

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan kelompok usaha dengan jumlah paling besar di Indonesia. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mencatat bahwa kontribusi disektor UMKM meningkat mulai dari 57.84 persen menjadi 60,34 persen pada tahun 2017 (Aryco,2017). Selain UMKM, terdapat Industri Kecil Menengah (IKM) yang berpengaruh terhadap perekonomian. Salah satunya yaitu industri ekonomi kreatif yang memiliki kontribusi terbesar dari UMKM, terlihat dari besarnya kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 7,44 pada tahun 2016 menurut data Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) Indonesia (Sukarna, 2017).

Berbeda dengan sektor lain yang sangat tergantung pada eksploitasi sumber daya alam, kekuatan ekonomi kreatif lebih bertumpu kepada keunggulan sumber daya manusia. Karya seni, arsitektur, buku, inovasi teknologi, dan animasi, berasal dari ide-ide kreatif pemikiran manusia. Pemerintah sendiri membagi industri kreatif menjadi 16 subsektor. Antara lain : aplikasi dan pengembangan game, arsitektur dan desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, *fashion*, film, animasi video, fotografi, kriya (kerajinan tangan), kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, televisi dan radio (Bekraf, 2018). Dengan adanya sebuah industri, maka dapat memberikan solusi terhadap perekonomian serta ketenagakerjaan yang dihadapi oleh suatu negara. Dimana peran sektor industri sangat diperlukan guna mempertahankan kelangsungan

hidup masyarakat lokal dalam menghadapi tingginya perekonomian dinegara tersebut. Salah satu sektor industri ekonomi kreatif yaitu industri kerajinan.

Wijaya (2017) mengatakan bahwa industri kerajinan merupakan suatu kegiatan pembentukan atau pengubahan barang menjadi barang lain yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dimana anggota rumah tangga sebagai penanggung jawab agar hasil kerja tangan tersebut mempunyai nilai yang lebih tinggi. Industri Kerajinan merupakan salah satu dari tiga subsektor unggulan dari industri kreatif yang terus dikembangkan oleh Kementerian Perindustrian selain kuliner dan kerajinan (Marketeers,2015). Kepala Badan Ekonomi Kreatif Triawan Munaf menyebutkan bahwa baru tiga subsektor yang memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan ekonomi kreatif yaitu kuliner sebanyak 32,4 persen; *fashion* 27,9 persen; dan kerajinan 14,88 persen. Menurut Airlangga selaku Menteri Perindustrian mengatakan bahwa produk unggulan kerajinan dari Indonesia cukup banyak diminati oleh konsumen mancanegara, dilihat dari data nilai ekspor yang dihasilkan tahun 2017 sebesar USD776 juta, lebih tinggi dibanding capaian tahun sebelumnya di angka USD747 juta (Kemenperin, 2018).

Aktivitas pada industri kerajinan di Indonesia sangat kental dengan indigenousskill (keahlian lokal) di mana tingkat keterampilan dan karakteristiknya dapat dibedakan berdasarkan lokasi atau daerah di mana indigenousskill tersebut tumbuh dan berkembang (Narjoko,D.A, Titik Anas, dan Haryo Aswicahyono, 2015). Sumatra Barat sendiri memiliki hasil kerajinan yang khas dan berbeda dengan kerajinan dari daerah lain seperti bordir, sulaman, tenunan pandai sikek, tenun silungkang, kulit, kerajinan perak dan songket koto gadang. Kerajinan yang

dibuat memiliki motif atau corak yang mempresentasikan ciri khas yang menjadi identitas dari budaya yang ada di Minangkabau yang sudah ada sejak dahulu dan diturunkan secara turun temurun. Meskipun dikenal tradisional, tidak menutup kemungkinan jika kerajinan-kerajinan ini dapat makin dikenal di dunia.

Alex SW Retraubun selaku Wakil Menteri Perindustrian dalam acara pameran Sumatra Barat Food and Craft V mengatakan bahwa potensi industri kerajinan di Sumatera Barat terus berkembang, terlihat dari jumlah IKM sektor kerajinan mencapai 4.606 unit dengan menyerap 29.880 tenaga kerja (Kemenperin, 2012). IKM kerajinan di Sumatera Barat saat ini sudah mengelompok di suatu wilayah tertentu (klaster) atau sentra industri yang akan terus dikembangkan menjadi andalan perekonomian daerah. Pemerintah Provinsi Sumatera Barat memprioritaskan pengembangan 9 subsektor dari 16 subsektor industri kreatif yang digarap Badan Ekonomi Kreatif, guna meningkatkan pertumbuhan UKM kreatif di daerah. Karnalis Kamaruddin, Sekretaris Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumbar menyebutkan 9 subsektor itu adalah fashion, kuliner, kerajinan tangan, musik, seni pertunjukan, fotografi, desain, animasi, dan film (Faisal, 2016).

Menurut data BPS Sumatra Barat, rata-rata industri kecil dan menengah lebih banyak berada di kota dibandingkan dengan di Kabupaten. Tidak terkecuali dengan industri kerajinan. Di Sumatra Barat seperti di Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi dan Kota Payakumbuh banyak ditemui pemilik UKM bordir, sulaman, tenun, kulit, kerajinan perak dan songket koto gadang. Hasil produk industri kerajinan yang ada tidak hanya dipasarkan di daerah lokal saja, namun sudah dipasarkan ke pasar nasional maupun pasar internasional seperti Malaysia. Saat melakukan observasi secara langsung di Kota

Pariaman tepatnya di Sulaman Indah Mayang, Upik selaku pemilik dan pengelola mengatakan bahwa produknya tidak hanya dipasarkan di Sumatra Barat saja, tokonya bahkan sering dikunjungi oleh pembeli yang berasal dari Malaysia, yang berarti produk sulaman mayang sudah dikenal hingga keluar negeri, selain itu produk-produknya juga semakin dikenal berkat mengikuti pameran-pameran yang difasilitasi pemerintah sebagai sarana pemasaran bagi produk yang dihasilkannya. Di Kota Bukittinggi juga terdapat salah satu UKM sulaman yaitu Ambun Suri yang hasil produknya telah menembus pasar internasional termasuk Singapura, Malaysia, dan Brunei Darussalam (Hervilas,Adriani,dan Nelmira, 2016). Di kota Padang sendiri terdapat industri kulit Liberty Shoes yang sudah menerima orderan dalam jumlah banyak menurut Burhan Buyung selaku pemilik saat diwawancarai. Selain itu, Raflianda *et al.* (2019) juga memaparkan bahwa di Kota Padang Panjang yaitu Desa Pandai Sikek terkenal dengan banyaknya jumlah penenun yang sudah lama menekuni tenun dan songket serta dijalankan secara turun temurun. Sebagian besar kaum perempuannya mewarisi keterampilan menenun songket karena saat masa sekolah keterampilan ini diajarkan kepada anak-anak perempuan. Sehingga hasil tenunan mereka bisa diekspor hingga ke Malaysia. Selain itu, menurut Tuty Adib (2018) selaku desainer nasional juga mengatakan bahwa Tenun Balai Panjang khas Payakumbuh memiliki potensi yang besar di pasar Internasional. Hal ini dilihat dari banyaknya media yang menyorot tenun tersebut pada acara London Fashion Week 2018 (Harlina,2018).

Industri kerajinan menjadi sumber mata pencaharian bagi sebagian masyarakat Sumatra Barat. Industri kerajinan yang dimiliki Sumatera Barat

dinilai dapat bersaing dengan produk-produk dari luar negeri dikarenakan proses pembuatannya yang dikerjakan dengan tangan atau *handmade* bukan massal (Republika, 2016). Proses pembuatan yang masih secara *handmade* ini merupakan nilai tambah bagi produk kerajinan dari Sumatera Barat dan menjadi daya tarik bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Keunikan dari bordir kerancang yang dinggap sebagai dengan bordiran karya seni, lalu ada sulaman ampek angkek yang proses pembuatannya sangat rumit dan tidak bisa dikerjakan menggunakan mesin, tenunan pandai sikek yang setiap motifnya mengandung nilai kesakralan, keindahan, ketekunan, ketelitian dan kesabaran, tenun silungkang yang juga dikenal dengan keberagaman motifnya, serta kerajinan perak serta songket koto gadang yang terlihat setiap acara pelaminan masyarakat minangkabau. Semuanya memiliki keunikan dan memiliki beragam bentuk mulai dari seprai, mukena, sandal, tas, pakaian, jilbab yang bisa dijadikan sebagai buah tangan.

Tabel 1.1
Jumlah Wisatawan Asing yang Datang ke Sumatera Barat melalui
Bandara Internasional Minangkabau

Tahun	Jumlah Wisatawan Asing
2013	44.135
2014	50.196
2015	42.518
2016	50.624
2017	56.325

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatra Barat

Dari tabel diatas terlihat bahwa terjadi kenaikan pada jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke Sumatra Barat meskipun pada tahun 2015 mengalami

penurunan. Tidak hanya pada jumlah wisatawan asing, wisatawan dalam negeri juga mengalami kenaikan selama dua tahun terakhir. Badan Pusat Statistik memperlihatkan bahwa pada tahun 2016 terdapat sebanyak 15.552.587 orang wisatawan dalam negeri yang mengunjungi Sumatera dan pada tahun tahun 2017 mengalami peningkatan dengan jumlah 16.947.577 wisatawan. Kenaikan jumlah wisatawan ini dapat dijadikan peluang bagi industri kerajinan Sumatra Barat untuk meningkatkan pendapatannya.

Meskipun sudah memiliki potensi yang besar, namun terdapat banyak hal yang bisa dibenahi di industri kerajinan Sumatra Barat agar potensinya lebih bagus lagi dan terus berkembang. Berkembang atau tidaknya industri kerajinan bergantung pada para pengrajinnya sendiri serta pihak-pihak lain yang terlibat. Alex berpendapat bahwa permasalahan utama yang dihadapi IKM saat ini adalah strategi pemasaran produk (Kemenparin, 2018). Banyaknya bisnis sejenis yang bermunculan juga menyebabkan tingginya persaingan, selain itu selera dan permintaan konsumen yang berubah menuntut pengusaha untuk melakukan inovasi. Berdasarkan wawancara (2018) yang dilakukan dengan pengusaha industri kerajinan Sumatra Barat, maka diperoleh informasi bahwa inovasi merupakan salah satu masalah yang dihadapi oleh pengusaha terutama pada inovasi pemasaran. Padahal inovasi sangat diperlukan untuk kemajuan suatu usaha.

Atalay (2013) mendefinisikan inovasi pemasaran sebagai metode pemasaran baru yang melibatkan perubahan signifikan dalam desain atau pengemasan produk, penempatan produk, promosi atau harga produk, yang mana ditujukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik, membuka pasar baru,

atau mempoposikan produk baru di pasar dengan tujuan meningkatkan penjualan perusahaan.

Dalam memasarkan kerajinan tenun, songket, kulit, serta perak yang ada Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, dan Kota Payakumbuh ini sebagian masih memasarkan produknya hanya dengan memajangnya ditoko dan mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Sehingga produknya hanya dikenal secara lokal. Padahal jika dilihat saat ini banyak teknologi yang mendukung dalam memasarkan suatu produk untuk mencakup pasar yang lebih luas. Produk yang dijual juga hanya dikemas dengan kantong plastik biasa. Alhasil, meskipun produk yang di pasarkan memiliki nilai yang tinggi, namun jika tidak dikemas dengan baik justru akan mengurangi nilai dari produk itu sendiri. Desain kemasan sendiri merupakan suatu nilai tambah yang dapat dijadikan sebagai perangkat emosional yang sangat ampuh untuk menjangkau konsumen.

Kerajinan tenun, sulaman, serta bordir tidak hanya terdapat pada pakaian ataupun busana, namun dapat diaplikasikan dalam kerajinan lain seperti mukena, tas, sandal, serta aksesoris seperti bros dan gantungan kunci. Pada usaha kerajinan di Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, dan Kota Payakumbuh masih ada yang hanya mengandalkan desain yang itu-itu saja. Sehingga kerajinan tersebut terkesan hanya cocok digunakan oleh orang tua. Padahal jika dilakukan pembaruan dalam desain seperti corak maupun warna akan menghasilkan produk yang lebih modis dan memikat konsumen yang lebih muda. Selain itu, beberapa industri kerajinan juga memiliki keterbatasan dalam saluran

distribusi. Maka diperlukan inovasi pemasaran kerajinan tenun, songket, kulit, serta perak yang ada Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, dan Kota Payakumbuh guna memperluas saluran pemasaran produk dan peningkatan dalam penjualan.

Sumber daya manusia merupakan komponen yang penting dalam lingkungan bekerja, tidak terkecuali pada industri kerajinan. Kemampuan dan keterampilan yang diapresiasi dengan baik akan menghasilkan kinerja yang bagus. Sumber daya manusia sangat diperlukan untuk mendukung kinerja inovatif dimana pengalaman dan keterampilan sangat berpengaruh dalam lingkungan yang cepat berubah seperti saat ini (Hsu,2012). Selera dan permintaan konsumen yang berubah menuntut pengusaha agar menerapkan kinerja inovatif.

Wei & Morgan (2004) mengutarakan bahwa kinerja inovatif dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui penciptaan nilai superior kepada pelanggan yang dapat mengubah kinerja pasar dan profitabilitas yang lebih besar. Kinerja yang inovatif adalah hasil kerja sama dan interaksi di antara konstituen sistem inovasi (Elahi, Kalantari, Azar, & Hassanzadeh, 2016). Hasil dari observasi yang dilakukan secara langsung pada Maret 2018, terlihat bahwa sebagian pengusaha masih menerapkan sistem lama. Industri kerajinan di Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi, dan Kota Payakumbuh diharapkan mampu menerapkan kinerja inovatif. Dengan adanya kinerja inovatif yang diterapkan secara terus-menerus diharapkan industri kerajinan dapat beradaptasi terhadap lingkungan persaingan yang berubah dengan

cepat dengan melakukan upaya perbaikan, pembaharuan, eksplorasi dan pembelajaran dari kesalahan-kesalahan.

Menurut Ferdinand dalam Sismanto (2006), kinerja pasar merupakan faktor yang umum digunakan untuk mengukur dampak dari sebuah strategi perusahaan. Dalam penelitiannya (Ngamsutti, 2016) memperlihatkan bahwa kinerja pasar dapat ditingkatkan dengan kemampuan inovasi pemasaran. Kinerja pasar juga dipengaruhi oleh kinerja inovatif. Wei & Morgan (2004) mengutarakan bahwa kinerja inovatif dapat menghasilkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui penciptaan nilai superior kepada pelanggan yang sangat besar yang dapat mengubah kinerja pasar dan profitabilitas yang lebih besar. Dalam penelitiannya Tuan *et al.* (2016) memperlihatkan bahwa kinerja inovatif mempengaruhi kinerja pasar. Oleh karena itu kinerja pasar menjadi sangat penting, karena mengingat banyaknya persaingan dan perubahan lingkungan secara cepat, sehingga kinerja pasar termasuk cara untuk mengukur dampak dari strategi yang digunakan pada industri kerajinan di Kota Padang, Kota Pariaman, Kota Padang Panjang, Kota Bukittinggi dan Kota Payakumbuh yang mewakili industri kerajinan di Sumatra Barat.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul: **“Keterkaitan Inovasi Pemasaran, Kinerja Inovatif, Dan Kinerja Pasar Pada Industri Kerajinan Khas Sumatra Barat.”**

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif pada industri kerajinan Sumatra Barat?
2. Bagaimanakah pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pasar pada industri kerajinan khas Sumatra Barat?
3. Bagaimanakah pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja pasar pada industri kerajinan Sumatra Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja inovatif pada industri kerajinan Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pasar pada industri kerajinan Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja pasar pada industri kerajinan Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan yang berhubungan dengan pokok-pokok bahasan yang diangkat dalam penelitian ini :

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk para pelaku usaha industri kerajinan Sumatera Barat yang menunjang pariwisata di Sumatera

Barat dalam menerapkan inovasi pemasaran dan kinerja inovatif agar diperolehnya kinerja pasar yang lebih baik.

2. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan para pembaca mengenai inovasi pemasaran, kinerja inovatif, dan kinerja pasar pada industri kerajinan Sumatera Barat.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan hanya membahas tentang inovasi pemasaran dan kinerja inovatif yang mempengaruhi kinerja pasar usaha industri kerajinan Sumatera Barat. Data yang digunakan yaitu pemilik /pimpinan usaha kerajinan Sumatera Barat.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Bab ini berisikan landasan teoritis mengenai variabel-variabel dan hal-hal yang ada dalam penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran serta hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, definisi operasional variabel penelitian, pengujian data, serta teknik analisis data.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Berisikan deskripsi mengenai objek penelitian, analisis kuantitatif, intepretasi dan argumen atas hasil penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian bagi pihak yang berkepentingan.

