

LAPORAN KEMAJUAN

HIBAH BERSAING



**Pengembangan Kapabilitas Inovasi Industri Tenun Troso  
Jepara Berbasis *Relational Capital* dan *Marketing  
Capability* Dalam Meningkatkan Kinerja dan  
Keunggulan Bersaing**

Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun

Dra. Siyamtinah, MSi/NIDN: 0614126602

Dr. Heru Sulistyono, SE, MSi/ NIDN: 0605106702

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG  
JUNI 2015

**HALAMAN PENGESAHAN**

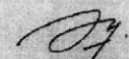
Judul : Pengembangan Kapabilitas Inovasi Industri Tenun Trosro  
Jepara Berbasis Relational Capital dan Marketing  
Capability dalam Meningkatkan Kinerja dan Keunggulan  
Bersaing

**Peneliti/Pelaksana**  
Nama Lengkap : Dra SIYAMTINAH MSi  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung  
NIDN : 0614126602  
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala  
Program Studi : Manajemen  
Nomor HP : 081325444935  
Alamat surel (e-mail) : siyamtinah66\_fe@yahoo.com

**Anggota (1)**  
Nama Lengkap : Dr. HERU SULISTYO S.E., M.Si.  
NIDN : 0605106702  
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Sultan Agung  
Institusi Mitra (jika ada) : -  
Nama Institusi Mitra : -  
Alamat : -  
Penanggung Jawab : -  
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 2 dari rencana 2 tahun  
Biaya Tahun Berjalan : Rp 50.000.000,00  
Biaya Keseluruhan : Rp 114.980.000,00

Mengetahui,  
Kepala BPPM UNISSULA  
  
Dr. Suryani Alifah, MT, Ph.D)  
NIP/NIK 210601024

Semarang, 30 - 6 - 2015  
Ketua,

  
(Dra SIYAMTINAH MSi)  
NIP/NIK 210491021

## RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan menguji pengaruh entrepreneurship, kapabilitas pemasaran, modal relasional dan pemberdayaan terhadap kapabilitas inovasi dan kinerja. Masalah penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kapabilitas inovasi dan kinerja UKM tenun Troso di Jepara. Sampel dalam penelitian ini adalah pemilik UKM tenun Troso Jepara sebanyak 120 orang dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode survei melalui wawancara dan kuesioner. Analisis data dilakukan dengan metode deskriptif analisis dan metode *Partial Least Square (PLS)*.

Hasil analisis data menunjukkan bahwa pengembangan UKM tenun Troso Jepara masih terkendala pada aspek permodalan dan pemasaran, terutama UKM tenun yang masih kecil dan tradisional serta tidak bankable, sehingga akses permodalan hanya melalui koperasi yang didirikan secara bersama-sama dan jumlahnya masih terbatas dalam melayani seluruh anggota. Hasil analisis data dengan menggunakan PLS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara entrepreneurship, kapabilitas pemasaran, modal relasional dan pemberdayaan terhadap kapabilitas inovasi dan kinerja. Kinerja berpengaruh signifikan dan positif terhadap keunggulan bersaing. Berdasarkan hasil penelitian, kapabilitas inovasi dan kinerja UKM dapat ditingkatkan melalui pengembangan entrepreneurship, kapabilitas pemasaran, modal relasional serta pemberdayaan. Model peningkatan kapabilitas inovasi dan kinerja serta keunggulan bersaing melalui peningkatan entrepreneurship, kapabilitas pemasaran dan modal relasi. Peningkatan tersebut dapat dicapai melalui pelatihan entrepreneurship yang mencakup kepemimpinan, pengambilan resiko, pengambilan keputusan, pelatihan kecerdasan emosional dan spiritual. Pelatihan pemasaran difokuskan pada kemampuan melakukan riset pasar dan analisis pasar, strategi pemasaran baik produk, promosi, merk serta penentuan segmentasi, targeting dan positioning. Pelatihan desain produk berbasis CAD dan QFD untuk mempercepat inovasi produk yang berbasis selera konsumen. Pelatihan manajemen keuangan dilakukan untuk memberikan pengetahuan tentang praktek pengelolaan keuangan dan pembuatan laporan keuangan. Diharapkan dengan berbagai pelatihan tersebut, agar diperoleh peningkatan kapabilitas inovasi, kinerja dan keunggulan bersaing usaha tenun Troso Jepara.

## PRAKATA

Puji syukur Penulis panjatkan ke Hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan kemudahan, rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

Berbagai pihak telah membantu kelancaran penyusunan laporan penelitian ini, baik fasilitas, bimbingan, semangat serta do'a, mulai tahap persiapan penelitian sampai dengan selesainya penyusunan laporan ini. Berkenaan dengan hal tersebut, penyusun menyampaikan terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak H. Anis Malik Thoha, Lc, MA., Ph.D, selaku Rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materil.
2. Ibu Dr. Ir. Suryani Alifah, MT , selaku Kepala Lembaga Penelitian Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan masukan dan berhubungan dengan dengan penelitian ini.
3. Teman teman Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan masukan yang sangat berharga bagi peneliti.
4. Semua pihak yang membantu sampai dengan seslesainya penyusunan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh untuk disebut sebagai sebuah karya yang sempurna. Untuk itu dengan kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran konstruktif untuk menyempurnakan kekuranga-kekurangan yang ada.

Akhirnya, tiada gading yang tak retak. Semoga kita dapat belajar dari kekurangan untuk menuju pada perbaikan, dan semoga Allah SWT senantiasa menuntun pada jalan kebenaran. Amin.

LEMBAR PENGESAHAN

KORPLASAR

PRAKATA

Semarang, Juni 2015

DAFTAR ISI

Peneliti

DAFTAR LAMPIRAN

DAFTAR PUSTAKA

1.1 Latar Belakang dan Tujuan Penelitian

1.2 Ruang Lingkup Penelitian

1.3 Tujuan dan Manfaat Yang Diharapkan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep dan Definisi

2.2 Definisi Capital

2.3 Reproduksi Pendidikan

2.4 Pembelajaran

2.5 Model Pembelajaran

2.6 Model Pembelajaran

BAB III METODE PENELITIAN DAN SISTEMATIKA PENYUSUNAN

3.1 Pendahuluan

3.2 Metodologi Penelitian

BAB IV METODE PENELITIAN

## DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
RINGKASAN.....	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang dan Permasalahan.....	1
1.2. Urgensi Penelitian .....	3
1.3. Temuan dan Inovasi Yang Diharapkan.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1. Kapabilitas Inovasi .....	5
2.2. Relational Capital.....	11
2.3. Kapabilitas Pemasaran.....	12
2.4. Pemberdayaan .....	12
2.5. Studi Pendahuluan.....	13
2.6. Roodmap Penelitian.....	19
BAB III TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN .....	21
3.1. Tujuan Khusus.....	21
3.2. Manfaat Penelitian.....	22
BAB IV METODE PENELITIAN.....	23

4.1. Diagram Alir.....	23
4.2. Populasi dan Sampel .....	24
4.3. Metode Pengumpulan Data.....	24
4.4. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
4.5. Metode Analisis.....	26
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN .....	30
5.1. Karakteristik Responden .....	30
5.1.1. Tingkat Pendidikan.....	30
5.1.2. Jenis Kelamin.....	31
5.1.3. Umur Responden.....	31
5.1.4. Lama Usaha.....	32
5.1.5. Jumlah Karyawan.....	32
5.1.6. Omzet Penjualan .....	33
5.1.7. Wilayah Pemasaran .....	34
5.1.8. Pameran.....	35
5.1.9. Pelatihan.....	36
5.1.10. Pemasaran.....	37
5.1.11. Permodalan.....	38
5.1.12. Hak Paten.....	39
5.2. Deskripsi Jawaban Respoden.....	41
5.2.1. Variabel Kapabilitas Inovasi.....	41
5.2.2. Kapabilitas Pemasaran.....	43

5.2.3. Relational Capital.....	45
5.2.4. Empowerment.....	48
5.2.5. Kapabilitas Inovasi.....	50
5.2.6. Kinerja Bisnis.....	52
5.2.7. Keunggulan Bersaing.....	53
5.3. Hasil Analisis Data.....	55
5.3.1. Uji Validitas.....	55
5.3.2. Uji Reliabilitas.....	57
5.3.3. Hasil Iner Model.....	57
5.3.4. Pembahasan.....	62
5.4 Hasil Uji Draft Model.....	64
BAB VI RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA.....	70
BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
6.1.. Kesimpulan.....	71
6.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	76



## DAFTAR TABEL

	Hal
TABEL 5.1. Deskripsi Tingkat Pendidikan Respoden.....	30
TABEL 5.2. Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	31
TABEL 5.3. Deskripsi Umur Responden.....	31
TABEL 5.4. Lama Usaha.....	32
TABEL 5.5. Jumlah Karyawan.....	33
TABEL 5.6. Omset Penjualan.....	34
TABEL 5.7. Wilayah Pemasaran .....	34
TABEL 5.8. Pernah Mengikuti Pameran.....	36
TABEL 5.9. Pernah Mengikuti Pelatihan.....	37
TABEL 5.10. Pemasaran.....	38
TABEL 5.11. Permodalan.....	39
TABEL 5.12. Hak Paten.....	40
TABEL 5.13. Deskripsi Entrepreneurship.....	42
TABEL 5.14. Deskripsi Kapabilitas Pemasaran.....	43
TABEL 5.15. Deskripsi Relational Capital.....	46
TABEL 5.16. Deskripsi Empowerment.....	48
TABEL 5.17. Deskripsi Kapabilitas Inovasi.....	50
TABEL 5.18. Deskripsi Kinerja Bisnis.....	53
TABEL 5.19. Deskripsi Keunggulan Bersaing.....	54

TABEL 5.20. Uji Validitas Masing-masing Variabel.....	55
TABEL 5.21. Nilai Composite Reliability.....	57
TABEL 5.22. Uji Hipotesis.....	58
TABEL 5.23. Nilai R Square.....	61

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang dan Permasalahan

Perkembangan industry kreatif di Indonesia semakin maju dan berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi dalam lingkungan persaingan global yang sangat tinggi. Pada tahun 2010 kontribusi industry kreatif pada produk domestik bruto (PDB) mencapai 7,3 persen dan pada tahun 2015 diperkirakan meningkat sebesar 8 persen. Terdapat lima subsektor industry kreatif yang paling potensial di Indonesia yaitu film, music, fesyen, kuliner dan konten digital. Subsektor fesyen menjadi kontributor tertinggi pada nilai ekspor industri kreatif sejak 2002 sebesar Rp36,26 triliun hingga 2010 naik signifikan menjadi Rp71,98 triliun. Dengan demikian industri fashion merupakan salah satu bagian dari roda penggerak ekonomi kreatif di Indonesia, dengan total kontribusi mencapai 61,13 persen dari total ekspor produk kreatif. Hal ini setara dengan 5,96 persen dari nilai ekspor nasional dengan rata-rata mencapai Rp 53,94 triliun. Adapun penyerapan tenaga kerja dari sector industry kreatif fesyen sebesar 4,13 juta orang atau 4,22% dari tingkat partisipasi penyerapan tenaga kerja nasional.

Keunggulan kompetitif industri kreatif fesyen khususnya Usaha kecil dan menengah bisa ditingkatkan melalui peningkatan kapabilitas inovasi baik dari sisi pemasaran maupun proses (desain dan *mode trendsetter* Indonesia). Penelitian yang dilakukan Baldwin (1995 di Kanada menyimpulkan bahwa aktivitas inovasi justru lebih intens terjadi pada perusahaan skala kecil dan menengah. Perusahaan skala kecil mempunyai keunggulan kompetitif yang terkait dengan rampingnya struktur organisasi, kedekatan dengan konsumen, kedekatan dengan pemasok, kecepatan dalam pengambilan

keputusan, struktur administratif yang sederhana, dan fleksibilitas dalam operasi. Beberapa faktor yang mempengaruhi kapabilitas inovasi dalam industry kreatif fesyen antara lain *relational capital* (Mucelli and Marinoni, 2011; Capello and Faggian, 2005), *knowledge sharing* (Rahab et. al, 2011), *entrepreneurship* dan *marketing capability* (Lee and Hsieh, 2010), *customer relationship management capability* (Battor & Battor, 2010) serta *organizational culture* dan *empowerment* (Cakar and Erturk, 2010). Semakin baik factor – factor tersebut, maka semakin baik pula kapabilitas inovasi dalam menciptakan kinerja dan keunggulan bersaing.

Penelitian ini berusaha mengidentifikasi faktor – faktor yang mempengaruhi kapabilitas inovasi subsektor industry kreatif fesyen (industry tenun) Troso di Kabupaten Jepara dan menemukan model peningkatan kapabilitas inovasi industry tenun Troso Kabupaten Jepara dalam menciptakan keunggulan kompetitif. Permasalahan yang dihadapi adalah kapabilitas inovasi industri tenun Troso Jepara masih sangat terbatas baik dari sisi kualitas, desain dan mode maupun pemasaran. Disisi lain seiring dengan perubahan gaya hidup serta trend mode fashion yang sedang berkembang, kain tenun makin banyak diminati oleh masyarakat melalui trend yang diciptakan oleh para perancang mode. Berdasarkan kondisi tersebut diatas, maka permasalahan penelitian adalah bagaimana meningkatkan kapabilitas inovasi industri tenun Troso Jepara agar dapat meningkatkan kinerja penjualan serta keunggulan kompetitif baik di tingkat nasional maupun internasional.

## 1.2 Urgensi Penelitian

Keberlangsungan bisnis perusahaan dalam lingkungan persaingan global yang sangat ketat dapat dicapai bila perusahaan selalu melakukan inovasi secara berkelanjutan juga. Demikian halnya dengan industry kreatif fesyen, memerlukan kreasi inovasi secara terus menerus baik dari sisi desain dan kualitas produk, maupun dalam hal pemasaran produk fashion. Perubahan *trend* merupakan salah satu faktor yang sangat memengaruhi permintaan pasar. Hal ini disebabkan oleh perubahan selera pasar yang sangat dinamis, seperti perubahan gaya hidup, ekonomi, sosial, budaya. Perkembangan teknologi informasi juga memungkinkan masyarakat lebih mudah untuk mengakses informasi yang luas dan cepat, termasuk perubahan mode. Industri kreatif bidang fesyen telah mampu memberikan kontribusi sebesar 61,13 persen dari total ekspor produk kreatif. Sementara di Kabupaten Jepara, perkembangan industri tenun Troso mencapai 238 unit usaha dan menyerap tenaga kerja sebanyak 4.210 orang pada tahun 2011 dengan nilai investasi lebih dari Rp. 1 Milyar. Produksi hingga saat ini telah mencapai sekitar Rp. 54,5 Milyar. Industri tenun ini menghabiskan bahan baku sekitar 1.326 ton per tahun dengan nilai bahan baku sekitar Rp. 65,2 Milyar. Namun demikian, keberadaan produk kain tenun Troso Jepara masih belum banyak dikenal oleh masyarakat Jepara sendiri maupun di tingkat nasional maupun internasional. Hal ini disebabkan oleh beberapa factor diantaranya masih belum optimalnya kapabilitas inovasi baik dari sisi produksi, paten, teknologi, entrepreneur serta pemasaran. Di sisi lain potensi perkembangan industri tenun Troso Jepara sangat besar mengingat sekarang trend fesyen dan masyarakat saat ini menggemari penggunaan kain tenun. Di samping itu Industri tenun Troso Jepara mampu menciptakan lapangan kerja yang semakin luas dan berkontribusi terhadap perekonomian

daerah Kabupaten Jepara. Berdasarkan kondisi tersebut, maka penelitian ini menjadi sangat penting di lakukan agar industry tenun Troso Kabupaten Jepara mampu melakukan inovasi yang intens agar dapat menembus pasar nasional dan internasional.

### 1.3 Temuan dan Inovasi yang Diharapkan

Temuan dan inovasi yang diharapkan dalam penelitian ini adalah sebuah model peningkatan kapabilitas inovasi dalam industry kreatif subsector fesyen khususnya UKM Tenun Troso Jepara melalui beberapa aspek baik dari sisi manajemen pemasaran, manajemen sumber daya manusia, manajemen operasi dan kewirausahaan dalam meningkatkan kinerja dan keunggulan bersaing. Penelitian ini diharapkan menghasilkan inovasi dalam entrepreneur, sumber daya manusia, produksi, dan pemasaran dalam bidang industry kreatif fesyen khususnya industry tenun agar mampu mendorong peningkatan kinerja serta menghasilkan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Penelitian ini juga terkait dengan IPTEK karena akan memperkaya ilmu pengetahuan dalam bidang manajemen operasi dan manajemen pemasaran, khususnya factor-faktor yang mempengaruhi kesuksesan kapabilitas inovasi dalam menciptakan keunggulan bersaing perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi Ali Akbar, Freydon Ahmadi, Shaghayegh Shakjeri (2011), The Survey of Relationship Between Intellectual Capital and Organizational Performance within the National Iranian South Oil Company, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, Vol. 3, No. 5, 369-380.
- Baldwin, John R. (1999), Innovation, Training and Success, *Working Paper Series*, Micro-Economic Analysis Division Canada, No. 137.
- \_\_\_\_\_ (1995), Innovation: The Key To Success in Small Firms, *Working Paper Series*, Micro-Economic Studies and Analysis Division, Statistics Canada and Canadian Institute for Advanced Research Economic Project Growth, No. 76.
- \_\_\_\_\_ Hanel, Peter, and Sabourin, David (2000), Departements of Innovative Activity in Canadian Manufacturing Firm: The Role of Intellectual Property Right, *Research Paper Series*, Statistics Canada No. 11F0019MPE No. 122.
- Battor Moustafa & Mohammed Battor (2010), The Impact of Customer Relationship Management Capability on Innovation and Performance, *Journal of Marketing Management*, Vol. 26, No. 9-10 August, 842-857.
- Burgelman, Robert A., Maidique, Modesto A., and Wheelwright, Steven C. (2001). *Strategic Management of technology and Innovation*, Third Edition, McGraw-Hill Irwin, New York, USA.
- Byrd et al., (2002), *Perspective on Innovation*, McGraw-Hill Irwin, New York, USA.
- Cakar Nigar Demircan & Alper Erturk (2010), Comparing Innovation Capability of Small and Medium Sized Enterprises: Examining the Effect of Organizational Culture and Empowerment, *Journal of Small Business Management*, 48 (3), pp. 325-359.
- Capello Roberta & Alessandra Faggian (2005), Collective Learning and Relational Capital in Local Innovation Processes, *Regional Studies*, Vol. 39, 1, pp. 75-87.
- Castro Gregorio Martin De, Miriam Delgado Verde, Pedro Lopez Saez, Jose E. Navas Lopez (2011), Towards An Intellectual Capital Based View of The Firm: Origin and nature, *Journal of Business Ethics*, 98: 649-662.
- Chase, Richard B., Aquilano, Nicholas J., and Jacobs, F. Robert. (2001). *Operation Management for Competitive Advantage*, Ninth Edition, McGraw-Hill Irwin, New York, USA.

- Chowdhury, Nuruddin A. H. M. (1990), Small and Medium Industries in Asian Developing Countries, *Asian Development Review*, Vol. 1, pp. 29-45.
- Ettlie, John E., (2000), *Managing Technological Innovation*, John Wiley & Sons, Inc., New York, USA.
- Gill, Amarjit.; Flaschner, A.B., Shah, C., Bhutani, I., 2010 The relations of transformasional leadership and empowerment with employee job satisfaction: a study among Indian Restaurant Employees. *Business and Economics Journal*. Vol. 2010: BEJ-18
- \_\_\_\_\_, 2010. The impact of transformational leadership and empowerment on employee job stress. *Business and Economics Journal*. Vol. 2010: BEJ-3
- Lee Jia Sheng & Chia Jung Hsich (2010), A Research In relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustained Competitive Advantage, *Journal of Business & Economic Research*, September, 109-119.
- Leonard, and Barton, D., (1995), *Wellspings of Knowledge: Building and Sustaining the Sources of Innovation*, Boston: Harvard Business School Press.
- Rahab, Sulistyandari, Sudjono (2011), The Development of Innovation Capability of Small Medium Enterprises Through Knowledge Sharing Process: An Empirical Study of Indonesian Creative Industry, *International Journal of Business and Social Science*, Vol.2, November, 112-123.
- Romjin, Henny., Albaladejo, Manuel (2001), Determinants of Innovation Capability in Small UK Firms: An Empirical Analysis, *QEH Working Paper Series QEHWPS40*, Number 40.
- Siyamtinah dan Eni Rahmani (2012), Model Pengembangan *Green Business* untuk Peningkatan Kinerja Keuangan dan Kinerja Pasar, *Laporan Penelitian Hibah Bersaing Dikti*, Desember 2012.
- \_\_\_\_\_(2011), Meningkatkan kinerja perusahaan melalui kapabilitas inovasi dan kemitraan pada UKM di kota Semarang, *Laporan Penelitian Hibah Bersaing Dikti*, Desember 2011.
- \_\_\_\_\_(2009), Keragaman pola membangun kapabilitas inovasi organisasional pada industri skala kecil menengah di kota Semarang, *Laporan Penelitian Hibah Bersaing Dikti*, Desember 2009.



Slappendel, Carol. (1996), Perspective on Innovation in Organizations, *Organization Studies*, Vol. 17, No. 1, pp. 107-129.

Tidd, Joe., Bessant, John., Pavitt, Keith. (1997), *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change*, John Wiley & Sons, Inc., New York, USA.

#### ABSTRACT

This study aims to explore the effect of entrepreneurship, including capabilities, relational capital and empowerment, in the construction, maintenance and performance of Small to Medium Enterprises (SMEs) in the context of innovation capabilities and performance of SMEs in Japan. The sample in this study was selected from a group of SMEs consisting of 120 manufacturing companies. Data collection was performed by a structured survey instrument and questionnaire. Data analysis was performed by a statistical analysis software and multiple linear regression (MLR). The results of this study showed that the development of SMEs in Japan is not only dependent on the internal capabilities and marketing strategy, but also on the external environment. The results of this study are valuable in that they provide a theoretical and empirical basis for the development of SMEs and the construction of innovation capabilities and performance. The results of this study are also valuable in that they provide a theoretical and empirical basis for the development of SMEs and the construction of innovation capabilities and performance. The results of this study are also valuable in that they provide a theoretical and empirical basis for the development of SMEs and the construction of innovation capabilities and performance.