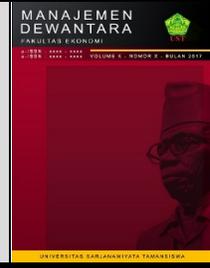




JURNAL MANAJEMEN DEWANTARA

Terbit online: <http://jurnal.ustjogja.ac.id>



ANALISIS FAKTOR PENUNJANG PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI SUSU KARAMEL CISONDARI KABUPATEN BANDUNG

Maskarto Lucky Nara Rosmadi¹

¹Program Studi Manajemen, STIE Kridatama Bandung

Email: maskartolucky@gmail.com

Informasi Naskah	Abstrak
Diterima: 3 Agustus Revisi: 12 September Terbit: 1 Oktober	<i>This study aims to determine the factors supporting the creative industry effort. The method used is quantitative with analytical descriptive approach with the number of respondents as many as 58 people. Data collection in this research was conducted by questionnaire technique, and documentary study. The data obtained is then processed using SPSS version 23,00. From the results of the data show, the contribution provided by human resource variables of 23.40%, competence of 17.90%, innovation by 21.50%, and marketing by 21.20% of creative industries. While the rest of 21.20% is another factor that is not researched.</i>
Kata Kunci: Human Resource, Competence, Innovation, Marketing, Creative Industry.	

PENDAHULUAN

Kontribusi ekonomi kreatif dalam perekonomian dan kultur Indonesia dengan keragaman sosial budaya menjadi sumber inspirasi dalam mengembangkan ekonomi kreatif di Indonesia. Keragaman tersebut memberikan indikasi bahwa kreativitas masyarakat Indonesia sangat tinggi. Begitu juga sebaliknya dengan keragaman produk dari berbagai etnis yang menjadi faktor pendukung pengembangan ekonomi kreatif. Pengembangan ekonomi kreatif tidak terlepas dari budaya masyarakat setempat. Pengembangan ekonomi kreatif harus berbasis budaya masyarakat setempat. Budaya masyarakat setempat merupakan kearifan lokal yang harus dilestarikan dan dikembangkan dalam bentuk terintegrasi dalam setiap kegiatan pembangunan (Rakib, 2017).

Menurut Sunanik (2013) ekonomi kreatif dapat menjawab tantangan permasalahan dasar jangka pendek dan menengah: (1) relatif rendahnya pertumbuhan ekonomi pasca krisis (rata-rata hanya 4.5% per tahun); (2) masih tingginya pengangguran (9-10%), tingginya tingkat kemiskinan (16-17%), dan (4) rendahnya daya saing industri di Indonesia. Selain permasalahan tersebut, ekonomi kreatif ini juga diharapkan dapat menjawab tantangan seperti isu *global warming*, pemanfaatan energi yang terbarukan, deforestasi, dan pengurangan emisi karbon, karena arah pengembangan industri kreatif ini akan menuju pola industri ramah lingkungan dan penciptaan nilai tambah produk dan jasa yang berasal dari intelektualitas sumber daya insani yang dimiliki oleh Indonesia, dimana intelektualitas sumber daya insani merupakan sumber daya yang terbarukan. Oleh karena itu, salah

satu strategi pembangunan ekonomi dan industri di Indonesia yaitu industri kreatif. Industri kreatif memiliki ketergantungan impor yang rendah dan memiliki potensi ekspor, karena adanya keunggulan kompetitif. Selain itu di Indonesia juga telah memiliki beberapa kota yang didalamnya berkembang industri kreatif yang cukup potensial (Bahtiar, Sriyanto, & Amalia, 2009). Oleh karena itu, pondasi utama dalam industri kreatif adalah “*people*” yang akan melahirkan kreativitas melalui ide dan intelektual yang tidak akan pernah habis bahkan selalu berkembang dari masa ke masa. Industri kreatif melakukan transformasi struktur perekonomian dari berbasis sumber daya alam sampai sumber daya manusia (Alamsyah, 2015).

Pemerintah menargetkan ekonomi kreatif sebagai kekuatan baru Indonesia di Tahun 2025. Data statistik menunjukkan ekonomi kreatif dapat memposisikan diri sebagai garda terdepan dan cukup meyakinkan untuk menjadi kekuatan di Tahun 2025. Pada Tahun 2015, perkembangan ekonomi kreatif menunjukkan gambaran yang positif, dimana sektor ekonomi kreatif tumbuh 5,76% di atas rata-rata pertumbuhan ekonomi nasional. Dari sisi tenaga kerja, sektor ini mampu menyerap 11,8 juta tenaga kerja atau 10,7% dari angkatan kerja nasional, jumlah unit usaha mencapai angka 5,4 juta unit atau 9,7% dari total unit usaha (Sugiyanto & Widjajanti, 2017).

Potensi ekonomi merupakan kemampuan suatu daerah dalam mendorong pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi daerah adalah suatu proses dimana pemerintah daerah dan masyarakatnya mengelola sumber daya yang ada (Nurmilah, Lukytawati, & Novianti, 2016). Dengan meningkatnya peran industri kreatif di Indonesia, maka diperlukan beberapa penunjang dalam mengembangkan industri kreatif diantaranya sumber daya manusia (SDM), kompetensi, inovasi, dan pemasaran.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Priatna & Suprajang (2014) dapat disimpulkan bahwa kompetensi SDM dan inovasi berpengaruh secara simultan terhadap penjualan produk dan hasil penelitian dari lukiastruti (2012); Soegiastuti & Haryanti (2013) menyatakan bahwa inovasi merupakan faktor keberhasilan dalam berwirausaha. Sedangkan hasil penelitian Winanti (2011) dan Hasan, Masood, Shaukat, Nawaz, & Saman (2013) menegaskan bahwa kompetensi berpengaruh positif pada kinerja karyawan dan berdampak pada peningkatan produktivitas perusahaan. Sementara hasil penelitian yang dilakukan oleh Emilia, Vergil, & Monica (2009) dan Roberta, Carree, & Santarelli (2009) diperoleh hasil bahwa industri kreatif berpengaruh terhadap perekonomian.

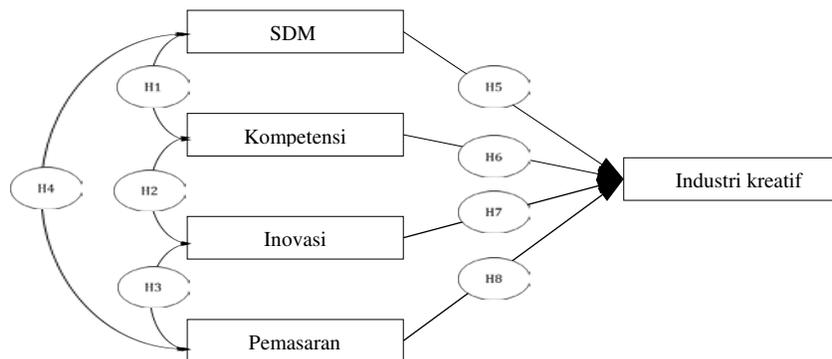
Dari uraian di atas, maka penulis dapat merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dapat mendukung pengembangan industri kreatif.
2. Berapa besar faktor-faktor tersebut berpengaruh terhadap pengembangan industri kreatif.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan industri kreatif.
2. Besarnya pengaruh faktor-faktor tersebut dalam pengembangan industri kreatif.

Kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Penelitian

Adapun hipotesis yang diajukan adalah:

H₁, H₂, H₃, H₄: Sumber daya manusia, kompetensi, inovasi, dan pemasaran mempunyai hubungan yang signifikan.

H₅: SDM mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap industri kreatif.

H₆: Kompetensi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap industri kreatif.

H₇: Inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap industri kreatif.

H₈: Pemasaran mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap industri kreatif.

Untuk menguji hipotesis-hipotesis tersebut digunakan analisis jalur (path analysis) dan untuk mempermudah mengolahannya menggunakan software SPSS versi 23.00.

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia (SDM) bagi industri kreatif merupakan sumber utama dalam melakukan aktivitas bisnis dengan memanfaatkan potensi dan sumber daya yang ada serta bersumber pada kearifan lokal dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sumber daya manusia dapat melahirkan kapabilitas fungsional dan cultural dikarenakan pengalaman, kemampuan, nilai-nilai, integrasi dalam perusahaan dan faktor lain. Keterampilan dan kapabilitas sumber daya manusia mempengaruhi kinerja perusahaan dan keselarasan antara teknologi dan keterampilan serta dapat memperbaiki produktivitas dan fleksibilitas perusahaan (Ellitan, 2005).

Kualitas sumber daya manusia adalah kemampuan sumber daya manusia untuk melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya berdasarkan latar belakang pendidikan, pelatihan yang diperoleh, pemahaman tentang tugasnya, kesiapan dalam melaksanakan perubahan dalam cara kerja dan penguasaan teknologi dan kesehatan yang prima (Trihapsoro, 2015). Dengan tersedianya tenaga kerja yang berkualitas, produktif, dan memiliki daya saing yang tinggi, maka dapat dilakukan dengan berbagai cara diantaranya:

1. Pengembangan standarisasi dan sertifikasi kompetensi.
2. Peningkatan relevansi, kualitas, dan efisiensi pelatihan kerja melalui pembinaan dan pemberdayaan lembaga pelatihan kerja.
3. Pemasyarakatan nilai dan budaya produktif, pengembangan kader dan tenaga ahli produktivitas (Subandi, 2012).

Kompetensi

Persaingan usaha di era globalisasi menuntut organisasi bisnis untuk dapat bersaing untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi baik dari segi kualitas maupun harga. Agar organisasi dapat bertahan dan berkembang dibutuhkan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi sesuai dengan kebutuhan organisasi. Kompetensi adalah keahlian dan keterampilan dasar serta pengalaman seseorang, staf atau pimpinan yang dapat mempengaruhi mereka dalam melaksanakan pekerjaan atau tugas lainnya secara efektif dan efisien sesuai dengan standar yang telah ditentukan (Untari, 2014).

Kompetensi diilustrasikan seperti gunung es, bagian permukaan bisa diidentifikasi sedangkan bagian bawah tidak bisa terlihat. *Skill* dan *knowledge* adalah kompetensi bagian luar (permukaan) sedangkan *motive*, *trait*, *selfimage* serta *social role* merupakan kompetensi yang *hidden* yang tidak terlihat secara kasat mata, tetapi sangat menentukan keberhasilan seseorang. Kompetensi SDM dapat dibedakan menjadi dua, yaitu yang bersifat *visible*, seperti kompetensi pengetahuan (*knowledge competency*) dan kompetensi keahlian (*skill competency*) serta kompetensi yang bersifat *invisible* (*hidden competency*) seperti konsep diri, sifat dan motif yang semuanya dapat dikategorikan

dalam variabel sikap (*attitude*) (Wirda & Azra, 2015).

Inovasi

Inovasi sering menjadi dasar dibangunnya bisnis kewirausahaan karena menyediakan keunggulan produk yang inovatif. Di sisi lain, tindakan kewirausahaan merupakan suatu cara untuk membawa inovasi ke pasar. Kinerja inovasi merupakan kunci untuk keunggulan kompetitif dalam lingkungan yang sangat bergejolak. Kinerja inovasi sebagai pendorong utama bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Kemampuan untuk berinovasi memiliki konsekuensi langsung bagi kemampuan untuk bersaing di tingkat individu, perusahaan, tingkat regional, dan nasional (Sofyan, 2017). Elitan dan Anatan (2009) inovasi dapat diartikan sebagai proses adaptasi produk, jasa, ide, atau proses baik yang sudah ada dalam organisasi maupun yang dikembangkan dari luar organisasi.

Inovasi diperlukan dalam upaya menunjang kinerja perusahaan. Selain itu inovasi dilakukan untuk menambah daya tarik konsumen dengan berpegang pada perkembangan industri yang ada. Melalui inovasi, maka perusahaan dapat menghasilkan produk yang memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain (Widjajanti, Sugiyanto, & Marka, 2016). Inovasi juga berkaitan dengan kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Inovasi merupakan salah satu dari tiga dimensi dalam orientasi wirausaha (*entrepreneurial orientation*) (Sijabat, 2017).

Pemasaran

Salah satu tahapan pengembangan industri kreatif berdasarkan kementerian Perdagangan Tahun 2010 adalah peningkatan jangkauan dan efektivitas pemasaran, karena banyak potensi ekonomi kreatif yang berkualitas, baik didalam negeri maupun diluar negeri (Bachri, Monoarfa, & Santi, 2015). Oleh karena itu, kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi khususnya komputer dan internet mulai dipergunakan oleh para pelaku bisnis dalam memasarkan hasil produksinya (Romdonny & Rosmadi, 2017).

Pemanfaatan Jejaring sosial merupakan variabel yang dianggap penting bagi semua jenis perusahaan, terutama yang berkenaan dengan fakta bahwa lingkungan ekonomi menjadi semakin kompetitif. Jejaring menjadi semakin penting karena memudahkan perusahaan untuk mengakses informasi, sumber daya, pasar dan teknologi Gulati, Nohria, & Zaheer (2000). Sementara Sawitri, Andarwati, & Soares (2014) berpendapat, bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha wirausaha adalah faktor kemampuan untuk menyusun program-program pemasaran yang kreatif. Program pemasaran yang kreatif dapat dimaknai sebagai pengembangan terhadap implementasi atau penerapan strategi yang dilakukan dalam pasar (bentuk perubahan), yang menunjukkan sebuah perbedaan yang berarti dari praktek pemasaran. Kegiatan wirausaha dalam mengelola usahanya yang tanpa disertai dengan kemampuan untuk membuat program pemasaran yang kreatif akan sulit untuk berkembang karena mereka hanya memiliki visi namun tidak disertai dengan strategi yang mendukungnya. Morris & Lewis (1995) juga menjelaskan akan pentingnya keberadaan program pemasaran yang menunjang kesuksesan pengelolaan usaha oleh pada wirausaha muda.

Industri Kreatif

Ekonomi kreatif erat kaitannya dengan industri kreatif, namun ekonomi kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari industri kreatif. Ekonomi kreatif merupakan ekosistem yang memiliki hubungan saling ketergantungan antara rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurturance environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*). Ekonomi kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan. Oleh karena itu ekonomi kreatif selain dapat

meningkatkan daya saing juga dapat meningkatkan kualitas hidup Bangsa Indonesia (Dewandaru & Purnamaningsih, 2016).

Industri kreatif merupakan kelompok industri yang terdiri dari berbagai jenis industri yang masing-masing memiliki keterkaitan dalam proses pengeksploitasian ide atau kekayaan intelektual (*intellectual property*) menjadi nilai ekonomi tinggi yang dapat menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan (Rahim, Husni, & Yanti, 2014). Industri kreatif merupakan industri yang memanfaatkan kreativitas dan inovasi yang bertujuan untuk menyalurkan keterampilan dan bakat sehingga bisa tercipta lapangan pekerjaan melalui kreativitas dan inovasi (Nurjanah, 2013). Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Departemen Perdagangan, 2014). Sedangkan Simatupang (2008) menyatakan, bahwa industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, keterampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu.

Namun demikian cakupan ekonomi kreatif tersebut sebagian besar merupakan sektor ekonomi yang tidak membutuhkan skala produksi dalam jumlah besar. Tidak seperti industri manufaktur yang berorientasi pada kualitas produk, industri kreatif lebih bertumpu pada kualitas sumber daya manusia. Industri kreatif justru lebih banyak muncul dari kelompok industri menengah (Fitriana, Noor, & Hayat, 2014).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di sentra pengrajin susu karamel, dodol jambu, dan keripik yang berada di Kecamatan Pasir Jambu Kabupaten Bandung. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan jenis deskriptif analisis dengan jumlah responden (informan) sebanyak 58 orang pengrajin yang keseluruhannya dijadikan populasi tanpa menggunakan sampel. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik angket yang menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi dokumenter.

Angket dimaksudkan untuk mengumpulkan data primer tentang perspsi/pandangan berkaitan dengan industri kreatif, sumber daya manusia (SDM), kompetensi, inovasi, dan pemasaran. Sedangkan studi dokumentasi dimaksudkan untuk menjaring data yang tidak diperoleh melalui angket dan wawancara. Data dari angket atau kuesioner kemudian diolah dengan menggunakan program SPSS versi 23,00.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berkaitan dengan pengembangan industri kreatif, pemerintah mengeluarkan kebijakan berupa Inpres Nomor 6 Tahun 2009 Tanggal 5 Agustus 2009 Tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif. Arah kebijakan pemerintah berkaitan dengan industri kreatif adalah sebagai berikut:

- a. Mendukung para wirausahawan kreatif yang membutuhkan kemudahan dalam memulai dan menjalankan usaha.
- b. Menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat dan adil untuk menjamin setiap pelaku usaha di bidang ekonomi kreatif memiliki akses pasar yang sama.
- c. Mendorong penciptaan produk kreatif yang mengintegrasikan budaya lokal dan kecenderungan pasar yang diminati oleh pasar dalam dan luar negeri.

Memberikan prioritas bantuan dan fasilitasi pembiayaan industri di bidang ekonomi kreatif yang sudah layak/mandiri tetapi belum *bankable* dengan skema pembiayaan yang sesuai. Hasil uji validitas terhadap variabel penelitian, diketahui bahwa seluruh item dari tiap variabel dinyatakan valid, sehingga tidak perlu ada item yang dibuang.

Tabel 1. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Skor	kategori
----	----------	------	----------

No	Variabel	Skor	kategori
1	Sumber daya manusia	0,848	Reliabel
2	Kompetensi	0,834	Reliabel
3	Inovasi	0,853	Reliabel
4	Pemasaran	0,827	Reliabel
5	Industri kreatif	0,838	Reliabel

Sumber: Data Primer diolah kembali

Dari Tabel 2 di atas, terlihat bahwa seluruh instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data berada di atas 0,70, sehingga dapat dikatakan bahwa seluruh instrumen penelitian yang digunakan sudah reliabel. Syarat untuk melakukan analisis jalur (*path analysis*) adalah adanya hubungan diantara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4), dan hubungan antar variabel tersebut dapat dilihat dari koefisien korelasinya.

Perhitungan analisis korelasi dengan menggunakan korelasi *Pearson Product Moment*, dilakukan guna mengetahui seberapa kuat hubungan antara beberapa variabel independen yang diteliti pada penelitian ini. Teknik korelasi ini digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel bila data kedua variabel berbentuk *interval* atau *ratio*, dan sumber data dari kedua variabel atau lebih tersebut adalah sama (Sugiyono, 2010). Perhitungan ini menggunakan program SPSS versi 23,00 dan didapat hasil:

Tabel 2. Hasil korelasi antar variabel

		Correlations				
		Industri kreatif	SDM	Kompetensi	Inovasi	Pemasaran
Pearson Correlation	Industri kreatif	1.000	.785	.766	.775	.732
	SDM	.785	1.000	.657	.689	.652
	Kompetensi	.766	.657	1.000	.693	.660
	Inovasi	.775	.689	.693	1.000	.594
	Pemasaran	.732	.652	.660	.594	1.000
Sig. (1-tailed)	Industri kreatif	.	.000	.000	.000	.000
	SDM	.000	.	.000	.000	.000
	Kompetensi	.000	.000	.	.000	.000
	Inovasi	.000	.000	.000	.	.000
	Pemasaran	.000	.000	.000	.000	.
N	Industri kreatif	58	58	58	58	58
	SDM	58	58	58	58	58
	Kompetensi	58	58	58	58	58
	Inovasi	58	58	58	58	58
	Pemasaran	58	58	58	58	58

Sumber: Data diolah

Tabel 3. Pengaruh parsial variabel SDM, Kompetensi, Inovasi, dan Pemasaran terhadap Industri Kreatif

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.520	1.624	-1.552	.122

SDM	.292	.039	.297	7.536	.000
Kompetensi	.236	.040	.233	5.839	.000
Inovasi	.272	.038	.278	7.072	.000
Pemasaran	.226	.038	.219	5.943	.000

a. Dependent Variable: industri kreatif

Sumber: Data Primer diolah kembali

Kemudian pengaruh simultan dari variabel bebas terhadap variabel terikat diketahui nilai koefisien determinasi (*square multiple correlation*) merupakan koefisien yang digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap perubahan variabel dependen. Hasil analisis jalur dari pengaruh simultan variabel SDM (X_1), Kompetensi (X_2), Inovasi (X_3), dan Pemasaran terhadap Industri kreatif (Y) dengan menggunakan software SPSS 23,00.

Tabel 4. Pengaruh Simultan Variabel Bebas terhadap Variabel Terikat
Model Summary^b

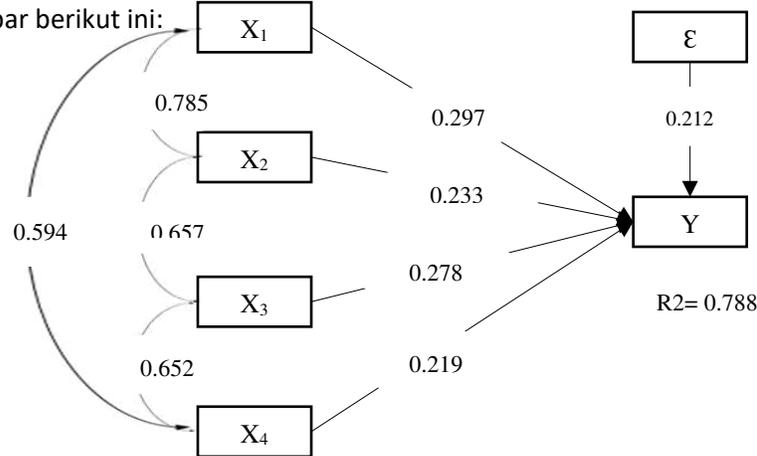
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.788	.785	3.57998

a. Predictors: (Constant), SDM, Kompetensi, Inovasi, Pemasaran

b. Dependent Variable: industri kreatif

Sumber: Data Primer diolah kembali

Dengan demikian dapat diketahui hasil penghitungan analisis jalur (*path analysis*) sebagaimana tampak pada gambar berikut ini:



Gambar 2. Hasil Analisis Jalur

Dari gambar 2 di atas menggambarkan hasil perhitungan jalur, bahwa variabel X_1 mempunyai koefisien jalur 0,297, variabel X_2 koefisien jalurnya 0,233, variabel X_3 koefisien jalurnya 0,278, dan variabel X_4 koefisien jalurnya 0,219. Hasil tersebut digambarkan dalam persamaan jalur seperti dibawah ini:

$$Y = 0,297 X_1 + 0,233 X_2 + 0,278 X_3 + 0,219 X_4 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Industri kreatif

- X₁ = Sumber daya manusia
- X₂ = Kompetensi
- X₃ = Inovasi
- X₄ = Pemasaran

Sesuai dengan hasil penghitungan analisis jalur, maka berikut disajikan pengaruh total, pengaruh langsung, dan pengaruh tidak langsung setiap variabel sebagaimana terlihat pada tabel 5 berikut ini:

Tabel 5. Pengaruh Total, Pengaruh Langsung, dan Pengaruh Tidak langsung

Variabel	Industri kreatif					Pengaruh Total
	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung				
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	
SDM	0,088	-	0,046	0,057	0,043	0,234
Kompetensi	0,054	0,046	-	0,045	0,034	0,179
Inovasi	0,077	0,057	0,045	-	0,036	0,215
Pemasaran	0,048	0,042	0,034	0,036	-	0,160
Pengaruh total	0,267	0,145	0,125	0,138	0,113	0,788

Sumber: Data Primer diolah kembali

Dari hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data, bahwa variabel sumber daya manusia (SDM) memberikan kontribusi sebesar 23,40% terhadap industri kreatif. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ayu Lucy Larassaty (2016)] yang dapat disimpulkan bahwa sumber daya manusia (SDM) merupakan sumber daya utama bagi pengembangan usaha industri kreatif. Variabel kompetensi memberikan kontribusi sebesar 17,90% terhadap industri kreatif. Hasil tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rosmadi dan Romdonny (2017) yang dapat disimpulkan bahwa kompetensi harus dimiliki oleh sumber daya manusia (SDM) dalam upaya mengembangkan industri kreatif. Variabel inovasi memberikan kontribusi sebesar 21,50% terhadap industri kreatif. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadiyati (2011) yang dapat disimpulkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap usaha industri kreatif. Variabel pemasaran memberikan kontribusi sebesar 16% terhadap industri kreatif. Berkaitan dengan pemasaran, dapat dilihat dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitria Sari (2013) yang menyatakan berkembangnya usaha industri kreative karena dukungan dari pemasaran produk yang handal.

Dengan demikian dapat dilihat bahwa variabel sumber daya manusia, kompetensi, inovasi dan pemasaran merupakan faktor-faktor penunjang berkembangnya usaha industri kreatif khususnya di Kecamatan Pasirjambu Kabupaten Bandung. Faktor tersebut bukan merupakan faktor utama tetapi faktor pendukung disamping adanya faktor lain dalam pengembangan industri kreatif yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan path analysis dan pembahasan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa industri kreatif dapat berkembang karena beberapa faktor, diantaranya sumber daya manusia (SDM) memberikan kontribusi sebesar 23,40%, kompetensi sebesar 17,90%, inovasi sebesar 21,50%, dan pemasaran memberikan kontribusi sebesar 16%. Jumlah total kontribusi faktor-faktor pengembangan usaha industri kreatif adalah sebesar 0,788 atau 78,80% sedangkan sisanya sebesar 0,212 atau 21,2% merupakan faktor lain yang tidak diteliti. Faktor yang memberikan kontribusi terbesar berkembangnya industri kreatif adalah faktor sumber daya manusia (SDM).

REFERENSI

- Alamsyah, M. I. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Merek Lokal Sepatu Kulit di Bandung. *E-Jurnal STIE Inaba*, 14(3), 169-87.
- Bachri, S., Monoarfa, H., & Santi, I. N. (2015). Membangun Jaringan Pemasaran Industri Kreatif Kerajinan kayu Ebony di Sulawesi Tengah. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 13(2), 299-303.
- Bahtiar, A., Sriyanto, & Amalia. (2009). Analisa Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengembangan Kreativitas Industri Kerajinan Batik. *Jurnal J@ti Undip*, IV(1), 23-34. DOI:<https://doi.org/10.12777/jati.4.1>.
- Departemen Perdagangan. (2014). *Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014*. Jakarta: Departemen Perdagangan.
- Dewandaru, B., & Purnamaningsih, N. (2016). Strategi Dalam memajukan Industri Kreatif dan Pengembangan Ekonomi Lokal Sebagai Daya Tarik Wisata (Studi pada Kesenian Jaranan di Kota Kediri). *Jurnal Ekonika*, 1(2), 170-187.
- Ellitan. (2005). *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Bisnis Modern*. Bandung: Alfabeta.
- Ellitan, L., & Anatan, L. (2009). *Manajemen Inovasi (Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia)*. Bandung: Alfabeta.
- Emilia, T., Vergil, V., & Monica, T. (2009). *The Impact of Cultural-Creative Industries on the Economic Growth-a Quantitative Approach*. Bucharest: Department of Statistics and Econometric.
- Fitriana, A. N., Noor, I., & Hayat, A. (2014). Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu (Studi Tentang Industri Kreatif Sektor Kerajinan di Kota Batu). *Jurnal Administrasi Publik*, 2(2), 281-286.
- Gulati, R., Nohria, N., & Zaheer, A. (2000). Strategic Networks. *Strategic Management Journal*, 21(3), 203-216.
- Hadiyati, E. (2011). Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 13(1), 8-16.
- Hasan, Masood, U., Shaukat, S., Nawaz, M. S., & Saman, N. (2013). Effect of Innovation Types on Firm Performance: an Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(2), 243-262.
- Larassaty, A. L. (2016). Kontribusi Sumber Daya Manusia di Bidang Industri Kreatif Untuk Meningkatkan Kinerja Pariwisata (Studi Kasus Pada Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Pasuruan). *Prosiding Seminar Ekonomi dan Bisnis & Call Paper FEB Umsida* (pp. 95-113). Sidoarjo: FEB Umsida.
- Lukiastuti, F. (2012). Pengaruh Orientasi Wirausaha dan Kapabilitas Jejaring Usaha Terhadap Peningkatan Kinerja UKM dengan Komitmen Perilaku sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Sentra UKM Batik di Sragen Jawa Tengah). *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 8(2), 155-175.
- Morris, M., & Lewis, P. (1995). The Determinants of Entrepreneurial Activity. *European Journal of Marketing*, 29(7), 31-48.
- Nurjanah, S. (2013). Analisis Pengembangan Program Bisnis Industri Kreatif Penerapannya melalui Pendidikan Tinggi. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 18(2), 141-151.
- Nurmilah, R., Lukytawati, & Novianti, T. (2016). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Kota Sukabumi. *Jurnal Penelitian & Pengembangan Sains dan teknologi*, X(3), 98-113.
- Priatna, A., & Suprajang, S. E. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Inovasi Produk Terhadap Volume Penjualan. *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (Ritmik)*, 1(1), 37-51.
- Rahim, R., Husni, T., & Yanti. (2014). Pengembangan Model Sentra Industri Kreatif Motif Kerajinan Minang Melalui Adaptability IKM, Inovasi, Kewirausahaan dan Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis*, 3(2), 1-18.
- Rakib, M. (2017). Strategi Pengembangan Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Sebagai Penunjang Daya Tarik Wisata. *Jurnal Kepariwisata*, 1(2), 54-69.

- Roberta, P., Carree, M., & Santarelli, E. (2009). Creative Industries. New Business Formulation and Regional Economic Growth. *Journal The Jena Economic Research Paper*, 1-23.
- Romdonny, J., & Rosmadi, M. L. (2017). Manfaat E-Business Dalam Pemasaran Bola Sepak: Studi Empiris pada PT. Sinjaraga Santika Sport (Triple S) Majalengka. *Jurnal Industrial Services*, 3(1b), 178-181.
- Rosmadi, M. L., & Romdonny, J. (2017). Sharing Knowledge Dalam Meningkatkan Kualitas SDM Pada Industri Kreatif (Studi Empiris Pengrajin Batik Tulis Trusmi Kabupaten Cirebon). *Jurnal Industrial Services*, 3(1b), 174-177.
- Sari, L. F. (2013). Pengaruh Orientasi Pasar dan Kreativitas Terhadap Kinerja Pemasaran Pedagang Pakaian Jadi di Pasar Kliwon Kabupaten Kudus. *Management Analysis Journal*, 2(1), 110-116. DOI: <https://doi.org/10.15294/maj.v2i1.2028>.
- Sawitri, D., Andarwati, & Soares, I. (2014). *Pengaruh Orientasi Wirausaha, Kreativitas Program Pemasaran dan Dinamika Lingkungan Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi pada Industri Tais di Dili Timor Leste)*. Medan: Forum Manajemen Indonesia.
- Sijabat, R. (2017). Penguatan Kinerja Pemasaran Melalui Pengembangan Inovasi dan kreativitas Program Kerja Pada Wirausaha Muda di Semarang. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, XVI(1), 26-43.
- Simatupang, M. (2008). *Industri Kreatif Untuk Kesejahteraan Bangsa*. Bandung: ITB, Inkubator Industri dan Bisnis.
- Soegiastuti, J., & Haryanti, C. (2013). Model Kinerja Pemasaran Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Jawa Tengah. *Jurnal Dinamika Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 56-68.
- Sofyan. (2017). Orientasi Kewirausahaan, Kinerja Inovasi dan Kinerja Pemasaran Usaha Mikro, Kecil dan menengah Pada Sentra Industri Tas Desa Kadugenep. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*, 1(1), 65-79.
- Subandi. (2012). *Ekonomi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyanto, E. K., & Widjajanti, K. (2017). Strategic for Creative Industry: Internal & External Environmental Reviews. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 6(1), 45-57.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D* (6 ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sunanik. (2013). Penguatan Ekonomi Kreatif dan Inovatif berbasis Sumber Daya Desa Besuki di Kecamatan Besuki Tulung Agung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 20-27.
- Trihapsoro, A. (2015). *Pengaruh Kualitas Sumber Daya Manusia, Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Sistem Pengendalian Intern Pemerintah Terhadap Kinerja Pemerintah Daerah (Studi Pada SKPD Kabupaten Boyolali)*. Surakarta: UMS.
- Untari, S. (2014). Pengaruh Kompetensi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(10), 1-16.
- Widjajanti, K., Sugiyanto, E. K., & Marka, M. M. (2016). Strategi Pengembangan Kinerja Pemasaran melalui Human Capital dan Social Capital Dengan Kemampuan Inovasi Sebagai Variabel Pemediasi. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 18(1), 95-108.
- Winanti, M. B. (2011). Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Karyawan (Survey pada PT. Frisian Flag Indonesia Wilayah Jawa Barat). *Majalah Ilmiah Unikom*, 7(2), 249-267.
- Wirda, F., & Azra, T. (2015). Kompetensi Manajerial dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Industri Kreatif. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA)* (pp. 183-192). Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
- Wirda, F., & Azra, T. (2015). Kompetensi Manajerial dan Pengaruhnya Terhadap Kinerja Industri Kreatif Sumatera Barat. *Seminar Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (SNEMA)* (pp. 183-192). Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.