

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsep ekonomi kreatif sudah dikenal di Eropa sejak tahun 1991, sedangkan di Amerika Serikat baru dimulai tahun 1997. Walaupun sudah populer sejak tahun 2001, dipopulerkan oleh John Howkins yang dikenal luas sebagai Bapak Ekonomi Kreatif. Di Indonesia, konsep ini baru mulai populer pada tahun 2007. Meskipun demikian, konsep ini masih tergolong baru bagi sebagian orang, kelompok masyarakat, atau unit usaha lainnya (Suminar Ayu, Dwihantoro, and Lokantara 2020). Ekonomi kreatif telah menjadi aspek penting dalam perkembangan ekonomi global saat ini, yang menitikberatkan pada kreativitas, inovasi, dan budaya sebagai fondasi utama pertumbuhan ekonomi.

Konsep ini mencakup berbagai sektor seperti seni, desain, media, dan teknologi yang menghasilkan karya dan layanan berbasis pengetahuan serta kreativitas manusia (Howkins 2001). Seiring kemajuan teknologi digital dan digitalisasi industri, sektor ekonomi kreatif menunjukkan potensi besar dalam menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan daya saing nasional, dan memperkuat identitas budaya suatu bangsa (Kea. European Affairs 2006). Oleh karena itu, pemahaman tentang karakteristik dan dampak dari ekonomi ini sangat penting agar kebijakan yang diterapkan dapat mendukung pengembangan keberlanjutan sektor ini secara efektif dan inklusif (Krawiec and Noga 2018).

Secara internasional, ekonomi kreatif diartikan sebagai sebuah sistem ekonomi yang didasarkan pada kreativitas, inovasi, dan daya cipta dari individu maupun kelompok masyarakat. Menurut (Howkins 2001), ekonomi kreatif mencakup proses penciptaan dan pemanfaatan ide, karya seni, dan inovasi sebagai sumber utama nilai ekonomi. Ia menekankan bahwa ekonomi ini tidak hanya terbatas pada industri seni dan budaya, tetapi juga menyentuh berbagai sektor seperti teknologi, desain, mode, media digital, dan lainnya. Secara umum, ekonomi kreatif dianggap sebagai salah satu pilar penting dalam pembangunan ekonomi global karena kemampuannya untuk mendorong inovasi, menciptakan lapangan

kerja baru, dan meningkatkan daya saing sebuah bangsa di era digital dan informasi (Howkins 2001).

Sedangkan di Indonesia, definisi ekonomi kreatif lebih menekankan pada penggunaan kreativitas, inovasi, dan daya cipta sebagai kekuatan utama dalam mengembangkan perekonomian nasional. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2020), ekonomi kreatif di Indonesia adalah bidang ekonomi yang berbasis pada kreativitas dan inovasi dari individu ataupun komunitas masyarakat, yang mampu memberikan nilai tambah ekonomi dan sosial. Definisi ini menegaskan bahwa subsektor ekonomi kreatif di Indonesia tidak hanya berfokus pada aspek komersial, tetapi juga pada pelestarian budaya daerah, identitas nasional, serta pemberdayaan masyarakat lokal. Di sini, pengembangan ekonomi kreatif menjadi strategi untuk memperkuat keberagaman budaya dan sekaligus berbasis pada potensi lokal sebagai sumber daya ekonomi yang berkelanjutan (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2020).

Perbandingan antara keduanya menunjukkan bahwa secara global, definisi ekonomi kreatif lebih luas dan menekankan pada inovasi, penciptaan nilai baik dari perspektif ide dan budaya serta pengembangan sektor berbasis teknologi dan ide baru. Ini mencerminkan tren modern yang menempatkan inovasi sebagai pusat perekonomian, tanpa batasan geografis. Sementara itu, di Indonesia, fokus utamanya adalah pada pelestarian budaya dan pemberdayaan ekonomi berbasis kekayaan lokal, sekaligus memperkuat identitas nasional dalam kerangka pembangunan ekonomi nasional. Dengan demikian, meskipun keduanya mengakui pentingnya kreativitas dan inovasi, tingkat penekanan dan lingkupnya berbeda global lebih luas dan inovatif, nasional berorientasi pada pelestarian budaya dan pemberdayaan komunitas (Howkins 2001; Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2020)

Ekonomi kreatif adalah sebuah konsep ekonomi yang mengutamakan kreativitas, ide serta ilmu pengetahuan dalam rangka meningkatkan dan menumbuhkan perekonomian (Mardiah, Emti, and Dewi 2024). Pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menaruh perhatian lebih terhadap sektor ini, dengan tujuan untuk memaksimalkan potensi

dan peluang Ekonomi Kreatif di Indonesia (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2020). Subsektor dari ekonomi kreatif dikenal dengan UMKM industri kreatif (Suminar Ayu et al. 2020).

Walaupun UMKM industri kreatif telah menjadi perhatian banyak pihak dalam beberapa dekade terakhir karena kontribusinya yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta pelestarian budaya lokal, namun demikian sektor ini masih menghadapi berbagai permasalahan yang menghambat daya saing dan keberlanjutannya (Mardiah et al. 2024; Riswanto, Zafar, Chatra P, Sunijati, Harto, Boari, Astaman, Dassir 2023).

Di Indonesia, sejak konsep ekonomi kreatif diperkenalkan pada tahun 2007, pemerintah telah memberikan perhatian khusus melalui berbagai kebijakan strategis, dukungan regulasi, hingga penyediaan pendanaan ([djpb.kemenkeu.go.id](http://djpb.kemenkeu.go.id) 2025; Kementrian Pariwisata dan Ekonomi kreatif 2024). Namun meskipun terdapat potensi besar dan dukungan kebijakan tersebut, UMKM industri kreatif masih dihadapkan pada berbagai kendala, seperti keterbatasan inovasi, rendahnya kualitas sumber daya manusia, lemahnya budaya inovasi, serta terbatasnya kemampuan dalam berbagi pengetahuan dan berkolaborasi lintas batas (Games and Rendi 2019; Lita Prima, Fitriana Faisal, and Meuthia 2020; Zusmelia., Ansofino., Irwan., Jimi Ronald. 2022).

Dalam konteks ekonomi Indonesia, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peranan yang sangat vital. UMKM tidak hanya menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar, tetapi juga menjadi motor penggerak perekonomian di berbagai daerah. Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia mencapai lebih dari 60%, serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja nasional (BPS 2023).

Provinsi Sumatera Barat di Indonesia telah menjadi pusat pertumbuhan UMKM industri kreatif yang cepat. UMKM Industri kreatif, yang mencakup seni, desain, film, musik, mode, kuliner, dan teknologi informasi telah berkembang menjadi komponen penting dari ekonomi Sumatera Barat dan berkontribusi secara signifikan pada pertumbuhan ekonomi dan pembangunan masyarakat di daerah tersebut. Perkembangan industri kreatif di Sumatera Barat memiliki potensi besar untuk meningkatkan ekonomi dan menghasilkan lapangan kerja bagi masyarakat.

UMKM Industri kreatif ini membutuhkan dukungan yang kuat dari pemerintah dan sektor swasta untuk terus berkembang (Mardiah et al. 2024).

Memilih ekonomi kreatif sebagai objek penelitian didasarkan pada fakta bahwa sektor ini telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dan memiliki peran penting dalam perekonomian nasional maupun global. Menurut (Howkins 2001), ekonomi kreatif merupakan salah satu pendorong utama inovasi dan pertumbuhan ekonomi berbasis pengetahuan, yang mampu memperkuat daya saing suatu negara di era globalisasi. Selain itu, studi dari *European Commission* (Krawiec and Noga 2018) menunjukkan bahwa ekonomi kreatif mampu meningkatkan pendapatan nasional, membuka lapangan kerja baru, serta memperkuat identitas budaya suatu bangsa. Seiring berkembangnya teknologi digital, sektor ini juga semakin relevan karena berkontribusi pada inovasi produk dan jasa yang berorientasi pada estetika dan nilai budaya, sehingga memiliki potensi besar dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan (KEA. EUROPEAN AFFAIRS 2006).

Selain aspek ekonomi, ekonomi kreatif juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Hal ini didukung oleh pendapat (Newbigini 2010) yang menyatakan bahwa sektor ini tidak hanya berorientasi pada aspek ekonomi tetapi juga memiliki nilai budaya dan sosial yang tinggi. Dengan alasan tersebut, penelitian terhadap ekonomi kreatif menjadi relevan karena dapat memberikan wawasan strategis dalam mengembangkan potensi ekonomi berbasis budaya dan kreativitas secara optimal, serta memajukan pembangunan berkelanjutan di berbagai negara.

Berdasarkan gagasan yang ada tentang UMKM industri kreatif di luar konteks negara-negara berkembang, dapat ditinjau urgensi industri tersebut di Indonesia. Indonesia telah dikenal sebagai salah satu negara ekonomi berkembang yang paling menarik dan berkembang pesat (Lita Prima et al. 2020). Indonesia memiliki konteks yang berbeda dengan negara-negara berkembang lainnya, seperti Korea Selatan, Jepang dan juga China yang telah melangkah lebih jauh dalam pengembangan industri kreatif (Lita Prima et al. 2020).

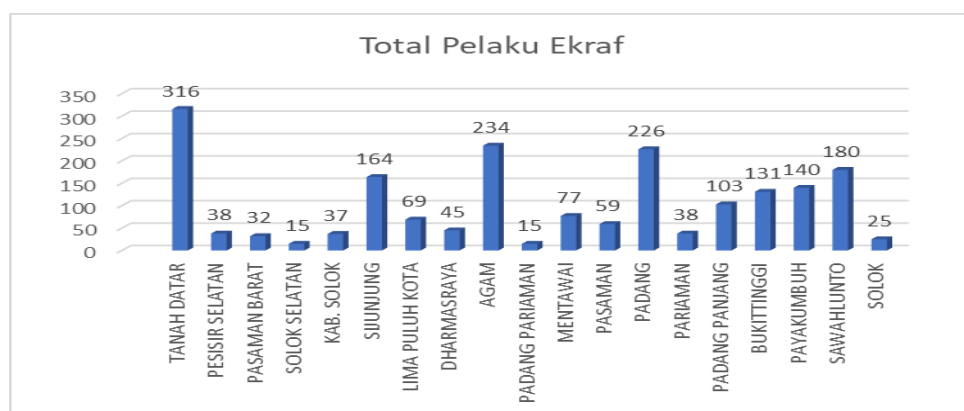
Ada dua aspek utama untuk melaksanakan kebijakan dalam industri kreatif. Pertama, UMKM industri kreatif di negara berkembang memiliki karakteristik yang berbeda dengan negara maju. Kedua, karakteristik ekonomi dan teknologi daerah

di Indonesia masih bersifat industrialisasi. Dengan demikian, kegiatan kewirausahaan dalam konteks tersebut muncul sebagai suatu keharusan, bukan sebagai suatu peluang (Lita Prima et al. 2020).

Indonesia terdiri dari lebih dari 13.000 pulau dan ratusan suku bangsa serta bahasa yang beragam. Warisan budaya dan keberagaman ini, ditambah dengan pasar domestik yang besar (240 juta), dapat menciptakan lebih banyak peluang bagi industri kreatif untuk dieksplorasi. Karena potensinya yang besar, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah meluncurkan Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif 2025 melalui cetak biru pembangunan jangka panjang (Lita Prima et al. 2020).

Di era teknologi yang berkembang pesat dan pasar global yang semakin terintegrasi saat ini, inovasi telah muncul sebagai faktor penting dalam mendorong keberhasilan ekonomi dan industri. UMKM industri kreatif merupakan salah satu bidang yang telah direvolusi oleh kemajuan teknologi. Inovasi bukan menjadi pilihan dalam ekonomi global yang bergerak cepat saat ini, namun inovasi merupakan kebutuhan penting bagi bisnis untuk mempertahankan keunggulan kompetitif dan berkelanjutan (Riswanto et al. 2023).

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat tahun 2024, dapat dilihat bahwa dari 19 daerah yang memiliki industri kreatif, berikut sebarannya:



Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat (2024)

**Gambar 1. Pelaku Industri Kreatif yang Tercatat di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat**

Gambar 1 menunjukkan sebaran pelaku industri kreatif pada 19 Kabupaten/Kota yang ada di Sumatera Barat. Dari data yang diperoleh menunjukkan bahwa Tanah Datar merupakan daerah yang paling banyak memiliki pelaku industri kreatif dengan jumlah sebanyak 316 pelaku industri kreatif. Disusul oleh Agam dan Kota Padang masing-masing 234 dan 226 pelaku industri kreatif. Sedangkan klasifikasi pelaku industri kreatif per sektor sebagai berikut:

**Tabel 1. Klasifikasi Pelaku Industri Kreatif Per Sektor yang Tercatat di Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat**

No	Kab/Kota	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	Jumlah
1	Tanah Datar	1				1	46	8			1	2	164	11	48	4		30	316
2	Pesisir Selatan					1	6			1			17	4	4			5	38
3	Pasaman Barat	1					6	2	2			1	9		2			9	32
4	Solok Selatan						4						8					3	15
5	Kab. Solok					1	6						25			1		4	37
6	Sijunjung		1	1	2		2						67	4	38	1	5	43	164
7	Lima Puluh Kota			1	1		20	1					33	3	2		1	7	69
8	Dharmasraya		2	1	1	2	3				2	2	21	5	4			2	45
9	Agam						9					33	38	1	139			14	234
10	Padang Pariaman						4						6		1	1		3	15
11	Mentawai						5						1			20		51	77
12	Pasaman						4				1	6	36	2	4	1	1	4	59
13	Padang	1	2		4	3	32	9	1	5	2	3	80	6	20	7	2	49	226
14	Pariaman					2	9				2		12		6			7	38
15	Padang Panjang	3		5	1		3	1			9	7	44	7	14	1	3	5	103
16	Bukittinggi	1				2	21	1	2	1	2	2	13	5	61	5	2	15	131
17	Payakumbuh					1	13				1	4	86	3	18	1	1	12	140
18	Sawahlunto			1	2		25	1			5	3	55	8	54			26	180
19	Solok			1			1				2		13	2		2		4	25
	Jumlah	7	5	10	11	13	219	23	3	8	26	63	728	61	415	44	15	293	1944

Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat (2025)

Keterangan: 1. Aplikasi; 2. Arsitektur; 3. Desain Interior; 4. Desain Komunikasi Visual; 5. Desain Produk; 6. Fashion; 7. Film, Animasi, Video; 8. Pengembangan Permainan; 9. Periklanan; 10. Penerbitan; 11. Musik; 12. Kuliner; 13. Fotografi; 14. Seni Pertunjukan; 15. Seni Rupa; 16. Televisi dan Radio; 17. Kriya

Unit analisis dalam penelitian ini adalah UMKM industri kreatif subsektor kuliner pada level usaha (*firm level*) yang beroperasi di 19 kabupaten/kota di Sumatera Barat. Artinya, objek yang dianalisis dalam penelitian ini adalah unit usaha sebagai organisasi bisnis, bukan individu pemilik usaha. Pemilik atau manajer UMKM hanya berperan sebagai responden atau unit observasi yang memberikan informasi terkait kondisi usaha, khususnya mengenai budaya inovasi, praktik inovasi terbuka, serta kinerja inovasi yang terjadi dalam organisasi usaha tersebut.

Kinerja inovasi merupakan indikator penting dalam mengukur kemampuan suatu daerah dalam menciptakan, mengimplementasikan, dan memanfaatkan ide baru untuk meningkatkan daya saing dan kesejahteraan masyarakat. Menurut (Manual 2018) yang diterbitkan oleh *Organisation for Economic Co-operation and Development*, inovasi didefinisikan sebagai produk atau proses baru atau yang ditingkatkan secara signifikan yang telah diimplementasikan dalam praktik. Dalam konteks pembangunan daerah, kinerja inovasi tidak hanya dilihat dari jumlah inovasi yang dihasilkan, tetapi juga dari dampaknya terhadap efisiensi pelayanan publik, peningkatan kinerja organisasi, serta pertumbuhan ekonomi regional.

Di Provinsi Sumatera Barat, kinerja inovasi menunjukkan perkembangan yang cukup signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini tercermin dari capaian pemerintah daerah dalam ajang *Innovation Government Award* yang diselenggarakan oleh Kementerian Dalam Negeri Republik Indonesia. Penghargaan tersebut diberikan berdasarkan hasil evaluasi Indeks Inovasi Daerah (IID) yang mengukur aspek input, proses, output, dan dampak inovasi. Peringkat tinggi yang diraih Sumatera Barat menunjukkan bahwa sistem inovasi daerah telah berjalan relatif efektif, baik dari sisi kebijakan, dukungan kelembagaan, maupun implementasi program inovatif di tingkat perangkat daerah dan kabupaten/kota. Selain pada sektor pemerintahan, kinerja inovasi di Sumatera Barat juga tercermin dalam sektor usaha, khususnya UMKM dan industri kreatif.

Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa inovasi produk, inovasi proses, serta inovasi pemasaran berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kinerja usaha, seperti pertumbuhan penjualan, perluasan pasar, dan peningkatan keuntungan. Hal ini sejalan dengan teori inovasi terbuka (*open innovation*) yang dikemukakan oleh Chesbrough (2003), yang menyatakan bahwa kolaborasi dan pemanfaatan pengetahuan eksternal dapat mempercepat proses inovasi dan meningkatkan performa organisasi. Di Sumatera Barat, kolaborasi antara pemerintah daerah, akademisi, dan pelaku usaha menjadi salah satu faktor pendukung dalam memperkuat ekosistem inovasi. Dengan demikian, kinerja inovasi di Sumatera Barat dapat dipahami sebagai hasil sinergi antara kebijakan pemerintah, kapasitas institusi, serta dinamika sektor usaha lokal. Indikator formal seperti Indeks Inovasi Daerah memperlihatkan capaian makro di tingkat provinsi,

sementara studi empiris pada sektor UMKM menunjukkan dampak mikro terhadap kinerja bisnis. Secara konseptual dan empiris, inovasi terbukti menjadi determinan penting dalam meningkatkan daya saing daerah dan mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Di Sumatera Barat, sektor kuliner menjadi salah satu tulang punggung ekonomi kreatif daerah (Zusmelia et al., 2022). Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sumatera Barat (2024), terdapat 728 UMKM kuliner yang tersebar di 19 kabupaten/kota, dengan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan citra pariwisata berbasis budaya lokal. Kekayaan kuliner tradisional seperti rendang, sate padang, dan aneka makanan khas Minangkabau menjadikan sektor ini tidak hanya bernilai ekonomi, tetapi juga berperan sebagai *cultural heritage* yang memperkuat identitas daerah (Zusmelia et al., 2022).

Dari sisi pemasaran dan perilaku konsumen, kuliner sangat responsif terhadap promosi digital, kinerja inovasi perusahaan makanan terbukti terdongkrak oleh platform media sosial, sehingga sektor ini cocok untuk efektivitas strategi digital dan dinamika usaha secara terukur (Celimli and Adanacioglu 2021). Di ranah pariwisata, kuliner berperan sebagai penggerak pengalaman dan reposisi destinasi, dengan bukti kuat bahwa makanan menjadi kontributor utama ekonomi kreatif dan faktor penarik wisatawan berdaya belanja tinggi, sehingga membuka peluang penelitian lintas topik branding tempat, ekonomi kreatif, dan wisata kuliner (Park et al., 2022). Terakhir, sifat kreatif kuliner mulai dari proses mengolah, estetika penyajian, hingga menu inovasi menyediakan laboratorium alami untuk menguji teori kreativitas, kapabilitas dinamis, dan kolaborasi kreatif dalam ekosistem digital yang bergerak cepat (Ekinci & Çekic, 2023).

Sektor kuliner dipilih dalam penelitian industri kreatif karena memiliki peran ekonomi yang besar dan stabil, dekat dengan kebutuhan dasar manusia sehingga memiliki banyak konsumen, serta menyerap banyak tenaga kerja dan usaha kecil di Indonesia (Alpinallah 2021). Selain itu, kuliner juga mencerminkan identitas budaya dan lokal, mudah dikembangkan secara kreatif untuk memperkuat citra destinasi, membangun jejaring pelaku, dan meningkatkan ketahanan ekonomi daerah (Zusmelia et al. 2023). Dari sisi pemasaran, kuliner sangat mudah

dipromosikan secara digital. Inovasi bisnis kuliner terbukti meningkat dalam pemanfaatan media sosial, sehingga sektor ini cocok untuk meneliti efektivitas strategi digital dan perkembangan usaha (Celimli and Adanacioglu 2021).

Dalam pariwisata, kuliner menjadi bagian penting dari pengalaman wisata dan daya tarik destinasi. Kuliner terbukti sebagai kontributor utama ekonomi, kreatif dan penarik wisatawan dengan daya beli tinggi (Park and Widyanta 2022). Terakhir, sifat kreatif kuliner dari ide menu, tampilan sajian, hingga inovasi menjadikannya tempat yang ideal untuk mempelajari kreativitas, kemampuan beradaptasi, dan kolaborasi dalam ekosistem digital yang terus berkembang (Ekincek and Günay 2023).

Kondisi ini semakin nyata dalam sektor kuliner yang mendominasi jumlah pelaku industri kreatif di Sumatera Barat (Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat 2021), tetapi masih menghadapi tantangan yang cukup kompleks bagi pemerintah daerah dan peneliti, dalam menentukan kebijakan yang akan menumbuhkan serta meningkatkan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner dalam berinovasi guna memiliki daya saing produk-produk yang akan menjadi keunggulan daerah (Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat 2021).

Program UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat mencakup berbagai inisiatif yang mendukung pengembangan UMKM berbasis kreativitas di bidang makanan dan minuman, baik oleh pemerintah, swasta, maupun komunitas. Program industri kreatif sektor kuliner biasanya berupa pelatihan, inkubasi usaha, bantuan legalitas, digital marketing, akses permodalan, sampai promosi lewat *event* kuliner. Contohnya seperti *Food Startup* Indonesia, program bangga buatan Indonesia, dan fasilitas KUR dari pemerintah ([djpb.kemenkeu.go.id](http://djpb.kemenkeu.go.id) 2025; Jannudin, Warasto, and Sina 2025; [www.kememparekraf.go.id](http://www.kememparekraf.go.id) 2024).

Secara umum, permasalahan kinerja inovasi di sektor kuliner lebih berkisar pada keterbatasan variatif produk, pemanfaatan teknologi, serta kurangnya dukungan pihak eksternal yang mampu mempercepat proses inovasi dan mengoptimalkan peluang pasar sehingga akan berdampak terhadap kinerja inovasi pada sektor tersebut (Jannudin et al. 2025).

Kinerja inovasi merupakan salah satu faktor penting yang menentukan keberlanjutan dan daya saing usaha, terutama pada usaha mikro, kecil, dan

menengah (UMKM) dalam industri kreatif. Secara konseptual, kajian mengenai inovasi berakar pada pemikiran (Schumpeter and Opie 1934) yang sering disebut sebagai pelopor utama teori inovasi. (Schumpeter and Opie 1934) menjelaskan bahwa inovasi merupakan motor utama pertumbuhan ekonomi melalui proses *creative destruction*, di mana pelaku usaha menciptakan kombinasi baru dalam bentuk produk, proses, pasar, maupun model organisasi yang mampu menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif (Schumpeter and Opie 1934).

Dalam konteks UMKM industri kreatif, khususnya subsektor kuliner, inovasi tercermin pada kemampuan pelaku usaha dalam mengembangkan variasi produk makanan, metode pengolahan, desain kemasan, serta strategi pemasaran yang kreatif sehingga mampu meningkatkan kinerja usaha dan daya saing di pasar. Seiring perkembangan literatur manajemen strategis, konsep kinerja inovasi juga dijelaskan melalui perspektif Resource-Based View yang dikemukakan oleh Jay Barney, yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif organisasi sangat dipengaruhi oleh kemampuan dalam mengelola sumber daya dan kapabilitas internal yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan (Barney, 1991).

Selain itu, perkembangan inovasi modern juga dipengaruhi oleh konsep inovasi terbuka yang diperkenalkan oleh Henry Chesbrough, yang menjelaskan bahwa organisasi dapat meningkatkan kinerja inovasinya melalui pemanfaatan pengetahuan internal dan eksternal secara simultan melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan (Chesbrough, 2003). Oleh karena itu, dalam konteks UMKM industri kreatif subsektor kuliner, peningkatan kinerja inovasi tidak hanya bergantung pada kreativitas internal pelaku usaha, tetapi juga pada kemampuan memanfaatkan sumber daya organisasi dan membangun kolaborasi eksternal dalam proses inovasi.

Kinerja inovasi sangat penting bagi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan (He et al. 2021). Peningkatan kinerja inovasi telah lama menjadi topik utama dalam teori dan praktik manajemen. Kinerja inovasi mengacu pada peningkatan nilai perusahaan karena penggunaan kemampuan inovasi, yaitu efisiensi dalam mengubah masukan inovasi menjadi hasil dan manfaat ekonomi (He et al. 2021). Kinerja inovasi diukur berdasarkan kemampuan perusahaan untuk

menghasilkan ide dan produk baru yang diterima pasar dengan baik, serta proses yang ditingkatkan yang mendukung efisiensi. Hasil inovasi yang baik tidak hanya berpengaruh pada kinerja internal, tetapi juga meningkatkan kemampuan perusahaan untuk bersaing di pasar global (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Oleh karena itu, peningkatan kinerja inovasi menjadi pilihan yang tak terhindarkan bagi UMKM industri kreatif sektor kuliner dalam lingkungan yang sangat kompetitif.

Permasalahan kinerja inovasi pada industri kreatif di Sumatera Barat mencakup sejumlah faktor yang menghambat pengembangan dan efektivitas inovasi UMKM: rendahnya pemahaman akan pentingnya inovasi di kalangan pemilik usaha, masih dominannya proses produksi tradisional yang membatasi adaptasi pasar, keterbatasan akses pada teknologi modern, minimnya pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, budaya inovasi yang belum kuat, keterbatasan dalam inovasi produk akibat pengaruh budaya lokal, dukungan pemerintah yang masih terbatas dalam aspek inovasi, serta masih minimnya data dan penelitian yang dapat dijadikan acuan untuk mengembangkan strategi inovatif. Berbagai kendala ini berdampak pada rendahnya daya saing dan potensi UMKM, padahal, potensi industri kreatif di Sumatera Barat sangat besar berkat kekayaan budaya dan tradisinya. Oleh karena itu, peningkatan pendidikan, pelatihan, akses teknologi, serta dukungan kebijakan pemerintah menjadi penting untuk memperbaiki kinerja inovasi (Games 2020; Lita, M. Meuthia, et al. 2018; Lita, Meuthia, and Faisal 2018; Lita Prima et al. 2020; Yulianti et al. 2025). Salah satu solusi yang dapat diterapkan adalah inovasi terbuka, yaitu strategi yang mendorong kolaborasi dengan pihak luar untuk mempercepat proses dan hasil inovasi (Alfarobi and Hartono 2022; Laursen and Salter 2006; Santoro et al. 2018; Yulianti et al. 2025).

Dalam konteks global, inovasi terbuka (*open innovation*) telah menjadi salah satu strategi yang efektif dalam meningkatkan daya saing dan kinerja inovasi perusahaan (Anshari, M.; Almunawar 2021; Bogers, Foss, and Lyngsie 2018; Chesbrough 2003; Clauss et al. 2020; Dahlander, L.; Wallin 2020; Engelsberger, Bartram, et al. 2022; Latifah et al. 2022). Konsep ini menekankan pentingnya kolaborasi dengan aktor eksternal untuk memperoleh pengetahuan, ide, dan teknologi baru (*inbound open innovation*), sekaligus membagikan ide atau inovasi

ke pihak luar (*outbound open innovation*). Namun, literatur mengenai inovasi terbuka masih banyak berfokus pada perusahaan besar di negara maju yang memiliki sumber daya melimpah (Chabbouh and Boujelbene 2020; West and Bogers 2017).

Penelitian mengenai inovasi terbuka di konteks UMKM, terutama di negara berkembang dengan karakteristik berbasis budaya lokal, masih sangat terbatas (Kraus et al. 2020; Usman 2018). Padahal, fleksibilitas UMKM, kedekatannya dengan komunitas lokal, serta keterikatan pada nilai budaya seharusnya menjadi kekuatan untuk mengakses pengetahuan eksternal dan menciptakan inovasi yang relevan dengan kebutuhan pasar (Chabbouh and Boujelbene 2020; Papa et al. 2018; Popa, Soto-Acosta, and Martinez-Conesa 2017; Veronica Scuotto, Del Giudice, and Carayannis 2017; Usman 2018). Oleh karena itu, penelitian mengenai dinamika inovasi terbuka pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat menjadi penting untuk menutup kesenjangan penelitian yang ada.

Pada bidang penelitian sumber daya manusia khususnya yang membahas mengenai UMKM, belum ada penelitian yang cukup mengenai berbagai bentuk modal manusia yang mampu mendorong pertukaran pengetahuan antar pelaku usaha dalam berinovasi (Annamalah et al. 2023). Menurut Ghazilla et al. dalam (Sudarnice et al. 2024) mengemukakan bahwa UMKM mengalami kinerja inovasi yang buruk karena memiliki sumber daya manusia atau modal manusia yang kurang memadai atau tidak kompeten. Karyawannya tidak siap untuk berubah sesuai dengan situasi terkini. Dalam hal ini, UMKM mengalami kekurangan karyawan yang berkualitas, pelatihan internal yang terbatas, dan ketidakmampuan untuk mempertahankan karyawan yang kompeten untuk berinovasi. Studi sebelumnya telah melihat bagaimana modal manusia mempengaruhi kinerja inovasi (Sudarnice et al. 2024).

Permasalahan modal manusia yang terjadi pada UMKM industri kreatif di Sumatera Barat berkaitan dengan bagaimana keterampilan, pengetahuan, dan kualitas sumber daya manusia (SDM) memengaruhi kinerja inovasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di industri kreatif di Sumatera Barat, yaitu (Lita Prima et al. 2020); Dalam penerapan proses inovasi dapat menjadi tantangan bagi banyak perusahaan. Proses inovasi yang efektif memerlukan pelatihan karyawan

dan penyesuaian sistem kerja, tetapi sering kali ini diabaikan. Banyak UMKM industri kreatif kurang memberikan program pelatihan yang memadai bagi karyawan mereka. Hal ini membatasi kemampuan mereka untuk berinovasi dan menciptakan produk yang menarik. Ketidacukupan pelatihan menjadi alasan utama mengapa karyawan tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk beradaptasi dengan tuntutan pasar yang terus berubah. Selain itu, banyak UMKM industri kreatif yang bertahan dengan metode dan teknik tradisional dalam produksi. Hal ini tidak hanya membatasi inovasi, tetapi juga menghambat keterlibatan SDM dalam proses pengembangan produk modern yang dapat menarik minat konsumen.

Secara keseluruhan, penulis dapat menyimpulkan bahwa masalah modal manusia ini menciptakan tantangan signifikan bagi UMKM industri kreatif termasuk UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dalam meningkatkan kinerja inovasi mereka serta daya saing di pasar yang lebih luas. Untuk mengatasi masalah ini, perlu ada strategi yang berfokus pada peningkatan keterampilan, pemahaman mengenai inovasi, dan menciptakan budaya yang mendukung pengembangan modal manusia. Temuan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa peran modal manusia sebagai bagian dari modal intelektual untuk meningkatkan inovasi (Ali et al. 2021; Chabbouh and Boujelbene 2020; Fonseca, de Faria, and Lima 2019; Latifah et al. 2022). Sedangkan hasil yang bertentangan didapat, bahwa tidak ada pengaruh modal manusia terhadap inovasi (Capozza and Divella 2019).

Studi ini akan memberikan wawasan dan kebijakan yang solid bagi para pelaku usaha di berbagai negara untuk berkolaborasi serta mendorong persaingan yang sehat. Modal manusia penting karena membantu perusahaan bertukar pengetahuan dan membangun jaringan hubungan yang mendukung kesuksesan bisnis. Namun, pelaku bisnis kurang memiliki kesadaran tentang nilai dari berbagi pengetahuan. Selain itu, masih kurangnya penelitian empiris mengenai topik berbagi pengetahuan dalam konteks UMKM sektor Industri Kreatif (Mardiah et al. 2024).

Selain itu, studi terdahulu telah menekankan bahwa modal manusia dan berbagi pengetahuan berperan penting dalam mendorong inovasi (Annamalah et al.

2023; Sudarnice et al. 2024). Sedangkan hasil yang bertentangan didapat, bahwa tidak ada pengaruh modal manusia terhadap inovasi (Capozza and Divella 2019).

Modal manusia yang berkualitas dapat meningkatkan kapasitas organisasi dalam menciptakan ide-ide baru, sementara berbagi pengetahuan menjadi mekanisme penting dalam menghubungkan potensi sumber daya manusia dengan proses inovasi (Engelsberger, Halvorsen, et al. 2022; Sudarnice et al. 2024). Namun demikian, penelitian mengenai UMKM industri kreatif di Sumatera Barat menunjukkan bahwa keterbatasan pelatihan, rendahnya kompetensi karyawan, serta adanya resistensi budaya terhadap perubahan membuat proses berbagi pengetahuan seringkali terbatas (Games et al. 2022; Lita Prima et al. 2020; Mardiah et al. 2024).

Bahkan dalam konteks budaya kolektivis Minangkabau yang menekankan nilai kebersamaan, berbagi pengetahuan sering hanya berlangsung dalam lingkaran kecil dan belum terbuka ke jaringan yang lebih luas (Games and Rendi 2019). Mengembangkan UMKM industri kreatif sektor kuliner berbasis budaya dan kearifan lokal adalah solusi alternatif untuk menstimulus perkembangan industri kreatif untuk bisa mandiri dan bisa mengembangkan usaha terutama di daerah (Lita, M. Meuthia, et al. 2018), namun masih banyak perusahaan yang tidak dapat memanfaatkan sistem inovasi terbuka karena hambatan budaya (Qureshi 2021). Faktor budaya inovasi menjadi elemen penting dalam menciptakan lingkungan kerja yang mendorong kreativitas, keberanian mengambil risiko, serta keterbukaan terhadap ide baru (Bogers et al. 2016; Martins and Terblanche 2003; Qureshi 2021).

Budaya inovasi di kalangan pelaku UMKM industri kreatif masih relatif lemah. Banyak UMKM industri kreatif yang masih bergantung pada pola usaha tradisional, cenderung mempertahankan cara lama, dan kurang memiliki dorongan eksplorasi ide baru yang berorientasi pada kebutuhan pasar modern (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Kondisi ini mengakibatkan rendahnya kinerja inovasi UMKM, padahal inovasi merupakan salah satu faktor kunci dalam menghadapi intensitas persaingan pasar yang semakin ketat, baik di tingkat lokal maupun global (He et al. 2021).

Perkembangan UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dipengaruhi oleh karakter dan budaya masyarakatnya. Masyarakat Minang lebih

memilih untuk bekerja mandiri (menjadi wirausahawan) daripada bekerja untuk orang lain (Lita Prima et al. 2020). Untuk mendukung argumen ini, penelitian (Semiarty and Fanany 2017) mengenai peran budaya lokal Minangkabau yang masih kental dalam model kepemimpinan tradisional di masyarakat setempat. Terkait konsep budaya perusahaan, masih banyak pendapat dari para pelaku usaha yang beranggapan jika usaha yang digeluti sudah cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, maka tidak perlu lagi melakukan upaya-upaya inovatif. Mengingat penelitian ini difokuskan pada UMKM industri kreatif, maka sensitivitas inovasi menjadi lebih tinggi (Lita Prima et al. 2020).

Dapat disimpulkan bahwa UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan inovasi produk dan strategi pemasaran, akses permodalan yang rendah, kualitas kemasan dan branding yang kurang menarik, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, kemampuan sumber daya manusia dalam manajemen usaha dan kewirausahaan masih terbatas, ditambah dengan kurangnya kolaborasi antara pelaku usaha dan pemangku kepentingan. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner di daerah tersebut

Menumbuhkan kembangkan UMKM industri kreatif sektor kuliner tidak bisa lepas dari budaya setempat. Budaya harus menjadi basis pengembangannya. Dalam kebudayaan lokal ada yang disebut dengan kearifan lokal yang menjadi nilai-nilai bermakna, antara lain, diterjemahkan ke dalam bentuk fisik berupa produk kreatif daerah setempat (Sovia Firdaus et al. 2018). Pada umumnya setiap daerah memiliki potensi produk yang bisa diangkat dan dikembangkan. Industri kreatif tidak bisa dilihat dalam konteks ekonomi saja, tetapi juga dimensi budaya. Ide-ide kreatif yang muncul adalah produk budaya. Karenanya, strategi kebudayaan sangat menentukan arah perkembangan industri kreatif (Sanusi and Paramida 2021).

Kurangnya budaya inovasi yang mendukung sangat mempengaruhi kinerja inovasi (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Budaya inovasi di banyak perusahaan industri kreatif di Sumatera Barat masih lemah (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Banyak perusahaan tidak mampu mendorong karyawan untuk berinovasi atau memodifikasi produk, yang membatasi kemampuan untuk bersaing di pasar yang lebih luas. Hal ini menyiratkan bahwa nilai-nilai dan dukungan perusahaan untuk

menghadapi risiko dan menciptakan ide-ide baru sangat penting, namun seringkali tidak ada (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Selain itu, Perubahan budaya inovasi memerlukan perubahan *mindset* di kalangan karyawan. Banyak pelaku industri kreatif yang masih terpaku pada metode tradisional dan merasa sulit untuk beradaptasi dengan ide dan praktik baru. Hal ini menghambat proses inovasi dan menjadikan perusahaan sulit untuk bersaing dalam pasar yang dinamis. Ketika budaya inovasi tidak berkembang dengan baik, hal ini berdampak langsung pada kinerja inovasi. Proses inovasi dan pengembangan produk yang diperlukan untuk memenuhi permintaan pasar dan bersaing efektif menjadi terhambat. Keterbatasan inovasi produk dan proses dapat mengurangi daya saing dan potensi keuntungan perusahaan (Lita, M. Meuthia, et al. 2018).

Budaya inovasi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kinerja inovasi (Lita, M. Meuthia, et al. 2018). Ini menekankan pentingnya membangun budaya inovasi dalam perusahaan untuk mendorong pengembangan produk dan proses baru. budaya inovasi merupakan elemen kunci yang memfasilitasi proses inovasi di dalam perusahaan. Budaya ini mencakup nilai-nilai, keyakinan, dan asumsi bersama dari anggota yang dapat mendorong upaya-inovasi. Ketika sebuah perusahaan memiliki budaya inovasi yang kuat, mereka lebih cenderung melahirkan dan menerapkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan produk dan proses yang ada (Lita, M. Meuthia, et al. 2018).

Mengembangkan UMKM industri kreatif sektor kuliner berbasis budaya dan kearifan lokal adalah solusi alternatif untuk menstimulus perkembangan industri kreatif untuk bisa mandiri dan bisa mengembangkan usaha terutama di daerah (Lita, M. Meuthia, et al. 2018), namun masih banyak perusahaan yang tidak dapat memanfaatkan sistem inovasi terbuka karena hambatan budaya (Qureshi 2021). Huizingh dalam (Qureshi et al. 2021) berpendapat bahwa perkembangan saat ini dalam teori dan praktik inovasi terbuka menunjukkan bahwa perubahan budaya inovasi diperlukan untuk menyerap paradigma inovasi terbuka yang baru.

Untuk mendapatkan manfaat penuh dari inovasi terbuka, perusahaan harus menumbuhkan budaya inovasi yang dapat mengembangkan kemampuan jaringan perusahaan. Pelaku usaha memegang peranan penting dalam mewujudkan inovasi, upaya dalam mewujudkannya adalah melalui berbagi pengetahuan kepada orang

lain. Sejalan dengan penelitian (Bogers et al. 2016), pentingnya pemangku kepentingan eksternal untuk inovasi dalam situasi di mana perkembangan pengetahuan terkait erat dengan aspek kontekstual perusahaan, seperti budaya inovasi, sejarah, dan tradisi.

Budaya inovasi sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan relasional yang mampu membangun kepercayaan, komunikasi dua arah, serta kolaborasi antar individu (Ahn, Minshall, and Mortara 2018; Uhl-Bien 2006). Pengaruh pemimpin memainkan peran penting dalam inovasi terbuka (Shujahat et al. 2019). Oleh karena itu, dukungan pimpinan dibutuhkan untuk mendorong inovasi yang akan mempengaruhi inovasi terbuka dan berdampak terhadap kinerja inovasi pada UMKM (Chabbouh and Boujelbene 2020; Singh 2021).

Peran kepemimpinan diidentifikasi sebagai faktor penting dalam mendorong inovasi dan berbagi pengetahuan di kalangan UMKM industri kreatif, terutama dalam konteks Sumatera Barat dan pasar berkembang lainnya. Keberhasilan inovasi pada UMKM industri kreatif di Sumatera Barat sangat dipengaruhi oleh kepemimpinan yang adaptif dan inovatif. Pemimpin yang mampu menginspirasi dan mendukung tim mereka akan memfasilitasi kultur inovasi yang lebih kuat dan, pada gilirannya, meningkatkan kinerja inovasi perusahaan (Lita, M. Meuthia, et al. 2018).

Seperti yang dinyatakan oleh (Ahn et al. 2018), menganggap kepemimpinan sebagai faktor kunci dalam keberhasilan adopsi inovasi terbuka dalam kasus usaha mikro kecil dan menengah. Selain itu, menegaskan bahwa sikap positif terhadap keterbukaan dan ketekunan dapat memainkan peran penting dalam membangun persepsi dan kesadaran pembuat keputusan tentang inovasi terbuka (Ahn et al. 2018). Pemimpin dapat mengambil risiko dan lebih proaktif dalam mencari peluang bisnis baru di lingkungan eksternal, sehingga dapat meningkatkan kinerja inovasi (Chabbouh and Boujelbene 2020). Pengaruh pemimpin memainkan peran penting dalam inovasi terbuka terutama dalam berbagi pengetahuan (Shujahat et al. 2019). Oleh karena itu, dukungan pimpinan dibutuhkan untuk mendorong inovasi yang akan mempengaruhi inovasi terbuka dan berdampak terhadap kinerja inovasi pada UMKM (Singh 2021).

Temuan empiris menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Beberapa studi menegaskan bahwa relasi positif mendorong keterlibatan karyawan (Hsu, Lai, and Lin 2014), tetapi belum tentu menghasilkan perilaku berbagi pengetahuan yang efektif (Suppiah and Singh Sandhu 2011; Wang and Noe 2010). Dengan kata lain, adanya kepemimpinan relasional tidak otomatis memicu berbagi pengetahuan, terutama ketika tidak ditopang oleh faktor motivasi individu, insentif organisasi, serta budaya inovasi yang kuat. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan penelitian, yakni peran kepemimpinan relasional dalam mendorong inovasi masih diperdebatkan karena mekanisme pengetahuan sebagai mediator belum terbukti konsisten.

Dalam mewujudkan inovasi terbuka dan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif adalah mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang begitu cepat. Pada literatur terkini sangat penting pemanfaatan media sosial bagi perusahaan internal dan eksternal khususnya UMKM untuk berkomunikasi dan berkolaborasi dalam inovasi (Ooms, Bell, and Kok 2015). Di lingkungan bisnis kontemporer, menangkap, menganalisis, dan penyebaran pengetahuan perusahaan adalah aktivitas manajemen pengetahuan yang memiliki potensi untuk menjelaskan kinerja inovasi dalam perusahaan. Penerapan media sosial untuk kegiatan bisnis adalah fenomena baru bagi perusahaan, dan pemahaman di bidang sistem informasi (Benitez et al. 2018).

Penggunaan media sosial menjadi kebutuhan dalam pencarian sistem informasi saat ini. Media sosial dapat menyediakan data pelanggan dan industri tambahan untuk mengubah informasi secara digital menjadi pengetahuan untuk berinovasi. Jika perusahaan mengelola media sosial dengan tepat, dapat menjadi sumber data yang terintegrasi secara rasional dan dapat memberikan pelengkap untuk eksplorasi dan eksploitasi pengetahuan untuk mewujudkan inovasi (Benitez et al. 2018). Namun realita yang terjadi, pemanfaatan media sosial pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat kurang efektif, karena pelaku bisnis banyak menghabiskan waktu yang tidak produktif di media sosial. Selain itu, banyak pelaku bisnis kurang memahami fitur-fitur media sosial yang ada, sehingga tidak memahami strategi pemasaran yang ada pada media sosial (padang.go.id 2024; Yulianti et al. 2024).

Lebih jauh lagi, pemanfaatan media sosial juga membuka peluang besar bagi UMKM industri kreatif untuk memperluas jejaring, memperoleh ide dari luar, serta memfasilitasi proses inovasi terbuka masuk (*inbound*) dengan menyerap pengetahuan eksternal, sekaligus mendorong inovasi terbuka keluar (*outbound*) dengan membagikan inovasi kepada pihak lain (Benitez et al. 2018; Bogers, Chesbrough, and Moedas 2018; Chesbrough 2003; Yulianti et al. 2024).

Pengguna media sosial di negara berkembang menghabiskan lebih banyak waktu di media sosial dibandingkan dengan negara maju, yang memberikan peluang bagi perusahaan untuk mempelajari lebih lanjut tentang media sosial (Oberlo 2025; Statista 2025). Sangat sedikit studi yang mengaitkan modal manusia dengan inovasi, terutama peran mediasi media sosial dan berbagi pengetahuan tentang pengaruh modal manusia terhadap inovasi (Latifah et al. 2022). Integrasi dari modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, berbagi pengetahuan dan pemanfaatan media sosial diyakini akan memperkuat praktik inovasi terbuka baik masuk maupun keluar, yang pada akhirnya akan meningkatkan kinerja inovasi UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat (Clauss et al. 2020; Kraus et al. 2020).

Untuk memahami fenomena ini, penelitian ini menggunakan pendekatan multi-teori. *Resource-Based View* (RBV) (Barney 1991) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing organisasi bergantung pada sumber daya yang langka, sulit ditiru, dan bernilai strategis, termasuk sumber daya manusia dan pengetahuan. Dalam pandangan *Resource-Based View* (RBV), modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional diposisikan sebagai sumber daya strategis tidak berwujud yang bernilai, langka, sukar ditiru, dan tidak mudah diganti, sehingga mampu menjadi fondasi keunggulan kompetitif serta penggerak kinerja inovasi organisasi (Gerhart and Feng 2021). Modal manusia yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan komitmen kreatif karyawan berperan sebagai input utama dalam proses inovasi dan adaptasi (Hafiluddin and Widiastuti 2025). Budaya inovasi mendorong proses pembelajaran organisasi, eksperimentasi, dan berbagi pengetahuan; norma-norma ini membentuk kapabilitas inovasi yang menghubungkan sumber daya internal ke superioritas kinerja, sesuai literatur RBV tentang resources and capabilities (Saxena, Seetharaman, and Shawarikar 2024).

Kepemimpinan relasional meningkatkan transfer pengetahuan, komunikasi lintas fungsi, dan kepercayaan, sehingga memperkuat kemampuan organisasi memobilisasi dan mengorkestrasi sumber daya kreatif (Fischer and Singh 2020). Inovasi terbuka sebagai *variabel intervening* bertindak memfasilitasi proses penciptaan nilai dengan memperluas dan mengintegrasikan sumber daya dan pengetahuan eksternal, memperbesar efek sumber daya internal pada kinerja inovasi. Adaptasi inovasi terbuka terbukti mampu memperkuat jalur pengaruh modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional terhadap hasil inovasi dalam berbagai konteks UMKM dan industri kreatif (Wulandari and Wardani 2024; Yao et al. 2024). Dengan demikian, pada model yang diajukan pada penelitian ini, dimana variabel-variabel tersebut terintegrasi dalam kerangka RBV yang secara sinergis memengaruhi kinerja inovasi melalui mediasi inovasi terbuka.

Selain RBV, teori lainnya dalam penelitian ini adalah teori pandangan berbasis pengetahuan (*Knowledge Based View Theory*) menyoroti peran pengetahuan sebagai landasan keunggulan kompetitif perusahaan (Robert M. Grant, 1996; Kogut & Zander, 1992). Dalam pandangan ini, perusahaan adalah perusahaan penciptaan pengetahuan, dan basis pengetahuan masing-masing perusahaan mempengaruhi kapasitas inovasinya. Selain itu, KBV menunjukkan bahwa bisnis harus belajar dari perusahaan lain dan mengimpor sumber daya eksternal untuk mendukung proses inovasi. (Shaker A. Zahra, Donald O. Neubaum 2020). Oleh karena itu, kemampuan basis pengetahuan perusahaan untuk mendorong inovasi bergantung pada penggunaan aset tambahan dari lingkungannya.

Menurut KBV, modal manusia merupakan kumpulan pengetahuan perusahaan dan keahlian keseluruhan, dan membentuk kemampuan perusahaan untuk mengubah pengetahuan yang ada menjadi produk baru (Hatch & Dyer dalam (You, Zhou, and Jia 2021). Menurut penelitian, pendidikan karyawan adalah salah satu elemen terpenting dari modal manusia perusahaan (Becker 1962). Perusahaan dengan karyawan terdidik memiliki basis pengetahuan yang kuat dan tersedia untuk proses pengembangan produk baru. Dengan landasan KBV, modal manusia yang kuat tidak hanya mencerminkan akumulasi pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga membutuhkan mekanisme pertukaran sosial agar pengetahuan tersebut dapat

dimanfaatkan secara optimal. Di sinilah *Social Exchange Theory* (SET) berperan, karena keberhasilan transfer dan pemanfaatan modal manusia dalam inovasi sangat bergantung pada adanya hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara individu dalam organisasi maupun dengan mitra eksternal.

Budaya inovasi mendorong anggota organisasi untuk terbuka dalam berbagi ide, mencoba hal baru, dan mendukung kreativitas. Dalam kerangka SET (Blau, 1964), perilaku ini muncul karena adanya ekspektasi timbal balik, ketika seseorang berkontribusi ide, ia berharap mendapat dukungan, pengakuan, atau bahkan ide balik dari rekan kerja. Jadi, budaya inovasi menjadi *arena pertukaran sosial* yang memperkuat kolaborasi. Pada UMKM industri kreatif sektor kuliner, budaya inovasi memperkuat hubungan sosial internal (antara pemilik dan karyawan) serta eksternal (dengan pelanggan, pemasok, komunitas). SET menjelaskan bahwa semakin tinggi kepercayaan dan timbal balik yang terjadi, semakin besar dorongan untuk terus berinovasi. Selain RBV dan KBV, teori lainnya yang berfokus pada interaksi pemimpin dan pengikut disebut *Relational Leadership theory*.

*Relational Leadership theory* menjelaskan kepemimpinan relasional seperti yang dibahas di atas dapat mendukung inovasi terbuka untuk terungkap dalam kolektif (yaitu tim inovasi terbuka) melalui promosi nilai, norma, kepercayaan, dan praktik bersama di antara anggota tim (Cavanagh, McNeil, & Bartram, 2013; Gouldner, 1960). Kepemimpinan relasional dapat membentuk arah, keselarasan, dan komitmen anggota tim (Engelsberger, Halvorsen, et al. 2022).

Berdasarkan pengembangan teori tersebut, sejauh ini belum ada penelitian yang mempertimbangkan pengembangan UMKM industri kreatif sektor kuliner, dalam meningkatkan perekonomian domestik dan meningkatkan kinerja inovasi sektor industri (Ichsan and Verena 2020). UMKM Industri kreatif sektor kuliner, dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang saat ini sedang mengalami tantangan dan masalah, yaitu melambatnya pertumbuhan ekonomi, tingginya tingkat pengangguran dan tingginya tingkat kemiskinan (UNCTAD 2024). Industri ini juga merupakan industri yang memiliki penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya manusianya (Ichsan and Verena 2020).

Penelitian serta referensi yang membahas tentang UMKM industri kreatif masih sangat terbatas di Indonesia (Ichsan and Verena 2020). Oleh karena itu,

tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas faktor-faktor yang mendorong kinerja inovasi UMKM industri kreatif sektor kuliner melalui inovasi terbuka. Diharapkan penelitian ini menjadi referensi yang dapat digunakan dalam pengembangan industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Penelitian ini masih sangat parsial dalam memperkirakan efek modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional pada inovasi terbuka dan kinerja inovasi (Avasilcai and Bujor 2018; Bašić 2022; Dieguez 2024; Engelsberger, Bartram, et al. 2022; Hogan and Coote 2014; Latifah et al. 2022; Rumanti, Rizana, and Achmad 2023). Akibatnya masih banyak gap dalam penelitian ini di bidang UMKM industri kreatif sektor kuliner yang perlu untuk diisi (Avasilcai and Bujor 2018; Gui, Nelly, and Adriansyah 2017; Harikesa 2020).

Integrasi keempat teori ini memberikan justifikasi teoretis yang kuat untuk menganalisis hubungan antara modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, media sosial, berbagi pengetahuan, inovasi terbuka, dan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Dengan kerangka tersebut, penelitian ini menawarkan kebaruan yang signifikan. Pertama, penelitian ini mengisi kesenjangan dengan mengeksplorasi modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, dinamika inovasi terbuka dan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner berbasis budaya lokal, yang selama ini kurang mendapat perhatian dibandingkan perusahaan besar di negara maju. Kedua, penelitian ini menempatkan media sosial dan berbagi pengetahuan sebagai mekanisme mediasi antara modal manusia terhadap inovasi terbuka dan kepemimpinan relasional terhadap inovasi terbuka, sebuah hubungan yang belum banyak diuji secara empiris dalam konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner di negara berkembang. Ketiga, penelitian ini memberikan kontribusi teoretis melalui integrasi RBV, KBV, SET, dan RLT untuk memahami bagaimana faktor modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional memengaruhi inovasi terbuka serta dampaknya terhadap kinerja inovasi UMKM industri kreatif sektor kuliner. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis dalam memperluas pemahaman tentang inovasi terbuka di negara berkembang, sekaligus kontribusi praktis bagi pelaku UMKM industri

kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dalam merumuskan strategi inovasi yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat menghadapi berbagai permasalahan, antara lain keterbatasan inovasi produk dan strategi pemasaran, akses permodalan yang rendah, kualitas kemasan dan branding yang kurang menarik, serta rendahnya pemanfaatan teknologi digital. Selain itu, kemampuan sumber daya manusia dalam manajemen usaha dan kewirausahaan masih terbatas, ditambah dengan kurangnya kolaborasi antara pelaku industri kreatif dan pemangku kepentingan. Permasalahan ini berdampak pada rendahnya daya saing dan keberlanjutan usaha kuliner di daerah tersebut
2. Kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat masih belum memadai. Kendala utama pelaku industri kreatif adalah kemampuan dan pemahaman berinovasi yang masih lemah, banyak pemilik UMKM industri kreatif sektor kuliner yang masih menganggap bahwa jika bisnis mereka cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, maka tidak perlu melakukan inovasi. Hal ini menghambat upaya untuk meningkatkan kinerja dan daya saing. Selain itu, proses produksi yang tradisional, banyak industri kerajinan di Sumatera Barat masih bergantung pada teknik produksi manual, yang kurang efisien dan lambat dalam beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang berubah. Hal ini membatasi kemampuan untuk meningkatkan kualitas produk dan memperkenalkan inovasi baru.
3. UMKM industri kreatif sektor kuliner memiliki sumber daya dan kapasitas terbatas masih kurang terbuka, dibandingkan dengan perusahaan besar, masih kurang terwakili dan kurang mendapat perhatian. Selain itu, penelitian inovasi terbuka secara empiris pada UMKM industri kreatif masih langka. Pada akhirnya, mengarahkan kita untuk fokus mempelajari model inovasi terbuka dalam konteks spesifik UMKM industri kreatif sektor kuliner. Kekuatan filosofi budaya Minangkabau di antara UMKM industri

kreatif sektor kuliner mengakibatkan keterbatasan dalam upaya untuk memodifikasi atau menciptakan desain baru. Hal ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk bersaing secara lebih luas di pasar dengan menawarkan produk yang benar-benar baru dan inovatif

4. Keterbatasan akses pada teknologi khususnya pemanfaatan media sosial yang belum optimal. Banyak UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat tidak memiliki akses yang memadai terhadap teknologi modern yang dapat meningkatkan efisiensi produksi dan membuka peluang inovasi. Selain itu, ketergantungan pada metode tradisional dapat menghambat penerapan proses inovatif yang diperlukan. Pelaku usaha memahami dunia digital karena generasi muda akrab dengan penggunaan media sosial. Cara pelaku usaha memanfaatkan informasi dan teknologi termasuk media sosial untuk menerapkan berbagai pengetahuan. Selain itu, Tingkat penggunaan media sosial di Asia tertinggi adalah Indonesia.
5. Dalam literatur tentang manajemen inovasi terbuka, secara umum diakui bahwa modal manusia memiliki peran penting dalam proses penciptaan keterbukaan pengetahuan. Meskipun demikian, dalam domain usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) industri kreatif sektor kuliner, tidak sering dibahas sisi manusia (modal manusia) dalam penelitian tentang sejauh mana inovasi terbuka digunakan. Oleh karena itu, penting menyoroti modal manusia untuk mendorong inovasi dalam mengadopsi inovasi terbuka di UMKM industri kreatif. UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat kekurangan pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia, pelatihan yang terbatas bagi pemilik dan karyawan UMKM industri kreatif sektor kuliner membuat mereka kurang terampil dalam menerapkan teknik inovatif. Pengembangan kapasitas yang tidak memadai dapat mengakibatkan inovasi yang tidak optimal
6. Budaya inovasi merupakan unsur utama untuk memperoleh hasil inovasi yang diinginkan. Perkembangan saat ini dalam teori dan praktek inovasi terbuka menunjukkan bahwa perubahan dalam budaya inovasi diperlukan untuk menyerap paradigma inovasi terbuka dan kinerja inovasi. Oleh karena itu, budaya inovasi adalah tantangan utama untuk inovasi terbuka dan

kinerja inovasi. Budaya pelaku usaha di Sumatera Barat dipengaruhi oleh Budaya Lokal, budaya minangkabau yang kaya dan tradisional sering kali membatasi kebebasan untuk berinovasi. Para pelaku UMKM industri kreatif sektor kuliner terikat pada nilai-nilai tradisional dan cenderung mempertahankan motif dan teknik yang sudah ada, menghambat eksplorasi produk baru dan modifikasi yang dapat menarik perhatian pasar, selain itu, kurangnya dukungan untuk inovasi, budaya di beberapa UMKM industri kreatif sektor kuliner kurang mendukung pengambilan risiko dan eksperimen yang diperlukan untuk inovasi. Ketika kesalahan dianggap negatif, ini bisa menciptakan suasana yang tidak kondusif bagi inovasi, di mana karyawan enggan untuk mengusulkan ide-ide baru.

7. Berbagi pengetahuan sangat penting dalam proses inovasi. Pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, terdapat resistensi terhadap perubahan, dalam konteks berbagi pengetahuan, ada tantangan berupa resistensi dari karyawan terhadap inovasi atau perubahan proses. Hal ini sering kali terjadi ketika inovasi diimplementasikan tanpa melibatkan staf dalam proses tersebut, yang dapat menyebabkan kurangnya penerimaan dan partisipasi dalam berbagi pengetahuan. Selain itu, karyawan kurang berani untuk mengambil inisiatif pribadi dalam berbagi pengetahuan yang berharga. Ketergantungan pada kelompok dapat mengakibatkan hilangnya peluang individual untuk berkontribusi pada inovasi melalui pengetahuan mereka
8. Masih rendahnya pengaruh pemimpin dalam memainkan peran penting pada inovasi terbuka. Kepemimpinan relasional dapat mendukung inovasi terbuka. Kepemimpinan relasional dapat membentuk arah, keselarasan, dan komitmen anggota. Kepemimpinan relasional digunakan untuk mengubah pola pikir individu menjadi pola pikir bersama untuk menghasilkan nilai dan keyakinan yang selaras dalam tim. Pola pikir inovasi terbuka bersama dapat digunakan untuk mengurangi ketidakpastian, ambiguitas, dan meningkatkan kolaborasi di antara anggota tim. Oleh karena itu, kepemimpinan relasional dapat mendorong inovasi dan dukungan pimpinan dibutuhkan untuk berbagi pengetahuan akan mempengaruhi inovasi terbuka

dan kinerja pada UMKM industri kreatif sektor kuliner. Kepemimpinan relasional pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, terdapat keterbatasan dalam membangun kepercayaan, hubungan yang didasarkan pada kepercayaan sangat penting dalam kepemimpinan relasional. Jika pemimpin tidak dapat membangun kepercayaan di antara anggota tim atau dalam hubungan dengan mitra eksternal, hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan, konflik, dan keterbatasan dalam kerjasama yang esensial untuk mencapai tujuan inovasi.

Sesuai dengan penjelasan latar belakang dan permasalahan, maka permasalahan pada penelitian ini adalah mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan inovasi terbuka dan kinerja inovasi pelaku usaha UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Secara khusus, penelitian ini mengajukan sejumlah rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh modal manusia terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi?
2. Bagaimanakah pengaruh budaya inovasi terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi?
3. Bagaimanakah pengaruh kepemimpinan relasional terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi?
4. Bagaimanakah pengaruh inovasi terbuka (masuk dan keluar) terhadap kinerja inovasi?
5. Apakah inovasi terbuka (masuk dan keluar) memediasi hubungan antara modal manusia, kinerja inovasi, kepemimpinan relasional?
6. Apakah jaringan media sosial memediasi hubungan antara modal manusia dengan inovasi terbuka (masuk dan keluar)?
7. Apakah berbagi pengetahuan memediasi hubungan antara kepemimpinan relasional dengan inovasi terbuka (masuk dan keluar)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini, seperti yang dijelaskan dalam rumusan masalah, adalah:

1. Menganalisis pengaruh modal manusia terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi
2. Menganalisis pengaruh budaya inovasi terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi
3. Menganalisis pengaruh kepemimpinan relasional terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) dan kinerja inovasi
4. Menganalisis pengaruh inovasi terbuka (masuk dan keluar) terhadap kinerja inovasi
5. Menganalisis inovasi terbuka (masuk dan keluar) memediasi hubungan antara modal manusia, kinerja inovasi, kepemimpinan relasional
6. Menganalisis jaringan media sosial memediasi hubungan antara modal manusia dengan inovasi terbuka (masuk dan keluar)
7. Menganalisis berbagi pengetahuan memediasi hubungan antara kepemimpinan relasional dengan inovasi terbuka (masuk dan keluar)

#### 1.4 Kebaruan Penelitian

Secara global, kinerja inovasi (*innovation performance*) telah menjadi salah satu topik utama dalam kajian manajemen, kewirausahaan, dan ekonomi karena dianggap sebagai faktor kunci dalam meningkatkan daya saing organisasi dan pertumbuhan ekonomi. Berbagai penelitian di seluruh dunia menunjukkan bahwa inovasi merupakan mekanisme penting bagi perusahaan untuk menciptakan nilai tambah melalui pengembangan produk baru, perbaikan proses produksi, maupun pengembangan model bisnis yang lebih efektif. Menurut kerangka konseptual dari *Organisation for Economic Co-operation and Development* dan *Eurostat*, inovasi didefinisikan sebagai produk atau proses baru maupun yang mengalami peningkatan signifikan yang diperkenalkan kepada pengguna atau diterapkan dalam kegiatan organisasi (OECD & Eurostat, 2018). Dalam konteks perusahaan, kinerja inovasi merujuk pada capaian organisasi sebagai hasil dari aktivitas inovatif yang dilakukan, yang dapat diukur melalui berbagai indikator seperti pengembangan produk baru, paten, peningkatan efisiensi proses, maupun keberhasilan komersialisasi inovasi (Kim-soon et al. 2017).

Penelitian di berbagai negara menunjukkan bahwa inovasi memiliki hubungan positif dengan kinerja organisasi dan daya saing perusahaan, termasuk pada usaha kecil dan menengah (UMKM) yang menjadi tulang punggung perekonomian di banyak negara (Becerra-vicario, Ruiz-palomo, and Le 2023). Selain itu, lembaga internasional seperti OECD juga menegaskan bahwa inovasi merupakan determinan utama produktivitas dan pertumbuhan jangka panjang, serta memainkan peran penting dalam meningkatkan kemampuan perusahaan menghadapi perubahan pasar dan perkembangan teknologi global (OECD 2022)

Dalam perkembangan penelitian mutakhir, kinerja inovasi tidak hanya dipengaruhi oleh aktivitas penelitian dan pengembangan (*research and development*), tetapi juga oleh berbagai faktor organisasi seperti budaya inovasi, orientasi pembelajaran, kapabilitas pengetahuan, serta kolaborasi eksternal yang memungkinkan perusahaan memanfaatkan sumber daya dan pengetahuan secara lebih efektif dalam proses inovasi (Kaur, Bedi, and Saini 2025). Oleh karena itu, kajian mengenai kinerja inovasi terus berkembang di berbagai negara dan sektor industri, terutama dalam konteks usaha kecil dan menengah, karena inovasi dipandang sebagai strategi utama untuk meningkatkan keberlanjutan usaha, produktivitas, dan daya saing ekonomi di tingkat global. Kinerja inovasi juga erat kaitannya dengan inovasi terbuka (Chesbrough 2003; Schumpeter and Opie 1934).

Penelitian tentang inovasi terbuka telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir, menunjukkan potensinya di berbagai bidang pengetahuan. Keterkaitannya dengan UMKM telah menarik perhatian para akademisi. Inovasi terbuka telah menjadi topik yang membangkitkan minat bisnis dan akademisi di berbagai disiplin ilmu, seperti manajemen, ekonomi, dan ilmu sosial, selain itu, Inovasi terbuka telah menjadi paradigma baru dalam perusahaan. (Bogers et al., 2018; H. Chesbrough & Crowther. 2006; H. W. Chesbrough. 2003) menguraikan teori ini dengan membuat rangka kerja konseptual untuk menggambarkan perubahan dalam pendekatan manajemen inovasi beberapa perusahaan, seperti pergeseran dari pendekatan tertutup ke pendekatan terbuka.

Perusahaan dapat menggunakan arus masuk dan arus keluar pengetahuan untuk meningkatkan inovasi mereka, yang dianggap sebagai perubahan paradigma.

Perkembangan topik-topik inovasi terbuka pada UMKM, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Perkembangan Topik Kinerja Inovasi dan Inovasi Terbuka Dari Tahun 2003-2024**

<b>Periode</b>	<b>Topik</b>	<b>Sumber</b>
2003-2010	<i>Regional open innovation system</i>	(Torkkeli et al. 2007)
	<i>Innovation Policies in the European Union</i>	(Vigier 2007)
	<i>External knowledge management for new product</i>	(Gurău 2007)
	<i>Management of open innovation activities</i>	(Igartua et al. 2010; van de Vrande et al. 2009)
	<i>Networks and cooperation agreements</i>	(Cefis et al. 2009; Igartua et al., 2010; Jacobsen & Schouten. 2009; Wincent et al. 2009)
	<i>Public policies for the promotion of SMEs</i>	(Bianchi et al. 2010; Hughes 2009)
	<i>Absorptive capacity of SMEs</i>	(Spithoven et al. 2010)
	<i>Firms's dependence on external sources of knowledge and their positive effects on production</i>	(Lim, Chesbrough, and Ruan 2010)
	<i>The use of Web 2.0</i>	(Bell and Loane 2010)
2011-2020	<i>The commitment of SMEs to assuming open innovation in their processes</i>	(Albors-garrigós et al. 2011; De Marco, C.E. Martelli,I., Di Minin, A., 2020; Jonsson et al. 2015; Santoro et al. 2018)
	<i>The establishment and use of business models</i>	(Davey et al., 2011; Gay, 2014; H. C. Huang et al. 2013; Priyono et al. 2020)
	<i>Business practices</i>	(Nasullaev et al., 2020; Rosa et al. 2020; Spithoven et al. 2013; van Burg et al. 2017)
	<i>The development of OI through local and global networks</i>	(Hau, 2019; Malecki, 2011; Nasullaev et al. 2020; Peng

		et al., 2013; Vrgovic et al. 2012)
	<i>The perspectives of absorptive capacity</i>	(Agostini et al. 2017; Gheshmi et al. 2019; F. Huang et al. 2015; Spithoven et al. 2010; Wang et al. 2017)
	<i>Technological capabilities</i>	(Choi 2019; Song, Chen, and Ganguly 2020; Taghizadeh 2020)
	<i>Dynamic capabilities</i>	(Grimaldi et al., 2013; Tran et al. 2022)
	<i>Sustainability</i>	(Chaurasia et al. 2020)
	<i>Stakeholder theory</i>	(Albats et al. 2020; Dukic, Stankovic, and Lepojevic 2015; Grama-Vigouroux et al. 2020; Santoro et al. 2020)
	<i>Examining firm performance</i>	(Crema, Verbano, and Venturini 2014; Kim 2018; Kumar et al. 2012; Moretti 2020; Veronica Scuotto, Del Giudice, Peruta, et al. 2017)
	<i>Innovation performance</i>	(Dogbe et al., 2020; Ham et al. 2017; Hameed, 2019; Vahter et al. 2014)
	<i>Customer performance</i>	(Agostini et al. 2017)
	<i>Organizational learning capability</i>	(Peris-Ortiz, Devece-Carañana, and Navarro-Garcia 2018)
2021-2024	<i>Open innovation as a driver of organizational performance</i>	(Singh 2021)
	<i>Innovation strategies</i>	(Hervas-Oliver et al. 2021; Santoro et al. 2021; Surya et al., 2021)
	<i>The adoption of eco-innovation</i>	(Naruetharadhol et al. 2021; Pichlak and Szromek 2021; Valdez-Juárez 2021)
	<i>Human resource management and knowledge management</i>	(Ta'Amnha et al. 2023), (Engelsberger, Bartram, et al. 2022; Engelsberger,

	Halvorsen, et al. 2022; Iqbal et al., 2023; Latifah et al., 2022)
<i>Green Innovation</i>	(Naruetharadhol et al. 2021; Pichlak and Szromek 2021)
<i>Social capital on open innovation</i>	(Aisjah, Arsawan, and Suhartanto 2023; Sucena, Matos, and Nunes 2024)
<i>Organizational agility, open innovation, and business competitive</i>	(Al-Karkhi 2024; Audretsch et al. 2023; Carrasco-Carvajal, García-Pérez-de-Lema, and Castillo-Vergara 2023),
<i>Organizational creativity</i>	(Rumanti et al. 2023)
<i>Open innovation in industry 4.0</i>	(Carrasco-Carvajal et al. 2023; Ngo 2023)
<i>Digital competencies</i>	(Blanka, Krumay, and Rueckel 2022; Costa et al. 2023; Steinlechner et al. 2021)
<i>Challenges and costs of engagement</i>	(Costa et al. 2023; Srisathan et al. 2023)
<i>Technology transfer</i>	(Andrade-Rojas et al. 2024; Hervas-Oliver et al. 2021),
<i>Open innovation big data analytics</i>	(Arias-Pérez 2022; Rehman et al. 2024)

Sumber: Data diolah dari jurnal dan artikel ( 2025)

Tabel 2 mengidentifikasi perkembangan topik kinerja inovasi dan inovasi terbuka dari tahun 2003-2024. Studi pertama di bidang ini membahas sistem inovasi terbuka regional, kebijakan inovasi di Uni Eropa, dan manajemen pengetahuan eksternal untuk produk baru. Selama periode 2007–2010, publikasi terkait pengelolaan kegiatan kinerja inovasi dan inovasi terbuka, jaringan dan perjanjian kerjasama, dan kebijakan publik untuk promosi pada UMKM. Studi lain berfokus pada daya serap UMKM, ketergantungan perusahaan pada sumber pengetahuan eksternal dan efek positifnya pada produksi, serta penggunaan Web 2.0.

Pada tahun 2011–2020, perkembangan yang lebih tinggi dari bidang studi ini, penelitian difokuskan pada komitmen UMKM untuk mengasumsikan kinerja

inovasi dan inovasi terbuka dalam proses inovasi, pembentukan dan penggunaan model bisnis, praktik bisnis dan pengembangan inovasi terbuka melalui jaringan lokal dan global. Kinerja inovasi dan *Open Innovation* telah dipelajari dari perspektif kapasitas penyerapan, kemampuan teknologi, kemampuan dinamis, keberlanjutan dan teori pemangku kepentingan. Penelitian lainnya mempertimbangkan manfaatnya, memeriksa kinerja perusahaan, kinerja inovasi dan kinerja pelanggan.

Pada tahun 2021-2024, penelitian menganggap inovasi terbuka sebagai pendorong kinerja inovasi perusahaan, strategi inovasi, manajemen sumber daya manusia dan manajemen pengetahuan, adopsi ramah lingkungan, inovasi hijau, modal sosial pada inovasi terbuka, kompetitif pada bisnis, kreativitas perusahaan, inovasi terbuka pada industri 4.0, digital kompetensi, tantangan dan biaya keterlibatan, transfer teknologi dan analisis big data inovasi terbuka.

Istilah inovasi terbuka diperkenalkan oleh Hendry Chesbrough, konsep ini pertama kali diciptakan pada tahun 2003. Sejak saat itu, kajian mengenai inovasi terbuka berkembang pesat. Studi tentang inovasi terbuka memberikan pengaruh terhadap keunggulan kompetitif dan kinerja masih menjadi perdebatan menarik bagi para peneliti dalam beberapa tahun terakhir.

Beberapa peneliti lebih memilih untuk melakukan kajian penelitian mengenai inovasi terbuka dalam lingkup studi yang berfokus pada UMKM. Meskipun UMKM merupakan perusahaan dengan jumlah terbesar dalam suatu perekonomian, secara tradisional penelitian tentang inovasi terbuka terutama berfokus pada perusahaan besar. Terbuka peluang untuk mengkaji lebih lanjut mengenai inovasi terbuka bagi UMKM dalam mengatasi tantangan kekurangan sumber daya dan kemampuan penting untuk mendukung kegiatan inovasi.

Studi tentang topik ini masih langka, dimana berdasarkan hasil pemetaan yang telah dilakukan melalui software Lens, diketahui pembahasan terkait inovasi terbuka pada UMKM telah dituliskan dalam 3.281 artikel di seluruh dunia dalam kurun waktu 2018 hingga 2022.

Berdasarkan pemetaan dengan menggunakan VosViewers terlihat pada gambar dibawah ini :



Tabel 3. Pemetaan Kinerja Inovasi dan Inovasi Terbuka Dengan VosViewers

<b>Cluster 1 (Merah)</b> <b>Innovation And Firm Performance</b>	<b>Cluster 2 (Hijau)</b> <b>R&amp;D Network</b>	<b>Cluster 3 (Biru)</b> <b>SMEs And Business Management</b>	<b>Cluster 4 (Kuning)</b> <b>Open Innovation And Business Model</b>	<b>Cluster 5 (Ungu)</b> <b>Knowledge Transfer And Organizational Innovation</b>	<b>Cluster 6 (Biru Laut)</b> <b>Knowledge Management And Dynamic Capabilities</b>	<b>Cluster 7 (Orange)</b> <b>Absorptive Capacity</b>
<i>Innovation Performance</i>	<i>Research And Related To Business Development (R&amp;D) Of External Subjects That Include Knowledge Network</i>	<i>Management Issues In OI</i>	<i>Open Innovation and Business Model</i>	<i>Peran Knowledge And Technology Transfer In SME Innovation Systems</i>	<i>Knowledge Management Capacity Of Smes</i>	<i>Absorption Of External Knowledge</i>
<i>Entrepreneurial Orientation</i>	<i>OI Strategies</i>	<i>Entrepreneurship</i>	<i>Business Model Innovation as an Alternative to Improve Company Performance</i>	<i>This Knowledge Transfer Involves Various Stakeholders, Such As Uni Versities And Research Centres</i>	<i>Employing Absorptive Capacities</i>	<i>Inter-Firm Networks</i>
<i>Learning Strategies Organizational Sustainability And Networking Firm Performance The Development Of A Network Structure Sustainability, Proactivity In Innovation</i>	<i>Collaboration On R&amp;D Development</i>	<i>Social Networks</i>	<i>Digital Technologies Their Operation In Networks</i>	<i>The Support Of Organizational Innovation In OI Activities</i>	<i>Dynamic Capabilities</i>	

Sumber: Data diolah dari jurnal dan artikel (2025)

Tabel 3 cluster 1 menyajikan informasi yang relevan tentang kinerja inovasi terbuka dan UMKM. Cluster 2 mengkaji keterlibatan dalam penelitian dan pengembangan (R&D) jaringan pengetahuan eksternal yang menerapkan strategi inovasi terbuka. Cluster 3 merupakan area penelitian ketiga dengan topik yang menonjol adalah UMKM.

Cluster 4 menyoroti istilah inovasi terbuka dan model bisnis yang berfokus pada inovasi model bisnis sebagai alternatif untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Cluster 5 menyoroti studi tentang transfer pengetahuan dan inovasi perusahaan, transformasi model-model teknologi digital dan jaringan operasinya. Cluster 6 menyoroti studi tentang kapasitas manajemen pengetahuan UMKM, menggunakan kapasitas serap dan kemampuan dinamis.

Cluster 7 yang menunjukkan bahwa ini adalah kapasitas yang dikembangkan dalam konteks bisnis ini, studi tentang kapasitas ini di cluster ini meneliti penyerapan pengetahuan eksternal, terutama dalam jaringan antar perusahaan.

Karena tingginya peminat konsep ini, diperlukan pemahaman yang memadai tentang perkembangan, kemajuan dan kemajuannya serta kapasitasnya untuk penerapan lebih lanjut dalam berbagai disiplin ilmu lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk menyelidiki fenomena inovasi terbuka untuk mengembangkan pemahaman dan pengetahuan yang manfaatnya mencakup seluruh bidang.

Mengingat topik inovasi terbuka menjadi semakin penting dalam kajian teoritis dan empiris, maka jelas bahwa konsep ini merupakan strategi yang dipilih oleh perusahaan dalam mempertahankan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah ketidakpastian lingkungan bisnis dan perubahan informasi dan teknologi yang cepat. Oleh karena itu, analisis yang sistematis dan mendalam merupakan komponen yang diperlukan untuk mendapatkan gambaran holistik terkait konsep inovasi terbuka.

Analisis ini menguraikan secara mendalam gagasan inovasi terbuka dari berbagai literatur sebelumnya. Kajian ini juga mengacu pada beberapa topik mengenai kajian inovasi terbuka yang kritis bagi para praktisi dan akademisi. Namun, mengingat pertumbuhan signifikan baru-baru ini dalam tinjauan literatur

mengenai inovasi terbuka dan keterbatasan dalam pendekatan metodologis yang diadopsi, penelitian ini tidak mengalami hal tersebut mengukur perkembangan terkini dalam pembahasan konsep inovasi terbuka.

Para penulis menunjukkan kesenjangan yang harus diisi dalam literatur untuk menganalisis secara dekat perkembangan seputar konsep inovasi terbuka dan menjelaskan sejauh mana temuan menunjukkan bahwa terdapat peluang inovasi terbuka yang belum dimanfaatkan untuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Selain itu, laporan ini juga menyoroti jaringan sebagai akselerator inovasi terbuka banyak peneliti sebelumnya telah mempelajari konsep ini. Berdasarkan pemetaan terdapat beberapa topik yang dibutuhkan untuk penelitian dimasa depan, yaitu tertuang pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4. Arah Penelitian Masa Depan**

Peneliti	Keterangan
Martíneza, et al, (2020)	<i>Inovation perfomance</i>
Lieshout, et al, (2021)	<i>Top managers</i> <i>Human resources management (HRM)</i>
Vera, et al (2022)	<i>Mempertimbangkan dari perspektif UMKM muda</i> <i>Entrepreneurship and multi-level enterprises</i> <i>Social media and its effects on business innovation</i> <i>Digitalisation in SME business management</i> <i>Gender, age, education, experience, culture and ethnicity</i>
Latifah, et al, (2022)	Melibatkan responden pengusaha muda dari berbagai kalangan agar data yang diperoleh lebih heterogen Menggunakan variabel kontrol dalam mitigasi desain <i>cross-sectional</i> .
Engelsberger, et al, (2022)	<i>Open innovation mindset</i> <i>Relational leadership</i> <i>Knowledge sourcing and sharing</i>

Sumber: Data diolah dari jurnal dan artikel (2025)

Pemetaan mencerminkan tren atau minat yang meningkat bagi perusahaan untuk meningkatkan kemampuan internal untuk meningkatkan kinerja. Ini berfungsi sebagai indikasi bahwa penelitian lebih lanjut diperlukan untuk membantu membimbing para pemimpin perusahaan untuk mempertahankan dan meningkatkan kinerja perusahaan. Penelitian ini menawarkan beberapa referensi dari jurnal bereputasi yang menjelaskan hubungan antara inovasi terbuka dan kinerja perusahaan. Ada juga dimensi yang mempengaruhi kegiatan dan praktik inovasi terbuka di perusahaan skala kecil, menengah, atau besar seperti inovasi terbuka masuk, inovasi terbuka keluar, dan inovasi terbuka berpasangan. Berikut tabel ekastraksi data yang berkaitan dengan pemilihan topik utama. Sangat bermanfaat untuk menentukan publikasi mana yang menggunakan data yang sama dan kualitas data yang digunakan dalam penelitian. Ada beberapa data yang akan digali dalam penelitian ini dengan beberapa penyesuaian terkait konteks penelitian ini.

**Tabel 5. Jurnal Membahas Inovasi Terbuka Terhadap Kinerja Inovasi**

<i>Publisher</i>	<i>Journal</i>	<i>Indexing</i>
<i>Emerald</i>	<i>Management Decision</i>	<i>Scopus</i>
<i>Wiley InterScience</i>	<i>Strategic Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>Research Policy</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>Research Policy</i>	<i>Scopus</i>
<i>Taylor and Francis</i>	<i>Technology Analysis &amp; Strategic Management</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Emerald</i>	<i>European Journal of Innovation Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>ScienceDirect Procedia</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>Technovation</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Elsevier</i>	<i>ScienceDirect Procedia</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>ScienceDirect Procedia-Social and Behavioral Science</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>ScienceDirect Procedia-Social and Behavioral Science</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier SSRN</i>	<i>Journal of Innovation Management</i>	<i>WoS</i>
<i>SAGE Publications</i>	<i>Science, Technology &amp; Society</i>	<i>WoS</i>
<i>Emerald</i>	<i>Measuring Business Excellence</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>Management Decision</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>European Journal of Innovation Management</i>	<i>Scopus</i>

<b><i>Publisher</i></b>	<b><i>Journal</i></b>	<b><i>Indexing</i></b>
<i>Blackwell Publishing</i>	<i>R&amp;D Management</i>	<i>WoS</i>
<i>Inderscience Enterprises</i>	<i>Int. J. Technology Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>Technovation</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Wiley-Blackwell Publishing Ltd</i>	<i>Journal of Small Business Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Inderscience Enterprises</i>	<i>Int. J. Technology Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Inderscience Enterprises</i>	<i>Int. J. Technology Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>The TQM</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>European Journal of Innovation Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>European Journal of Innovation Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Elsevier</i>	<i>Technological Forecasting &amp; Social Change</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Inderscience Enterprises</i>	<i>Int. J. Technology Management</i>	<i>Scopus</i>
<i>Wiley-Blackwell Publishing Ltd</i>	<i>R&amp;D Management</i>	<i>WoS</i>
<i>IEEE</i>	<i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>MDPI</i>	<i>Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Growing Science</i>	<i>Management Science Letters</i>	<i>WoS</i>
<i>World Scientific Publishing</i>	<i>International Journal of Innovation Management</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>MDPI</i>	<i>Sustainability</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>MDPI</i>	<i>Sustainability</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>MDPI</i>	<i>Sustainability</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>MDPI</i>	<i>Journal of Open Innovation: Technology, Market and Complexity</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>Emerald</i>	<i>Journal of Business &amp; Industrial Marketing</i>	<i>Scopus</i>
<i>Emerald</i>	<i>International Journal of Innovation Management</i>	<i>Emerald</i>
<i>IEEE</i>	<i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>	<i>Scopus and WoS</i>
<i>IEEE</i>	<i>IEEE Transactions on Engineering Management</i>	<i>Scopus and WoS</i>

Sumber: Data diolah dari jurnal dan artikel (2025)

Berdasarkan proses pencarian referensi dalam kajian pustaka sistematis pada penelitian ini, akan diperoleh pemetaan yang lebih spesifik dan detail mengenai dampak penyiapan inovasi terbuka terhadap kinerja inovasi di suatu perusahaan. Literatur yang digunakan dibagi menjadi beberapa spesifikasi yang memberikan penjelasan lebih lanjut tentang kontribusi setiap aspek inovasi terbuka di dalamnya. Inovasi terbuka didasarkan pada tingkat penggunaan atau adopsi, tipe perusahaan, dan tipe inovasi terbuka yang diterapkan dalam perusahaan serta interaksi inovasi terbuka dengan tipe kinerja dalam perusahaan. Temuan ini menjadi salah satu acuan penting dalam merumuskan kebijakan di dalam perusahaan, khususnya dalam konteks persaingan bisnis yang semakin ketat.

Studi ini memberikan gambaran tentang dampak proses penyiapan inovasi terbuka terhadap kinerja perusahaan. Penelusuran literatur yang telah dilakukan menunjukkan wujud atau peran inovasi terbuka dalam aktivitas perusahaan. Inovasi terbuka dalam berbagai jenis yaitu inovasi terbuka masuk, inovasi terbuka keluar, dan inovasi terbuka berpasangan merupakan wujud perusahaan untuk mendukung pencapaian kinerja yang lebih baik. Setiap perusahaan dapat menerapkan berbagai jenis inovasi terbuka sesuai dengan kebutuhan dan spesifikasi bidang usahanya.

UMKM memiliki sumber daya dan kapasitas yang berbeda dari perusahaan besar, masih kurang terwakili dan mendapat perhatian karena keterbukaannya (Chabbouh & Boujelbene, 2020; Pop et al., 2018). Hasil yang sejalan dengan penelitian (Sabando-Vera et al., 2022) mengenai penelitian seluruh dunia tentang inovasi terbuka di UMKM menyatakan bahwa beberapa penulis telah mempertimbangkan untuk mempelajari inovasi terbuka di UMKM secara global melalui tinjauan literatur dan studi empiris di tingkat nasional pada aplikasinya. Terlepas dari kontribusi ilmiah ini, pengetahuan tentang komposisi dan evolusi inovasi terbuka di UMKM masih langka. Oleh karena itu, melakukan analisis bibliometrik akan memungkinkan tinjauan global terhadap publikasi yang menyusun strukturnya dan melengkapi studi sebelumnya.

(Hossain & Kauranen, 2016) menyatakan meskipun semakin pentingnya UMKM dalam ekonomi, banyak literatur tidak mengandung cukup wawasan tentang UMKM dari perspektif inovasi terbuka. Tidak banyak penelitian yang berfokus pada anteseden yang mendorong keterbukaan di kalangan UMKM dalam

hal ini. Oleh karena itu, ada kesenjangan dalam memahami bagaimana perusahaan dapat mengadopsi praktik inovasi terbuka yang masuk dan menerjemahkan keterbukaan mereka menjadi hasil. Selain itu, faktor tingkat individu yang menentukan keterbukaan tingkat perusahaan relatif masih kurang. Akibatnya, “sisi manusia (modal manusia)” dari inovasi terbuka masih kurang dipahami. Berdasarkan hasil penelitian (Latifah et al., 2022) dalam beberapa dekade terakhir, telah banyak penelitian yang mengkaji determinan inovasi pada UMKM. Namun, sangat sedikit studi yang mengaitkan modal manusia dengan inovasi, terutama peran mediasi jejaring media sosial dan berbagi pengetahuan tentang pengaruh modal manusia dan budaya terhadap inovasi. Oleh karena itu, dari sudut pandang teoritis, hasil penelitian ini meningkatkan pemahaman kita tentang bagaimana jejaring sosial dapat mengontrol pengaruh modal manusia terhadap inovasi.

Riset ini menggunakan beberapa variabel yang mempengaruhi inovasi terbuka (masuk dan keluar) yaitu modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional dan dampaknya terhadap kinerja inovasi. Pemilihan variabel ini setelah dilakukan pemetaan dan pengelasteran topik-topik yang langka dan butuh diteliti lebih lanjut. Penelitian ini menghasilkan model teoritis baru untuk industri kreatif Sumatera Barat Indonesia. Tapi ada beberapa penelitian awal yang menunjukkan perlu eksplorasi lebih lanjut mengenai modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional.

Variabel-variabel yang relevan dengan UMKM industri kreatif dimasukkan ke dalam model teoritis ini. Banyak penelitian telah dilakukan di bidang inovasi terbuka, tetapi penelitian ini terutama dilakukan di industri, negara, dan wilayah tertentu. Apalagi penelitian tentang inovasi terbuka telah merambah ke negara-negara Asia. Namun, itu terbatas pada negara-negara dengan ekonomi yang tumbuh tinggi, diperlukan lebih banyak penelitian di ekonomi berkembang. Selain itu, diperlukan lebih banyak penelitian yang terkait dengan inovasi terbuka. Untuk mengisi kesenjangan ini, peneliti bertujuan untuk mempelajari inovasi terbuka dan faktor kontekstual terkait dalam industri kreatif di Sumatera Barat.

Pada penelitian ini, untuk melihat fenomena dan kebaruan penelitian penulis telah melakukan beberapa tinjauan penelitian berupa publikasi penelitian terkait variabel yang diteliti diantaranya:

- Penelitian yang berjudul “Analisis *Knowledge Management* Menggunakan Model *Big Data* di Media Sosial UMKM” *publish* pada Jurnal Manajemen Informatika (JAMIKA), dengan terakreditasi sinta 4 (P. Yulianti, Fahmy, et al. 2023).
- Penelitian yang berjudul “Analisis *Social Media* Pada UMKM Ditinjau Dari Perspektif *Open Innovation* Dan *Human Capital*”, *publish* pada Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis, terakreditasi sinta 4 (P. Yulianti, Lita, et al. 2023).
- Penelitian yang berjudul “*Open Innovation Mapping Based On Publisher Research Through Bibliometric Analysis*”, di publikasikan pada e-Jurnal Apresiasi Ekonomi, terakreditasi sinta 3 (P.- Yulianti et al. 2023).
- Selain itu, penulis juga telah melakukan survey awal pada UMKM yang ada di Kota Padang dan hasil survey telah dipublikasikan pada Jurnal Manajemen Teknologi (Sekolah Bisnis Manajemen, Institute Teknik Bandung) terakreditasi Sinta 2, dengan judul “*Social Media as a Tool to Facilitate Human Capital Relations to Open Innovation and Business Performance*” (Yulianti et al. 2024).
- Penelitian lainnya yang telah penulis publikasikan pada jurnal internasional (*Journal of Economics, Finance and Management Studies*) dengan judul “*Open Innovation in MSMEs: The Mediation Role Between Human Capital and Innovation Culture and Its Impact on Business Performance*” (Yulianti et al. 2025).

Dari pemaparan kebaruan penelitian tersebut, dapat disimpulkan kebaruan Penelitian (*Novelty Research*) pada penelitian ini, sebagai berikut:

1. Teoritikal: Memperluas penerapan *Resource-Based View (RBV)*, *Knowledge-Based View (KBV)*, *Social Exchange Theory (SET)* dan *Relational Leadership Theory (RLT)* pada konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner, yang selama ini lebih banyak diteliti pada perusahaan besar.
2. Metodologikal: Menggunakan model mediasi (media sosial, inovasi terbuka masuk & keluar, berbagi pengetahuan), yang jarang dipakai dalam penelitian UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat. Pada penelitian ini belum ada

satupun penelitian sebelumnya yang menggabungkan variable-variable tersebut dalam satu model.

3. Empiris: Memberikan bukti nyata dari dari UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat yang selama ini jarang diteliti dalam literatur inovasi terbuka.
4. Evidensial: Penelitian ini diharapkan indikator dari masing-masing variable dapat dijadikan acuan untuk meningkatkan kinerja inovasi melalui inovasi terbuka pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dan daerah lainnya.
5. *Knowledge*: Menunjukkan mekanisme mediasi dan *non-mediation*, memperluas wawasan akademik dan membuka ruang diskusi baru bagi pengembangan teori dan praktik inovasi terbuka pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat.

## 1.5 *Research Gap* Penelitian

- *Theoretical Gap*

Penelitian mengenai inovasi terbuka umumnya masih lebih banyak dikaji pada perusahaan besar dan multinasional, sedangkan pada konteks UMKM kreatif sektor kuliner relatif terbatas. Belum banyak penelitian yang secara simultan menghubungkan modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, dengan inovasi terbuka (masuk dan keluar) serta kinerja inovasi. Selain itu, integrasi teori *Resource-Based View* (RBV), *Knowledge-Based View* (KBV), dan *Relational Leadership Theory* (RLT) dalam menjelaskan dinamika inovasi terbuka pada UMKM kreatif sektor kuliner juga masih jarang dieksplorasi.

- *Methodological Gap*

Penelitian terdahulu seringkali menggunakan instrumen generik untuk mengukur modal manusia, kepemimpinan relasional, maupun inovasi terbuka, yang belum tentu sesuai dengan konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Penelitian ini membuka ruang untuk pengembangan instrumen yang lebih kontekstual.

- *Empirical Gap*

Hasil penelitian terdahulu menunjukkan temuan yang beragam, ada yang menemukan pengaruh signifikan kepemimpinan terhadap inovasi, ada juga yang

tidak. Demikian pula, peran berbagi pengetahuan atau media sosial sebagai mediator seringkali tidak konsisten di berbagai konteks. Dengan hasil penelitian ini, dapat membuktikan pengaruh langsung dan tidak langsung, memperkuat adanya celah empiris yang perlu terus diuji pada konteks yang berbeda.

- *Evidence Gap*

Bukti empiris mengenai peran mediasi inovasi terbuka masuk dan keluar dalam hubungan antara faktor internal (seperti modal manusia dan budaya inovasi) serta faktor kepemimpinan relasional dengan kinerja inovasi masih sangat terbatas. Khususnya di UMKM sektor kuliner di Sumatera Barat, data dan bukti ilmiah yang mendukung fenomena ini belum banyak tersedia, untuk itu, penelitian ini berkontribusi dalam mengisi kekosongan bukti tersebut.

- *Knowledge Gap*

Pengetahuan akademik mengenai bagaimana UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dengan memanfaatkan modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, dan media sosial dalam kerangka inovasi terbuka masih relatif minim. Penelitian ini memberikan kontribusi pengetahuan baru dengan menunjukkan mekanisme mediasi dan *non-mediation*, memperluas wawasan akademik dan membuka ruang diskusi baru bagi pengembangan teori dan praktik inovasi terbuka pada sektor UMKM.

## 1.6 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini memberikan pengetahuan mengenai faktor-faktor untuk mengembangkan inovasi terbuka yang lebih baik guna meningkatkan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Selain itu, penelitian ini nantinya akan dapat bermanfaat bagi akademisi dan pelaku usaha dalam meningkatkan inovasi, yaitu :

1. Penelitian ini memberikan informasi penting bagi pemilik UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat untuk mengerti peran penting mereka dalam mendorong dan mendukung inisiatif inovasi dari para karyawan demi menciptakan produk yang unik dalam upaya mewujudkan inovasi terbuka dan meningkatkan kinerja inovasi, dengan memahami hubungan antara modal manusia, budaya inovasi dan kepemimpinan relasional, serta pemilik dapat

mengambil langkah strategis untuk memfasilitasi proses inovasi yang lebih efektif dan meningkatkan daya saing perusahaan

2. Hasil penelitian ini nantinya menunjukkan pentingnya peningkatan modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, berbagi pengetahuan, dan media sosial di antara pelaku UMKM industri kreatif sektor kuliner untuk meningkatkan kinerja inovasi melalui inovasi terbuka. Hal ini memberikan arahan bagi pemilik dan manajer UMKM industri kreatif sektor kuliner dalam memperkuat kerja sama internal, budaya inovasi dan kepemimpinan relasional agar mampu bertahan dan berkembang.
3. Mengingat betapa pentingnya modal manusia untuk menciptakan inovasi untuk memenangkan persaingan, diperlukan pengembangan modal manusia untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
4. Perusahaan dan karyawannya dapat menggunakan media sosial untuk mendapatkan pengetahuan berupa ide-ide dan informasi baru dari lingkungan luar. Selain itu, UMKM industri kreatif sektor kuliner terutama pemilik usaha industri kreatif, dapat menggunakan media sosial untuk menerima masukan dan berbagi informasi dari mitra, pelanggan, pemasok, dan mitra bisnis. Selain itu, anak-anak muda akrab dengan penggunaan media sosial. Akibatnya, para pelaku usaha dapat memanfaatkannya untuk kemajuan UMKM industri kreatif sektor kuliner, yang berarti meningkatkan inovasi.
5. Beberapa dekade terakhir, telah banyak penelitian yang mengkaji determinan inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner. Namun, sangat sedikit studi yang mengaitkan modal manusia dengan inovasi, terutama peran mediasi media sosial dan berbagi pengetahuan tentang pengaruh modal manusia terhadap inovasi. Dari sudut pandang teoritis, temuan penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih baik tentang bagaimana pengaruh modal manusia terhadap inovasi dapat dimediasi oleh media sosial.
6. Untuk berhasil mengadopsi inovasi terbuka, ada kebutuhan untuk mengubah pola pikir orang, memiliki budaya inovasi yang mendukung, mendapatkan dukungan manajemen untuk strategi baru dan menciptakan sistem dan antarmuka yang tepat untuk transmisi pengetahuan sangat penting.

7. Kebutuhan perusahaan untuk mencari pengetahuan secara eksternal dan memanfaatkan berbagi pengetahuan tersebut untuk meningkatkan kinerja inovasi terbuka dapat dijelaskan dengan pandangan berbasis sumber daya di mana kolaborasi dapat digunakan untuk mengeksploitasi sumber daya yang saling melengkapi.
8. Penelitian ini memberikan kontribusi pada pengembangan teori dengan mengelaborasi pendekatan modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional pada UMKM industri kreatif sektor kuliner, khususnya yang berfokus pada konfigurasi aktivitas inovasi terbuka dan implikasi kinerja inovasi. Model yang dihasilkan dapat digunakan untuk memahami hubungan antara modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional, media sosial, berbagi pengetahuan, inovasi terbuka serta kinerja inovasi dalam konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat.
9. Memberikan dasar bagi pemerintah dan pembuat kebijakan untuk meningkatkan program dukungan kepada UMKM industri kreatif sektor kuliner, seperti penyediaan fasilitas teknologi, pusat inkubasi bisnis, dan pelatihan yang lebih efektif untuk mendorong inovasi terbuka dan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner meningkat di masa depan.

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Riset ini dibangun dengan sistematika yang lengkap, dimana masing masing bab memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain. Secara umum sistematika penulisan dalam disertasi ini yaitu:

Bab I Pendahuluan, pada bab ini merupakan bab yang menjelaskan ditemukannya sejumlah fenomena dan permasalahan yang mendorong munculnya variabel utama. Dalam bab yang sama juga akan dijelaskan perumusan masalah, tujuan penelitian, kebaruan penelitian, manfaat penelitian dan sebuah sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, merupakan bab yang menjelaskan sejumlah teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas. Konsep teori yang dikembangkan menunjukkan adanya keterkaitan dari masing masing variabel penelitian yang digunakan dalam riset ini.

Bab III Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Konseptual, merupakan bab yang menjelaskan adanya teori dan hasil penelitian terdahulu yang juga membahas variabel yang sama dengan yang digunakan saat ini. Selain itu dari hasil penelitian yang diperoleh akan diketahui bagaimanakah hubungan atau variabel yang terbentuk dari masing masing variabel, yang kemudian digambarkan kedalam sebuah kerangka konseptual.

Bab IV Metode Penelitian, merupakan bab yang akan menjelaskan paradigma riset, prosedur pengambilan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan pengukuran variabel, serta teknik analisis yang digunakan dalam proses pengujian hipotesis.

Bab V Hasil dan Pembahasan, Bab ini menyajikan temuan utama dari penelitian yang telah dilakukan, baik dalam bentuk hasil analisis data maupun interpretasi yang relevan dengan kerangka teori. Pada bagian awal, penulis memberikan pengantar mengenai tujuan bab ini, yaitu menjelaskan hasil uji hipotesis serta hubungan antarvariabel penelitian. Selanjutnya, hasil penelitian dipaparkan secara sistematis, mulai dari deskripsi data, hasil pengujian model, hingga temuan-temuan utama yang menjawab rumusan masalah. Hasil tersebut tidak hanya disajikan dalam bentuk tabel atau diagram, tetapi juga dijelaskan secara naratif agar mudah dipahami.

Bab VI Kesimpulan dan Saran, Bab ini berfungsi untuk merangkum keseluruhan hasil penelitian sekaligus memberikan arahan untuk pengembangan lebih lanjut. Pada bab ini menyajikan kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran penelitian. Kesimpulan disusun secara ringkas namun padat, berdasarkan hasil analisis dan pembahasan