

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA  
OPERASIONAL PADA UMKM INDUSTRI BUSANA  
MUSLIM DI BANDUNG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
untuk memperoleh gelar  
Sarjana Ekonomi

Oleh:  
**Hasna Muliawati Ulfah**  
**2014120068**

**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**

**THE INFLUENCE OF PRODUCT INNOVATION ON  
OPERATIONAL PERFORMANCE AT MSMEs OF  
MOSLEM FASHION INDUSTRY IN BANDUNG**



**UNDERGRADUATE THESIS**

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

**By:**  
**Hasna Muliawati Ulfah**  
**2014120068**

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

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



**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA  
OPERASIONAL PADA UMKM INDUSTRI BUSANA  
MUSLIM DI BANDUNG**

Oleh:

Hasna Muliawati Ulfah  
2014120068

Bandung, 22 Juni 2018

Ketua Program Sarjana Manajemen,

Dra. Triyana Iskandarsyah, M.Si.

Pembimbing Skripsi,

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

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (*sesuai akte lahir*) : Hasna Muliawati Ulfah  
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 Mei 1996  
No. Pokok Mhs/NPM : 2014120068  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

### PENGARUH INOVASI PRODUK TERHADAP KINERJA OPERASIONAL PADA UMKM INDUSTRI BUSANA MUSLIM DI BANDUNG

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan: Ria Satyarini, S.E., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis 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, 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 keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa 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 ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

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

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 22 Juni 2017

Pembuat pernyataan:



(Hasna Muliawati Ulfah)

## ABSTRAK

Di Indonesia, industri kreatif sedang berkembang dengan cepat. Menurut data Bekraf 2017, Indonesia memiliki 16 subsektor industri ekonomi kreatif, industri fesyen memiliki tingkat kontribusi yang tinggi karena berada pada peringkat kedua dari keseluruhan subsektor yang ada. Salah satu industri fesyen yang sedang berkembang saat ini adalah industri fesyen busana muslim. Perkembangan industri fesyen busana muslim yang cepat mengharuskan para pelaku usaha memaksimalkan kinerja perusahaannya, salah satunya adalah kinerja operasional. Untuk dapat meningkatkan kinerja operasional dibutuhkan beberapa inovasi dari perusahaan salah satunya adalah inovasi produk.

Inovasi produk merupakan pengembangan atau perbaikan produk yang diharapkan oleh pasar dan dapat memuaskan kebutuhan pasar. Inovasi produk memiliki tujuh dimensi yaitu keunikan dan kebaruan produk yang dikeluarkan, penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru, kecepatan dalam mengembangkan produk baru, jumlah frekuensi dalam mengenalkan produk baru ke pasar, jumlah produk baru yang masuk ke dalam segmen pasar yang baru, produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dan terdapat nilai bagi pelanggan dalam produk. Kinerja operasional adalah *output* atau hasil yang dicapai karena kemampuan operasional yang unik. Kinerja operasional memiliki empat dimensi yaitu biaya, kualitas, pengiriman dan fleksibilitas.

Pada penelitian ini, pelaku usaha busana muslim di Kota Bandung diambil sebagai populasi karena Kota Bandung adalah pusat UMKM busana muslim. Dengan jumlah populasi yang tidak diketahui, maka sampel minimal yang digunakan adalah 97 dan pada penelitian ini sampel yang digunakan sebanyak 102 perusahaan. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi *linier* karena untuk mengetahui besarnya pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional.

Hasil inovasi produk industri busana muslim yang berada di Kota Bandung berdasarkan tujuh dimensi yang diukur berada di kategori tinggi dengan skor sebesar 4,09 dan hasil kinerja operasional berdasarkan empat dimensi yang diukur berada di kategori tinggi dengan skor sebesar 4,17. Ini berarti kemampuan para pelaku usaha dalam berinovasi dan kinerja operasional pada umumnya sudah sangat baik. Selanjutnya, untuk pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional yaitu sebesar 47,9%. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara inovasi produk terhadap kinerja operasional pada industri busana muslim di Bandung.

Berdasarkan hasil analisis masing-masing dimensi variabel, diperlukan beberapa perbaikan. Diantaranya, perbaikan pada dimensi penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru yaitu dengan cara memberikan pelatihan serta pengembangan kepada karyawan agar bisa menggunakan suatu *software* dan aplikasi desain tertentu. Perbaikan pada dimensi produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan dengan cara melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan, misalnya dengan meminta kritik serta saran saat pelanggan telah membeli dan menggunakan produk dari perusahaan, selain itu perusahaan harus dapat memanfaatkan internet dan media sosial untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan pelanggan.

**Kata Kunci: Inovasi Produk, Kinerja Operasional, Usaha Mikro Kecil Menengah, Industri Hijab**

## **ABSTRACT**

*In Indonesia, the creative industry is expanding rapidly. According to Bekraf data of 2017, Indonesia has 16 sub-sectors of the creative economy industry, the fashion industry has a high contribution rate because it is on the second position of the entire subsector. One of the emerging fashion industries today is the fashion clothing industry. The rapid development of Muslim fashion industry requires business actors to maximize their company's performance, one of them is operational performance. To be able to improve the operational performance required several innovations from the company one of them is product innovation.*

*Product innovation is a development or improvement of products expected by the market and can satisfy market needs. Product innovation has seven dimensions of uniqueness and novelty of products issued, the use of the latest technological innovations in developing new products, the speed in developing new products, the number of frequencies in introducing new products to the market, the number of new products entering into new market segments, new products are customer-oriented and there is value to customers in the product. Operational performance is the output or the results achieved because of the unique operational capabilities. Operational performance has four dimensions of cost, quality, shipping and flexibility.*

*In this research, the business actors of muslim fashion industry in Bandung city taken as a population because Bandung is the center of SMEs Muslim fashion. With an unknown population number, the minimum sample used is 97 and in this study the sample used is as much as 102 companies. Data analysis method used in this study is linear regression because to know the magnitude of the effect of product innovation on operational performance.*

*The results of the innovation of Muslim clothing industry products located in Bandung City based on seven dimensions measured are in high category with a score of 4,09 and the results of operational performance based on four dimensions are measured in the high category with a score of 4,17. This means the ability of business actors to innovate and operational performance in general is very good. Furthermore, for the effect of product innovation on operational performance that is equal to 47,9%. This means there is a significant influence between product innovation on operational performance in the Muslim fashion industry in Bandung.*

*Based on the results of the analysis of each dimension of the variable, there is some improvement needed. Among them, the improvement on the dimensions of the use of the latest technological innovations in developing new products is by providing training and development to employees in order to use a particular software and application design. Improvements to new product dimensions are customer-oriented by making good communication with customers, for example by asking for criticism and suggestions when customers have purchased and used products from the company, in addition the company must be able to utilize the internet and social media to to know the needs and desires of customers.*

**Keywords:** *Product Innovation, Operational Performance, MSMEs, Hijab Industry*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan ridha-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada UMKM di Kota Bandung” tepat pada waktunya. Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan penulis dalam jenjang pendidikan S1, program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan Bandung.

Dalam masa perkuliahan penulis menyadari bahwa banyak hambatan dan rintangan serta dalam penulisan skripsi ini terdapat banyak kekurangan karena adanya keterbatasan dan hambatan yang dimiliki oleh penulis. Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik karena banyak pihak yang terkait dalam memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak H. Uleh Abdullah dan Ibu Eni Nurbaeni selaku orang tua penulis yang selalu memberikan doa, kasih sayang, dorongan, motivasi, bimbingan dan dukungan moril maupun materil kepada penulis.
2. Fakhri Musyaffa dan Haifa Mustika Zahirah selaku adik kandung penulis yang selalu memberikan doa, bantuan, candaan dan dukungan kepada penulis.
3. Ibu Ria Satyarini, S.E, M.Si, selaku dosen pembimbing penulis selama penyusunan skripsi yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta memberikan ilmu, bimbingan, masukan dan kesabaran kepada penulis selama penyusunan skripsi.
4. Ibu Rizka Nugraha Pratikna, S.E., M.M, selaku dosen wali penulis yang telah memberikan bantuan, nasihat, dan arahan setiap kali proses FRS di setiap semester selama penulis berada di bangku perkuliahan.
5. Bapak Dr. Hamfri Djajadikerta, Drs., Ak., M.M, 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. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan, atas ilmu, dan pembelajaran yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
8. Nadhira Rhamdania, Meitiyana dan Kinanti Fitryandita selaku sahabat penulis sekaligus teman satu bimbingan Bu Ria yang selalu memberikan bantuan, nasihat, masukan serta hiburan selama masa perkuliahan maupun saat penyusunan skripsi.
9. Kak Alfa Asfari dan Kak Hafiz Rulih selaku teman satu bimbingan Bu Ria yang telah membantu penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
10. Nadia Dhaifina, selaku sahabat terdekat penulis yang selalu memberikan waktu, bantuan, masukan, motivasi serta hiburan kepada penulis.
11. Alike Mahroza, Syifa Dheanira, Hasna Indriani, Febby Natasya, Allesandra Andri, Keisha Karunia dan Putri Rizki selaku sahabat terbaik penulis pada masa perkuliahan yang selalu menemani, mendukung dan menghibur penulis selama masa perkuliahan.
12. Alyssa Adzhani, Sasha Herianto, Hasya Nafilah, Rizky Dewi Affandi, Fauzia Febri dan Andita Rahma Julia selaku teman penulis yang telah menemani dan memberikan dukungan kepada penulis selama masa perkuliahan.
13. Anthony, Fati, Maretta, Varsha, Rizky Ahmad, Ricky, Renaldi, Gilang, Tamara, Christie Eva dan Mesha Dea selaku teman main penulis yang selalu memberikan hiburan dan bantuan kepada penulis.
14. Desi, Olivia, Antya, Dera, Bintang, Rajandra dan Bregas selaku teman penulis semasa SMA yang selalu memberikan motivasi, semangat serta candaan kepada penulis.
15. Talitha, Zata, Devina, Atiya, Gabby, Haikal dan Samuel selaku teman penulis semasa SMA yang selalu memberikan informasi, dukungan serta candaan kepada penulis.
16. Seluruh keluarga besar Manajemen Unpar angkatan 2014 yang telah sama-sama berjuang bersama penulis dari awal perkuliahan.



17. Seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama masa perkuliahan maupun penyusunan skripsi yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Bandung, 22 Juni 2018

Hasna Muliawati Ulfah

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1.Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian .....	4
1.3. Tujuan Penelitian .....	4
1.4. Kegunaan Penelitian .....	4
1.5. Kerangka Pemikiran .....	5
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
2.1. Inovasi .....	7
2.2. Inovasi Produk.....	8
2.3. Inovasi Proses.....	10
2.4. Inovasi Pasar .....	11
2.5. Inovasi Organisasi.....	11
2.6. Kinerja .....	11
2.6.1. Kinerja Operasional .....	12
2.6.2. Dimensi Kinerja Operasional .....	12
2.7. Usaha Mikro dan Kecil .....	13
2.8. <i>Fashion</i> .....	13
<b>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN</b> .....	15
3.1. Metode Penelitian .....	15
3.1.1. Teknik Pengumpulan Data.....	15
3.1.2. Langkah-langkah Penelitian .....	17
3.1.3. Populasi dan Sampel.....	20
3.1.4. Teknik Pengukuran Data .....	21
3.1.5. Operasionalisasi Variabel.....	21

3.1.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	33
3.1.7. Teknik Analisis Data .....	36
3.2. Objek Penelitian dan Profil Responden .....	37
<b>BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	49
4.1. Inovasi Produk Industri Busana Muslim di Bandung .....	49
4.1.1. Keunikan dan kebaruan produk yang dikeluarkan.....	50
4.1.2. Penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru .....	52
4.1.3. Kecepatan dalam mengembangkan produk baru .....	54
4.1.4. Jumlah frekuensi dalam mengenalkan produk baru ke pasar .....	56
4.1.5. Jumlah produk baru yang masuk ke dalam segmen pasar yang baru .....	58
4.1.6. Produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan .....	59
4.1.7. Terdapat nilai bagi pelanggan dalam produk .....	61
4.2. Hasil Inovasi Produk Busana Muslim di Bandung.....	62
4.3. Inovasi Produk pada Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) .....	64
4.4 Kinerja Operasional di Bandung .....	67
4.4.1. Biaya .....	67
4.4.2. Kualitas .....	69
4.4.3. Pengiriman .....	70
4.4.4. Fleksibilitas .....	72
4.5. Hasil Kinerja Operasional Busana Muslim di Bandung .....	73
4.6. Kinerja Operasional pada Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) .....	74
4.7. Uji Asumsi Klasik Regresi Linier Sederhana .....	76
4.8. Pengaruh Tingkat Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional Industri Busana Muslim di Bandung.....	77
4.8.1. Model Regresi Linier Sederhana.....	77
4.8.2. Analisis Pengaruh (X) terhadap (Y) .....	77
4.9. Ringkasan Hasil Analisis Data .....	81
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	82
5.1. Kesimpulan .....	82

5.2. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS .....</b>	<b>146</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	22
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 3. 4 Kategori Nilai Rata-Rata Hitung pada Analisa Deskriptif.....	37
Tabel 4. 1 Rata-Rata Hitung Dimensi Keunikan dan Kebaruan Produk yang Dikeluarkan.....	50
Tabel 4. 2 Rata-Rata Hitung Dimensi Penggunaan Inovasi Teknologi Terbaru Dalam Mengembangkan Produk Baru .....	53
Tabel 4. 3 Rata-Rata Hitung Dimensi Kecepatan Dalam Mengembangkan Produk Baru.....	54
Tabel 4. 4 Rata-Rata Hitung Dimensi Jumlah Frekuensi Dalam Mengenalkan Produk Baru ke Pasar.....	56
Tabel 4. 5 Rata-Rata Hitung Dimensi Jumlah Produk Baru yang Masuk ke Dalam Segmen Pasar yang Baru.....	58
Tabel 4. 6 Rata-Rata Hitung Dimensi Produk Baru yang Dikeluarkan Berorientasi Pada Pelanggan .....	59
Tabel 4. 7 Rata-Rata Hitung Dimensi Terdapat Nilai Bagi Pelanggan Dalam Produk.....	61
Tabel 4. 8 Rata-Rata Hitung Inovasi Produk .....	62
Tabel 4. 9 Rata-Rata Hitung Inovasi Produk Berdasarkan UMKM .....	64
Tabel 4. 10 Rata-Rata Hitung Dimensi Biaya.....	67
Tabel 4. 11 Rata-Rata Hitung Dimensi Kualitas.....	69
Tabel 4. 12 Rata-Rata Hitung Dimensi Pengiriman .....	71
Tabel 4. 13 Rata-Rata Hitung Dimensi Fleksibilitas .....	72
Tabel 4. 14 Rata-Rata Hitung Kinerja Operasional .....	73
Tabel 4. 15 Rata-Rata Hitung Kinerja Operasional Berdasarkan UMKM .....	74
Tabel 4. 16 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 17 Analisis Model Regresi Linier Sederhana: SPSS .....	78
Tabel 4. 18 Perbandingan $t_{hitung}$ dengan $t_{tabel}$ .....	80
Tabel 4. 19 Ringkasan Hasil Analisis Data.....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Kontribusi Subsektor Terhadap Ekonomi Indonesia.....	1
Gambar 1. 2. Model Konseptual .....	6
Gambar 3. 1 Langkah-langkah Penelitian .....	19
Gambar 3. 2 Jumlah Karyawan Pelaku Usaha Busana Muslim di Kota Bandung ....	38
Gambar 3. 3 Omzet Pelaku Usaha Busana Muslim di Kota Bandung.....	39
Gambar 3. 4 Produk yang Dijual Pelaku Usaha Busana Muslim di Kota Bandung ..	39
Gambar 3. 5 Contoh Baju Gamis .....	40
Gambar 3. 6 Contoh Pashmina atau Hijab .....	41
Gambar 3. 7 Contoh Celana .....	42
Gambar 3. 8 Contoh Rok .....	42
Gambar 3. 9 Contoh Baju Kaftan.....	43
Gambar 3. 10 Contoh Baju Abaya .....	44
Gambar 3. 11 Contoh Baju Koko.....	45
Gambar 3. 12 Contoh Peci .....	46
Gambar 3. 13 Harga Produk yang Dijual Pelaku Usaha Busana Muslim di Kota Bandung.....	46
Gambar 3. 14 Cara Membuat Produk Pelaku Usaha Busana Muslim di Kota Bandung.....	47

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Pertanyaan Wawancara Responden
- Lampiran 2. Contoh Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3. Profil Responden
- Lampiran 4. Rekapitulasi Inovasi Produk
- Lampiran 5. Rekapitulasi Kinerja Operasional
- Lampiran 6. Hasil Kuesioner Pelanggan
- Lampiran 7. Tabel R

# BAB 1

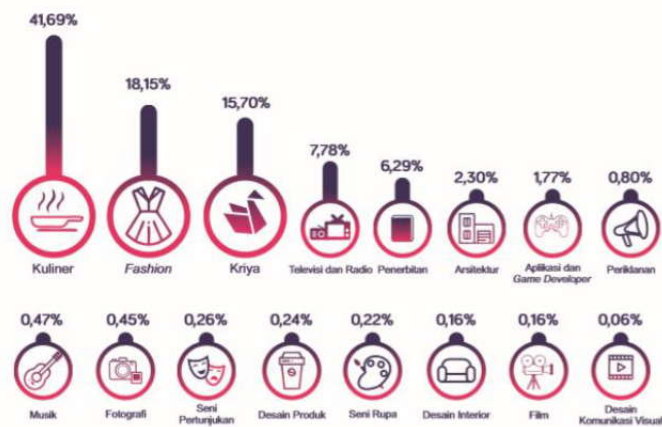
## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di Indonesia, industri kreatif sedang berkembang dengan cepat. Industri kreatif erat hubungannya dengan tingkat kreativitas manusia sebagai sumber daya utama penggerak roda perekonomian. Industri kreatif menurut Kementerian Perdagangan Indonesia adalah industri yang berasal dari pemanfaatan aktifitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Menurut data Bekraf 2017, Indonesia memiliki 16 subsektor industri ekonomi kreatif yang diurutkan berdasarkan kontribusi terbesar diantaranya industri kuliner, fesyen, kriya, televisi & radio, penerbitan, arsitektur, aplikasi dan *game developer*, periklanan, musik, fotografi, seni pertunjukan, desain produk, seni rupa, desain interior, film, desain komunikasi visual.

**Gambar 1. 1**  
**Data Kontribusi Subsektor Terhadap Ekonomi Indonesia**



Sumber: BEKRAF



Menurut data tersebut, industri fesyen memiliki tingkat kontribusi yang tinggi karena berada pada peringkat kedua dari keseluruhan subsektor yang ada. Industri fesyen yang berkembang di Indonesia sekarang telah menjadi pilihan karier bagi generasi muda di Indonesia. Indonesia merupakan negara dengan penduduk terbesar yang mayoritas penduduknya memeluk agama Islam. Pengguna busana muslim semakin hari semakin bertambah. Menurut data Kementerian Perindustrian pada tahun 2012 setidaknya terdapat 20 juta orang di Indonesia yang menggunakan busana muslim untuk berkegiatan sehari-hari. Dari kebutuhan para pengguna busana muslim ini, pemerintah terus mendorong perkembangan industri fesyen busana muslim. Selain itu, pertumbuhan masyarakat kelas menengah di Indonesia mencapai 7-8% setiap tahunnya. Semakin banyak masyarakat kelas menengah yang tumbuh, maka semakin besar peluang usaha dalam bidang fesyen busana muslim.

Para pelaku usaha dalam bidang fesyen busana muslim termasuk ke dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah atau yang biasa disingkat UMKM. Menurut Departemen Keuangan Indonesia, usaha kecil adalah usaha produksi milik keluarga atau perorangan Warga Negara Indonesia yang memiliki aset paling banyak satu milyar per tahun. Saat ini terdapat 30% dari 750 ribu pelaku usaha industri kecil dan menengah yang bergerak di bidang industri fesyen busana muslim. Direktur Operasional Kaminari Production, Sheena Krisnawati mengatakan bahwa Bandung memberikan kontribusi besar dalam industri fesyen busana muslim di Indonesia. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga mengatakan hal yang sama yaitu diperkirakan bahwa nilai perdagangan busana muslim Indonesia mencapai USD 7,18 miliar, dari angka tersebut, Bandung merupakan daerah dengan kontribusi paling besar. Dengan perkembangan industri fesyen busana muslim yang semakin cepat, pemerintah membuat tujuan yaitu menjadikan Kota Bandung menjadi kota hijab dunia pada tahun 2020. (Sumber: jabarprov.go.id)

Perkembangan industri fesyen busana muslim yang cepat mengharuskan para pelaku usaha memaksimalkan kinerja perusahaannya. Kinerja terbagi menjadi kinerja keuangan dan kinerja operasional. Kinerja operasional dapat didefinisikan

sebagai *output* atau hasil yang dicapai karena kemampuan operasional yang unik (Tan *et al.*, 2007). Menurut Abdallah *et al.*, kinerja operasional dapat diukur melalui dimensi biaya, kualitas, pengiriman dan fleksibilitas. Kinerja operasional yang maksimal didapatkan melalui hasil pengukuran dimensi biaya, kualitas, pengiriman dan fleksibilitas yang harus dapat dikatakan sudah cukup baik. Untuk dapat meningkatkan kinerja operasional dibutuhkan beberapa inovasi dari perusahaan diantaranya adalah inovasi proses dan inovasi produk.

Inovasi adalah suatu proses penciptaan ide, peningkatan penemuan dan memperkenalkan produk baru atau jasa atau proses ke pasar (Thornhill, 2006). Inovasi tersebut bisa bersumber dari ide, seni dan teknologi untuk menciptakan kesejahteraan (Muller, 2009). Bentuk inovasi yang dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan diantaranya adalah inovasi produk dan inovasi proses. Inovasi produk adalah pengenalan produk baru yang dapat menjadi produk atau jasa baru dengan tujuan memuaskan kebutuhan pasar (Marcello & Fabio, 2017). Inovasi produk juga dapat dikenal sebagai dua keterhubungan yaitu memperkenalkan produk baru dan meningkatkan produk yang sudah ada (Chang *et al.*, 2012). Inovasi proses adalah pengenalan elemen baru dalam operasi perusahaan (Marcella & Fabio, 2017). Inovasi proses juga dapat didefinisikan sebagai perubahan dan perbaikan dalam proses yang bertujuan meningkatkan produktivitas, efisiensi dan efektivitas kegiatan produksi (Kim *et al.*, 2012).

Dari penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya mengenai keterhubungan antara inovasi dengan kinerja menghasilkan temuan yang telah dianggap ambigu dan menghasilkan hasil yang bertentangan dan membingungkan (Hashi & Stojcic, 2013), sehingga butuh dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menyelidiki keterkaitan antara berbagai jenis inovasi dan kinerja (Damanpour & Aravind, 2012). Dalam penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya juga, hanya terfokus pada hubungan antara inovasi produk dan kinerja saja (Fethi *et al.*, 2013) maka dari itu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai keterhubungan inovasi produk terhadap kinerja.

Kota Bandung merupakan kota dengan kontribusi terbesar sebagai penghasil usaha busana muslim di Indonesia, maka dari itu peneliti menetapkan Kota

Bandung sebagai objek penelitian ini, dimana penelitian ini difokuskan di Metro Indah Mall (MIM), Trans Studio Mall (TSM), Bandung Indah Plaza (BIP), Kawasan Buah Batu Bandung, The Sapparua, dan Indonesia Hijab Fest (IHF), objek penelitian ditujukan pada para pelaku usahanya saja tidak kepada pelanggan dikarenakan berdasarkan pernyataan yang berasal dari penelitian terdahulu, tidak seluruh pernyataan dapat terjawab oleh pelanggan. Untuk menyoediki keterkaitan antara inovasi produk dan kinerja operasional yang lebih lanjut, maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada UMKM Industri Busana Muslim di Bandung.”**

### **1.2. Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang penelitian, penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana inovasi produk dan kinerja operasional pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) pada industri fesyen busana muslim di Bandung?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional busana muslim di Kota Bandung pada skala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) saat ini?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui inovasi produk dan kinerja operasional pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di industri fesyen busana muslim di Bandung.
2. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional di industri busana muslim di Bandung pada skala usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) saat ini.

### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Penulis, hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengaplikasikan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Pelaku Usaha, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan inovasi produk dan peningkatan kinerja operasional.
3. 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 dan kreativitas adalah hal yang perlu dimiliki demi perkembangan dan kesuksesan sebuah usaha. Inovasi dan kreativitas adalah inti dari kewirausahaan. Pada dasarnya sebuah inovasi dalam kegiatan usaha adalah kemampuan untuk menerapkan solusi kreatif terhadap masalah dan peluang untuk meningkatkan atau untuk memperbaiki kinerja usaha. Sedangkan kreativitas dapat dipandang sebagai kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru dan untuk menemukan cara-cara baru dalam melihat masalah dan peluang. 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.

Dalam penelitian ini hanya terfokus pada inovasi produk saja. Inovasi produk merupakan pengembangan atau perbaikan produk yang diharapkan oleh pasar dan dapat memuaskan kebutuhan pasar, maka dari itu inovasi produk sangat dibutuhkan oleh para pelaku usaha agar dapat tetap bertahan dalam pasar. Indikator dari inovasi

produk menurut Prajogo, Daniel (2003) dan Daniel, Jajja, Kannan, Brah dan Hassan (2017) yang telah disimpulkan, diantaranya adalah:

1. Keunikan dan kebaruan produk yang dikeluarkan
2. Penggunaan inovasi teknologi terbaru dalam mengembangkan produk baru
3. Kecepatan dalam mengembangkan produk baru
4. Jumlah frekuensi dalam mengenalkan produk baru ke pasar
5. Jumlah produk baru yang masuk ke dalam segmen pasar yang baru
6. Produk baru yang dikeluarkan berorientasi pada pelanggan
7. Terdapat nilai bagi pelanggan dalam produk.

Inovasi yang dilakukan oleh perusahaan dapat meningkatkan kinerja dari perusahaan tersebut. Kinerja perusahaan dapat dibagi menjadi kinerja keuangan dan kinerja operasional. Dalam penelitian ini hanya fokus pada kinerja operasionalnya saja. Kinerja operasional adalah prediktor penting dalam efektivitas dan efisiensi manufaktur perusahaan dan mencerminkan kemampuan dengan pengetahuan sumber daya yang dikelola dan dimanfaatkan untuk memfasilitasi organisasi dalam upaya inovasi produk dan proses (Tan *et al.*, 2007). Indikator kinerja operasional menurut Abdallah *et al* (2016) adalah biaya, kualitas, pengiriman dan fleksibilitas.

Pada penelitian ini yang menjadi fokus utama adalah inovasi produk sebagai variabel yang mempengaruhi, dan kinerja operasional sebagai variabel yang dipengaruhi. Dapat dianalogikan ke dalam gambar berikut.



Sumber: Hasil pengamatan penulis

Berdasarkan analogi di atas, dapat dibuat hipotesis penelitian yaitu:

Adanya pengaruh antara inovasi produk terhadap kinerja operasional.