
**KAJIAN PENGARUH STRATEGI INOVASI DAN KEPEMIMPINAN TERHADAP
PENINGKATAN KINERJA (STUDI KASUS: USAHA KECIL MENENGAH
KERAJINAN SONGKET SUMATERA BARAT)**

Ikvan Aryono
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara
ikvanaryono1@gmail.com

Nurahma Tresani
Program Studi Magister Manajemen Universitas Tarumanagara

Masuk : 06-01-2021 , revisi : 18-01-2021 , diterima untuk diterbitkan : 19-01-2021

Abstract: The innovation strategy is one of the most important factors in industry, both large and small industries, especially in terms of increasing the productivity and performance of a company, and one of the factors that can increase innovation is the leadership of a company so that it can increase various kinds innovations that will have an impact on company performance. The purpose of this study was to see the influence of innovation and leadership strategies on the performance of small and medium enterprises in Songket Craft in West Sumatra. This study provides theoretical and managerial implications regarding steps that must be taken by small and medium enterprises to improve their company performance through leadership orientation innovation strategy. The population in this study. The number of samples taken was as many as 119 Songket handicraft SME businesses in West Sumatra. The data from these respondents were then analyzed for their suitability with the research model developed from theoretical frameworks using SEM confirmatory analysis. From the results of the analysis, it can be seen that both hypotheses are accepted. The innovation strategy is proven to have a positive effect on company performance and leadership orientation is proven to have a positive effect on company performance.

Keywords: Leadership Orientation, Innovation Strategy, Company Performance

Abstrak: Strategi inovasi merupakan salah satu faktor yang paling utama dalam industri baik industri besar maupun kecil, terutama dalam hal untuk peningkatan produktifitas dan kinerja sebuah perusahaan, dan salah satu faktor yang dapat meningkatkan inovasi adalah kepemimpinan sebuah perusahaan, sehingga dengan hal tersebut bisa meningkatkan berbagai macam inovasi yang nantinya akan memiliki dampak terhadap kinerja perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat pengaruh strategi inovasi dan kepemimpinan terhadap kinerja pelaku Usaha Kecil dan Menengah Kerajinan Songket di Sumatera Barat. Penelitian ini memberikan implikasi teoritis serta implikasi manajerial mengenai langkah yang harus diambil oleh usaha kecil menengah untuk meningkatkan kinerja perusahaannya melalui orientasi kepemimpinan dan strategi inovasi. Jumlah sampel yang diambil adalah sebanyak 119 pelaku usaha UKM Kerajinan Songket yang ada di Sumatera Barat. Data dari responden tersebut kemudian dianalisis kesesuaiannya dengan model penelitian yang dikembangkan dari kerangka teoritis menggunakan analisis konfirmatori SEM. Dari hasil analisis terlihat bahwa kedua hipotesis diterima. Strategi inovasi terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan dan Orientasi kepemimpinan terbukti berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Kata Kunci: Orientasi Kepemimpinan, Strategi Inovasi, Kinerja Perusahaan

LATAR BELAKANG

Arus globalisasi pasar membuat terjadinya peningkatan globalisasi pasar sehingga terjadi peningkatan dari segi ekonomi dan persaingan pasar. Hal ini membuat pelaku ekonomi melakukan strategi-strategi inovasi supaya produk dari perusahaannya tidak kalah saing dari produk luar. Tantangan bisnis pada era ini lebih banyak mendapatkan tantangan salah satunya adalah dari selera konsumen yang mana konsumen lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality, low-cost*, dan bisnis tersebut juga harus lebih *responsive* terhadap perubahan yang sangat cepat. Pola kebijakan Pemerintah yang berubah-ubah membuat perubahan pada banyak industri (seperti AFTA, MRA) dan hal ini akan meningkatkan jumlah dan kekuatan pesaing-pesaing baru dari negara asing. Pesaing-pesaing baru ini semakin cakap dan lebih produktif karena manajer-manajer mereka lebih berpendidikan dan memiliki keahlian teknik. Masalah dan tantangan yang dihadapi tersebut menuntut perusahaan untuk memiliki strategi inovasi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan baik, baik dengan perusahaan nasional maupun bersaing dengan perusahaan multinasional.

Pelaku Usaha Kecil dan Menengah memiliki peran yang juga tidak kalah penting dan strategis dibandingkan dengan perusahaan yang sudah besar, hal ini bisa dilihat dari segi jumlah industri UKM yang terdapat di Indonesia yang didasarkan data dari biro pusat statistik dan kementerian Koperasi & UKM tahun 2018, jumlah UKM tercatat 64.194.057 unit atau 99,9 % dari total unit usaha, peran UKM yang tidak kalah penting lainnya yaitu besarnya jumlah penyerapan tenaga kerja, penyerapan tenaga kerja antara UKM dalam penyerapan tenaga kerjanya sebanyak 97% dari total tenaga kerja yang ada di Indonesia dan perusahaan besar hanya memiliki penyerapan tenaga kerja sebanyak 3% (Haryanti & Hidayah, 2018).

Industri Tekstil Kerajinan Songket merupakan suatu warisan kekayaan Indonesia yang berwujud benda dan sudah ditetapkan oleh UNESCO dengan sentra kerajinan songket yang dihasilkan daerah Pandai Sikek dan Silungkang, Minangkabau, Sumatera Barat. Sehingga kemudian kita kenal istilah kain Songket Pandai Sikek. Sumatera Barat juga menjadi bagian dari keragaman tenun tersebut dari tahun 2010 sampai 2015 menunjukkan perlambatan pertumbuhan sektor industri pengolahan termasuk pengolahan tekstil di Sumatera Barat. Terjadinya perlambatan ini disebabkan berkurangnya produktivitas Industri Kecil Menengah selama tahun 2015 karena tingginya daya saing produk-produk sejenis yang berasal dari provinsi lainnya.

TINJAUAN LITERATUR

Menurut Jennings dan Beaver (1997), tingkat keberhasilan dan perkembangan perusahaan kecil, pengembalian terhadap investasi yang ditanamkan ke dalam sebuah perusahaan serta bertambahnya volume lama dan peningkatan tenaga kerja merupakan tolak ukur dari kinerja sebuah perusahaan.

Dalam menilai sebuah kinerja suatu perusahaan terdapat berbagai macam kriteria yang disampaikan oleh beberapa studi literatur, diantaranya dari segi *financial* dan *non-financial*, pengukuran kinerja satu perusahaan tidak sama dengan perusahaan yang lainnya karena setiap perusahaan memiliki ke-khususan dan keunikan tersendiri, hal ini karena latar belakang bidang usaha, permodalan, status hukum tingkat teknologi yang berbeda. Perbedaan ini yang nantinya akan mempengaruhi perilaku usaha itu sendiri dan kepada tolak ukur penilaian kinerja yang dilakukan (Hatmoko, 2000; Soeharto & Mansoer, 1996).

Industri kecil umumnya menghadapi masalah khusus dalam hal strategi inovasi, hal ini disebabkan oleh keterbatasan dari segi sumberdaya manusia dan kemampuan teknologi terbaru. Mengikuti perkembangan teknologi dan merespon pasar dan memilih sebuah tindakan yang tepat oleh pimpinan perusahaan kecil juga merupakan masalah yang dihadapi UKM. Inti dari inovasi itu sendiri adalah aktivitas konseptualisasi serta bagaimana suatu ide bisa menyelesaikan sebuah masalah yang di hubungkan dengan nilai ekonomis dan sosial sebuah perusahaan dan masyarakat di sekitarnya.

Sebenarnya inovasi itu sendiri bertitik tolak dari sesuatu yang sudah ada sebelumnya, kemudian dimodifikasi dan diberi nilai tambah, inovasi bisa bersumber dari hal yang terkadang kita anggap tidak terlalu penting dan sepele, serta dengan memperhatikan keluhan konsumen, pekerja, serta lingkungan dan masyarakat.

Subyek dari penerapan inovasi sendiri bisa kelompok, individu maupun perusahaan itu sendiri. Artinya inovasi bisa dilakukan perusahaan baik oleh perusahaan itu sendiri maupun lembaga disekitarnya yang berfikiran brilian dan inovatif. Namun yang lebih ideal perusahaan merupakan sebuah lembaga yang terlembagakan menjadi tempat untuk mengeksploitasi ide-ide baru bagi lingkungannya baik di lingkungan *internal* perusahaan maupun *eksternal* perusahaan (Miles et al., 2000).

METODOLOGI PENELITIAN

Sampel yang di gunakan dalam penelitian adalah UKM Sentra Industri kerajinan songket di Sumatera Barat. Responden utama kuesioner ini adalah pemilik atau manajer, karena keberhasilan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh peran sertapara pemilik/manajer itu sendiri. Dengan menggunakan uji analisis konfirmatori SEM.

Dalam pengumpulan data menggunakan pertanyaan tertutup, juga digunakan pertanyaan terbuka untuk masing-masing indikator guna memperoleh kebenaran/alasan dari jawaban yang ditulis dalam pertanyaan terbuka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Orientasi kepemimpinan dapat memberikan pengaruh terhadap strategi inovasi UKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Davila et al. (2006), yang mengatakan bahwa kepemimpinan adalah faktor yang kritis dalam menciptakan dan mendukung inovasi yang sukses. Sebagai tambahan, orientasi kepemimpinan menyediakan kontribusi yang penting untuk inovasi.

Kepemimpinan harus meyakinkan sebuah inovasi bahwa inovasi merupakan bagian integral mentalitas bisnis perusahaan, kultur inovasi suatu perusahaan sangat penting dan menjadi bagian dari mentalitas bisnis. Kepemimpinan meliputi suatu penilaian iklim inovasi untuk menentukan persepsi karyawan seberapa baik inovasi dapat berurat akar pada mentalitas bisnis. Pemahaman persepsi inovasi berlawanan dengan tujuan perusahaan dan norma-norma serta budaya yang berhubungan dengan inovasi dapat menjadi rintangan ke inovasi.

Orientasi kepemimpinan UKM kerajinan tenunan Songket di Sumatera Barat membaik dengan memelopori inovasi dalam pengeluaran produk baru, menjadi yang terbaik dalam skala industri di bidangnya dan sebisa mungkin melakukan penguasaan teknologi baik untuk proses produksinya maupun operasional perusahaan pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Davila, A., Epstein, M. J., & Shelton, R. (2006). *Making innovation work: How to manage it, measure it, and profit from it*. Pearson Education, Inc.
- Haryanti, D. M., & Hidayah, I. (2018). *Potret UMKM Indonesia: Si kecil yang berperan besar*. UKM Indonesia. <https://www.ukmindonesia.id/baca-artikel/62>
- Hatmoko, J. U. D. (2000). *Persepsi pimpinan BUMN terhadap elijibilitas balanced scorecard sebagai sistem penilaian kinerja perusahaan* [Universitas Diponegoro]. <http://eprints.undip.ac.id/9310/1/2000MM460.pdf>
- Jennings, P., & Beaver, G. (1997). The performance and competitive advantage of small firms: A management perspective. *International Small Business Journal*, 15(2), 63–75. <https://doi.org/10.1177/0266242697152004>
- Miles, M. P., Covin, J. G., & Heeley, M. B. (2000). The relationship between environmental dynamism and small firm structure, strategy, and performance. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 8(2), 63–78. <https://doi.org/10.1080/10696679.2000.11501869>

Soeharto, S. M., & Mansoer, F. W. (1996). Strategies of BUMN sector management: Management evaluation and supervision. *Kelola*, 5(13), 11–34. <http://i-lib.ugm.ac.id/jurnal/detail.php?dataId=8171>