

UPAYA PENINGKATAN KINEJA INDUSTRI KREATIF KERAJINAN MELALUI PEOPLE EQUITY DAN STRATEGI INOVASI DI KABUPATEN KONAWE

Welis Raldianingrat

Wuryanti

Universitas Islam Sultan Agung Semarang

welisraldianingrat@yahoo.com

ABSTRACT

Research thesis with the title of improving performance craft creative industries through people equity and innovation strategies in Konawe. This study attempts to examine the inter-relationship people equity, innovation strategy and performance craft creative industries. This type of research is survey. The population in this study is the creative craft industry as a whole is in Konawe, Southeast Sulawesi. Sampling technique in this study is nonprobabilitas with saturated sampling method and number of respondents was 96 respondents. A statistical technique used was Partial Least Square. In this study, construct validity and reliability were tested with quantitative phases. The results showed that: (1) people equity significant positive effect on innovation strategy, (2) people equity significant positive effect on the performance of the creative craft industry and (3) innovation strategies significant positive effect on the performance of creative handicraft industry.

Keywords : *people equity , innovation strategy , creative craft industry performance*

PENDAHULUAN

Usaha kecil menengah (UKM) merupakan salah satu penunjang pertumbuhan ekonomi suatu daerah. Dengan semakin pesatnya persaingan dunia bisnis saat ini maka UKM dituntut meningkatkan daya saing lokal dengan berbenah, mempersiapkan diri, dan berusaha memenangi persaingan ini (Ulum, 2010). Salah satu cara untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan mengadopsi dan mengimplementasikan sebuah sistem informasi (SI). Namun sering kali terjadi kegagalan dalam pemanfaatan sistem informasi. Beberapa kajian menunjukkan bahwa kegagalan implementasi didominasi oleh faktor manusia (*user*) seperti : tidak cocok dengan budaya kerja baru, etika dan kebijakan serta adanya keterbatasan keahlian.

Salah satu sektor yang digeluti

usaha kecil menengah yang sangat memungkinkan untuk dikembangkan adalah industri kreatif. Industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan Republik Indonesia, 2007). Sumber daya manusia kreatif dan kekayaan warisan budaya adalah merupakan modal yang kuat bagi bangsa Indonesia untuk bersaing di industri kreatif. Sektor industri ini lebih mengintensifkan penggunaan informasi pasar, kreativitas dan didukung sumber daya manusia yang kreatif. Dengan bekal ini UKM diharapkan bisa bersaing dengan industri besar yang seringkali lebih efisien dan berbiaya produksi lebih murah.

Industri kreatif ini terbagi dari 14 sektor yaitu : periklanan, penerbitan dan percetakan. TV dan radio, film, video dan fotografi, musik, seni pertunjukan, arsitektur, desain, feysen, kerajinan, basar barang seni, permainan interaktif, layanan komputer dan prianti lunak, penelitian dan pengembangan.

Industri kreatif merupakan salah satu penunjang ekonomi masyarakat di Kabupaten Konawe. Industri kreatif yang ada di Kabupaten Konawe pada tahun 2013 sebanyak 359 unit (Dinas perindustrian dan perdagangan Kabupaten Konawe) Dari 14 sub sektor yang ada pada industri kreatif, salah satunya yaitu industri kreatif kerajinan yang akan menjadi fokus dalam penelitian. Peningkatan industri kreatif di Kabupaten Konawe memberikan kontribusi besar pada kehidupan masyarakat yang berupa penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan dan pemberdayaan usaha kecil dan menengah.

Untuk memenangi persaingan yang ada UKM dituntut untuk selalu meningkatkan kinerja dengan sumber daya yang dimiliki. Sumber daya manusia adalah aset terbesar perusahaan, dari pengalaman perusahaan, diketahui bahwa terdapat tiga unsur manusia yang mempengaruhi keberhasilan organisasi. Ketiga elemen adalah sebagai berikut : kesesuaian (*alignment*), kapabilitas (*capability*), dan keterikatan (*engagement*). yang kemudian lebih dikenal sebagai *people equity*. Ketiga unsur *people equity* akan berlaku optimal jika SDM organisasi memiliki perilaku yang benar dengan strategi organisasi (*alignment*), jika karyawan juga memiliki bakat, informasi dan sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan strategi (*capability*), dan jika mereka memiliki Keterlibatan dan komitmen yang tinggi dalam menyelesaikan pekerjaan mereka. Setiap organisasi seharusnya memiliki *people equity* yang mempengaruhi keberhasilan dari suatu organisasi. (Schiemann, 2011) menyatakan dengan memiliki *people equity* yang berkualitas maka akan meningkatkan kinerja organisasional, baik pada kinerja

keuangan maupun non keuangan. Muafi (2009) mengatakan bahwa *people equity* tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja UKM. Aspek pemicu penting untuk dikaji pada organisasi, salah satu di antara faktor pemicu tersebut adalah inovasi organisasi. Jika inovasi organisasi meningkat akan bisa meningkatkan *people equity* (Schiemann, 2011, 2006). Jika *people equity* organisasi meningkat maka akan bisa meningkatkan kinerja organisasional (Schiemann, 2011; Becker *et al.*, 2001; Hayton, 2003).

Strategi inovasi adalah faktor yang paling penting dalam industri baik kecil, menengah maupun sedang, terutama untuk meningkatkan keandalan operasional. Inovasi merupakan faktor penentu dalam persaingan industri dan merupakan senjata yang tangguh menghadapi persaingan. Inovasi yang tinggi baik itu inovasi proses maupun inovasi produk akan meningkatkan kemampuan perusahaan menciptakan produk yang berkualitas. Kualitas produk yang tinggi akan meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan yang pada akhirnya berdampak pada kinerja perusahaan. Namun, dalam penelitian Maya dan Dista (2012) menyatakan bahwa pengaruh inovasi dalam pengembangan produk baru menunjukkan hasil positif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM, sedangkan inovasi produksi dan operasi, dan pemasaran menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja UKM.

Permasalahan yang dihadapi organisasi adalah tidak semua organisasi mau melakukan inovasi, apalagi pada industri kreatif. Penyebabnya beberapa industri kreatif di negara berkembang seperti Indonesia, khususnya di Kabupaten Konawe masih beralasan bahwa inovasi memerlukan proses yang lama dan biaya yang mahal. Penelitian ini difokuskan pada industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe. Sarosa (2007) mengatakan bahwa seiring dengan pertumbuhan UKM di Indonesia, UKM dihadapkan pada masalah baru dalam mengelola bisnis mereka. Keterbatasan

kualitas sumber daya manusia menjadi vital bagi industri kreatif dalam mengembangkan bisnisnya.

Hasil penelitian Muafi *et al.* (2012), Zulkieflimansyah dan Muhammad (2003) menjelaskan bahwa UKM memiliki kemampuan yang lemah dari aspek SDM, teknologi informasi dan inovasi. Padahal disatu sisi, UKM memiliki kontribusi kuat terhadap perekonomian suatu negara. Di Indonesia, UKM dikenal sebagai salah satu penopang ekonomi saat krisis tahun 1997 (Sarosa, 2007; Muafi *et al.*, 2012). Disamping itu, penelitian ini juga dilakukan untuk menambah dan memperkaya teori tentang *people equity* dikaitkan dengan strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan. Disamping ingin mengisi celah riset yang belum banyak dikaji oleh peneliti di luar negeri apalagi di Indonesia. Kajian teori dan riset tentang *people equity*, strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan masih jarang dijumpai dalam literatur bisnis dan manajemen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penjelasan (*explanatory research*), artinya penelitian yang menyoroti pengaruh antara variabel penentu, serta menguji hipotesis yang diajukan, dimana uraiannya mengandung deskripsi tetapi tetap berfokus pada hubungan variabel (Edi, 2011). Penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Konawe, Sulawesi Tenggara.

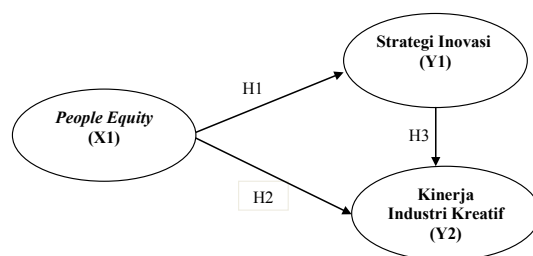
Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh industri kreatif kerajinan yang berada di Kabupaten Konawe, yang berjumlah 96 unit industri kreatif kerajinan. Populasi adalah keseluruhan dari karakteristik atau unit hasil pengukuran yang menjadi objek penelitian dan berada pada suatu wilayah yang memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian (Akdon dan Riduwan, 2007: 238).

Selanjutnya pengambilan sampel menggunakan nonprobabilitas (secara tidak acak) dengan metode Sampling Jenuh.

Sampling jenuh ialah teknik pengambilan sampel apabila semua populasi digunakan sebagai sampel dan dikenal juga dengan istilah sensus. Dalam penelitian ini menggunakan *sampling* industri kreatif kerajinan yang sudah beroperasi minimal dua tahun. Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti (Akdon dan Riduwan, 2007: 240).

Data yang dikumpulkan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari pihak lain yaitu Dinas Koperasi dan UKM dan Dinas perindustrian dan perdagangan di Kabupaten Konawe dan data sekunder diperoleh dari seluruh responden industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data terdiri dari pembagian kuisisioner yang terdiri dari sejumlah pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *People equity*, strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan.

Setiap variabel tersebut memiliki beberapa indikator yang kemudian dikembangkan menjadi instrumen berupa kuisisioner yang dapat digunakan untuk memperoleh atau mengetahui data dalam penelitian. Model empiris dalam penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1 berikut ini.



Gambar 1. Model Empiris

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan konsep *Struktural Equatin Model* (SEM) dengan program *Partial Least Square* (PLS). Analisis *Partial Least Square* (PLS) adalah metode analisis *powerful* karena tidak harus

mengasumsikan data dengan pengukuran tertentu, dapat diterapkan pada semua skala data, tidak membutuhkan banyak asumsi dan ukuran sampel (Ghozali, 2008).

pertumbuhan laba dengan nilai *loading factor* 0,747.

Tabel 1
Loading Factor Setiap Indikator People Equity, Strategi Inovasi, Kinerja Industri Kreatif

Variabel	Indikator	Loading Factor	t-Statistik
People equity	Kesesuaian	0,704	8,832
	Kapabilitas	0,695	8,117
	Keterkaitan	0,727	11,125
Strategi inovasi	Pengembangan produk baru	0,641	7,006
	Inovasi dalam produksi	0,763	12,060
	Inovasi dalam pemasaran	0,811	18,530
Kinerja industri kreatif kerajinan	Pertumbuhan laba	0,747	12,802
	Pertumbuhan penjualan	0,866	32,578
	Pertumbuhan pangsa pasar	0,764	17,124

HASIL PENELITIAN

Hasil Outer Model

Variabel *people equity*, strategi inovasi, dan kinerja industri kreatif dengan masing-masing tiga indikator yang digunakan dari hasil olah data dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa *loading factor* untuk konstruk *people equity*, strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan di atas yang dipersyaratkan 0,5 sampai 0,6. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa semua item memiliki nilai *loading factor* lebih besar dari 0,5 dan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,98) sehingga semua konstruk *people equity*, strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan memiliki validitas yang baik. Indikator terkuat sebagai pengukur *people equity* adalah keterkaitan dengan nilai *loading factor* 0,727 dan indikator terendah kapabilitas dengan nilai *loading factor* 0,695. Indikator terkuat sebagai pengukur strategi inovasi adalah inovasi dalam pemasaran dengan nilai *loading factor* 0,811 dan indikator paling lemah adalah pengembangan produk baru dengan nilai *loading factor* 0,641. Indikator terkuat sebagai pengukur kinerja industri kreatif kerajinan adalah indikator pertumbuhan penjualan dengan nilai *loading factor* 0,866 dan indikator pengukur paling lemah adalah

Uji Reliability

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Composite Reliability*. Jika nilai *Composite Reliability* antar konstruk dengan indikator-indikatornya memberikan hasil yang baik yaitu di atas 0,70. Hasil *composite reliability* dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2
Composite reliability

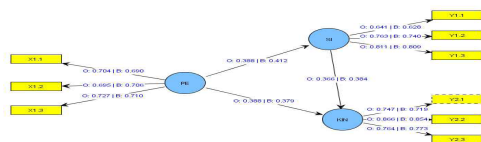
Keterangan	Composite Reliability
People equity	0,752
Strategi inovasi	0,784
Kinerja industri kreatif kerajinan	0,836

Tabel 2 di atas menunjukkan dari hasil *composite reliability* masing-masing konstruk baik yaitu *people equity* sebesar 0,752, strategi inovasi sebesar 0,784 dan kinerja industri kreatif sebesar 0,836. Nilai tersebut mengacu pada pendapat Chin maka hasil dari *composite reliability* masing-masing konstruk baik dan dapat digunakan dalam proses analisis untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan pada masing-masing konstruk, karena hasil yang diperoleh memiliki nilai $> 0,70$. Dari hasil di atas keseluruhan variabel memiliki nilai *composite reliability* $> 0,70$ artinya

memiliki nilai reliabilitas yang baik dan dapat digunakan untuk proses penelitian selanjutnya.

Hasil Inner Model

Berdasarkan perhitungan melalui analisis dengan menggunakan Smart PLS diperoleh hasil analisis yang dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 1.2
Gambar Full Model Hasil Analisis PLS

Hubungan Antar Variabel

Hasil analisis hubungan antar variabel dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3
Hubungan Antara Variabel

Keterangan	Original Sample Estimate	T-statistic
People equity → strategi inovasi	0,388	5,954
People equity → kinerja	0,388	4,905
Strategi inovasi → kinerja	0,366	4,127

Sumber: Data primer yang diolah, 2014

Keterangan: $t_{table} (0,05, 96) = 1,98$

Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah bila *people equity* tinggi maka strategi inovasi semakin tinggi. Tabel 4.19 menunjukkan bahwa koefisien parameter antara *people equity* dengan strategi inovasi ditemukan hasil positif 0,388 dengan nilai t-statistik sebesar 5,954 dan signifikan pada 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada jauh di atas nilai kritis $\pm 1,98$ dengan tingkat signifikansi berada di atas nilai signifikan 0,05, dengan demikian hipotesis pertama dapat diterima.

Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah bila *people equity* tinggi maka kinerja industri kreatif kerajinan semakin tinggi. Tabel 4.19 menunjukkan bahwa koefisien parameter antara *people equity* dengan kinerja industri kreatif ditemukan hasil positif 0,388 dengan nilai t-statistik sebesar 4,905 dan signifikan pada 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada jauh di atas nilai kritis $\pm 1,98$ dengan tingkat signifikansi berada di atas nilai signifikan 0,05, dengan demikian hipotesis kedua dapat diterima.

Hipotesis Ketiga

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah bila strategi inovasi tinggi maka kinerja industri kreatif kerajinan semakin tinggi. Tabel 4.19 menunjukkan bahwa koefisien parameter antara strategi inovasi dengan kinerja industri kreatif kerajinan ditemukan hasil positif 0,366 dengan nilai t-statistik sebesar 4,127 dan signifikan pada 0,05. Nilai t-statistik tersebut berada jauh di atas nilai kritis $\pm 1,98$ dengan tingkat signifikansi berada di atas nilai signifikan 0,05, dengan demikian hipotesis ketiga dapat diterima.

PEMBAHASAN

Hubungan *People Equity* terhadap Strategi Inovasi

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini yaitu bila *people equity* tinggi maka strategi inovasi semakin tinggi. Hasil pengujian menunjukan bahwa hubungan *people equity* dan strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan atau hipotesis ini dapat di terima. Hal ini menunjukan bahwa kesesuaian antara sumber daya manusia yang memiliki garis pandang dan strategi bisnis serta keselarasan horisontal tentang sejauh mana industri kreatif kerajinan yang efektif sesuai dengan satu sama lain untuk memberikan produk yang bernilai tinggi pada konsumen, seperti kesesuaian antara

tenaga kerja industri keratif kerajinan tenun adat di Kabupaten Konawe yang melakukan inovasi dalam produksi dari menggunakan alat manual dan sekarang beralih kemesin sehingga meningkatkan produksi setiap tahunnya. Oleh karena itu dengan memiliki *people equity* yang tinggi akan meningkatkan strategi inovasi.

Lebih lanjut variabel *people equity* dengan indikator kapabilitas menjelaskan bahwa kemampuan manager industri kreatif kerajinan menangkap sejauh mana sumber daya manusia mampu bekerja efektif sesuai bakat dan kemampuan yang dimiliki setiap individu dalam pengembangan produk baru maupun dalam perbaikan produk guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Seperti halnya pada industri kreatif kerajinan gelaga yang terus melakukan inovasi produk dengan mengembangkan produk yang unik dari gelaga, antara lain bingkai foto, dan pernak-pernik lainnya. Oleh karena itu untuk meningkatkan strategi inovasi diperlukan kapabilitas sumber daya manusia yang tinggi.

variabel *people equity* dengan indikator keterkaitan menjelaskan bahwa karyawan yang memiliki persepsi bahwa industri kreatif kerajinan tempat dia bekerja merupakan industri kreatif kerajinan yang baik untuk bekerja atau berinvestasi. Hal ini mampu meningkatkan rasa cinta atau suka pada industri kreatif kerajinan tempat dia bekerja dan dapat menciptakan rasa nyaman dalam bekerja. Seperti adanya rasa nyaman pada saat memasarkan produk kerajinan tenun adat hal ini dapat meningkatkan inovasi dalam memasarkan produk, seperti dengan mengikuti pameran ataupun memasarkan melalui media sosial. Oleh karena itu keterkaitan yang tinggi dapat meningkatkan strategi inovasi pada industri keratif kerajinan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Schiemann (2011) yang menemukan bahwa untuk meningkatkan *people equity* salah satunya bisa dengan meningkatkan inovasi organisasi. Penelitian dari (Muafi,2009)

Jika inovasi organisasi meningkat akan bisa meningkatkan *people equity*.

Hubungan *People Equity* terhadap Kinerja Industri Kreatif Kerajinan

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini bahwa bila *people equity* tinggi maka kinerja industri kreatif akan semakin tinggi. Hasil pengujian menunjukan bahwa hubungan *people equity* dan strategi inovasi berpengaruh positif dan signifikan atau hipotesis ini dapat di terima. Hal ini menunjukan bahwa kesesuaian antara sumber daya manusia yang memiliki garis pandang dan strategi bisnis serta keselarasan horisontal tentang sejauh mana industri kreatif kerajinan yang efektif sesuai dengan satu sama lain untuk meningkatkan pengembangan pangsa pasar pada industri kreatif kerajinan tenun adat. Hal ini menunjukan bahwa dengan adanya kesesuaian antara sumber daya manusia dengan tujuan organisasi dalam bekerja maka sumber daya manusia yang dimiliki akan lebih fokus dalam pemasaran produk sehingga penguasaan pasar akan lebih meningkat. Antara lain, mengikuti pameran kerajinan tangan guna memperkenalkan produk yang dihasilkan sehingga dapat membuka pasar baru. Oleh karena itu untuk meningkatkan kinerja industri keratif kerajinan perlu meningkatkan keterkaitan sumber daya manusia yang tinggi.,

Lebih lanjut variabel *people equity* dengan indikator kapabilitas menjelaskan bahwa kemampuan manager industri kreatif kerajinan menangkap sejauh mana sumber daya manusia mampu bekerja efektif sesuai bakat dan kemampuan yang dimiliki setiap individu dalam bekerja baik dalam produksi maupun dalam memasarkan produk dapat meningkatkan pertumbuhan laba pada indsutri kreatif kerajinan. Seperti halnya pada industri kreatif kerajinan tenun adat yang memiliki kemampuan dalam mengembangkan produk baru dan memasarkan produk sehingga meningkatkan pertumbuhan laba.

Antara lain, mengikuti pameran kerajinan tangan guna memperkenalkan produk yang dihasilkan sehingga dapat membuka pasar baru. Oleh karena itu untuk meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan diperlukan kapabilitas sumber daya manusia yang tinggi.

Variabel *people equity* dengan indikator keterkaitan menjelaskan bahwa sumber daya manusia yang memiliki persepsi bahwa organisasi tempat dia bekerja merupakan industri kreatif kerajinan yang baik untuk bekerja atau berinvestasi. Hal ini mampu meningkatkan rasa cinta atau suka pada industri kreatif kerajinan tempat dia bekerja sehingga sumber daya manusia pada industri kreatif kerajinan merasa nyaman pada saat bekerja. Seperti halnya dalam meningkatkan pertumbuhan penjualan pada industri kreatif kerajinan tenun adat dengan adanya rasa nyaman dalam bekerja maka sumber daya manusia yang dimiliki akan lebih fokus dalam pemasaran produk sehingga pertumbuhan penjualan akan lebih meningkat. Antara lain, industri kreatif kerajinan tenun adat mengembangkan produk dari kain menjadi baju adat yang sesuai dengan permintaan pasar dan kemampuan dalam memasarkan produk dengan memperkenalkan produk, hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan pada industri kreatif kerajinan. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Schiemann (2011) dengan memiliki *people equity* yang berkualitas maka akan meningkatkan kinerja organisasi, baik pada kinerja keuangan maupun non keuangan. Tri Mardiana & Muafi (2012) menemukan bahwa semakin tinggi kepositifan *people equity* yang dimiliki oleh sumber daya manusia, semakin meningkat pula kinerja organisasi.

Hubungan Strategi Inovasi terhadap Kinerja Industri Kreatif

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini bahwa bila strategi inovasi tinggi maka kinerja industri kreatif kerajinan semakin tinggi. Hasil pengujian

menunjukkan bahwa hubungan strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan berpengaruh positif signifikan atau hipotesis ini dapat diterima. Hasil ini mengindikasikan variabel strategi inovasi dengan indikator inovasi dalam pengembangan produk baru menjelaskan bahwa dengan menciptakan produk baru atau perbaikan produk dengan melihat perkembangan model atau manfaat terbaru, seperti memanfaatkan media sebagai sumber inspirasi, sehingga dapat menciptakan ide baru dalam berkarya pada industri kreatif kerajinan yang di tekuni. Hal ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan produk baru dapat meningkatkan pertumbuhan penjualan, sehingga kinerja industri kreatif kerajinan akan semakin meningkat.

Selain itu indikator inovasi dalam produksi dan proses yang merupakan indikator strategi inovasi menjelaskan bahwa dalam proses produksi pada industri kreatif kerajinan memiliki efisiensi dan efektifitas dalam proses produksi dan operasinya, seperti halnya dalam proses tenun kain adat awalnya menggunakan alat yang manual dan sekarang menggunakan mesin sehingga dapat meningkatkan produk kain tenun di Kabupaten Konawe, begitupun dalam memasarkan produk yang sekarang beralih ke media elektronik dan media masa. Seperti halnya memasarkan produk melalui internet, hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar. Oleh karena itu strategi inovasi dapat meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan.

Selanjutnya indikator inovasi dalam pemasaran menjelaskan bahwa kemampuan industri kreatif kerajinan mengembangkan strategi dalam pemasaran produk seperti mencari distribusi dan melakukan promosi, antara lain, industri kreatif kerajinan tenun adat yang melakukan promosi dengan mengikuti pameran kerajinan sehingga produk yang di pasarkan akan lebih dikenal oleh konsumen, hal ini dapat meningkatkan pertumbuhan pangsa pasar sehingga kinerja industri kreatif kerajinan akan

semakin meningkat. Oleh karena itu strategi inovasi dapat meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan. Hasil ini memperkuat hasil penelitian Muafi (2009) mengatakan bahwa jika perusahaan berhasil menerapkan kesesuaian antara orientasi strategi inovatif dan lingkungan yang dinamis maka kinerja organisasional akan lebih meningkat. Montequin (2006) menemukan bahwa inovasi adalah penentu yang penting bagi kinerja organisasi. Jenis inovasi memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UKM, khususnya bagi perkembangan inovasi (Oke *et al.*, 2004).

SIMPULAN

Penelitian ini secara umum dapat disimpulkan bahwa semua variabel (*People equity* dan strategi inovasi) dapat meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan dapat Berdasarkan pengujian hipotesis yang telah diajukan dengan model *Strukture Equation Model* (SEM) dengan *Software* PLS, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Bila *people equity* tinggi, maka strategi inovasi semakin tinggi pula, artinya *people equity* yang dibangun oleh indikator kesesuaian, kapabilitas, keterkaitan dapat meningkatkan strategi inovasi pada industri kreatif kerajinan.

Bila *people equity* tinggi maka kinerja industri kreatif semakin tinggi, artinya *people equity* yang di bangun oleh indikator kesesuaian, kapabilitas, dan keterkaitan dapat meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan.

Bila strategi inovasi tinggi maka kinerja industri kreatif semakin tinggi, artinya, strategi inovasi yang dibangun oleh indikator pengembangan produk baru, inovasi produksi dan inovasi pemasaran dapat meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan.

Indikator keterkaitan yang berarti adanya rasa suka atau cinta pada industri kreatif kerajinan sehingga memberikan rasa nyaman dalam bekerja merupakan indikator terkuat dalam membentuk variabel *people equity*.

Indikator inovasi dalam pemasaran yang berarti kemampuan industri kreatif kerajinan

untuk mengembangkan berbagai aspek dalam memasarkan produk merupakan indikator terkuat dalam membentuk variabel strategi inovasi.

Indikator pertumbuhan penjualan yang berarti industri kreatif kerajinan yang terus mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya dalam memasarkan produk merupakan variabel terkuat dalam membentuk variabel kinerja industri kreatif kerajinan.

IMPLIKASI MANAJERIAL

Dari hasil penelitian ini diperoleh bahwa variabel *people equity* dan strategi inovasi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja industri kreatif kerajinan, sehingga implikasi manajerial yang perlu dilakukan adalah:

Industri kreatif kerajinan di kabupaten Konawe perlu untuk lebih meningkatkan kemampuan sumber daya manusianya, baik pada karyawan dan pemimpin atau pengelola industri kreatif kerajinan. Seperti, lebih sering mengadakan pelatihan–pelatihan guna meningkatkan keratifitas dalam produksi kerajinan maupun dalam memasarkan hasil kerajinan, baik itu kerajinan tenun adat, kerajinan gelaga, kerajinan batok kelapa, kerajinan anyaman rotan, kerajinan anyaman tikar sorume dan kerajinan anyaman lidi.

Industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe perlu untuk meningkatkan pengembangan produk baru dan perbaikan produk, sehingga kerajinan yang di hasilkan tidak kalah bersaing dengan kerajinan lainnya, baik itu dari segi kualitas maupun kuantitas produk. hal ini bisa di lakukan melalui media sosial dan media baca guna mencari informasi tentang kebutuhan pelanggan saat ini.

Industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe perlu mempertahankan keterkaitan sumber daya manusia yang di miliki sehingga rasa nyaman saat bekerja selalu ada hal ini akan meningkatkan kreatifitas sumber daya manusia dalam melakukan inovasi, hal ini bisa di jadikan bahan pertimbangan bagi pengelola industri kreatif kerajinan

untuk mempertahankan keterkaitan sumber daya manusia dalam meningkatkan strategi inovasi dan kinerja industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe.

Industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe perlu mempertahankan strategi inovasi dalam memasarkan produk, dengan terus melakukan promosi, hal ini menjadi penentu dalam meningkatkan penjualan dan kinerja industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe.

Industri kreatif kerajinan di Kabupaten Konawe perlu untuk mempertahankan pertumbuhan penjualan, dengan terus melakukan promosi dalam memasarkan produk, karena hal ini merupakan bagian terpenting dalam meningkatkan kinerja industri kreatif kerajinan yang ada di Kabupaten Konawe.

Beberapa hal yang menjadi keterbatasan peneliti dalam mengkaji penelitian ini adalah:

Hasil pengujian full model SEM menunjukkan bahwa model tersebut fit terhadap data yang digunakan karena memenuhi unsur validitas dan reliabilitasnya. Namun terdapat nilai *R-Square* di bawah 20% yaitu strategi inovasi sebesar 0.151 atau 15,1%. Terbatasnya jumlah sampel

yang digunakan dalam penelitian sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasikan di luar obyek penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat penulis berikan adalah:

Memperluas populasi penelitian, dengan tidak hanya menggunakan *industri kreatif kerajinan* saja tetapi jenis industri kreatif dengan subsektor lainnya yang diidentifikasi mempunyai intensivitas *people equity* yang tinggi.

Meskipun strategi inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja industri kreatif di kabupaten konawe, namun masih perlu melihat aspek-aspek lain yang mendukung strategi inovasi dalam meningkatkan industri kreatif kerajinan. Hal ini dikarenakan nilai *R-Square* di bawah 20% atau sebesar 0.151 atau 15,1%.

Metode pengumpulan data dalam penelitian menggunakan kuesioner sehingga jawaban responden kurang optimal karena aspek subyektifitas tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, agenda penelitian mendatang perlu dilakukan dengan observasi atau wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfin Samir, (2010), *Identifikasi Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja UKM Catering di Kota Bandung*. Volume 10 No. 2 2011. Tidak terdaftar
- Armstrong, M. (2003), *Strategic Human Resources Management. A Guide To Action*, Terjemahan, Gramedia. Jakarta.
- Ashley, G.M. and Bryan, A. (2009), "*Organizational culture and innovation: exploring the link*," *11th Annual Best of Organizational Development Summit*, Chicago.
- Astuti, Partiwidhi, (2004), "*Hubungan Intellectual Capital dan Business Performance*". Tesis Program Pascasarjana, Universitas Diponegoro tidak dipublikasikan
- Afuah, A. (2003), *Innovation Management : Strategies Implementation, and Profits* (2 Ed.). New York Oxford : University Press Inc
- Becker, B. E., M. A. Huselid dan D. Ulrich, (2001), *The HR Scorecard. Linking People, Strategy and Performance*, Harvard Business School Press, USA.
- Bikhhu Dharma Suryo, (2010), *Pengaruh gaya kepemimpinan transformasional, budaya organisasi dan inovasi terhadap kinerja*. Jurnal aplikasi manajemen. volume 8 nomor 2. Malang.: PPS Universitas Brawijaya.
- Barney, J. B. (1991), *Firm resources and Sustained competitive advantage*. *Journal of Management* 17(1): 99–120.

- Denison, D.R. (1990), *Corporate Culture and Organizational Effectiveness*, Wiley, New York.
- Denison, D.R. and Mishra, A.K. (1995), "Toward a theory of organizational culture and effectiveness," *Organization Science*, Vol. 6No. 2, pp. 204-223.
- Ekonomi Kreatif (2005), Departemen Perdagangan RI, tersedia di <http://indo.nesiakreatif.net/cms/wp-content/upload/2009/10/Buku-4-Program-Kerja-Pengembangan-Industri-Kreatif-Nasional-2009-2015-Departemen-Perdagangan.pdf>.
- Emmanuel Ogbonna and Lloyd C. Harris, (2000), *Leadership style, organizational culture and performance: empirical evidence from UK companies. International Journal of Human Resource Management. www.alvista.com*
- Francis, D. and Bessant, J. (2005), "Targeting innovation and implications for capability development", *Technovation*, Vol. 25, pp. 171-183.
- Han, J. K., N. Kim, dan R. K. Srivastava. 1998. *Market Orientation and Organizational Performance; is innovation a missing link?*, *Journal of marketing*, 62, October: 30-45
- Imam Ghozali, (2008), *The Structural Equation Modeling Metode alternatif dengan Partial Least Square Edisi 2*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Johannessen, J., Olsen, B., and Lumpkin, G.T. (2001), "Innovation as newness: what is new, how new, and new to whom?", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 4 No. 1, pp. 20-31.
- King, N. (1990), *Innovation and Creativity at Work*, John Wiley & Sons Inc, USA.
- Kotter, J. and Heskett J. (1992), *Corporate Culture and Performance*, The Free Press, New York.
- Liao, Shu-hsien., Wu, Chi-Chuan., Hu, Da-Chian., Tsuei, Guang An. (2009), *Knowledge Acquisition, Absorptive Capacity, and Innovation Capability: An Empirical Study of taiwan's Knowledge-Intensive Industries. World Academy of Science, Engineering and Technology*, 53. 160-167.
- Lei, D., and J.W.Slocum Jr., (1992), "Global strategy, competence building and strategic alliance", *California Management Review*, 35 No.1, 81-97.
- Maya indriastuti dan Dista Amalia A. (2012), Peningkatan Kinerja Ukm Dengan Pengelolaan *Intellectual Capital* Dan Inovasi. CBAM. Vol. 1 No. 1 December 2012
- Muafi, (2009), *The effects of alignment competitive strategy, culture, and role behaviour on organizational performance in service firms. International Journal of Organizational Innovation* 2(1): 106-134.
- Muafi, (2010), Pengaruh *Strategic Human Capital* Terhadap Kinerja Entre-preneurial Pada Organisasi Sektor Publik. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Bisnis dan Sektor Publik* 6(2) Februari: 217-229
- Muafi, H. Gusaptono, N. Charibaldi, dan I. Effendi, (2012), *The Information Technology (IT) Adoption Process and E-Readiness to Use within Yogyakarta Indonesia Small Medium Enterprises (SME). International Journal of Information and Communication Technology Research*, February 2(1): 29-37
- Murni, T. (2000), Strategi Inovasi dan Kinerja Keuangan pada Industri Manufaktur (Studi Industri Kecil dan Menengah di DIY). *Tesis*. Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Indonesia.
- Montequin, V.R., Fernandez, F.O., Cabal, V.A., and Gutierrez, N.R. (2006), "An integrated framework for intellectual capital measurement and knowledge management implementation in small and medium-sized enterprises. *Journal of Information Science*, 32, 525-538.
- Prajogo, D. & Sohal, A. (2003), *The Relationships between TQM Practices, Quality Performance, and Innovation Performance. International Journal of Quality and Reliability Management*, 20(8): 901-918.

- Prakosa, B. (2005), Pengaruh Orientasi pasar, Inovasi dan Orientasi Pembelajaran Terhadap Kinerja Perusahaan Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Empiris Pada Industri Manufaktur Di Semarang, *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 2 (1) Januari: 35-57.
- Raharso, S. (2009), Orientasi Pasar, Inovasi dan Kinerja Organisasi Ritel, *Manajemen, Usahawan Indonesia*, No.03/Th. XXXVIII: 20-29.
- Robbins, S.P. dan Coulter, M. (1999), *Manajemen. Ahli Bahasa* Drs.T Hermaya : Jakarta : PT Prenhalondo
- Schein, E. (1992), *Organizational culture and leadership* (2nd ed.), Jossey-Bass, San Francisco.
- Schiemann, W. A. 2011. *Alignment, Capability, Engagement*. Pendekatan Baru Talent Management untuk Mendongkrak Kinerja Organisasi PPM Jakarta.
- Schiemann, W.A. (2011), *people Equity: A New Paradigm for Measuring and Managing Human Capital*. Metrus Group, Inc.
- Siyamtinah, Sulistyono, H., dan Rahmani, E. (2010), "Model Peningkatan Kapabilitas Inovasi Dalam Rangka Meningkatkan Kinerja UKM di Kota Semarang". *Penelitian Hibah Bersaing*. Tidak Dipublikasikan. Universitas Islam Sultan Agung Kota Semarang.
- Tapi Rondang N.B. (2010), *Budaya Organisasi Terhadap Peningkatan Kinerja Pelaku UKM di Lingkungan Industri Pembuatan Tahu*. *Jurnal keuangan dan bisnis*. Vol 2. No 3, November 2010
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah
- Zhang, Z. (2000), *Developing a Model of Quality Management Methods and Evaluating Their Effect On Business Performance*. *Total Quality Management*, 11(1): 1-11.
- Ulum, Ihyaul, (2010), "Memenangkan Persaingan China - ASEAN Free Trade Area (CAFTA) Melalui Optimalisasi Pengelolaan Intellectual Capital", Paper ini dipresentasikan pada seminar nasional di FE - UT Tangerang Selatan, 1 Oktober 2010, diakses tanggal 20 April 2011 dari www.google.com
- Vazquez, R., M. L. Santos., I. Alvarez, (2001), *Market Orientation, Innovation and Competitive Strategies In Industrial Firms*. *Journal of Strategic Marketing* 9: 69-90.
- Yeung, A.K.O., Brockbank, J.W. and Ulrich, D.O. (1991), "Organizational cultures and human resource practices: An empirical assessment," *Research in organizational change and development*, Vol. 5, pp. 59 – 81.
- Zahra, S. A dan S. R. Dass, (1993), *Innovation Strategy and Financial Performance in Manufacturing Companies: An Empirical Study*. *Production and Operation Management* 2(1): 15-37.