diimpor dari negara lain, teknologi yang mempengaruhi kapasitas produksi pelaku usaha, sumber daya manusia yang bergelut pada bidang fesyen yang hanya melakukan usaha tersebut karena faktor *hobby* atau pun hanya ikut – ikutan, pemasaran, dan modal yang dimiliki oleh pelaku usaha. Padahal pelaku usaha industri busana muslim memiliki potensi dan kreatif dalam bidang fesyen busana muslim. Diajang Lestari selaku CEO Hijup.com menambahkan bahwa pendidikan yang dimiliki oleh sumber daya manusia selaku pelaku usaha busana muslim masih belum memperhatikan pendidikan terkait industri busana muslim.

Inovasi dapat diciptakan bila pengusaha memiliki kapabilitas inovasi. Dalam studi terdahulu yang dilakukan oleh Mulyana (2014) mengatakan bahwa kreativitas merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan kapabilitas inovasi pelaku usaha, tetapi saat ini peran pemerintah dalam mempengaruhi kreativitas dan kapabilitas inovasi terhadap pengusaha busana muslim di Bandung masih belum optimal.

Hal ini menunjukkan ketidakselarasan dengan tujuan perkembangan industri busana muslim Kota Bandung yaitu menjadi kota *trendsetter* hijab dan busana muslim pada tahun 2020 di Asia Tenggara dengan teori yang

dikembangkan oleh Mubarak (2013) bahwa kreativitas merupakan pondasi utama menjadi inovatif. Pengusaha busana muslim di Bandung dapat mencapai tujuan tersebut dengan dukungan teori yang dikembangkan oleh Larsen (2007) yaitu kapabilitas inovasi sangat penting agar menciptakan keunggulan bersaing. Faktor lainnya yang mempengaruhi baiknya kapabilitas inovasi adalah pendidikan yang akan berdampak pada pengetahuan yang dimiliki sumber daya manusia selaku pelaku usaha busana muslim.

Baltos dan BIP termasuk sebagai pusat penjualan busana muslim di Bandung. Kedua objek tersebut memiliki kemungkinan yang cukup besar untuk mengikuti persaingan yang ketat dalam industri fesyen busana muslim di Bandung. Oleh karena itu, demi mengetahui aktivitas inovasi dan kapabilitas inovasi yang digunakan oleh pelaku usaha mikro dan kecil (UMK) penulis berharap skripsi ini dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kreativitas dalam melaksanakan inovasi dan kapabilitas inovasi dengan judul “**Analisis Inovasi dan Kapabilitas Inovasi pada Usaha Mikro dan Kecil (UMK) Industri Busana Muslim di Bandung**”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Jenis inovasi apa yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha industri busana muslim di Bandung saat ini?
- b. Jenis kapabilitas inovasi apa yang sudah dilakukan oleh pelaku usaha industri busana muslim di Bandung saat ini?
- c. Jenis inovasi apa yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro dan kecil (UMK) saat ini?
- d. Jenis kapabilitas inovasi apa yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro dan kecil (UMK) saat ini?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

- a. Mengetahui jenis inovasi yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung saat ini
- b. Mengetahui jenis kapabilitas inovasi yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung saat ini
- c. Mengetahui jenis inovasi yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro dan kecil (UMK) saat ini
- d. Mengetahui jenis kapabilitas inovasi yang sudah dilakukan oleh industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro dan kecil (UMK) saat ini

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Bagi penulis, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan
2. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan kebijaksanaan pelaksanaan inovasi dan peningkatan kapabilitas inovasi.
3. Bagi pihak lain, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam ilmu manajemen operasional dan dapat digunakan sebagai bahan kajian untuk penelitian yang akan datang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Inovasi berperan penting dalam perkembangan usaha untuk saat ini karena pertumbuhan persaingan yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha

untuk berpikir kreatif agar dapat mempertahankan, meningkatkan usaha, dan mencapai tujuan perusahaan maupun industri. Inovasi memiliki empat karakteristik. Marcella & Fabio (2017) menjelaskan definisi dari keempat karakteristik tersebut adalah sebagai berikut:

1. Inovasi Produk, pengenalan produk baru yang dapat menjadi produk atau jasa baru dengan tujuan memuaskan kebutuhan pasar.
2. Inovasi Proses, pengenalan elemen baru dalam operasi perusahaan.
3. Inovasi Pasar, pengetahuan baru yang diterapkan kedalam saluran distribusi, produk, aplikasi dan ekspektasi, pilihan, kebutuhan dan keinginan pelanggan.
4. Inovasi Organisasi, berkenaan dengan struktur organisasi dan proses administrasi dalam perusahaan.

Ketatnya persaingan memaksa secara tidak langsung kepada pelaku usaha demi mempertahankan bisnisnya dengan melakukan inovasi secara terus – menerus, karena pesaing akan meniru inovasi yang sudah dimiliki pelaku usaha. Menurut Tatiek (2009), diperlukan suatu kemampuan dalam menerapkan segala kreativitas serta inovasi dalam memecahkan masalah yang disebut dengan kapabilitas inovasi.

Menurut Saunila (2017) terdapat tujuh dimensi yang mempengaruhi kapabilitas inovasi yaitu sebagai berikut:

1. *Leadership*, mengacu pada keseluruhan suasana organisasi yang mendukung dan memotivasi, dan budaya kepemimpinan yang memfasilitasi inovasi.
2. *Structures*, merupakan struktur dan sistem yang dibutuhkan untuk menyukseskan inovasi dimana di dalamnya termasuk menciptakan, mengembangkan, dan mengimplementasikan, serta cara bagaimana mengatur tugas kerja untuk inovasi supaya terorganisir demi meningkatkan kemampuan berinovasi perusahaannya.

3. *Work Well-Being* yaitu mewakili kesejahteraan karyawan dan iklim kerja lebih lanjut dan kesejahteraan para karyawan untuk pengembangan inovasi, termasuk didalamnya adalah kolaborasi dan nilai.
4. *Know-how*, merupakan keahlian seseorang, mencakup pengetahuan dan keterampilan untuk mendorong terciptanya inovasi.
5. *External Knowledge* menekankan hubungan perusahaan dengan pihak eksternal dalam memanfaatkan jaringan serta kemampuan pihak eksternal di dalam meningkatkan seluruh kapabilitas inovasi organisasi.
6. *Regeneration*, merupakan kemampuan organisasi untuk belajar dari pengalaman sebelumnya dan menggunakan pengalaman tersebut untuk menciptakan dan mengembangkan inovasi.
7. *Employee Activity*, merupakan kemampuan inovasi yang dimiliki setiap karyawan untuk mendorong inovasi.