

BAB VI

PENUTUP

1.1 Kesimpulan

Berdasarkan serangkaian temuan yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel yang diteliti memiliki peran yang berbeda-beda dalam memengaruhi kinerja inovasi melalui mekanisme inovasi terbuka (*masuk/inbound* dan *keluar/outbound*) maupun melalui dukungan faktor lain seperti kepemimpinan relasional, modal manusia, media sosial, serta berbagi pengetahuan. Hasil penelitian ini memperlihatkan adanya kombinasi antara pengaruh langsung dan tidak langsung, yang menegaskan pentingnya konteks perusahaan dan karakteristik pelaku usaha dalam menentukan keberhasilan inovasi.

Secara teoretis, temuan ini memperkaya pemahaman dalam kerangka *Resource-Based View (RBV)*, *Knowledge-Based View (KBV)*, serta *Relational Leadership Theory (RLT)*, sedangkan secara praktis memberikan implikasi nyata bagi pengembangan strategi inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Dengan demikian, bagian berikut akan menyajikan kesimpulan utama dari penelitian ini yang dirumuskan berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal manusia berhubungan signifikan dengan inovasi terbuka (*masuk dan keluar*) serta kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Artinya, semakin tinggi kualitas modal manusia yang dimiliki oleh pelaku usaha baik berupa pengetahuan, keterampilan, maupun pengalaman, semakin besar pula kemampuan perusahaan untuk memperoleh ide, teknologi, dan pengetahuan dari luar ke dalam usaha (*inovasi terbuka masuk*) serta mendiseminasikan hasil inovasinya ke lingkungan eksternal (*inovasi terbuka keluar*). Dengan demikian, modal manusia berperan sebagai sumber daya strategis yang tidak hanya meningkatkan kapasitas internal perusahaan, tetapi juga memperkuat jejaring eksternal dalam mendukung kinerja inovasi. Temuan ini sejalan dengan kerangka *Resource-Based View (RBV)* yang menekankan bahwa keunggulan kompetitif berkelanjutan sangat ditentukan oleh kapasitas unik

sumber daya manusia. Dalam konteks *Knowledge-Based View* (KBV), modal manusia yang berkualitas menjadi motor utama dalam penciptaan, pemanfaatan, dan diseminasi pengetahuan yang pada akhirnya memperkuat proses inovasi terbuka. Pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, keberadaan modal manusia yang kompeten menjadikan pelaku usaha untuk lebih adaptif dalam menerima ide, teknologi, maupun tren dari luar, sekaligus mampu membagikan inovasi produknya ke pasar yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam pengembangan kapasitas sumber daya manusia menjadi faktor strategis untuk memperkuat inovasi terbuka dan meningkatkan daya saing UMKM.

2. Penelitian ini menyimpulkan bahwa budaya inovasi berpengaruh signifikan terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) serta kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Lingkungan perusahaan yang mendorong kreativitas, keterbukaan, dan kolaborasi terbukti mampu meningkatkan kemampuan dalam menyerap ide dari luar (inovasi terbuka masuk), membagikan pengetahuan keluar (inovasi terbuka keluar), serta menghasilkan kinerja inovasi yang lebih unggul. Dalam kerangka *Resource-Based View* (RBV), budaya inovasi dipandang sebagai sumber daya tak berwujud yang bernilai, langka, dan sulit ditiru, sehingga mampu menciptakan keunggulan bersaing berkelanjutan. Sementara itu, melalui perspektif *Social Exchange Theory* (SET), hubungan timbal balik yang tercipta dalam budaya inovatif mendorong kepercayaan, kolaborasi, dan pertukaran pengetahuan yang pada akhirnya meningkatkan kinerja inovasi perusahaan. Dengan demikian, budaya inovasi menjadi fondasi penting dalam memperkuat daya saing dan keberlanjutan UMKM industri kreatif di Sumatera Barat.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemimpinan relasional tidak berpengaruh signifikan terhadap inovasi terbuka (masuk dan keluar) maupun kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun pemimpin berfokus pada hubungan yang baik dengan anggota, faktor tersebut belum cukup kuat mendorong praktik inovasi terbuka dan peningkatan kinerja inovasi. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), kepemimpinan relasional bukanlah sumber daya

yang langsung memberikan keunggulan kompetitif bila tidak didukung oleh modal pengetahuan, kreativitas, dan jejaring eksternal yang memadai. Sementara itu, menurut *Relational Leadership Theory* (RLT), kualitas hubungan antara pemimpin dan anggota memang penting, tetapi tanpa adanya sistem, sumber daya, dan budaya inovasi yang mendukung, hubungan tersebut tidak otomatis menghasilkan inovasi yang signifikan.

4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi terbuka (masuk dan keluar) berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Keterbukaan dalam mengadopsi ide, teknologi, maupun pengetahuan dari luar ke dalam usaha (inovasi terbuka masuk) serta berbagi pengetahuan dan produk ke pasar atau mitra eksternal (inovasi terbuka keluar) terbukti mampu meningkatkan daya saing dan kreativitas usaha. Dalam perspektif *Resource-Based View* (RBV), inovasi terbuka memperluas basis sumber daya strategis UMKM, sehingga pelaku usaha kuliner tidak hanya mengandalkan sumber daya internal, tetapi juga memanfaatkan jejaring, tren pasar, dan kolaborasi dengan pihak eksternal untuk menciptakan keunggulan yang berkelanjutan. Pada konteks UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat, praktik inovasi terbuka terlihat dari pemanfaatan media sosial untuk mencari ide menu baru, kerja sama dengan pemasok lokal untuk bahan baku khas daerah, hingga berbagi inovasi produk melalui kolaborasi dengan pelaku usaha lain. Hal ini memperkaya modal pengetahuan UMKM, mempercepat adaptasi terhadap selera konsumen, dan mendorong peningkatan kinerja inovasi baik dari segi produk, layanan, maupun strategi pemasaran.
5. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi terbuka (masuk dan keluar) tidak memediasi hubungan antara modal manusia dan kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Hal ini berarti kompetensi individu berupa keterampilan, kreativitas, dan pengalaman yang melekat pada modal manusia lebih langsung memengaruhi kinerja inovasi, tanpa melalui proses inovasi terbuka. Dalam perspektif RBV, temuan ini mempertegas bahwa sumber daya internal berupa modal manusia masih menjadi faktor kunci keunggulan kompetitif yang sulit ditiru oleh pesaing. Sementara dalam KBV,

pengetahuan yang dimiliki individu pada UMKM kuliner Sumatera Barat belum sepenuhnya dikonversi ke dalam proses berbagi pengetahuan melalui inovasi terbuka, baik inovasi terbuka masuk maupun inovasi terbuka keluar. Akibatnya, peran inovasi terbuka sebagai jembatan antara modal manusia dan kinerja inovasi belum berjalan maksimal. Bagi UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat, hal ini mencerminkan bahwa keunggulan mereka lebih banyak lahir dari keterampilan tradisional, kreativitas lokal, dan kearifan budaya Minangkabau (seperti inovasi pada cita rasa dan penyajian makanan), sementara keterlibatan jejaring eksternal dan praktik berbagi pengetahuan lintas batas masih terbatas.

6. Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya inovasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kinerja inovasi melalui peran mediasi inovasi terbuka, baik masuk maupun keluar. Hal ini sejalan dengan pandangan *Resource-Based View* (RBV) bahwa budaya perusahaan yang inovatif merupakan sumber daya berharga yang dapat mendorong keunggulan bersaing. Inovasi terbuka memungkinkan perusahaan untuk menyerap ide dan teknologi dari luar ke dalam perusahaan (inovasi terbuka masuk) serta mendistribusikan inovasi ke pihak eksternal (inovasi terbuka keluar), sehingga memperkuat efektivitas budaya inovasi dalam menghasilkan kinerja inovasi. Dalam konteks UMKM industri kreatif kuliner di Sumatera Barat, hal ini tampak dari bagaimana pelaku usaha mengadopsi inspirasi resep atau tren kuliner baru dari luar sekaligus membagikan inovasi produk mereka ke pasar melalui jejaring sosial maupun komunitas kuliner.
7. Penelitian menemukan bahwa inovasi terbuka masuk tidak berperan sebagai mediator antara kepemimpinan relasional dan kinerja inovasi. Kepemimpinan relasional, sesuai dengan *Relational Leadership Theory*, lebih banyak memengaruhi kinerja inovasi secara langsung melalui pembangunan hubungan yang berbasis kepercayaan, kolaborasi, dan dukungan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa pemimpin mampu mendorong kinerja inovasi tanpa perlu mengandalkan proses pencarian pengetahuan dari luar secara formal. Pada UMKM kuliner di Sumatera Barat, fenomena ini tercermin dari bagaimana pemimpin usaha kecil lebih mengandalkan hubungan personal, kedekatan

sosial, dan jaringan lokal untuk mendorong kreativitas tim dibandingkan hanya mengadopsi pengetahuan eksternal dari pihak luar. Berbeda dengan inovasi terbuka masuk, hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi terbuka keluar justru menjadi mediator signifikan dalam hubungan kepemimpinan relasional dan kinerja inovasi. Menurut RBV, pemimpin yang mampu memanfaatkan relasi sosial dapat mengoptimalkan sumber daya perusahaan dengan cara membagikan ide, produk, atau proses baru kepada pihak eksternal, sehingga perusahaan mendapatkan umpan balik dan legitimasi pasar. Hal ini sejalan dengan *Relational Leadership Theory* yang menekankan pentingnya kolaborasi, transparansi, dan pertukaran pengetahuan dalam jejaring. Pada UMKM kuliner di Sumatera Barat, pemimpin yang aktif menjalin relasi sosial dan komunitas kuliner mampu meningkatkan kinerja inovasi melalui berbagi ide kreatif, strategi pemasaran, atau produk baru dengan mitra usaha maupun pelanggan.

8. Temuan selanjutnya menunjukkan bahwa media sosial berperan penting sebagai mediator antara modal manusia dan inovasi terbuka. Modal manusia yang berkualitas, seperti keterampilan, kreativitas, dan pengetahuan, dapat dimaksimalkan melalui penggunaan media sosial sebagai sarana pertukaran ide dan inovasi. Hal ini sesuai dengan perspektif RBV dan *Knowledge-Based View* (KBV) yang menyatakan bahwa pengetahuan dan kompetensi individu adalah aset strategis, yang dapat lebih optimal ketika didukung oleh media sosial sebagai platform interaktif. Dalam konteks UMKM kuliner di Sumatera Barat, pelaku usaha memanfaatkan media sosial untuk mencari inspirasi menu (inovasi terbuka masuk) serta memperkenalkan produk inovatif mereka ke pasar lebih luas (inovasi terbuka keluar), sehingga terjadi akselerasi dalam inovasi terbuka.
9. Hasil penelitian juga menemukan bahwa berbagi pengetahuan tidak berperan sebagai mediator antara kepemimpinan relasional dan inovasi terbuka. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kepemimpinan relasional mendorong terciptanya hubungan yang kuat, proses berbagi pengetahuan formal tidak secara langsung meningkatkan inovasi terbuka. Dari perspektif RBV, pengetahuan merupakan sumber daya strategis, tetapi tidak semua mekanisme

berbagi pengetahuan mampu menghasilkan nilai tambah. *Relational Leadership Theory* menjelaskan bahwa interaksi sosial yang berbasis kepercayaan dan kedekatan emosional lebih berdampak langsung pada inovasi dibandingkan dengan proses berbagi pengetahuan yang kaku. Pada UMKM kuliner di Sumatera Barat, pelaku usaha lebih mengandalkan pengalaman empiris, intuisi pasar, serta hubungan sosial dalam melakukan inovasi, ketimbang berbagi pengetahuan dalam forum formal atau struktural.

10. Model awal penelitian ini dikembangkan berdasarkan integrasi beberapa landasan teori, yaitu *Resource-Based View (RBV)*, *Knowledge-Based View (KBV)*, *Social Exchange Theory (SET)*, dan *Relational Leadership Theory (RLT)*. Model ini dirancang untuk menjelaskan hubungan antara modal manusia, budaya inovasi, dan kepemimpinan relasional terhadap kinerja inovasi, baik secara langsung maupun melalui mekanisme mediasi seperti inovasi terbuka masuk, inovasi terbuka keluar, media sosial, dan berbagi pengetahuan. Model awal ini bersifat konseptual dan bertujuan untuk menguji secara komprehensif bagaimana sumber daya internal dan mekanisme sosial dapat mendorong inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner.
11. Berdasarkan hasil pengujian empiris, model awal kemudian disederhanakan menjadi model akhir yang hanya mempertahankan hubungan antarvariabel yang terbukti signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa modal manusia dan budaya inovasi berperan penting dalam mendorong inovasi terbuka masuk, inovasi terbuka keluar, dan kinerja inovasi. Selain itu, inovasi terbuka masuk dan keluar terbukti memediasi hubungan antara budaya inovasi dan kinerja inovasi, sedangkan inovasi terbuka keluar memediasi hubungan antara kepemimpinan relasional dan kinerja inovasi. Penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial berperan sebagai mediator antara modal manusia dan inovasi terbuka, sehingga memperkuat proses inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner. Dengan demikian, model akhir merepresentasikan mekanisme inovasi yang paling relevan dan kontekstual dalam meningkatkan kinerja inovasi UMKM.

6.2 Implikasi Penelitian

6.2.1 Implikasi Teoritis

Penelitian ini memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori manajemen dan inovasi, khususnya dalam konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, yaitu:

1. Hasil penelitian memperkuat perspektif *Resource-Based View* (RBV) dengan menegaskan bahwa modal manusia dan budaya inovasi merupakan sumber daya strategis yang berperan signifikan dalam meningkatkan kinerja inovasi. Hal ini menunjukkan bahwa keunggulan kompetitif UMKM tidak hanya bergantung pada aset fisik, tetapi juga pada sumber daya *intangible* seperti keterampilan, kreativitas, dan nilai budaya lokal.
2. Penelitian ini memperluas penerapan *Knowledge-Based View* (KBV) dengan menyoroti bahwa pengetahuan internal dari modal manusia belum sepenuhnya dapat dimediasi oleh inovasi terbuka, baik masuk maupun keluar. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam konteks UMKM industri kreatif sektor kuliner, proses berbagi pengetahuan lintas batas masih menghadapi keterbatasan, sehingga menuntut penguatan mekanisme berbagi pengetahuan agar inovasi dapat lebih optimal.
3. Ditinjau dari perspektif *Social Exchange Theory* (SET), penelitian ini menunjukkan bahwa budaya inovasi dan media sosial dapat menjadi instrumen pertukaran yang mendorong terciptanya hubungan timbal balik antara individu dan organisasi. Interaksi sosial dan kepercayaan yang tercipta melalui media sosial, misalnya, memperkuat peran inovasi terbuka dalam meningkatkan kinerja inovasi UMKM.
4. Temuan terkait *Relational Leadership Theory* (RLT) memberikan kontribusi baru dengan memperlihatkan bahwa kepemimpinan relasional tidak selalu berpengaruh signifikan terhadap inovasi terbuka maupun kinerja inovasi. Hal ini mengindikasikan adanya kebutuhan untuk memahami konteks spesifik UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, di mana hubungan sosial dan kepemimpinan bersifat lebih informal dan berbasis kedekatan personal, sehingga peran kepemimpinan relasional sebagai faktor pendorong inovasi masih terbatas.

5. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dengan menegaskan pentingnya integrasi RBV, KBV, SET, dan RLT dalam memahami dinamika inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, sekaligus mengisi celah penelitian terdahulu yang lebih banyak berfokus pada perusahaan besar atau sektor teknologi.
6. Temuan dari rangkuman pernyataan responden mengenai ketidakstabilan penghasilan dalam industri kreatif memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori terkait keinginan usaha, khususnya dalam konteks ekonomi kreatif yang ditandai oleh dinamika pasar yang cepat dan tinggi. Ketidakstabilan penghasilan yang dipengaruhi oleh persaingan ketat, lemahnya pembayaran, serta keterbatasan akses pasar memperkuat teori-teori sebelumnya mengenai ketidakpastian dan kendala sumber daya dalam usaha kreatif, sebagaimana dijelaskan dalam literatur ekosistem kewirausahaan dan ekonomi kreatif.
7. Selain itu, temuan mengenai tantangan akses modal, keterbatasan teknologi, serta kebutuhan inovasi memberikan landasan empiris yang memperkuat teori *resource-based view (RBV)* bahwa akses dan kemampuan mengelola sumber daya intangible seperti kreativitas, jaringan, dan kompetensi digital menjadi faktor utama yang menentukan daya saing dan minat usaha kreatif.
8. Temuan bahwa kolaborasi meningkatkan inovasi dan daya saing juga memberikan penguatan pada penggunaan media sosial dan berbagi pengetahuan, yang menekankan pentingnya hubungan antar pelaku usaha dalam menciptakan nilai baru. Hal ini menunjukkan bahwa dalam industri kreatif, inovasi tidak hanya bersumber dari kapasitas internal, tetapi juga dari interaksi dan pertukaran pengetahuan dengan pihak eksternal. Selain itu, pengaruh kuatnya perkembangan teknologi dan digitalisasi terhadap inovasi dan produktivitas mendukung teori transformasi digital dan kemampuan teknologi, yang menyatakan bahwa teknologi merupakan kunci penggerak dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif modern. Terakhir, kebutuhan akan pelatihan dan *soft skill* memberikan dukungan teoritis terhadap modal manusia, yang menegaskan bahwa kompetensi pekerja adalah penentu utama keberhasilan usaha kreatif di era digital.

6.2.2 Implikasi Praktis

Penelitian ini merekomendasikan sejumlah implikasi praktis antara lain:

1. Bagi UMKM Industri Kreatif Sektor Kuliner

- Penelitian ini menegaskan bahwa modal manusia (keterampilan, kreativitas, dan pengalaman) harus terus ditingkatkan melalui pelatihan, workshop, dan kolaborasi dengan komunitas bisnis. Dengan begitu, UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat lebih siap memanfaatkan peluang inovasi terbuka.
- Budaya inovasi perlu ditanamkan dalam perusahaan kecil, misalnya dengan memberi ruang bagi karyawan atau anggota tim untuk bereksperimen, mengusulkan ide, dan melakukan inovasi produk berbasis kearifan lokal.
- Pemanfaatan media sosial bukan hanya sebagai sarana promosi, tetapi juga untuk menjalin kolaborasi, mencari ide baru, dan memperluas akses pasar.
- Temuan mengenai ketidakstabilan penghasilan, tantangan dalam akses modal, persaingan yang ketat, serta kebutuhan inovasi menunjukkan bahwa UMKM sektor kuliner perlu melakukan penguatan kapasitas operasional dan strategi bisnis untuk mencapai perjalanan penghasilan.
- UMKM perlu mengoptimalkan penggunaan teknologi digital, terutama dalam pemasaran melalui media sosial dan platform distribusi makanan, untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan stabilitas pendapatan.
- UMKM perlu meningkatkan kemampuan manajerial, termasuk manajemen keuangan, pengelolaan arus kas, dan diversifikasi produk untuk mengurangi risiko ketergantungan pada satu sumber pendapatan.
- Upaya memperkuat kreativitas dan inovasi produk menjadi penting agar UMKM dapat bersaing di tengah pasar yang dinamis, misalnya melalui pengembangan menu baru, kolaborasi lintas industri kreatif, atau penggunaan konsep kuliner tematik yang relevan dengan tren digital.
- UMKM juga disarankan untuk memperkuat kerja sama dengan pelaku industri lain guna meningkatkan efisiensi operasional dan mempercepat pengembangan produk. Kolaborasi dapat dilakukan dalam bentuk *co-*

branding, pengembangan menu bersama, atau pemanfaatan fasilitas dapur komunal (*shared kitchen*).

- Untuk meningkatkan kesejahteraan karyawan dan menjaga retensi tenaga kerja, UMKM perlu menerapkan sistem pembaruan yang adil, memberikan kesempatan pelatihan, serta membangun lingkungan kerja yang nyaman dan fleksibel. Selain itu, peningkatan kompetensi melalui pelatihan digital marketing, inovasi produk, dan soft skill seperti komunikasi dan pemecahan masalah akan meningkatkan daya saing UMKM dalam menghadapi perubahan pasar yang cepat.

2. Bagi Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

- Pemerintah perlu menyediakan fasilitasi akses pengetahuan melalui pelatihan digital, inkubator bisnis, serta program kolaborasi antar UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat.
- Kebijakan untuk mendorong ekosistem inovasi terbuka sangat penting, misalnya dengan mempertemukan pemilik/manajer UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dengan akademisi, investor, maupun perusahaan besar agar aliran pengetahuan dan inovasi lebih lancar.
- Dukungan regulasi dan insentif diperlukan untuk membantu UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat dalam mengadopsi teknologi digital serta memperkuat *branding* berbasis heritage kuliner Minangkabau.
- Bagi pemerintah daerah dan instansi pendukung, hasil penelitian ini memberikan sinyal kuat bahwa perlunya adanya kebijakan yang lebih terarah dalam mendukung keberlanjutan industri kreatif UMKM, khususnya sektor kuliner.
- Pemerintah perlu meningkatkan akses pembiayaan melalui program kredit berbunga rendah, bantuan modal kerja, hibah inovasi, serta pendampingan manajemen keuangan. Dukungan ini sangat penting mengingat tantangan terbesar UMKM adalah keterbatasan modal dan ketidakstabilan pendapatan.

- Selain itu, pemerintah dapat menyediakan fasilitator atau layanan pengembangan usaha untuk membantu UMKM melakukan inovasi, meningkatkan kualitas produk, dan memperkuat pemasaran digital.
 - Pemerintah daerah juga perlu mengembangkan ekosistem kolaboratif dengan memperluas pusat ekonomi kreatif sebagai ruang bagi pelaku usaha untuk belajar, berkolaborasi, dan memanfaatkan fasilitas seperti dapur komunal, studio produksi konten, ataupun ruang pelatihan digital.
 - Dalam konteks perkembangan ekonomi digital, pemerintah perlu memberikan pelatihan dan sertifikasi digital untuk meningkatkan kompetensi SDM, terutama dalam aspek teknologi, pemasaran digital, keamanan pangan, dan inovasi produk. Selain itu, regulasi dan kebijakan yang mendukung kemudahan izin usaha, pengurangan biaya perizinan, dan peningkatan infrastruktur digital (internet cepat, akses e-commerce, dan analitik data) akan memperkuat daya saing UMKM secara berkelanjutan.
 - Pemerintah juga berperan penting dalam memfasilitasi promosi UMKM melalui event kuliner, festival kreatif, dan integrasi UMKM ke dalam program pengembangan pariwisata daerah.
3. Bagi Pelaku Usaha dan Pemilik/Manajer UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat
- Hasil penelitian menunjukkan pentingnya mengelola hubungan sosial kepemimpinan relasional di dalam tim secara lebih strategis, tidak hanya mengandalkan kedekatan personal. Pemilik usaha perlu mengembangkan kepemimpinan yang mendorong kolaborasi dan kepercayaan.
 - Berbagi pengetahuan harus ditingkatkan, baik di internal tim maupun lintas organisasi, misalnya melalui komunitas kuliner, koperasi, atau asosiasi UMKM.
 - Pemanfaatan inovasi terbuka keluar dapat menjadi strategi efektif untuk menyalurkan ide, produk, atau resep kuliner unik ke pasar yang lebih luas, termasuk peluang ekspor.
 - Bagi pelaku usaha dan pemilik/manajer UMKM kuliner di Sumatera Barat, hasil penelitian ini menekankan perlunya strategi bisnis yang lebih adaptif

dan berkelanjutan untuk mengatasi ketidakstabilan pendapatan dan tantangan kompetitif yang semakin kompleks. Pelaku UMKM perlu memanfaatkan kekayaan budaya kuliner Minangkabau sebagai keunggulan kompetitif, namun tetap menyesuaikan inovasi produk dengan preferensi konsumen modern serta tren digital agar tetap relevan di pasar. Penguatan pemasaran digital melalui penggunaan media sosial, platform pesan-antar makanan, dan konten kreatif menjadi langkah penting untuk memperluas jangkauan pasar sekaligus meningkatkan visibilitas merek lokal. Selain itu, pelaku usaha perlu memperbaiki manajemen keuangan dan mengoptimalkan pembukuan agar arus kas lebih terkendali dan risiko pendapatan tidak stabil dapat diminimalkan.

- Pelaku UMKM juga perlu memperluas jejaring dan melakukan kolaborasi dengan sesama industri kreatif di Sumatera Barat, seperti fotografer kuliner, desainer grafis, food influencer, dan penyedia layanan digital, untuk meningkatkan kualitas promosi serta inovasi produk.
- Investasi pada pengembangan kompetensi karyawan, termasuk pelatihan *digital marketing*, inovasi kuliner, layanan pelanggan, dan *soft skill*, sangat penting untuk memperkuat daya saing di pasar regional maupun nasional.
- Selain itu, menciptakan lingkungan kerja yang kondusif dengan sistem pembaruan yang adil, kesalahan kerja, dan peluang pengembangan diri akan meningkatkan motivasi dan retensi tenaga kerja. Secara keseluruhan, pelaku UMKM perlu mengintegrasikan inovasi, kolaborasi, dan pemanfaatan teknologi digital untuk mencapai keinginan dan pertumbuhan yang lebih stabil di tengah dinamika industri kreatif Sumatera Barat.

6.2.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicatat agar hasilnya dapat dipahami secara lebih proporsional. Pertama, penelitian hanya dilakukan pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, sehingga generalisasi temuan ke sektor UMKM industri kreatif sektor lain atau wilayah berbeda perlu dilakukan. Kedua, data penelitian diperoleh melalui kuesioner dengan metode *self-report*, yang berpotensi menimbulkan bias subjektif dari responden dalam

memberikan jawaban sesuai persepsi pribadi, bukan kondisi objektif. Ketiga, penelitian ini bersifat *cross-sectional*, sehingga belum dapat menggambarkan hubungan kausalitas jangka panjang antara modal manusia, kepemimpinan relasional, budaya inovasi, inovasi terbuka, media sosial, berbagi pengetahuan, dan kinerja inovasi.

Selain itu, keterbatasan juga muncul pada aspek variabel penelitian. Meskipun telah memasukkan faktor-faktor penting seperti modal manusia, kepemimpinan relasional, budaya inovasi, serta inovasi terbuka masuk dan keluar, masih terdapat variabel lain yang berpotensi memengaruhi kinerja inovasi UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat, seperti dukungan pemerintah, jaringan bisnis, serta kondisi pasar, yang belum dimasukkan dalam model penelitian. Terakhir, keterbatasan juga terdapat pada penggunaan analisis kuantitatif semata, sehingga belum mampu menggali secara mendalam aspek kontekstual dan sosial yang dapat memberikan pemahaman yang lebih kaya mengenai dinamika inovasi terbuka pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat.

6.2.4 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat sejumlah temuan penting terkait hubungan modal manusia, budaya inovasi, kepemimpinan relasional, inovasi terbuka (masuk dan keluar), serta kinerja inovasi pada UMKM industri kreatif sektor kuliner di Sumatera Barat. Namun, sebagaimana penelitian ilmiah pada umumnya, masih terdapat ruang pengembangan yang dapat digali lebih lanjut agar pemahaman mengenai dinamika inovasi terbuka dan faktor-faktor yang memengaruhinya menjadi lebih komprehensif. Oleh karena itu, beberapa saran untuk penelitian di masa mendatang disajikan sebagai berikut:

1. Perluasan Objek Penelitian dengan melibatkan UMKM dari sektor lain (misalnya fesyen, kerajinan, teknologi kreatif) atau wilayah berbeda di Indonesia agar hasil penelitian lebih dapat digeneralisasikan.
2. Penggunaan Desain Longitudinal, yaitu melakukan penelitian dengan jangka waktu lebih panjang untuk melihat dinamika pengaruh modal manusia,

kepemimpinan relasional, budaya inovasi, dan inovasi terbuka terhadap kinerja inovasi.

3. Pendekatan Metode Campuran dengan mengombinasikan metode kuantitatif dengan kualitatif (wawancara mendalam, studi kasus, FGD) untuk memperkaya pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi inovasi terbuka.
4. Penambahan Variabel Baru, yaitu memasukkan variabel lain yang relevan seperti dukungan kebijakan pemerintah, digitalisasi, intensitas persaingan pasar, atau ekosistem kewirausahaan.
5. Fokus pada Konteks Digital dengan meneliti peran teknologi digital dan media sosial secara lebih mendalam dalam memperkuat inovasi terbuka dan kinerja inovasi pada UMKM, khususnya di sektor kuliner kreatif.
6. Komparasi Antar-Sektor dan Antar-Wilayah, yaitu membandingkan hasil penelitian pada UMKM sektor kuliner di Sumatera Barat dengan sektor/daerah lain, sehingga dapat terlihat perbedaan dan kesamaan pola inovasi terbuka dan kinerja inovasi.

