

Penelusuran pencatatan HKI pada website kementerian Hukum dan HAM RI:

<https://pdki-indonesia.dgip.go.id/index.php/hakcipta/dXVGY05veVpkb2g4MUhSODhyQVB2Zz09?q=EC00202014188&type=1>

The screenshot displays the PDKI website interface for a specific registration. At the top, there is a search bar containing the registration number 'EC00202014188' and a 'Hak Cipta' dropdown menu. A yellow 'Kembali' button is located in the top right corner. Below the search bar, the text 'Pencarian Terstruktur Hak Cipta' is visible. The main content area features a large title 'Model Konseptual Kebijakan Industri Kreatif'. To the left of the title, a white box displays the registration number '000186520' and the registration date '01 May 2020'. The status is shown as 'Diterima' in a grey box. Below the title, there are several key-value pairs: 'NOMOR PERMOHONAN' (EC00202014188), 'TANGGAL PERTAMA KALI DIUMUMKAN' (01 May 2020), 'TANGGAL PERMOHONAN' (01 May 2020), and 'TANGGAL BERAKHIR MASA PELINDUNGAN' (-). A 'GAMBAR' section on the right shows a grey box with the text 'No Image Available'. At the bottom left, there is a 'DOWNLOAD' section with two links: 'Publikasi A' and 'Publikasi B', each accompanied by a PDF icon.

NOMOR PENCATATAN	000186520
TANGGAL PENCATATAN	01 May 2020
STATUS	Diterima
NOMOR PERMOHONAN	EC00202014188
TANGGAL PERTAMA KALI DIUMUMKAN	01 May 2020
TANGGAL PERMOHONAN	01 May 2020
TANGGAL BERAKHIR MASA PELINDUNGAN	-

DOWNLOAD

- Publikasi A
- Publikasi B

**PENDAFTARAN HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL
DALAM BENTUK HAK CIPTA (Copyright)**

MODEL KONSEPTUAL KEBIJAKAN INDUSTRI KREATIF

Suatu model untuk mengukur dan mengembangkan kebijakan industri kreatif yang berdampak terhadap peningkatan kinerja dan daya saing industri

DIDAFTARKAN ATAS NAMA

Dr. TRIFANDI LASALEWO, ST, MT

Dosen Jurusan Teknik Industri
Universitas Negeri Gorontalo (UNG)

DISAMPAIKAN KEPADA:

DIREKTUR JENDERAL HKI

**melalui DIREKTUR HAK CIPTA, DESAIN INDUSTRI, DESAIN TATA LETAK
SIRKUIT TERPADU DAN RAHASIA DAGANG**

DESKRIPSI HAK CIPTA

Nama Hak Cipta : Model Konseptual Kebijakan Industri Kreatif

Jenis : Hasil Penelitian (karya ilmiah)

Identitas Pengembang dan Pengusul Hak Cipta

Nama : Dr. Trifandi Lasalewo, ST, MT

Alamat Rumah : Jl. Meranti No. 6, Kelurahan Limba U2
Kecamatan Kota Selatan, Kota Gorontalo
Provinsi Gorontalo

HP : 0812 4466 947

Email : trifandilasalewo@gmail.com

Pekerjaan : Dosen (PNS)

Alamat Kantor : Jurusan Teknik Industri
Universitas Negeri Gorontalo (UNG)
Jl. Jenderal Sudirman No. 6 - Kota Gorontalo
Provinsi Gorontalo 96128

Telp. Kantor : (0435) 8216131

MODEL KONSEPTUAL KEBIJAKAN INDUSTRI KREATIF

Suatu model untuk mengukur dan mengembangkan kebijakan industri kreatif yang berdampak terhadap peningkatan kinerja dan daya saing industri

(Hasil Penelitian / Karya Ilmiah)

Oleh:

Trifandi Lasalewo

Jurusan Teknik Industri, Universitas Negeri Gorontalo

1. Ringkasan

Penelitian ini untuk merancang model kebijakan industri yang tepat, sebagai dasar pengambilan keputusan dimasa yang akan datang. Model penelitian ini diwakili oleh variabel *innovation* (inovasi), *culture* (budaya dimana perusahaan berada), *employees involvement* (keterlibatan karyawan dalam perusahaan), *support* (dukungan pemerintah), dan bagaimana dampaknya terhadap *performance* (kinerja) industri. Variabel-variabel penelitian ini dibangkitkan berdasarkan hasil studi literatur mendalam, dan di uji menggunakan data primer (hasil pengumpulan data survei), sehingga pola interaksi antar variabel yang diteliti dan dampaknya, merupakan representasi dari keadaan yang sebenarnya.

Berdasarkan hasil penelitian-penelitian terdahulu, variabel inovasi sebagai variabel utama, sering dikaitkan dengan pengaruhnya terhadap kinerja dan kemampuan daya saing (*competitiveness*) industri, sedangkan variabel lain yakni variabel budaya dimana perusahaan berada, keterlibatan karyawan perusahaan, dan variabel dukungan pemerintah, dianggap memiliki pengaruh tidak langsung terhadap peningkatan kinerja industri. Melalui penelitian ini, pengaruh variabel-variabel tersebut ingin diketahui pengaruhnya secara mendalam, serta bagaimana dampaknya terhadap kinerja dan daya saing industri.

Penelitian ini merupakan studi eksploratif, yang luarannya berupa *blue pint* kebijakan industri, dan dihasilkannya suatu urutan prioritas pengembangan IKM (Industri Kecil Menengah).

2. Pendahuluan

Dampak disrupsi tidak hanya dialami oleh industri besar, tapi juga oleh IKM (industri kecil dan menengah). Adanya disrupsi, menuntut industri agar mampu merubah paradigma produksi dan kebiasaan-kebiasaan lamanya. Perubahan akibat disrupsi pada IKM dapat diantisipasi melalui kegiatan produktif yang bersifat inovatif. Usaha yang dilakukan kalangan bisnis dan pemerintah antara lain mengembangkan **industri kreatif** yang berdampak ekonomi bagi pelaku industri.

Melalui pengembangan industri kreatif, mampu mengatasi disrupsi, dan mampu memberikan dampak peningkatan pendapatan Negara. Pada tahun 2015, industri kreatif memberikan kontribusi sebesar 7,39% terhadap PDB (produk domestik bruto) atau sebesar Rp 852,56 triliun. Pada tahun 2016 kontribusinya meningkat menjadi 7,44% terhadap PDB atau sebesar Rp 922,59 triliun (jurnalmanajemen.com, 2019).

Tidak hanya di Indonesia, industri kreatif di negara lain mampu menyumbangkan kontribusi yang signifikan. Di Singapura, industri kreatif berkontribusi 2,8% sampai dengan 7,9% terhadap Produk Domestik Bruto. Di Inggris dan Australia kontribusi industri kreatif antara 5,7% hingga 16% terhadap PDB. Selain itu, industri kreatif di Singapura dan Amerika Serikat, mampu menyerap tenaga kerja sebesar 3,4% sampai dengan 5,9% (jurnalmanajemen.com, 2019).

Berdasarkan *literature review* pada penelitian-penelitian sebelumnya, menunjukkan bahwa industri kreatif sangat bergantung dari kemampuan inovasi yang dikembangkan di dalam industri tersebut. Inovasi memiliki pengaruh penting dalam kegiatan pengembangan produk serta menentukan kesuksesan perusahaan/industri. Para peneliti seperti Cooper (2007); Huizingh (2011); dan Kim & Mauborgne (2005), meyakini bahwa inovasi merupakan suatu keharusan agar perusahaan tetap bertahan dari sengitnya persaingan, dan sarana meningkatkan keuntungan. Berdasarkan perspektif organisasi, inovasi merupakan proses transformasi *good idea* menjadi *good product*, yang dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan perusahaan (Lin & Chen, 2007).

Pada penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa inovasi merupakan salah satu variabel kunci untuk dapat bertahan atau memenangkan persaingan. Tanpa melakukan inovasi, *competitiveness* (daya saing) suatu perusahaan menjadi kecil, serta untuk sulit berkembang. Bagi pemilik atau pengusaha IKM (industri kecil dan menengah), inovasi dibutuhkan untuk dapat bersaing dengan perusahaan besar dan mapan. Berdasarkan studi-studi sebelumnya, maka melalui penelitian ini akan di desain **rancangan model**

konseptual kebijakan industri yang berdampak terhadap peningkatan kinerja dan daya saing industri.

Jika dilihat pada lingkup yang lebih luas, misalnya wilayah/negara, inovasi memberikan *impact* yang jauh lebih besar, sebab tanpa adanya iklim inovasi, daya saing suatu negara menjadi rendah. Jika dibandingkan negara lain seperti Singapura, daya saing Indonesia cukup kecil. Hal ini disebabkan rendahnya kemampuan berinovasi dan kualitas sumber daya manusianya. Berdasarkan *The Global Competitiveness Report* (2017) daya saing Indonesia setiap tahunnya menunjukkan nilai yang bervariasi, seperti pada Tabel 1. Menurut *World Economic Forum* (2017), daya saing suatu negara diukur menggunakan GCI (*Global Competitiveness Index*), yang terdiri atas 12 (dua belas) pilar dan dikategorikan menjadi *factor driven*, *efficiency driven*, dan *innovation driven*.

Tabel 1. Daya Saing Indonesia lima tahun terakhir

Tahun	Peringkat	Jumlah Negara	Score
2017-2018	36	137	4,7
2016-2017	41	138	4,5
2015-2016	37	140	4,5
2014-2015	34	144	4,6
2013-2014	38	148	4,5

Sumber: *The Global Competitiveness Report 2017-2018*

Tabel 1 menunjukkan bahwa daya saing Indonesia pada tahun 2017 berada pada urutan ke-36 dunia, dari 137 negara, dan setiap tahunnya menunjukkan hasil yang hampir sama. Berdasarkan laporan GCI ini, mengungkapkan beberapa faktor utama yang diindikasikan sebagai penghambat daya saing industri di Indonesia, antara lain faktor korupsi, akses finansial, birokrasi pemerintah, dan rendahnya kemampuan berinovasi. Berdasarkan fakta ini, inovasi memberikan dampak nyata terhadap daya saing industri dan daya saing negara, sehingga menarik para akademisi untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

Di negara lain, misalnya di Taiwan, pengembangan inovasi pada IKM didukung sepenuhnya oleh pemerintah (melalui *Industrial Development and Investment Center*), dan kalangan akademisi (institusi pendidikan) yang mentransfer hasil-hasil penelitian perguruan tinggi pada IKM. Hasilnya, dalam dekade ini Taiwan merupakan negara dengan jumlah paten terbanyak keempat selain Amerika Serikat, Jepang dan Jerman yang mendaftarkan hak patennya di Amerika Serikat. Selain itu, pertumbuhan produktivitas industri dan daya saing nasional Taiwan meningkat (Tsai & Wang 2004). Dukungan yang

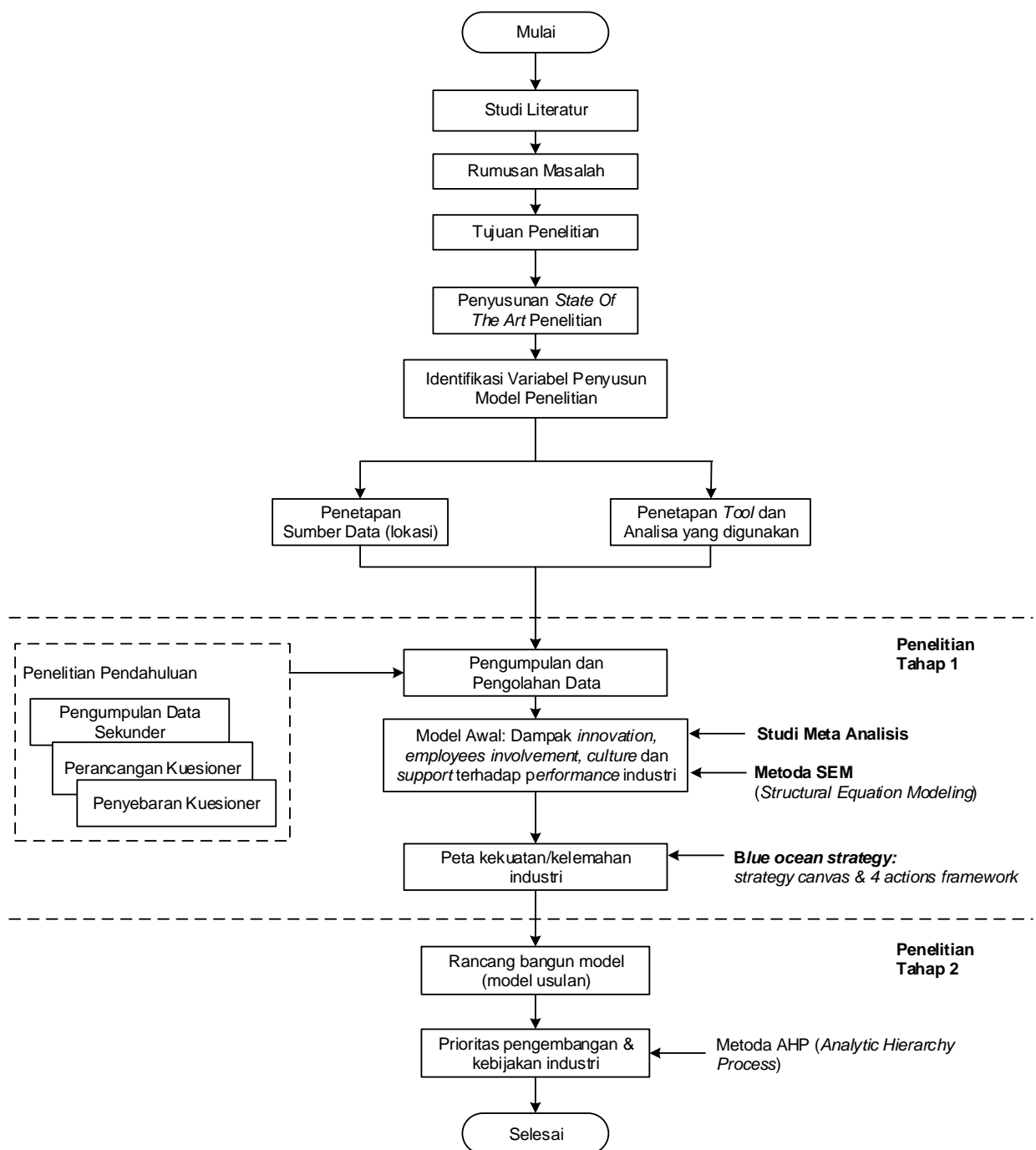
sama juga dilakukan oleh berbagai negara terhadap industri dalam negerinya. Misalnya Malaysia, melalui *Malaysia Design Innovation Center*, Brunei melalui *The Brunei Economic Development Board*, dan United Kingdom melalui *The Barnsley Business and Innovation Centre* (Muscio, 2006).

Inovasi yang dilakukan internal perusahaan, juga akan memberikan dampak terhadap pertumbuhan perusahaan, yang ditunjukkan oleh meningkatnya kinerja dan bertambahnya profit. Ukuran yang umumnya digunakan untuk mengetahui dampak inovasi perusahaan, diukur menggunakan *business performance* (kinerja bisnis), yakni *sales turnover* (omset penjualan) dan *net profit before tax* (pendapatan bersih perusahaan sebelum dipotong pajak) (Oke *et al.*, 2007). Kinerja bisnis perusahaan juga diukur menggunakan ukuran *financial perceived* (sudut pandang finansial), *perceived non-financial* dan *archival financial*, atau menggunakan *perceived market turbulence*, dengan indikator *sales growth rate*, *employee growth*, *gross margin*, *profitability* dan *cash flow* (Kraus, Rigtering, Hughes, & Hosman, 2012).

Selain mempertimbangkan *innovation* (inovasi) sebagai variabel utama, penelitian ini juga menggunakan variabel *culture* (budaya), *employees involvement* (keterlibatan aktif karyawan dalam perusahaan), dan variabel *support* (pendukung) dan dampaknya terhadap *performance* (kinerja) industri. Variabel-variabel ini akan diukur dan diuji coba dalam penelitian yang akan dilakukan ini. Hasil dari penelitian ini adalah terbangunnya model kebijakan industri, yang dapat digunakan sebagai dasar kebijakan pengembangan industri, terutama pada industri kreatif skala kecil dan menengah.

3. Metode

Penelitian ini bersifat kuantitatif deskriptif, dimana urutan penelitian dikelompokkan dalam 2 (dua) tahap utama yakni: penelitian tahap pertama bertujuan untuk mengetahui dampak *innovation*, *culture*, *employees involvement* dan *support* terhadap *performance* industri (jenis industri kreatif skala IKM). Pada penelitian tahap kedua bertujuan untuk merancang urutan prioritas pengembangan dan kebijakan industri, khususnya industri kreatif. Adapun langkah-langkah penelitian diuraikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Urutan Penelitian Kebijakan dan Kelembagaan

Tahapan Penelitian

Urutan tahapan penelitian diuraikan sebagai berikut:

Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk memperoleh referensi yang sesuai dengan penelitian yang sedang dilaksanakan. Konsep dan teori yang dieksplorasi terutama berhubungan dengan *body of knowledge* dari teori inovasi (*innovation*), kinerja bisnis (*business performance*), model kebijakan industri, karakteristik IKM/industri kreatif, serta *tool* yang akan digunakan dalam pengolahan data.

State Of The Art Penelitian

Penyusunan *State of The Art* penelitian bertujuan untuk mengetahui posisi penelitian ini terhadap penelitian-penelitian terdahulu, sebagai dasar pijakan untuk membangun teori baru. *State of The Art* disusun berdasar hasil *review* penelitian terdahulu (jurnal) dan buku teks. Terdapat 3 (tiga) kata kunci utama dari *State of The Art* yakni *innovation* (inovasi), *performance* (kinerja) dan model kebijakan industri. *State of The Art* penelitian ini telah dijelaskan pada Gambar 2.

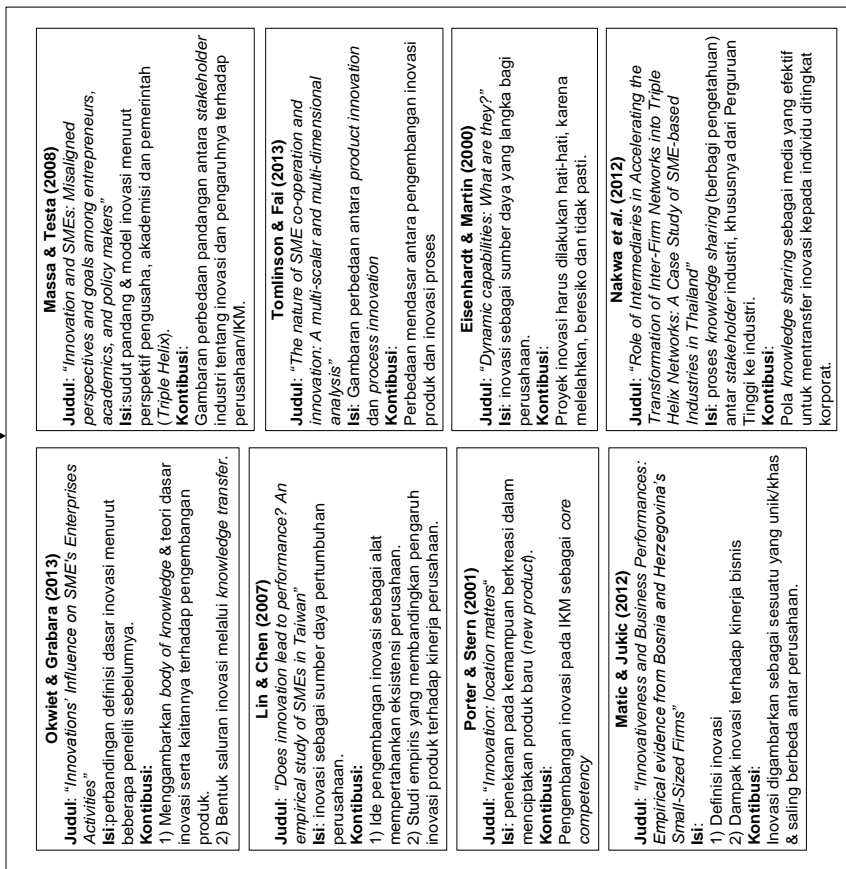
Identifikasi Variabel Penyusun Model Penelitian

Model penelitian adalah sebuah model konseptual yang menggambarkan hubungan keterkaitan dan interaksi antar beberapa variabel dalam penelitian. Variabel-variabel penyusun model (konstruk) diturunkan dari konsep teoritik yang dikembangkan oleh para ahli atau peneliti terdahulu, serta berasal dari gagasan baru untuk diuji dan diteliti lebih lanjut (Sekaran, 2003). Berdasarkan hasil identifikasi variabel penelitian, maka tersusunlah tabel variabel penyusun model (Tabel 2). Model dasar berbasis teori inilah yang selanjutnya digunakan dalam penelitian.

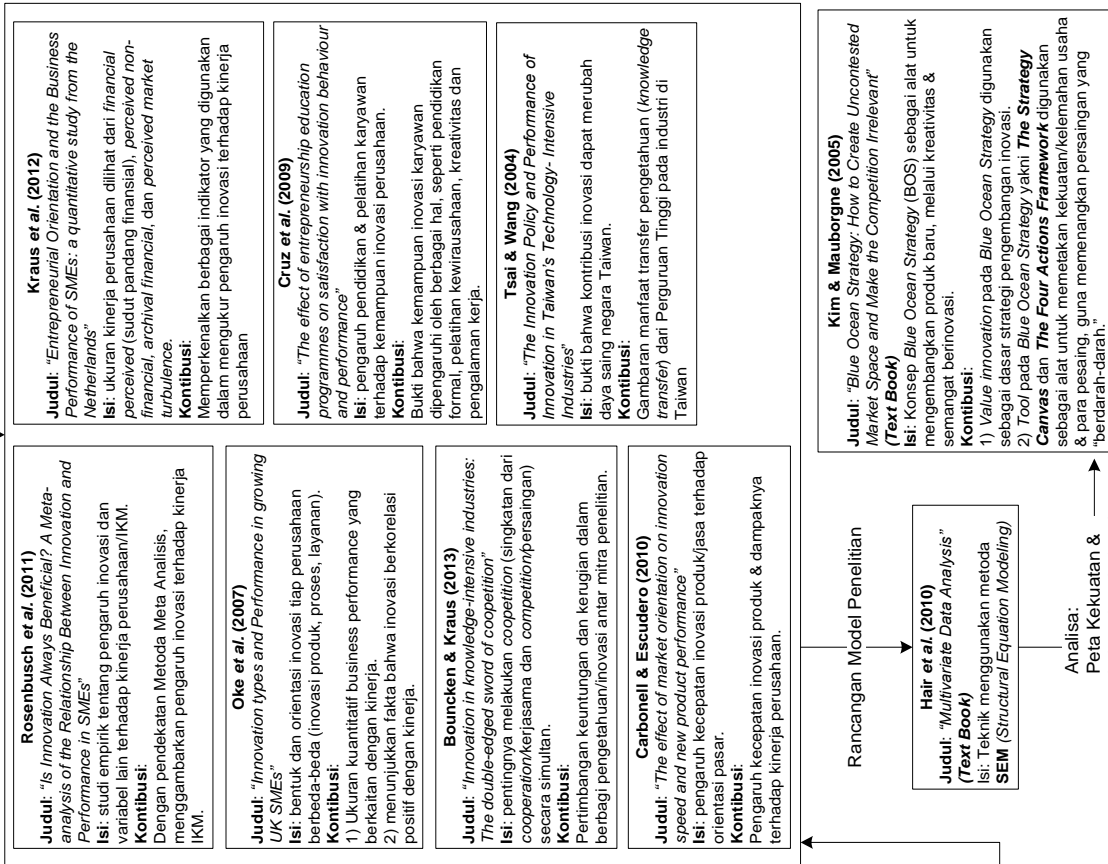
Studi Lapangan

Studi lapangan dilakukan untuk membandingkan teori (pada studi literatur) dengan *real system*, agar model penelitian benar-benar merupakan representasi dari sistem yang ada. Studi lapangan ini dilakukan melalui tinjauan langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan dan wawancara mendalam (*indepth interview*), disamping membentuk *Focus Group Discussion* (FGD), penyebaran kuesioner dan studi dokumenter.

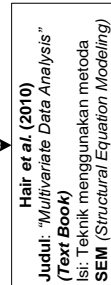
Innovation (inovasi)



Performance (kinerja)



Rancangan Model Penelitian



Analisa:
 Peta Kekuatan & kelemahan industri

Gambar 2. State Of The Art Penelitian

Alat Ukur dan Alat Analisis

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas studi meta analisis, metoda SEM (*Structural Equation Modeling*), *Blue Ocean Strategy*, dan AHP (*Analytic Hierarchy Process*). Studi meta analisis digunakan untuk merangkum variabel/atribut penelitian yang berhubungan dengan inovasi dan kinerja industri, serta berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut. Alat ukur yang digunakan berdasarkan tahapan penelitian adalah sebagai berikut:

Pada penelitian tahap pertama, untuk mengetahui seberapa besar dampak *innovation*, dan variabel lainnya (*culture, employees involvement* dan *support*) terhadap kinerja industri kreatif menggunakan metoda SEM, sedangkan untuk membuat peta potensi pengembangan industri, menggunakan metoda *Blue Ocean Strategy*.

Pada penelitian tahap kedua, dikembangkan model kebijakan industri kreatif, dimana pada tahap ini akan ditentukan urutan prioritas pengembangan industri kreatif berdasarkan bobot kepentingan relatif variabel penelitian yang dikembangkan pada penelitian tahap pertama, dengan menggunakan metoda AHP (*Analytic Hierarchy Process*).

Meta Analisis

Metoda Meta Analisis merupakan alat yang cukup baik dan sistematis untuk mensitesa penelitian-penelitian sebelumnya (temuan empiris masa lalu), ditunjukkan melalui bukti-bukti yang bertujuan untuk mendukung temuan penelitian yang didasarkan pada agregasi. Meta analisis korelasi bertujuan untuk mendapatkan distribusi sesungguhnya dari korelasi antara suatu variabel independen dengan variabel dependen (Hunter & Schmidt, 2004).

Menurut Hunter & Schmidt (2004) bahwa ukuran sampel (N) yang cukup untuk penelitian meta analisis adalah 3.000 sampel, sebab diyakini bahwa studi individual tidak pernah sempurna karena beberapa artifak yang menyertainya, yaitu kesalahan pengambilan sampel, kesalahan pengukuran, dikotomisasi, rentang variasi variabel, deviasi struktur variabel, kesalahan transkrip, dan pengaruh eksternal lainnya.

Structural Equation Modeling (SEM)

Dipilihnya pengolahan data dengan menggunakan metode SEM pada penelitian ini, lebih disebabkan kemampuannya untuk menjelaskan dan menguji hubungan antara variabel yang kompleks baik *recursive* maupun *nonrecursive* guna memperoleh gambaran

menyeluruh mengenai suatu model. Karakter khas SEM adalah kemampuannya dalam merepresentasikan konsep yang tidak terlihat dan memperhitungkan pengukuran kesalahan di dalam proses estimasi, disamping kemampuan mendefinisikan sebuah model untuk menjelaskan sekumpulan relasi/hubungan.

Beberapa *Rules of Thumb* SEM yang mendasar adalah Model SEM **tidak dapat dibangun tanpa teori** yang mendasarinya, dan ukuran sampel (*sample size*) antara 100-200 sampel. Semakin besar ukuran sampel, maka suatu model akan semakin sensitif/baik (Hair *et al.*, 2010).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

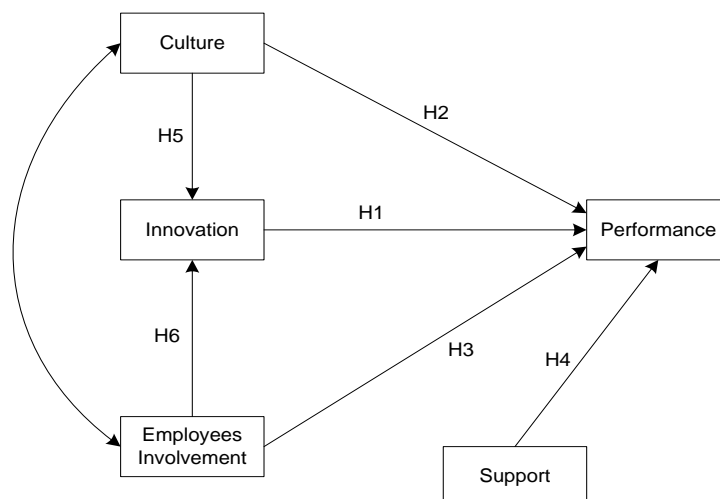
Berdasarkan uraian diatas, maka masalah yang ingin dijawab melalui penelitian ini adalah: bagaimana model kebijakan industri yang berdampak terhadap kinerja dan daya saing industri.

Variabel yang digunakan adalah variabel *innovation* (inovasi), *culture* (budaya dimana perusahaan berada), *employees involvement* (keterlibatan aktif karyawan dalam perusahaan) dan variabel *support* (pendukung) dan bagaimana dampaknya terhadap *performance* (kinerja) industri kreatif.

Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

H_0 : *Innovation, Culture, Employees Involvement* dan *Support* mempengaruhi *Performance* industri kreatif.

Hipotesis H_0 merupakan *major hypothesis* yang menyatakan bahwa variabel inovasi, budaya perusahaan dan kearifan budaya lokal dimana perusahaan berada, keterlibatan karyawan, serta variabel pendukung, mempengaruhi kinerja perusahaan. Berdasarkan hipotesis ini, maka rancangan model penelitian dideskripsikan pada Gambar 3, dengan variabel laten (konstruk) dan subvariabel (indikator/manifest) model penelitian diuraikan pada Tabel 2.



Gambar 3. Rancangan Model Penelitian

Tabel 2. Variabel Penyusun Model Penelitian

Variabel Laten	Variabel Manifest	Referensi
I <i>Innovation</i>	I1 <i>Introducing New Product</i>	Muscio (2006); Rosenbusch <i>et al.</i> (2011); Lasalewo & Helmi (2014); Okwiet & Grabara (2013); Lin & Chen (2007); Porter & Stern (2001); Matic & Jukic (2012); Gaynor (2002); Eisenhardt & Martin (2000); Carbonell & Escudero (2010);
	I2 <i>Creativity</i>	
	I3 <i>Implement New Technology</i>	
E <i>Employees Involvement</i>	E1 <i>Collaboration</i>	Cruz <i>et al.</i> (2009); Carbonell & Escudero (2010); Nakwa <i>et al.</i> (2012); Bouncken & Kraus (2013)
	E2 <i>Formal Education</i>	
	E3 <i>Work Experince</i>	
C <i>Culture</i>	C1 <i>Paradigm</i>	Rosenbusch <i>et al.</i> (2011); Lasalewo & Helmi (2014); Cruz <i>et al.</i> (2009)
	C2 <i>People Equity</i>	
S <i>Support</i>	S1 <i>Firm Age</i>	Rosenbusch <i>et al.</i> (2011); Lasalewo & Helmi (2014); Nakwa <i>et al.</i> (2012); Bouncken & Kraus (2013)
	S2 <i>firm Size</i>	
	S2 <i>Networking</i>	
	S3 <i>Location</i>	
P <i>Performance</i>	P1 <i>Quality of Product</i>	Oke <i>et al.</i> (2007); Kraus <i>et al.</i> (2012); Rosenbusch <i>et al.</i> (2011); Carbonell & Escudero (2010); Lasalewo & Helmi (2014); Tsai & Wang (2004); Lin & Chen (2007); Tomlinson & Fai (2013)
	P2 <i>Service Satisfaction</i>	
	P3 <i>Financial</i>	
	P4 <i>Create New Market</i>	

Kajian Inovasi

Dilihat dari sudut pandang mikro, inovasi didefinisikan sebagai berikut:

Innovation is management discipline, it focuses on the organization's mission, searches for unique opportunities, determines whether they fit the organization's strategic direction, defines the measures for success, and continually reassesses opportunities (Gaynor, 2002). Kopalinski (2006) mendefinisikan, *innovation* sebagai *introducing*

something new, the thing newly entered, novelty or reform. Inovasi menurut Drucker (2007) merupakan *tool* bagi wirausaha dalam membantu melakukan transformasi perubahan yang dapat menciptakan sebuah peluang dalam bentuk aktivitas baru atau pelayanan baru (Okwiet & Grabara, 2013).

Beberapa dimensi dan format inovasi menurut peneliti-peneliti sebelumnya diuraikan sebagai berikut:

Menurut Lin & Chen (2007) bahwa inovasi adalah faktor dominan dalam persaingan dunia usaha, dimana inovasi merupakan sumber daya pertumbuhan organisasi, yang mengarahkan keberhasilan masa depan perusahaan dan sebagai alat yang dapat digunakan dalam persaingan global guna mempertahankan eksistensi perusahaan. Untuk mengejar ketertinggalan di era kompetisi ini, restrukturisasi, penghematan biaya (*lower cost*), perbaikan kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan suatu keharusan. Bahkan menurut Porter & Stern (2001) bahwa kemampuan berkreasi serta kemampuan menciptakan produk dan proses baru (*new products & processes*) melalui pendekatan teknologi perlu dilakukan guna memenangkan persaingan. Untuk itu setiap perusahaan (terutama Industri Kecil dan Menengah) membutuhkan *core competency* yakni *innovation*.

Hasil studi empiris tentang inovasi yang dilakukan oleh Lin & Chen (2007) ditemukan beberapa hal mendasar yakni pengukuran inovasi organisasi berbasis inovasi produk, proses dan administratif (misalnya penelitian Maravelakis *et al.*, 2006), penelitian inovasi yang membandingkan antara efek inovasi produk dan proses terhadap kinerja perusahaan (misalnya penelitian Woff & Walker (2004); Walker (2005)), dan penelitian yang fokus meneliti inovasi produk dalam konteks industri manufaktur (misalnya penelitian Miller (2001)). Dilihat dari perspektif organisasional, inovasi dipandang sebagai proses transformasi *good idea* dan *good product* yang dapat meningkatkan penjualan dan *profit*. Menurut Matic & Jukic (2012) dalam konteks organisasi, inovasi dapat didefinisikan sebagai implementasi ide-ide baru yang menciptakan nilai positif baru bagi organisasi. Kegiatan inovasi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja bisnis dan bersifat unik, serta sangat tergantung dari perspektif yang digunakan.

Inovasi memiliki banyak bentuk atau format, seperti teknologi (mesin dan peralatan), organisasi (manajemen atau struktur organisasi), dan cara kerja individu yang tidak berhubungan dengan peralatan baru, yang pada prinsipnya berperan dalam peningkatan produktivitas (Tether *et al.*, 2005). Hal yang sama juga dikemukakan oleh Massa & Testa (2008), bahwa atribut inovasi pada IKM dapat berbeda, tergantung kepentingan dan sudut

pandangannya. Perbedaan tersebut dikaji dari perspektif *Entrepreneur* (pelaku usaha), *Academic* (akademisi), dan *Policy Makers* (pembuat kebijakan/birokrat). Bahkan studi yang dilakukan oleh Oke *et al.* (2007) juga menemukan bahwa orientasi inovasi tiap perusahaan bisa berbeda, yakni dapat dilakukan melalui inovasi *product*, *process* dan *service*. Perbedaan konsep tersebut, oleh beberapa peneliti seperti Tomlinson & Fai (2013) dikembangkan dalam model formulasi inovasi dan membedakan definisi antara *product innovation* dengan *process innovation*.

Menurut Gaynor (2002) bahwa dalam berinovasi tidak membutuhkan kejeniusan, tetapi sistem unik yang mendukung perubahan, kerja keras, fokus dan berorientasi pada tujuan. Namun banyak peneliti seperti Eisenhardt & Martin (2000) mengingatkan bahwa inovasi menuntut banyak sumber daya substansial, sedangkan sumber daya merupakan sesuatu yang langka bagi perusahaan kecil. Proyek inovasi dapat terlalu melelahkan bagi perusahaan kecil. Selain itu inovasi memiliki dampak yang tidak pasti dan berisiko. Sementara itu bagi perusahaan besar, dengan besarnya ketidakpastian akan meningkatkan resiko yang akan diterima.

Kinerja Perusahaan Industri

Menurut pendapat beberapa peneliti, bahwa ukuran yang umumnya digunakan untuk mengetahui dampak inovasi terhadap perusahaan adalah *business performance* (kinerja bisnis). Menurut laporan Oke *et al.* (2007) bahwa ukuran *business performance* antara lain adalah *sales turnover* (omset penjualan), *Return On Asset (ROA)*, *Return On Equity (ROE)*, *Return On Investment (ROI)* dan sejenisnya. Namun saat ini para peneliti lebih banyak menggunakan ukuran *sales turnover* dan *net profit before tax*. Hasil penelitian Oke *et al.* (2007) menunjukkan bahwa inovasi berkorelasi positif dengan kinerja perusahaan, dan ditekankan pada 3 (tiga) tipe inovasi yakni inovasi penciptaan produk (*new product*), inovasi proses produksi (*process*) dan inovasi dalam bentuk layanan (*service*).

Menurut Kraus *et al.* (2012) bahwa kinerja perusahaan biasanya diukur dari *financial perceived* (sudut pandang finansial), *perceived non-financial* dan *archival financial*, atau menggunakan *perceived market turbulence* sebagai ukuran kinerjanya. Adapun indikator yang digunakan diantaranya *sales growth rate*, *employee growth*, *gross margin*, *profitability*, *cash flow*, umur perusahaan (*firm age*) dan ukuran perusahaan (*firm size*).

REFERENSI

- Bouncken, R. B., & Kraus, S. (2013). Innovation in Knowledge-Intensive Industries: The Double-Edged Sword of Competition. *Journal of Business Research*, 66(10), 2060–2070.
- Carbonell, P., & Escudero, A. I. R. (2010). The effect of market orientation on innovation speed and new product performance. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(May 2009), 501–513.
- Cooper, R. G. (2007). Doing it Right: Winning with New Products. *Innovation Framework Technologies*, 1–13. Retrieved from www.innovation-framework.com
- Cruz, N. M., Escudero, A. I. R., Barahona, J. H., & Leitao, F. S. (2009). The effect of entrepreneurship education programmes on satisfaction with innovation behaviour and performance. *Journal of European Industrial Training*, 33(2005), 198–214.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: What are they? *Strategic Management Journal*, 21(11), 1105–1121.
- Gaynor, G. (2002). *Innovation by Design: What it Takes to Keep Your Company On the Cutting Edge*. AMACOM American Management Association, New York (1st ed.). New York: AMACOM American Management Association.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Huizingh, E. K. R. E. (2011). Open Innovation: State of the Art and Future Perspectives. *Technovation*, 31(1), 2–9.
- Hunter, J. E., & Schmidt, F. L. (2004). *Methods of Meta-Analysis: Correcting Error and Bias in Research Findings* (2nd ed.). California: Sage Publications, Inc.
- jurnalmanajemen.com. (2019). 16 Contoh Industri Kreatif di Indonesia Paling Diminati. Retrieved March 22, 2020, from <https://jurnalmanajemen.com/industri-kreatif/>
- Kim, W. C., & Mauborgne, R. (2005). *Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. Massachusetts: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Kraus, S., Rigtering, J. P. C., Hughes, M., & Hosman, V. (2012). Entrepreneurial Orientation and the Business Performance of SMEs: A Quantitative Study from the Netherlands. *Rev. Manag. Sci.*, 6, 161–182.
- Lasalewo, T., & Helmi, A. F. (2014). Korelasi Inovasi dan Kinerja pada Industri Kecil dan Menengah: Kajian Meta-Analisis. *Buletin Psikologi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*, 22(1), 45–62.
- Lin, C. Y., & Chen, M. Y. (2007). Does Innovation Lead to Performance? An Empirical Study of SMEs in Taiwan. *Management Research News*, 30(2), 115–132.

- Massa, S., & Testa, S. (2008). Innovation and SMEs: Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers. *Technovation*, 28(7), 393–407.
- Matic, I., & Jukic, V. (2012). Innovativeness and Business Performances: Empirical Evidence from Bosnia and Herzegovina's Small-Sized Firms. *The Journal of American Academy of Business*, 18(1), 198–205.
- Muscio, A. (2006). Patterns of Innovation in Industrial Districts: An Empirical Analysis. *Industry and Innovation*, 13(3), 291–312.
- Nakwa, K., Zawdie, G., & Intarakumnerd, P. (2012). Role of Intermediaries in Accelerating the Transformation of Inter-Firm Networks into Triple Helix Networks: A Case Study of SME-based Industries in Thailand. In *Procedia - Social and Behavioral Sciences* (Vol. 52, pp. 52–61).
- Oke, A., Burke, G., & Myers, A. (2007). Innovation Types and Performance in Growing UK SMEs. *International Journal of Operations & Production Management*, 27(7), 735–753.
- Okwiet, B., & Grabara, J. K. (2013). Innovations' Influence on SME's Enterprises Activities. In *Procedia Economics and Finance* (Vol. 6, pp. 194–204). International Economic Conference of Sibiu 2013 Post Crisis Economy: Challenges and Opportunities.
- Porter, M. E., & Stern, S. (2001). Innovation: location matters. *MIT Sloan Management Review*, 42(4), 28–36.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is Innovation Always Beneficial? A Meta-analysis of the Relationship Between Innovation and Performance in SMEs. *Journal of Business Venturing*, 26, 441–457.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach* (4th editio). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Tomlinson, P. R., & Fai, F. M. (2013). The Nature of SME Co-operation and Innovation: A Multi-scalar and Multi-dimensional Analysis. *International Journal of Production Economics*, 141, 316–326.
- Tsai, K. H., & Wang, J. C. (2004). The Innovation Policy and Performance of Innovation in Taiwan's Technology-Intensive Industries. *Problems and Perspectives in Management*, 1, 62–75.
- World Economic Forum. (2014). The Global Competitiveness Report 2013-2014. Retrieved September 7, 2014, from <http://www.weforum.org/reports/global-competitiveness-report-2013-2014>



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00202014188, 1 Mei 2020

Pencipta

Nama : **Trifandi Lasalewo**
Alamat : Universitas Negeri Gorontalo Jl. Jenderal Sudirman No. 6, Kota
Gorontalo, Gorontalo, 96128
Kewarganegaraan : Indonesia

Pemegang Hak Cipta

Nama : **Trifandi Lasalewo**
Alamat : Universitas Negeri Gorontalo Jl. Jenderal Sudirman No. 6, Kota
Gorontalo, Gorontalo, 96128
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Karya Ilmiah**
Judul Ciptaan : **Model Konseptual Kebijakan Industri Kreatif**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 1 Mei 2020, di Kota Gorontalo

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor pencatatan : 000186520

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.



a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL

Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001