

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perekonomian dunia saat ini tidak hanya bertumpu pada sektor industri besar dengan basis utama sumber daya alam khususnya migas, akan tetapi mulai bergeser pada industri kreatif yang berbasis sumber daya manusia. Mengandalkan sektor migas tidak saatnya lagi, karena sifatnya yang *unrenewable*, sehingga perlu ada suatu solusi agar ekonomi tetap tumbuh, salah satunya adalah dengan mengoptimalkan peranan sektor industri kreatif. Industri kreatif dianggap sebagai era baru dalam perekonomian yang diharapkan memberikan nilai tambah, menjaga momentum pertumbuhan dan menciptakan lapangan pekerjaan (Afiff, 2012). Upaya penciptaan aktifitas ekonomi baru dilakukan melalui pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah berbasis ekonomi kreatif (Tjahjono, 2019).

Peranan industri kreatif di Indonesia semakin menunjukkan pengaruh yang signifikan, sumbangan industri kreatif terhadap GDP tahun 2018 sebesar 7,4% dengan nilai 1.105 trilyun rupiah. Angka ini meningkat 100% dibanding tahun 2010 yang hanya mencapai 500 trilyun rupiah. Serapan tenaga kerja pada tahun 2017 sebesar 17,4 juta orang dan kontribusi terhadap ekspor 21,5 milyar rupiah. Jumlah unit usaha yang terlibat dalam industri kreatif adalah 8.203.826 unit dengan tiga produk unggulan antara lain: kuliner (67,66%), *fashion* (15%), kerajinan (14,56%) dan lain-lain (2,77%) (Bekraf, 2019).

Ada 14 sub sektor yang tergolong pada industri kreatif antara lain: periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain grafis, fesyen, film, video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, riset dan

pengembangan (Simatupang, 2008). Khusus di bidang kerajinan dan fesyen perkembangan unit usaha, serapan tenaga kerja, nilai produksi dan nilai tambah telah mengalami kenaikan jika dibandingkan dengan tahun 2010, dengan persentase yang bervariasi, seperti terlihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1 Data industri kreatif IKM (kerajinan dan fesyen) 2010-2014 (berdasarkan kode KBLI 13, 14, 15, 16, 23, 25) Indonesia.

Uraian	Industri Kreatif IKM					Kenaikan (%)
	2010	2011	2012	2013	2014	
Unit usaha (IKM)	1.467.210	1.654.324	1.725.822	1.807.246	1.869.496	27.42.
Tenaga kerja (Orang)	3.445.215	4.863.385	5.131.598	5.297.167	4.418.976	28.26.
Nilai produksi (Miliar Rp)	68.899	63.647	126.653	180.492	192.901	179.98.
Nilai tambah (Miliar Rp)	63.160	37.118	91.271	133.403	157.518	149.4.

Sumber: BPS 2014 (diolah).

Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa sampai tahun 2014 sektor industri kreatif khususnya kerajinan dan fesyen terus berkembang. Pertumbuhan paling tinggi adalah kategori nilai produksi yang kenaikannya mencapai angka 179,98% semenjak tahun 2010. Fenomena ini menunjukkan bahwa ada respon positif dari pasar untuk mengkonsumsi produk industri kreatif khususnya kerajinan dan fesyen. Peningkatan konsumsi akan meningkatkan *demand*, agar *demand* terpenuhi maka perlu peningkatan *supply* melalui peningkatan produksi yang berbasis kreasi sesuai dengan *trend* dan selera konsumen. Pada tahun 2014 terjadi peningkatan unit usaha sebesar 27,42%. Demikian juga halnya dengan serapan tenaga kerja, yang peningkatannya mencapai 26,3% di tahun 2014. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor ini diminati oleh tenaga kerja sehingga akan

mengurangi angka pengangguran. Namun perkembangan sektor ini belum merata di seluruh tanah air, hasil statistik menunjukkan bahwa industri kreatif lebih berkembang di Pulau Jawa, seperti terlihat pada tabel 1.2.

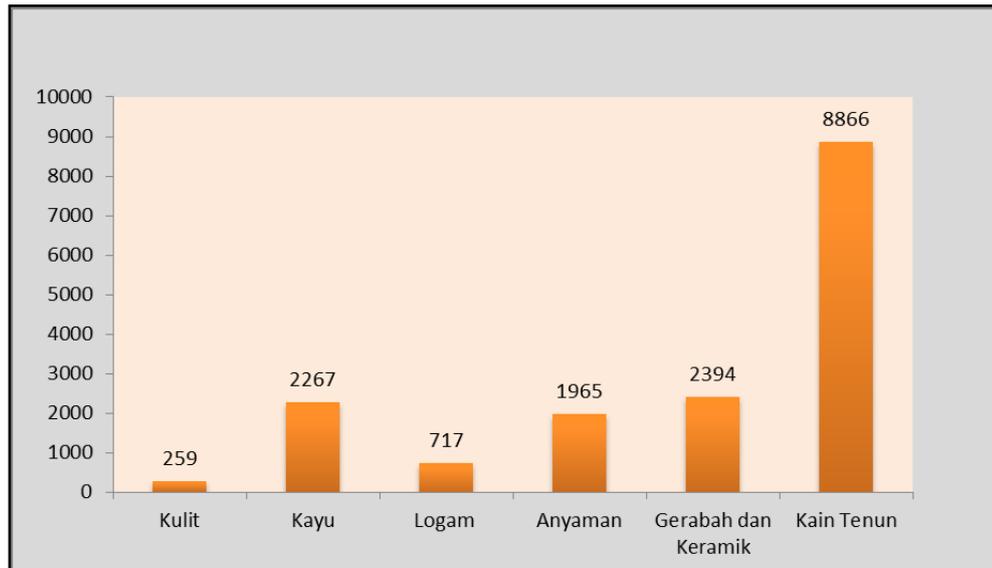
Tabel 1.2 Rasio Penyebaran IKM di Jawa dan Luar Jawa Tahun 2016

Wilayah	Jumlah (Unit)	Persentase (%)
Pulau Jawa dan Bali	5.790.205	70.6
Pulau Kalimantan, Sulawesi dan Papua	941.675	11,5
Pulau Sumatera	1.471.946	17.9
Jumlah	8.203.826	100%

Sumber: Bekraf (2019)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa industri kecil menengah tersebar 70,6% di pulau Jawa dan Bali, dan hanya 17,9% yang tersebar di Pulau Sumatera. Semua kota di Indonesia, memiliki peluang untuk mengembangkan industri kreatif, karena Indonesia kaya dengan seni dan budaya. Beberapa produk yang menjadi unggulan antara lain: kerajinan, fesyen, seni dan lain-lain, namun hanya beberapa kota di Indonesia industri kreatif berkembang dengan pesat, seperti di Bali berkembang sektor kerajinan dan seni, di Bandung kreasi seni, fesyen dan kuliner menjadi andalan utama, di Yogyakarta lebih fokus dengan kerajinan batik.

Sumatera Barat terkenal dengan keindahan alam yang mempesona dan kuliner yang sudah terkenal di seluruh pelosok tanah air bahkan mancanegara, sehingga tahun 2016 meraih dua penghargaan *the world halal tourism award 2016* yaitu *world's best halal destination* dan *world's best halal culinary destination*. Prestasi ini akan berakibat pada peningkatan jumlah wisatawan yang diikuti dengan peningkatan permintaan terhadap produk industri kreatif. Beragam hasil kerajinan yang ada di Sumatera Barat dapat dilihat pada gambar 1.1.



Gambar 1.1 Komposisi Sektor Kerajinan di Sumatera Barat

Sumber: Elfindri, 2016.

Setiap kabupaten/kota di Sumatera Barat memiliki kerajinan khas, tergantung dari potensi daerah dan ketersediaan SDM. Kerajinan kain tenun lebih berkembang di Agam (46,11%), kayu di Tanah Datar (23,02%), logam mulia di Agam (53,75), anyaman di Padang Pariaman (32,94), gerabah/keramik di Solok (28,07%) dan kulit di Agam (23,09%) (Elfindri, 2017). Kain tenun, sulaman dan bordiran merupakan industri kreatif yang paling berkembang di Sumatera Barat, kerajinan tenun berpusat di Pandai Sikek dan Silungkang, sementara bordiran dan sulaman berkembang di Bukittinggi, Pariaman, dan Padang Panjang. Kerajinan ini merupakan *icon* Sumatera Barat yang sudah dikenal luas secara nasional ataupun internasional. Sudah banyak riset yang mengkaji tentang kerajinan sulaman, bordiran ataupun sulaman. Sektor kerajinan logam, kayu, gerabah, anyaman, kulit, dan rotan jumlahnya lebih sedikit dibanding bordiran dan sulaman, dan pasar yang dilayani juga masih bersifat lokal. Riset yang mengkaji kerajinan ini pun masih sedikit sehingga riset ini mengambil sampel penelitian kerajinan logam, kayu, gerabah, anyaman, kulit dan rotan.

Meskipun jumlahnya lebih sedikit dibanding kerajinan sulaman, bordiran dan tenunan, namun usaha ini tetap *survive* dari masa kemasa. Namun karena belum memiliki hak cipta/paten maka produk ini mudah ditiru oleh pelaku usaha lainnya dan ketika di duplikasi maka tidak ada perbedaan bentuk asli dengan produk imitasi. Tidak tertutup kemungkinan yang menikmati hasil maksimal adalah imitator. Menyikapi kondisi ini pelaku industri kreatif sektor kerajinan hendaklah selalu berupaya muncul dengan ide dan kreatifitas baru, sehingga bisa menghasilkan produk dengan kreasi yang unik.

Sejalan dengan teori *resource based view* yang menyatakan ada tiga klasifikasi sumber daya perusahaan yang merupakan sumber keunggulan bersaing antara lain: *physical capital*, *human capital* dan *organizational capability*. Suatu sumber daya akan dianggap sebagai sumber keunggulan bersaing apabila memiliki tiga kriteria antara lain: unik, langka, tidak mudah ditiru dan tidak mudah untuk di substitusi (Barney, 1991). Salah satu cara untuk mencapai kriteria tersebut adalah dengan melakukan inovasi. Menurut Pangestu (2008), inovasi yang bersumber dari *skill*, talenta dan seni akan menghasilkan produk yang unik dan bernilai tinggi sehingga menjadi sumber keunggulan bersaing.

Inovasi dapat berupa produk atau jasa baru, proses produksi baru, struktur baru, atau sistem administrasi baru (Hult, et al, 2004) dalam (Woodside, 2005). Banyak perusahaan melakukan inovasi hanya untuk keuntungan ekonomis, dengan inovasi akan tercipta produk yang jika disambut positif oleh reaksi pasar, maka penjualan dan profit perusahaan akan meningkat. Namun ada bagian yang terabaikan yaitu perhatian terhadap lingkungan. Masalah ini bukan hanya masalah perusahaan akan tetapi menjadi masalah dunia. Tujuan inovasi menjadi konflik antara mengejar pertumbuhan ekonomi dan konsumsi energi yang tinggi serta

kerusakan lingkungan (Juan, 2011), sehingga *sustainable economic development* sulit untuk dicapai. Elemen penting yang harus menjadi fokus perhatian adalah perlunya melakukan inovasi produk ataupun proses yang berkarakteristik lebih *green* dari sebelumnya (Conway & Steward, 1998). Menyikapi hal ini maka banyak negara telah menerapkan perlindungan lingkungan dengan memberlakukan undang-undang (Yang & Chen, 2011). Sehingga inovasi yang dilakukan perusahaan ramah lingkungan/ *green innovation* (Frenken & Faber, 2009). *Green Innovation* akan memberikan dampak positif terhadap lingkungan dalam hal penghematan energi, penurunan CO₂, emisi, menghemat air, meningkatkan *bio diversity* dan mengurangi polusi (Ar, 2012, Kemp and Foxon, 2007).

Green innovation akan bermanfaat dalam peningkatan sistem inovasi dengan memperhitungkan aspek ekologi dan aspek ekonomi sehingga akan menciptakan *sustainable economic process* (Hojnik & Ruzzier, 2016), *sustainable development* dan *sustainable society* (Lin and Chang 2009). Perusahaan yang menyadari pentingnya menjaga lingkungan akan memperoleh manfaat dari perusahaan maupun dari lingkungan. Dengan menerapkan *green innovation* perusahaan akan memperoleh *cost advantage* dan mendapatkan perhatian konsumen yang *concern* dengan isu lingkungan. Perusahaan yang menerapkan *Green innovation* akan kelihatan berbeda dengan perusahaan lain. Perbedaan ini akan menjadi sumber keunggulan bersaing (Kucukoglu, Tepe & Pinar, Ibrahim, 2015).

IKM di Indonesia belum menjadikan *green innovation* sebagai suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus, hal ini disebabkan karena: minimnya pengetahuan tentang kelestarian lingkungan, lemahnya aspek manajemen, aspek

teknis yang tidak menunjang, serta belum tersedianya sumber pembiayaan yang ramah lingkungan (BI, 2012). Riset tentang *green innovation* untuk kasus Indonesia masih terbatas, hanya ada beberapa penulis yang tertarik dengan kajian ini seperti: Fernando (2012), Sumarno (2015) dan Muafi (2015). Tidak hanya di Indonesia, riset yang dilakukan di Meksiko juga menunjukkan hal yang sama, *green innovation* bagi IKM seperti terabaikan karena IKM lebih fokus pada bagaimana menciptakan, memasarkan produk, dan mendapatkan sumber pembiayaan sehingga lupa memikirkan kelestarian lingkungan, akibatnya riset tentang isu lingkungan lebih diarahkan kepada industri besar dan menengah (Sánchez-Medina, et al., 2011). Riset ini akan melengkapi kelangkaan literatur tentang *green innovation* khususnya di IKM industri kreatif Sumatera Barat-Indonesia.

Untuk mencapai kinerja yang optimal di industri kreatif, selain harus melakukan inovasi juga harus memperhatikan aspek sumber daya manusia, karena permasalahan industri kreatif adalah kurangnya *skill* dan kurangnya kemampuan bersaing dengan produk akhir. Untuk mengatasi permasalahan ini maka diperlukan sumber daya yang kompeten dalam mengelola usaha (Bekraf, 2019).

Menurut teori *resource based view* sumber daya manusia bisa berkontribusi untuk mencapai keunggulan bersaing melalui pengembangan kompetensi spesifik yang dibutuhkan perusahaan, membangun hubungan sosial, budaya perusahaan dan *tacit organizational knowledge* (Augustine, et al., 2013), yang akan berdampak terhadap keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan (Gerardo et al, 2014), (Hoge, et al, 2005). Kompetensi merupakan *intangible asset* yang berperan meningkatkan kinerja superior perusahaan (Rungwitoo, 2012). *Intangible asset* dapat diklasifikasikan dalam tiga kategori antara lain: *employee*

competencies, internal structure dan *external structure* (Tanoira & Valencia, 2014).

Era globalisasi mensyaratkan setiap karyawan memiliki pengetahuan yang luas, keterampilan yang handal dan sikap agar sukses menghadapi tantangan lingkungan bisnis yang kompetitif (Hsieh & Lin, 2012). Menyadari pentingnya memiliki karyawan yang kompeten, perusahaan swasta ataupun pemerintahan berupaya merumuskan kompetensi yang harus dimiliki karyawan untuk memenuhi kebutuhan organisasi, namun sebagian besar model dikembangkan di Amerika Serikat dan Eropa yang masih berupa studi kualitatif, penelitian empiris yang membahas tentang kompetensi masih langka. Sebagian besar penelitian di bidang kompetensi didasarkan pada konteks barat dan relatif sedikit penelitian dalam konteks ketimuran (Abdullah & Sentosa, 2012, Ahmad, 2007).

Kompetensi yang dibutuhkan antara pekerjaan satu dengan pekerjaan lainnya berbeda-beda. Spencer & Spencer, (1993) merumuskan kompetensi untuk masing-masing bidang pekerjaan, misalnya *technician and professional, sales people, helping and human service worker, manager dan entrepreneur*. Penelitian ini akan mengkhususkan kajian tentang konsep *entrepreneurial competency*/kompetensi wirausaha di industri kreatif Sumatera Barat, karena pelaku industri kreatif juga merupakan wirausaha yang tidak hanya bekerja untuk menghasilkan produk, akan tetapi juga harus mampu memanfaatkan peluang yang ada, memasarkan produk, bernegosiasi berupaya untuk memanfaatkan peluang. Kompetensi wirausaha diperlukan agar usaha tetap *survive* ditengah tantangan lingkungan yang semakin kompetitif (Kochadai, 2012). Kompetensi wirausaha merupakan karakteristik yang ada dalam diri individu mencakup pengetahuan, motiv, sikap, *self image*, peran sosial dan keterampilan pada muncul pada saat

usaha baru berdiri, bertahan dan tumbuh (Bird, 1995).

Beberapa riset mengungkap bahwa kompetensi yang ada sekarang sebagian besar teorinya mengacu ke konteks barat, yang belum tentu teraplikasi di timur. Seperti penelitian Hsu dan Seat (2000) dalam Abdullah & Sentosa, (2012) yang mengamati bahwa dalam literatur akademik, banyak model teoritis atau analitis terkemuka bidang Manajemen Sumber Daya Manusia telah dikembangkan oleh para peneliti Amerika atau Eropa yang mencerminkan karakteristik budaya negara asal mereka yang mungkin tidak cocok digunakan di timur termasuk Malaysia. Ada kelangkaan penelitian empiris dalam kerangka lokal dan adat timur. Khatri (1999), untuk itu perlu riset yang mendalam tentang kompetensi karena praktek manajemen sumber daya manusia di negara ASEAN yang dikembangkan dipengaruhi oleh budaya lokal, (Sparrow, Schuler, & Jackson, 1994).

Penelitian tentang konsep kompetensi wirausaha khususnya di Sumatera Barat masih terbatas, penelitian ini bisa memperkaya referensi tentang kompetensi kewirausahaan etnis Minang yang sangat terkenal dengan spirit kewirausahaannya. Penelitian ini akan memberikan informasi bagi mengelola industri kreatif tentang kompetensi yang seharusnya dimiliki dan bagaimana kompetensi tersebut mampu meningkatkan keunggulan bersaing dan kinerja bisnis.

Karakteristik demografis seperti *family background*, *education*, *industry experience*, dan *work experience* merupakan variabel yang berkontribusi dalam pengembangan kompetensi wirausaha. Hasil penelitian Bird, (1995) menyatakan karakteristik demografis berpengaruh terhadap kesuksesan bisnis dengan kompetensi wirausaha sebagai antiseden variabel. Misalnya pengalaman sangat berperan dalam usaha mencapai sukses. Dalam beberapa kajian, entrepreneur

belajar dari pengalaman serta trial and error. (Krueger & Brazeal, 1994) juga mengindikasikan bahwa pengalaman kerja akan berpotensi meningkatkan keterampilan dan kemampuan khususnya tentang peluang bisnis. Knowledge merupakan *antecedant* yang membentuk *entrepreneurial competency* (Krueger & Brazeal, 1994). Tingkat pendidikan akan berpengaruh signifikan terhadap kreatifitas, *skill* dan produktifitas (Ng & Feldman, 2009). Pengalaman, pelatihan, pendidikan, latar belakang keluarga dan variabel demografis lainnya dipertimbangkan sebagai hal yang mempengaruhi *entrepreneurial competency*. (Herron and Robinson dalam (Sarwoko & Hadiwidjojo, 2013).

Keunggulan bersaing yang dimiliki perusahaan akan berdampak terhadap kinerja. Riset yang dilakukan oleh Mohebi & Farzollahzade, (2014) di UMKM Iran yang menyimpulkan bahwa ada hubungan positif dan signifikan antara keunggulan bersaing dengan kinerja bisnis. Hal ini disebabkan perusahaan yang memiliki keunggulan bersaing mampu menciptakan produk yang bernilai di mata konsumen, memiliki harga yang lebih rendah dari pesaing sehingga konsumen akan loyal, penjualan akan bertumbuh dan pada akhirnya mempengaruhi pertumbuhan laba perusahaan. Hasil penelitian Ismail, (2012) yang dilakukan pada industri batik Indonesia juga menyimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha, demikian juga halnya riset Majeed, (2011), Lakhali, (2009) juga menemukan pengaruh positif dan signifikan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha khususnya di IKM.

1.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja industri kreatif Sumatera Barat ?

2. Bagaimana pengaruh kompetensi wirausaha terhadap keunggulan bersaing industri kreatif Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *green innovation* terhadap kinerja industri kreatif Sumatera Barat?
4. Bagaimana pengaruh *green innovation* terhadap keunggulan bersaing industri kreatif Sumatera Barat?
5. Bagaimana pengaruh karakteristik demografis terhadap kompetensi wirausaha pada industri kreatif Sumatera Barat?
6. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja industri kreatif Sumatera Barat?
7. Apakah keunggulan bersaing merupakan variabel *mediating* antara *green innovation* dan kinerja industri kreatif Sumatera Barat?
8. Apakah keunggulan bersaing merupakan variabel *mediating* antara kompetensi wirausaha dan kinerja industri kreatif Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keunggulan bersaing dan kinerja pada industri kreatif Sumatera Barat secara internal. Faktor internal tersebut antara lain, kompetensi wirausaha, *green innovation*, karakteristik demografis. Hasil temuan secara kuantitatif akan digunakan untuk memberikan rekomendasi bagi pembuat kebijakan berkaitan dengan hal-hal yang bisa dilakukan bagi pihak yang kepentingan (pemerintah, cendekiawan dan dunia usaha) dalam rangka memajukan industri kreatif di Sumatera Barat.

1.4 Kontribusi Penelitian

Temuan penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik bagi ilmu pengetahuan, pelaku/pengelola industri kreatif, ataupun pemerintah.

a. Bagi ilmu pengetahuan:

- Dapat memperkaya referensi dalam hal pengembangan kajian ilmu manajemen, khususnya manajemen sumber daya manusia terutama ilmu perilaku organisasi dan manajemen strategi.
- Temuan empiris dalam penelitian ini bisa bermanfaat sebagai acuan dan memberikan informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mendalami kajian yang sama yaitu keunggulan bersaing, kinerja usaha, kompetensi wirausaha, *green innovation*, karakteristik demografis pada industri kreatif.

b. Bagi pelaku dan pengelola/ manajemen industri kreatif sebagai bahan pertimbangan dalam upaya mencapai keunggulan bersaing dan optimalisasi kinerja pengusaha dengan memperhatikan faktor internal. Informasi dan pemahaman terhadap lingkungan internal seperti kompetensi wirausaha diharapkan mampu untuk memberikan gambaran tentang kompetensi wirausaha yang dibutuhkan untuk mencapai keunggulan bersaing dan kinerja bagi pengelola industri kreatif. Karakteristik demografis akan memberikan gambaran tentang usia, pendidikan dan pengalaman yang dibutuhkan untuk mengelola industri kreatif.

c. Bagi pemerintah: sebagai informasi tentang kondisi sumber daya manusia di bidang industri kreatif yang akan dijadikan rujukan untuk mengambil

kebijakan dan strategi peningkatan kualitas SDM di bidang industri kreatif, sehingga industri kreatif bisa mencapai keunggulan bersaing.

1.5 Kebaruan Penelitian

Disertasi ini menggunakan perspektif *resource-based view* (RBV). Dasar pemikiran RBV adalah perusahaan memiliki sumber daya yang beragam dan *immobile*, sumber daya tersebut antara lain: *Physical Capital*, *Human Capital* dan *Organizational Capital*. Tidak semua sumber daya perusahaan berpotensi menjadi sumber keunggulan bersaing kecuali memiliki empat atribut antara lain: bernilai, langka/unik, tidak mudah ditiru dan tidak mudah digantikan (Barney, 1991). Riset ini menggunakan variabel *green innovation*, kompetensi wirausaha karakteristik demografis sebagai variabel bebas, keunggulan bersaing serta kinerja sebagai variabel terikat.

Kebaruan penelitian ini antara lain:

1. Riset yang mengkaji tentang pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja sudah banyak dilakukan, namun riset yang mengkaji tentang pengaruh kompetensi wirausaha terhadap kinerja dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi belum ada, hal ini sejalan dengan pendapat Kamukama et al., (2017), yang menyatakan bahwa ada kelangkaan literatur yang mengkaji efek mediasi keunggulan bersaing antara kompetensi dan kinerja bisnis.
2. Kajian *green innovation* berupa studi empiris dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei secara internasional belum banyak dilakukan, maka perlu dilakukan riset empiris berupa pendekatan kuantitatif dan metode survei. Belum ada kajian tentang pengaruh *green innovation*

terhadap kinerja bisnis dengan keunggulan bersaing sebagai variabel mediator. Kajian *green innovation* yang dirujuk dari *data base* internasional seperti Scielo, Science Direct, Springer, Wiley, Web of Science, Scopus, JSTOR, and Scholar Google dari tahun 1995-2015 menunjukkan bahwa 62% paper ditulis pada tahun 2010-2015, artinya konsep *green innovation* meskipun sudah dicanangkan dari tahun 1972 oleh PBB, namun perhatian terhadap isu ini mulai hangat dibicarakan dari tahun 2010-2015, artinya konsep *green innovation* masih merupakan tahap awal dan merupakan isu baru yang masih harus dikaji secara konseptual ataupun empiris. Metode pendekatan yang digunakan sebesar 77,7% berupa pendekatan kualitatif dan hanya 11,1% berupa studi kuantitatif. Metode yang digunakan sebesar 48,8% adalah *case*, dan hanya 27,7% metode survei (Reyes, Xavier, & Naveiro, 2017).

3. Dalam konteks IKM studi tentang *green innovation* sebagai sumber keunggulan bersaing masih tergolong langka. IKM lebih fokus pada bagaimana menciptakan, memasarkan produk, dan mendapatkan sumber pembiayaan sehingga lupa memikirkan kelestarian lingkungan, akibatnya riset tentang isu lingkungan lebih diarahkan kepada industri besar dan menengah (Sánchez-Medina, et al., 2011). IKM di Indonesia belum menjadikan *green innovation* sebagai suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian khusus, hal ini disebabkan karena: minimnya pengetahuan tentang kelestarian lingkungan, lemahnya aspek manajemen, aspek teknis yang tidak menunjang, serta belum tersedianya sumber pembiayaan yang ramah lingkungan (BI, 2012). Riset yang mengkaji tentang *green innovation* untuk kasus Indonesia masih sedikit, hanya ada beberapa

penulis yang tertarik dengan kajian ini, sementara itu kajian tentang *green innovation* pada IKM, khususnya industri kreatif Sumatera Barat belum ada. Kajian ini akan memberikan informasi sejauh mana industri kreatif Sumatera Barat ikut berperan dan peduli terhadap kelestarian lingkungan dalam hal inovasi.

4. *Extended dimension* pada variabel kompetensi wirausaha. Merujuk pada hasil riset-riset sebelumnya yang terdapat pada jurnal, buku dan laporan hasil penelitian, kompetensi wirausaha diukur dengan menggunakan dimensi: dimensi Lerner and Almor (2002), Man and Lau, (2000, 2001), Ahmad, (2010) , Brinckmann, (2007), Palacio, (1999), Reynaldo, (2007), Edgar, (2010): Sánchez, (2012), dari *review* hasil riset dapat dilihat bahwa indikator budaya, sejauh ini belum dimasukkan sebagai dimensi pembentuk dimensi kompetensi wirausaha. Budaya organisasi adalah kumpulan nilai-nilai dan norma yang mengendalikan interaksi antara anggota organisasi dengan anggota lainnya dan dengan orang yang berada di luar organisasi (Jones, 2001: 30), budaya adalah pola asumsi dasar dimana kelompok mempelajarinya untuk memecahkan masalah adaptasi eksternal dan integrasi internal yang telah berhasil dengan baik sehingga dianggap sah untuk diajarkan kepada para anggota baru sebagai cara yang tepat untuk berpikir, melihat, merasakan dan memecahkan suatu masalah (Schein, 1992: 12). Dalam *the resource-based view perspective*, budaya merupakan *strategic resource* yang akan menghasilkan *sustainable competitive advantage* (Barney, 1986). Alasan empiris dijadikannya budaya sebagai dimensi pembentuk kompetensi wirausaha adalah riset yang dilakukan (Man & Lau, 2000), dimana dalam sarannya untuk *future riset*

adalah *cultural* hendaklah dijadikan sebagai pembentuk kompetensi wirausaha. Man and Lau meneliti tentang kompetensi wirausaha pada *owner*/manajer UKM sektor jasa di Hongkong, yang merupakan riset kualitatif dan menghasilkan indikator-indikator pembentuk kompetensi wirausaha.

5. Sebagian besar model kompetensi wirausaha dikembangkan di Amerika Serikat dan Eropa yang masih berupa studi kualitatif, penelitian empiris yang membahas tentang kompetensi masih langka. Sebagian besar penelitian di bidang kompetensi didasarkan pada konteks barat dan relatif sedikit penelitian dalam konteks ketimuran (Abdullah & Sentosa, 2012).

1.6 Sistematika Penulisan

Disertasi ini terdiri dari lima bab antara lain, pendahuluan, tinjauan literatur, metode penelitian, hasil dan pembahasan dan penutup. Lebih lengkapnya sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, originalitas dan kebaruan serta sistematika penulisan.

Bab II: Tinjauan Kepustakaan, menguraikan teori maupun hasil riset empiris dan konseptual yang relevan dengan disertasi ini antara lain kompetensi wirausaha, *green innovation*, karakteristik demografis, keunggulan bersaing dan kinerja organisasi. Bab ini juga membahas tentang industri kreatif, tinjauan penelitian terdahulu untuk pengembangan hipotesis dan kerangka teoritikal.

Bab III: Metode Penelitian, bab ini berisi tentang filosofi penelitian, paradigma

penelitian, pendekatan penelitian, populasi, sampel, unit analisis, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data, metode penarikan sampel, definisi operasional variabel penelitian, model penelitian dan analisis data.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan, bab ini berisi tentang temuan hasil uji statistik yang dilakukan tahapan demi tahapan untuk menjawab hipotesis yang diajukan, seperti identifikasi model struktural, kriteria *goodness of fit*, uji evaluasi asumsi model struktural, dan uji hipotesis.

Bab V: Penutup, berisi kesimpulan, implikasi teoritis dan praktis, implikasi kebijakan, keterbatasan dan *future reseach*.

