

**PENGARUH MODAL INTELEKTUAL,
KEPEMIMPINAN DAN KOLABORASI MITRA
BISNIS TERHADAP INOVASI DAN
KEUNGGULAN BERSAING**
(Studi Kasus pada Industri Logam, Mesin di Kabupaten Tegal)



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun Oleh:

Karina Dwi Oktaviani

12010113120096

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2017**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Karina Dwi Oktaviani

Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120096

Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH MODAL INTELEKTUAL,
KEPEMIMPINAN DAN KOLABORASI
MITRA BISNIS TERHADAP INOVASI DAN
KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Kasus pada Industri Kecil dan
Menengah Logam, Mesin di Kabupaten
Tegal)**

Dosen Pembimbing : Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT.

Semarang, 4 April 2017

Dosen Pembimbing,

(Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT.)

NIP. 196312241989021002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : Karina Dwi Oktaviani
Nomor Induk Mahasiswa : 12010113120096
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis / Manajemen

Judul Penelitian Skripsi : **PENGARUH MODAL INTELEKTUAL,
KEPEMIMPINAN DAN KOLABORASI
MITRA BISNIS TERHADAP INOVASI
DAN KEUNGGULAN BERSAING
(Studi Kasus pada Industri Kecil dan
Menengah Logam, Mesin di Kabupaten
Tegal)**

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 10 Mei 2017

Tim Penguji:

1. Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT. (.....)
2. Dra. Amie Kusumawardhani, MSc., PhD. (.....)
3. Drs. Bambang Munas Dwiyanto, SE., MM., DipCom. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini, saya Karina Dwi Oktaviani, menyatakan bahwa skripsi dengan judul: **ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus pada Industri Kecil dan Menengah Logam, Mesin di Kabupaten Tegal)** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 4 April 2017

Yang membuat pernyataan,

Karina Dwi Oktaviani

NIM. 12010113120096

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Sesungguhnya Sesudah Kesulitan Ada Kemudahan”

(QS. Al-Insyirah: 5)

“Time Waits For No One”

(Toki wo Kakeru Shoujo)

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

“Kedua orangtua dan kakak saya serta semua pihak yang turut memberikan do’a dan dukungan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan”

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat memengaruhi inovasi terhadap keunggulan bersaing pada industri kecil menengah logam dan mesin yang masih dapat bertahan di lingkungan persaingan saat ini. Modal Intelektual, Kepemimpinan, dan Kolaborasi Mitra Bisnis merupakan faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi inovasi.

Populasi dalam penelitian ini adalah industri berskala kecil dan menengah di sektor pengolahan logam di Kabupaten Tegal, sedangkan sample diambil sebesar 120 perusahaan / pengrajin logam. Model analisis menggunakan analisis regresi linier dua tahap dengan menggunakan SPSS 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) modal intelektual dan kepemimpinan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi munculnya inovasi, sedangkan kolaborasi mitra bisnis tidak mengindikasikan memiliki pengaruh terhadap inovasi, dengan koefisien regresi $Y_1 = 0,331X_1 + 0,347X_2 + 0,055X_3$; 2) inovasi memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap keunggulan bersaing, dengan koefisien regresi $Y_2 = 0,526Y_1$.

Kata Kunci: modal intelektual, kepemimpinan, kolaborasi mitra bisnis, inovasi, keunggulan bersaing

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine factors that can affect innovation on competitive advantage in the small and medium industries of metals and machinery were still able to survive in the current competitive environment. Intellectual capital, leadership, and business partner collaboration are all factors used in this study that may affect innovation.

The population in this study is small and medium-scale industries in the metal processing sector in Tegal regency, while the sample was taken of 120 companies / metalworkers. Model analysis using two steps linear regression analysis using SPSS 21.

The results showed that: 1) intellectual capital and leadership is a factor that can affect the appearance of innovation, whereas business partner collaboration doesn't indicate influence on innovation, with coefficient regression $Y_1 = 0,331X_1 + 0,347X_2 + 0,055X_3$; 2) innovation has a very strong influence on the competitive advantages, with coefficient regression $Y_2 = 0,526Y_1$.

Keywords: intellectual capital, leadership, business partner collaboration, innovation, competitive advantage

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat dan anugerah-NYA, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “PENGARUH MODAL INTELEKTUAL, KEPEMIMPINAN DAN KOLABORASI MITRA BISNIS TERHADAP INOVASI DAN KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus pada IKM Logam, Mesin di Kabupaten Tegal)”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat akademis dalam menyelesaikan studi program Sarjana (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan karena adanya dukungan, bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Suharnomo, SE., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Dr. H. Susilo Toto Rahardjo, SE., MT. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran memberikan saran dan pengarahan, serta dukungan hingga skripsi ini bisa terselesaikan.
3. Ibu Dr. Farida Indriani, SE., MM. selaku dosen wali yang telah memberikan pengarahan dan motivasi selama masa perkuliahan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
5. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah membantu penulis selama masa perkuliahan.

6. Kedua orangtua (Bapak Nurjaman dan Ibu Soffia Dian Pratiwi) dan kakak (Aqris Teguh Satria Pradana) serta keluarga saya, yang telah memberikan dukungan financial maupun spiritual.
7. Ibu Kos dan teman-teman kosan; Gadis, Hani, Zahra, yang telah membagikan pengalaman dan cerita menarik, serta motivasi.
8. Teman-teman sehoobi; Maftuh, Camara, Havildar, Acong, teman-teman grup rewo-rewo; Finmas, Eva, Gadis, Fitrop, yang telah membagikan pengalaman menarik dan motivasi serta menghibur penulis, semoga apa yang dicita-citakan dapat terkabul.
9. Teman-teman seperjuangan; Eva, Finmas, Fitrop, Gadis, Nurul, Puput, Zahra, Miya.
10. Teman-teman selama KKN; Arum, Ida, Cecen, Fauzi, Rouf, Mas Cahyo, dan keluarga Bapak Tri; Bapak & Ibu Tri, Bella, Keisya, terimakasih atas pengalaman berharga, serta bantuannya, semoga apa yang dicita-citakan dapat terkabul, dan kita dapat berkumpul bersama lagi.
11. Teman-teman Konsentrasi Manajemen Operasional dan Manajemen 2013, FEB Undip.
12. Keluarga besar Paguyuban Beasiswa Karya Salemba Empat (KSE) yang telah memberikan saya beasiswa dan mengajarkan saya untuk peduli kepada masyarakat sekitar, serta memberikan pengalaman berorganisasi.
13. Unit Kegiatan Mahasiswa Tae Kwon Do dan Komunitas Dipogaku yang telah memberikan saya pengalaman berorganisasi.

14. Seluruh perusahaan / pengusaha yang sudah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh kelalaian dan keterbatasan waktu, tenaga, serta kemampuan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dan kesalahan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Semarang, 4 April 2017

Penulis,

Karina Dwi Oktaviani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Masalah Penelitian	17
1.3 Rumusan Masalah.....	20
1.4 Tujuan Penelitian	20
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II Tinjauan PUSTAKA	22
2.1 Tinjauan Teori	22
2.1.1 Keunggulan Bersaing.....	22

2.1.2 Inovasi.....	24
2.1.3 Kepemimpinan	27
2.1.4 Kolaborasi Mitra Bisnis	31
2.1.5 Modal Intelektual.....	34
2.2 Hubungan antar Variabel.....	36
2.2.1 Modal Intelektual terhadap Inovasi	36
2.2.2 Kepemimpinan terhadap Inovasi	38
2.2.3 Kolaborasi Mitra Bisnis terhadap Inovasi.....	40
2.2.4 Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing	41
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	43
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	44
3.1.1 Variabel Penelitian.....	44
3.1.1.1 Variabel Independen.....	44
3.1.1.2 Variabel Intervening	44
3.1.1.3 Variabel Dependen	45
3.1.2 Definisi Operasional	45
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.2.1 Populasi Penelitian.....	50
3.2.2 Sampel Penelitian	50
3.3 Jenis dan Sumber Data	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	52
3.5 Metode Analisis Data.....	53

3.5.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	53
3.5.2 Alat Analisis Data.....	55
3.5.2.1 Uji Alat Ukur.....	55
3.5.2.2 Uji Asumsi Klasik	57
3.5.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	59
3.5.2.4 Pengujian Hipotesis	60
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	66
4.1.1 Gambaran Umum IKM LME Kabupaten Tegal.....	66
4.1.2 Gambaran Umum Responden	66
4.1.2.1 Gambaran Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	67
4.1.2.2 Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Badan Usaha	67
4.1.2.3 Gambaran Responden Berdasarkan Produk yang Dihasilkan..	68
4.1.2.4 Gambaran Responden Berdasarkan Lokasi Asal Pengambilan Bahan Baku.....	70
4.1.2.5 Gambaran Responden Berdasarkan Wilayah Pemasaran	70
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	71
4.2.1 Analisis Indeks Jawaban Responden	71
4.2.1.1 Analisis Data dan Pembahasan.....	72
4.2.1.2 Analisis Indeks Jawaban Kepemimpinan	74
4.2.1.3 Analisis Indeks Jawaban Kolaborasi Mitra Bisnis	77
4.2.1.4 Analisis Indeks Jawaban Inovasi.....	78
4.2.1.5 Analisis Indeks Jawaban Keunggulan Bersaing.....	82

4.3 Hasil Penelitian	85
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	85
4.3.1.1 Uji Validitas	85
4.3.1.2 Uji Reliabilitas.....	88
4.3.2 Model 1	88
4.3.2.1 Uji Asumsi Klasik	88
4.3.2.1.1 Uji Multikolinieritas	88
4.3.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas	89
4.3.2.1.3 Uji Normalitas	91
4.3.2.2 Uji Goodness of Fit.....	92
4.3.2.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	92
4.3.2.2.2 Uji F.....	93
4.3.2.2.3 Analisis Regresi	93
4.3.3 Model 2	96
4.3.3.1 Uji Asumsi Klasik	96
4.3.3.1.1 Uji Multikolinieritas	96
4.3.3.1.2 Uji Heteroskedastisitas	97
4.3.3.1.3 Uji Normalitas	98
4.3.3.2 Uji Goodness of Fit.....	100
4.3.2.2.1 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	100
4.3.2.2.2 Uji F.....	100
4.3.2.2.3 Analisis Regresi.....	101
4.3.4 Uji Variabel Mediasi.....	103

4.3.4.1 Uji Sobel (<i>Sobel Test</i>)	103
4.4 Interpretasi Hasil Penelitian	106
4.4.1 Pengujian Hipotesis	106
4.4.1.1 Uji Hipotesis 1	108
4.4.1.2 Uji Hipotesis 2	109
4.4.1.3 Uji Hipotesis 3	110
4.4.1.4 Uji Hipotesis 4	111
4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	112
BAB V PENUTUP	114
5.1 Kesimpulan.....	114
5.1.1 Kesimpulan Hasil Penelitian	114
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian	117
5.2 Keterbatasan Penelitian	119
5.3 Saran.....	120
5.3.1 Saran Bagi Dinas Perindustrian dan IKM LME Kabupaten Tegal	120
5.3.2 Saran Penelitian yang Akan Datang	122
DAFTAR PUSTAKA.....	123
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penggolongan Industri Pengolahan berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja	14
Tabel 1.2 Jumlah Perusahaan Industri Mikro, Kecil, Sedang dan Besar Tahun 2010-2014.....	15
Tabel 1.3 Potensi Perindustrian di Kabupaten Tegal Tahun 2010-2014	15
Tabel 1.4 Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku, Tahun 2013-2015	16
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja.....	67
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Badan Usaha	67
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Produk yang Dihasilkan	69
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Lokasi Pengambilan Bahan Baku	70
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Wilayah Pemasaran.....	70
Tabel 4.6 Nilai Indeks Variabel Modal Intelektual	73
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Modal Intelektual	73
Tabel 4.8 Nilai Indeks Variabel Kepemimpinan	75
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepemimpinan	76
Tabel 4.10 Nilai Indeks Variabel Kolaborasi Mitra Bisnis.....	77
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Kolaborasi Mitra Bisnis	78
Tabel 4.12 Nilai Indeks Variabel Inovasi	79
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Inovasi.....	80
Tabel 4.14 Nilai Indeks Variabel Keunggulan Bersaing	82

Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Keunggulan Bersaing	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Validasi Modal Intelektual.....	85
Tabel 4.17 Hasil Uji Validasi Kepemimpinan	86
Tabel 4.18 Hasil Uji Validasi Kolaborasi Mitra Bisnis	86
Tabel 4.19 Hasil Uji Validasi Inovasi.....	87
Tabel 4.20 Hasil Uji Validasi Keunggulan Bersaing.....	87
Tabel 4.21 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolinieritas Model 1	89
Tabel 4.23 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Model 1	91
Tabel 4.24 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model 1	92
Tabel 4.25 Hasil Uji F Model 1	93
Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Model 1	94
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinieritas Model 2	97
Tabel 4.28 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Model 2.....	99
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Model 2.....	100
Tabel 4.30 Hasil Uji F Model 2.....	101
Tabel 4.31 Hasil Uji Regresi Model 2	101
Tabel 4.32 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Mediasi.....	103
Tabel 4.33 Pengaruh Antar Variabel	112

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	43
Gambar 4.1 Hasil Penelitian Pengaruh Langsung	106
Gambar 4.2 Hasil Penelitian Pengaruh Tidak Langsung	107

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 Pertumbuhan Pasokan ke Pasar (2014-2016)	19
Grafik 4.1 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Model 1	90
Grafik 4.2 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas Model 2	98

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A (Kuesioner Penelitian).....	127
LAMPIRAN B (Tabulasi Data).....	140
LAMPIRAN C (Nilai Indeks)	158
LAMPIRAN D (Uji Validitas)	171
LAMPIRAN E (Uji Reliabilitas)	186
LAMPIRAN F (Analisis Regresi Dua Tahap)	192
LAMPIRAN G (Analisis Regresi Linier Berganda Variabel Moderasi).....	200
LAMPIRAN H (Surat Izin Penelitian)	205
LAMPIRAN I (Dokumentasi Proses Produksi)	208

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini dunia dihadapkan dengan perkembangan yang semakin pesat. Perkembangan ini mau tidak mau harus dihadapi dan tidak dapat dihindari. Perkembangan terjadi pada beberapa aspek kehidupan, salah satunya aspek perdagangan. Meningkatnya globalisasi dan perubahan teknologi yang cepat menjadi tantangan yang cukup serius. Salah satu fenomena yang sedang banyak diperbincangkan adalah maraknya perdagangan bebas. Di Indonesia isu perdagangan bebas yang sedang terjadi yaitu adanya Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA). MEA merupakan perdagangan bebas yang berlaku bagi negara-negara anggota ASEAN. Dalam kondisi ini, produk dan jasa dari berbagai negara ASEAN bebas beredar di Indonesia.

Sebagian perusahaan ada yang memandang persaingan ini menjadi sebuah hambatan untuk mengembangkan bisnisnya. Akan tetapi, disisi lain ada juga perusahaan yang memandang bahwa persaingan yang terjadi merupakan tantangan sekaligus peluang untuk dapat mengembangkan bisnisnya dan memenangkan pasar. Menciptakan keunggulan bersaing merupakan salah satu cara untuk dapat memenangkan persaingan, sekaligus menghambat perkembangan bisnis pesaingnya. Jika perusahaan menginginkan keberhasilan yang berkelanjutan, maka perusahaan wajib melakukan upaya keunggulan bersaing (Siriwan et al, 2013).

Bisnis maupun sebuah perusahaan perlu mencari cara untuk menjadi yang terbaik agar tetap dapat bertahan hidup dalam persaingan global. Salah satunya adalah menentukan strategi terbaik untuk mencapai keunggulan bersaing. Perusahaan yang dapat menghasilkan kinerja bisnis yang lebih besar daripada pesaingnya pada daerah industri yang sama dari aset dan kompetensi yang mereka miliki, perusahaan tersebut dapat di kategorikan sebagai perusahaan yang mempunyai keunggulan bersaing (Lee dan Hsieh, 2010). Syarat perusahaan dikatakan mempunyai keunggulan bersaing, yaitu jika perusahaan dapat menciptakan nilai ekonomis yang lebih besar dibandingkan dengan batas nilai ekonomis yang dimiliki pesaing (Goksoh et al, 2013). Kumlu (2004) dan Soh (2005) dalam Aziz dan Samad (2015) menyatakan bahwa keunggulan bersaing tidak bergantung pada karakteristik dari pasar dan struktur industri, melainkan dari sumber daya internal perusahaan yang unggul. Dari pengertian tersebut, maka dapat diketahui bahwa untuk mencapai keunggulan bersaing, perusahaan harus dapat menggunakan dan memanfaatkan sumber daya yang dimiliki secara efektif dan efisien. Terdapat berbagai pendapat/teori yang menjelaskan bagaimana cara mengukur keunggulan bersaing. Teori yang diperkenalkan oleh Barney (1991), mengidentifikasi kerangka keunggulan bersaing yang dikenal dengan kerangka “VRIO” (*Value, Rare, Imitability, Organization*). Ada pula perusahaan yang mendeskripsikan keunggulan bersaing sebagai penciptaan produk dengan kualitas yang tinggi dengan harga yang rendah dibandingkan dengan pesaing, serta kemampuan dalam menciptakan jasa yang lebih baik (Aziz dan Samad, 2016).

Persaingan global yang semakin meningkat membawa peningkatan pada ketidakpastian dan pertumbuhan permintaan akan produk yang beraneka ragam. Lingkungan persaingan bisnis yang berubah dengan cepat dan dinamis ini memaksa perusahaan untuk meningkatkan, memperbaiki maupun mempertahankan daya saing bisnis mereka. Penggunaan teknologi baru dan melakukan aktivitas yang berbeda dengan pesaing merupakan upaya dalam mencapai keunggulan bersaing (Porter dalam Wimschneider, 2016). Inovasi diakui sebagai faktor keberhasilan utama dalam meningkatnya persaingan di dalam keadaan lingkungan yang semakin kompleks (Goksoy et al, 2013). Telbani (2013) berpendapat bahwa solusi baru dalam menghadapi permasalahan perekonomian tanpa batas yang dapat digunakan dalam persaingan dan tetap bertahan hidup dalam persaingan bisnis yaitu pengembangan pada strategi inovasi. Inovasi merupakan salah satu upaya yang dapat mempertahankan bisnis pada persaingan dan mencapai keunggulan bersaing. Melalui inovasi, perusahaan dapat mengoptimalkan kekuatan berkompetisi dengan cara meningkatkan efisiensi dan kinerja (Goksoy et al, 2013).

Inovasi dapat diartikan sebagai perbaikan dalam teknologi dan metode atau cara yang lebih baik untuk melakukan sesuatu (Porter, 1990 dalam O'Cass dan Weerawardena, 2005). Dalam hal ini dapat diwujudkan dalam bentuk perubahan produk, perubahan proses, pendekatan baru dalam pemasaran, dan bentuk baru dalam distribusi. Sedangkan pengertian inovasi secara umum menurut Tinoco (2010) yaitu sebuah konsep yang menghasilkan dan menerapkan sesuatu yang serba baru. Banyak peneliti yang hanya menekankan inovasi pada produk / jasad

proses, akan tetapi seiring dengan perkembangan lingkungan yang cepat dan dinamis, inovasi tidak hanya terjadi pada produk / jasa dan proses.

Avermate et al. (2003) dalam Aziz dan Samad (2016) mengklasifikasikan inovasi yang sesuai dengan UKM menjadi tiga jenis, yaitu inovasi produk, inovasi organisasi, dan inovasi pasar. Inovasi dapat dibedakan berdasarkan pada standar yang berbeda, yaitu inovasi administratif dan teknologi, inovasi produk dan proses, serta inovasi radikal dan tambahan (Lee dan Hsieh, 2010). Sedangkan menurut Schumpeter dalam Reguia (2014) membagi lima daerah inovasi, yaitu generasi produk baru maupun perbaikan, pengenalan proses produksi yang baru, pengembangan pasar penjualan baru, pengembangan pasar pasokan baru, serta reorganisasi atau restrukturisasi perusahaan. Adapula inovasi lingkungan atau dikenal dengan *green innovation* yang menekankan pada produk ramah lingkungan, baik pada saat proses, penggunaan peralatan, produk jadi, teknologi dan sistem manajemen yang digunakan (Kempt et al., 2001 dalam Liao, 2016). Inovasi dalam organisasi dapat dibagi menjadi dua, yaitu inovasi teknologi yang meliputi inovasi produk dan jasa serta inovasi non-teknologi yang meliputi inovasi manajerial dan pemasaran (O'Cass dan Weerawardena, 2005). Meskipun pendefinisian inovasi berbeda-beda, akan tetapi inti dari inovasi yaitu sebuah pembaharuan baik dari yang sudah ada maupun menciptakan sesuatu yang baru untuk mencapai keunggulan bersaing. Fokus inovasi dari penelitian ini yaitu penggabungan antara inovasi teknologi (inovasi produk), non-teknologi (inovasi pemasaran) dan proses. Pengintegrasian dari ketiga inovasi tersebut memungkinkan perusahaan dapat mencapai keunggulan bersaing dalam persaingan. Inovasi produk, proses, dan

pemasaran merupakan strategi inovasi dalam menghadapi persaingan agar bisnis dapat bertahan hidup dalam era persaingan ekonomi yang tanpa batas (Telbani, 2013).

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi inovasi. Alegre (2005) dan Subramaniam (2005) dalam Mariz-Perez (2012) mengemukakan bahwa kapabilitas inovasi sebuah perusahaan bergantung pada aset tak terlihat (*intangible assets*) dan juga pengetahuan yang dimiliki oleh perusahaan. *Intangible assets* ini juga bisa disebut sebagai *intellectual capital*. Beberapa ahli dan peneliti mengidentifikasi elemen *intellectual capital* secara berbeda-beda. Elemen *intellectual capital* yang paling umum digunakan yaitu berupa *human capital*, *structural capital*, dan *relational capital*. Wu et al. (2008) dalam Prester menyatakan bahwa *intellectual capital* merupakan sumber daya yang penting dalam dalam keunggulan bersaing dan menciptakan inovasi. Dari ketiga dimensi *intellectual capital*, elemen *human capital* merupakan elemen yang paling mendasar dibandingkan dengan kedua elemen *intellectual capital* lainnya. Menurut Mathis (2003) dalam Endri (2010), salah satu keunggulan dari *human capital* daripada faktor produksi lainnya yaitu kemampuannya dalam menciptakan strategi bersaing melalui berinovasi.

Li dan Chang (2010) dalam Chahal dan Bakshi (2013) menyatakan bahwa *human capital* merupakan dimensi pendorong bagi kedua dimensi *intellectual capital* lainnya. Perusahaan membutuhkan *human capital* yang dapat menerjemahkan keinginan dan kebutuhan pelanggan dalam lingkungan persaingan yang cepat berubah. *Human capital* merupakan kapabilitas dan kompetensi orang-orang yang digunakan untuk menciptakan nilai (Halim, 2010; Edvinson dan

Malone, 1997; Li dan Chang, 2010 dalam Chahal dan Bakshi (2013). *Human capital* ini berada pada setiap karyawan. Sehingga kapabilitas inovasi perusahaan bergantung pada kualitas sumber daya manusianya. Chahal dan Bakshi (2013) mendefinisikan *human capital* merupakan kumpulan dari sikap, keahlian, kompetensi, dan kemampuan dari manusia. Pengetahuan, pengalaman, dan kreativitas dari setiap individu dalam perusahaan memungkinkan dapat menciptakan inovasi yang selanjutnya dapat mencapai keunggulan bersaing.

Peran *human capital* tidak hanya menciptakan kapabilitas inovasi perusahaan, melainkan lebih lanjut dapat membawa perusahaan untuk mencapai keunggulan bersaing / kompetitif bisnis. Diperlukan *human capital* yang kreatif dan inovatif agar mampu menciptakan produk baru yang selanjutnya dapat mempertahankan bisnis dalam persaingan. Mengelola *intellectual capital* itu penting karena dapat meningkatkan keunggulan bersaing perusahaan (Wang, Chang, Huang, dan Wang, 2011 dalam Telbani, 2013). *Human capital* merupakan investasi non-fisik (*intangible asset*) yang harus dimiliki oleh perusahaan saat ini. *Human capital* (modal manusia) sangat diperlukan karena dapat menunjang kemampuan dalam proses produksi dan meningkatkan produktivitas (Sari, 2014). Karyawan / pekerja harus dapat beradaptasi dengan adanya perubahan yang semakin cepat. Kecakapan dan ketrampilan karyawan maupun pekerja sangat diperlukan dalam menjalankan proses bisnis, salah satunya adalah di dalam kegiatan produksi. Tidak hanya kecakapan dan ketrampilan saja, melainkan pengetahuan, pengalaman dan perilaku juga dibutuhkan agar tujuan perusahaan dapat dicapai. Perusahaan yang baik yaitu

perusahaan yang memperhatikan *human capital* agar dapat menghadapi perubahan lingkungan bisnis yang cepat secara fleksibel (Endri, 2009).

Figur seorang pemimpin juga penting dalam keberlangsungan suatu bisnis. Layaknya suatu organisasi, bisnis tanpa pemimpin akan sulit membawa bisnis tersebut terhadap sasaran yang telah ditentukan. Menurut Khan dan Anjum (2013), pemimpin merupakan *the back bone* dalam organisasi. Pemimpin berperan dalam mengarahkan semua aktivitas yang ditujukan untuk mencapai sasaran tersebut. Kepemimpinan merupakan proses untuk mempengaruhi orang-orang dalam mencapai tujuan (Hogo, 2001; Jung, 2001; Roussel, 2006; Winkler, 2010 dalam Pejman 2016). Menurut Stonner dan Freeman (1989) dalam Syafarudin (2016) alasan pemimpin dapat mempengaruhi pengikutnya karena mereka mempunyai lima kekuatan dasar yang berdasarkan pada penghargaan (*reward*), paksaan (*coercive*), kekuasaan (*legitimacy*), wewenang karena penunjukkan (*authority based on appointment*), serta keahliannya (*expertise*).

Dengan adanya persaingan yang semakin ketat, maka diperlukan karakteristik pemimpin yang cepat tanggap maupun cepat beradaptasi terhadap perubahan serta dapat mengubah persaingan menjadi peluang bisnis untuk berkembang. Pemimpin dalam organisasi merupakan salah satu aspek yang penting dalam menciptakan kreatifitas dan melakukan inovasi secara dinamis (Al-Zoubi, 2012). Menurut Septiani (2012), salah satu pemicu munculnya inovasi dalam perusahaan yaitu gaya kepemimpinan. Setiap pemimpin mempunyai karakteristik yang berbeda-beda. Karakteristik ini dapat menciptakan iklim dan budaya yang berbeda pula dalam perusahaan. Diperlukan figur pemimpin yang inovatif dan kreatif, sehingga dapat

mendorong inovasi dalam perusahaan. Perilaku pemimpin merupakan salah satu faktor yang penting dalam kegiatan yang bersifat inovatif (Tushman dan O'Reilly, 1996; Smith dan Tushman, 2005 dalam Si, 2013). Menurut Matzler et al. (2008) dalam Septiani, gaya kepemimpinan mempunyai pengaruh yang besar terhadap inovasi dan kinerja perusahaan serta dapat mendukung inovasi dalam membangun lingkungan yang bersahabat (Bossink, 2007 dalam Si, 2013).

Dalam usaha untuk menciptakan inovasi, diperlukan pemimpin yang mempunyai karakteristik yang dapat mendukung timbulnya inovasi dalam lingkungan bisnis. Gaya kepemimpinan transformasional lebih dianggap dapat mendorong inovasi dalam perusahaan karena karyawan didorong untuk berfikir inovatif dan kreatif. Pernyataan ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gumusluoglu dan Ilsev (2007) dalam Isaksen dan Akkermans (2011) bahwa gaya kepemimpinan yang transformasional berkaitan terhadap inovasi organisasi dan kreativitas. Sedangkan menurut Fu et al. (2012) kepemimpinan paternalistik lebih dapat diterima dalam budaya Asia untuk mendorong pengikutnya melakukan inovasi dalam perusahaan. Pemimpin dalam perusahaan setidaknya juga mempunyai sifat berani mengambil risiko dan mampu mengambil peluang dalam ketidakpastian lingkungan bisnis, karena hal ini dapat membawa perusahaan menuju keunggulan bersaing. Meskipun terdapat pandangan yang berbeda mengenai gaya kepemimpinan, faktor penting lainnya yang perlu diperhatikan yaitu adanya sinergi antara pemimpin dengan pengikutnya yang dapat menciptakan suasana dan budaya kerja ke arah kinerja yang lebih baik, karena tidak

ada gaya kepemimpinan yang terbaik yang dapat diterapkan pada semua lingkungan dalam hubungannya meningkatkan kinerja organisasi.

Semakin tinggi kompetensi pemimpin, maka semakin tinggi pula kesempatan perusahaan untuk mendapatkan keunggulan bersaing dalam persaingan bisnis yang dihadapi. Kepemimpinan tidak hanya berpengaruh terhadap penciptaan inovasi, melainkan berpengaruh dalam pencapaian keunggulan bersaing perusahaan dalam lingkungan persaingan. Pemimpin yang dapat memberikan motivasi maupun pengaruh positif kepada bawahannya untuk melakukan tugas dan fungsinya dengan baik, maka akan meningkatkan kinerja karyawan yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja perusahaan. Mengembangkan strategi bisnis, kemampuan berkomunikasi, mengembangkan inovasi dan kreativitas, pemimpin yang berkembang dan mampu mendorong bakat pengikutnya merupakan karakteristik pemimpin berkompeten yang dapat membawa perusahaan pada pencapaian keunggulan bersaing (Al-Zoubi, 2012).

Dalam berbisnis erat kaitannya dengan keberadaan mitra bisnis. Kolaborasi antara perusahaan dengan mitra bisnis dianggap penting karena keberadaan mitra akan mempengaruhi kinerja perusahaan yaitu berupa keunggulan bersaing. Mitra bisnis merupakan lingkungan eksternal perusahaan. Dengan adanya mitra, maka perusahaan dapat mengurangi kekurangan yang dimiliki dengan keunggulan yang dimiliki pesaing. Mitra bisnis merupakan *supplier* dalam proses bisnis. Mengingat pentingnya mitra bisnis, maka perusahaan harus dapat memilih mitra secara selektif dan tetap menjaga hubungan yang baik dengan mitra yang sekarang sudah dimiliki karena mitra merupakan salah satu faktor pendukung dalam keberhasilan proses

bisnis. Emdes (2006) dalam Tsou et al. (2015) mengidentifikasi tiga faktor yang mempengaruhi efektivitas dalam berkolaborasi dengan mitra, yaitu adanya keselarasan pada hubungan, teknologi, dan strategi. Kolaborasi dengan mitra bisnis bertujuan untuk menguntungkan kedua belah pihak. Menurut Najib dalam Antaditama (2014), tujuan dari kemitraan yaitu menciptakan dan memelihara hubungan jangka panjang yang dapat membawa keuntungan bersama, serta merupakan upaya dalam memperbaiki / meningkatkan kualitas, produktivitas, dan *sustained competitive advantage*. Langfield-Smith dan Greenwood (1998) dalam Nieto (2007) berpendapat bahwa kerjasama / kolaborasi membantu perusahaan dalam mengembangkan produk dan proses baru, meningkatkan kualitas dan produktivitas, dan mengurangi waktu tunggu. Mitra juga dapat memberikan informasi terbaru yang dapat digunakan untuk melakukan inovasi. Kerjasama mitra bisnis merupakan metode / cara yang baik dalam meningkatkan kapabilitas inovasi perusahaan (Miotti dan Sachwald, 2003; Becker dan Dietz, 2004; Faems et al., 2005 dalam Nieto, 2007).

Chahal dan Bakhsi (2013) melakukan penelitian terhadap 144 cabang dari bank di Jammu (bagian Utara India) juga telah berhasil membuktikan bahwa *intellectual capital* yang terdiri dari tiga dimensi (*human capital, structural capital, relational capital*) berperan dalam penciptaan inovasi, baik secara *incremental* maupun *radical*. Sedangkan Pilevari et.al. (2015) melakukan penelitian mengenai dampak investasi *human capital* terhadap inovasi, dan dari hasil penelitian yang dilakukan memberikan informasi bahwa investasi terhadap *human capital* tidak terbukti

membawa pengaruh terhadap penciptaan inovasi. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t sebesar 1,72.

Ebrahimi et al. (2016) dalam penelitiannya membahas mengenai peran gaya kepemimpinan terhadap kinerja organisasi dengan melibatkan inovasi dan ditemukan bahwa pemimpin yang transformasional signifikan terhadap *exploratory innovation*, sedangkan pemimpin yang transaksional signifikan terhadap *exploitative innovation*.

Nieto et al. (2007) pada perusahaan manufaktur di Spanyol menemukan bahwa kolaborasi dengan mitra dapat menciptakan inovasi produk yang baru (secara radikal). Dari hasil pengukuran disebutkan bahwa kolaborasi yang paling besar pengaruhnya terhadap pencapaian inovasi produk baru yaitu kolaborasi dengan pemasok. Sedangkan Temel et.al. (2013) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan hubungan kemitraan dengan pihak eksternal terutama dengan pemasok dan pesaing, tidak menghasilkan pengaruh secara signifikan terhadap peningkatan inovasi.

Chahal dan Bakshi (2013) melakukan penelitian terhadap 144 perusahaan yang merupakan sektor perbankan yang beroperasi di Jammu (daerah bagian Selatan India). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kreativitas karyawan, kesetiaan staff, pelatihan dan pembelajaran, pengalaman, serta perilaku dari karyawan yang merupakan bagian dari *human capital* ditemukan mempunyai hubungan yang sangat kuat terhadap pencapaian keunggulan bersaing. Sedangkan Yaseen et.al. (2016) melakukan penelitian terhadap *Jordanian Telecommunication Companies*. Dari hasil penelitian memberikan informasi bahwa *human capital* yang merupakan

bagian dari *intellectual capital* tidak mempunyai pengaruh terhadap *competitive advantage*. Pengaruh yang tidak signifikan ini dijelaskan oleh nilai signifikansi yang dihasilkan sebesar 0,934 lebih besar dari α (0,05).

Khan dan Anjum (2013) melakukan penelitian terhadap peran kepemimpinan dalam mencapai keunggulan bersaing, dan hasil penelitian memberikan informasi bahwa kepemimpinan berpengaruh sangat kuat terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan Obiwaru et. al. (2011) dalam penelitiannya terhadap UKM di Nigeria, menemukan bahwa gaya kepemimpinan transformational tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja organisasi (kualitas produk, keuntungan yang tinggi, dan dapat bertahan hidup).

Penelitian yang dilakukan oleh Tsou et al. (2015) pada 600 perusahaan *IT* di Taiwan untuk mengetahui bagaimana pemilihan mitra bisnis yaitu *supplier* yang dapat berdampak pada keunggulan bersaing perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat kriteria dalam pemilihan mitra bisnis yaitu *partner reliability*, *partner complementarity*, *partner expertise*, dan *partner compatibility* mempunyai pengaruh yang positif terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Indarto dan Ariefianto (2015), hubungan kemitraan dengan *stakeholder* tidak memiliki pengaruh terhadap keunggulan bersaing (ditandai dengan *p-value* sebesar $0.116 > \alpha = 0.05$).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Zahir et.al. (2015) terhadap 186 UKM sektor manufaktur di Turkey mengenai peran inovasi sebagai variabel mediasi terhadap pencapaian keunggulan bersaing. Hasil penelitian memberikan informasi bahwa inovasi hanya membawa sebagian pengaruh terhadap pencapaian

keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Hal ini dipengaruhi karena salah satu dimensi dari variabel independen tidak mempunyai hubungan terhadap keunggulan bersaing, sehingga mengurangi nilai hubungan variabel inovasi sebagai mediasi terhadap keunggulan bersaing. Sedangkan Lee et.al. (2016) melakukan penelitian terhadap 195 UKM di Malaysia. Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa variabel *technological innovation* (meliputi pembaruan atau modifikasi produk dan proses produksi) yang merupakan variabel mediasi terbukti pengaruhnya terhadap variabel *competitive advantage*. Pembuktian ini dapat dibuktikan dengan melihat nilai t hitung sebesar 3,816 lebih besar dari nilai t tabel (1,660) pada tabel *testing for mediation effects*. Penemuan Lee et.al. (2016) juga didukung oleh penelitian Aziz dan Samad (2015) yang menghasilkan bahwa inovasi berdampak sangat besar terhadap keunggulan bersaing, hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai estimasi dari pengujian dengan *path analysis* sebesar 0,735.

Fenomena tersebut tidak hanya terjadi pada perusahaan dengan skala bisnis yang sudah besar dan luas, akan tetapi hal ini juga berlaku bagi industri kecil dan menengah (IKM). Industri merupakan unit usaha yang melakukan kegiatan ekonomi yang bertujuan menghasilkan produk (barang / jasa) yang berada pada bangunan atau lokasi tertentu, dan mempunyai catatan administrasi tersendiri mengenai produksi dan struktur biaya serta terdapat orang yang bertanggung jawab atas usaha tersebut (Badan Pusat Statistik). Berbeda dengan usaha kecil menengah (UKM), industri kecil menengah (IKM) merupakan usaha yang melakukan proses bisnis dengan mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi maupun menjadi barang jadi, sedangkan UKM hanya melakukan kegiatan perdagangan,

tanpa melakukan perubahan produk. Industri pengolahan dapat dibedakan menjadi empat golongan, berikut tabel penggolongan industri pengolahan berdasarkan jumlah tenaga kerja:

Tabel 1.1
Penggolongan Industri Pengolahan berdasarkan Jumlah Tenaga Kerja

No.	Skala Industri	Jumlah Tenaga Kerja
1.	Industri Besar	100 orang atau lebih
2.	Industri Sedang / Menengah	20 – 99 orang
3.	Industri Kecil	5 – 19 orang
4.	Industri Rumah Tangga	1 – 4 orang

Sumber: <https://tegalkab.bps.go.id>

Dari tabel tersebut, maka dapat diketahui yang merupakan industri kecil dan menengah menurut Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu industri yang mempunyai jumlah tenaga kerja sebanyak 5-19 orang untuk golongan kecil, sedangkan untuk golongan menengah / sedang dengan jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang pekerja.

Mayoritas industri di Indonesia masih tergolong dalam skala kecil, menengah dan hanya beberapa yang berada pada skala besar. Berdasarkan pada tabel 1.2 didapatkan informasi bahwa jumlah perusahaan di Indonesia paling banyak berada pada industri berskala mikro dan selanjutnya di ikuti oleh industri skala kecil, sedang dan besar.

Tabel 1.2
Jumlah Perusahaan Industri Mikro, Kecil, Sedang dan Besar
Tahun 2010-2014

Industri	Tahun				Jumlah
	2011	2012	2013	2014	
Mikro	2.554.787	2.812.747	2.887.015	3.220.563	11.475.112
Kecil	424.284	405.296	531.351	284.501	1.645.432
Sedang & Besar	23.370	23.592	23.698	24.529	95.189

Sumber: www.bps.go.id

Kabupaten Tegal merupakan salah satu daerah yang berada di provinsi Jawa Tengah. Kabupaten Tegal mempunyai potensi perindustrian yang cukup menjanjikan, terutama pada industri tekstil dan pakaian jadi serta industrilogam, mesin dan elektronik (ILME). Pada tabel 1.3 akan memberikan informasi mengenai potensi perindustrian di Kabupaten Tegal.

Tabel 1.3
Potensi Perindustrian di Kabupaten Tegal
Tahun 2012-2014

Potensi Investasi	Satuan	Tahun		
		2012	2013	2014
A. Industri				
a. Industri Kecil Menengah (IKM)				
1. Unit Usaha	Unit	29.214	29.234	29.246
2. Tenaga Kerja	Orang	121.520	120.351	120.621
3. Nilai Produksi	Juta Rupiah	796.975	-	-
b. Industri Besar/Sedang				
1. Unit Usaha	Unit	9	15	15
2. Tenaga Kerja	Orang	5.680	6.036	6.036
3. Nilai Produksi	Juta Rupiah	271.348	-	-
B. Jumlah Pengusaha				
1. Pengusaha Kecil	Orang	82.500	82.500	82.500
2. Pengusaha Menengah	Orang	56.274	56.274	56.274
3. Pengusaha Besar	Orang	422	422	422

Sumber: <https://tegalkab.bps.go.id>

Dari tabel tersebut menjelaskan bahwa industri di Kabupaten Tegal mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan yang paling besar berada di golongan industri kecil menengah jika dilihat dari pertumbuhan unit usaha. IKM tersebut berperan dalam peningkatan PDB dan juga mengurangi jumlah pengangguran, khususnya yang ada di Kabupaten Tegal. Penyerapan tenaga kerja di IKM terbukti lebih besar dibandingkan dengan industri sedang / besar. Nilai produksi yang dihasilkan juga lebih besar IKM jika dibandingkan dengan industri berskala besar / sedang.

Meskipun industri tekstil dan pakaian jadi dengan industri logam, mesin dan elektronik (ILME) mendominasi di Kabupaten Tegal, jika dibandingkan berdasarkan persentase PDRB, ILME lebih besar nilainya daripada industri tekstil dan pakain jadi. Berikut tabel perbandingan mengenai persentase kedua industri:

Tabel 1.4
Distribusi Persentase Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Atas Dasar Harga Berlaku, Tahun 2013-2015

Industri	Tahun		
	2013	2014	2015
Tekstil dan Pakaian Jadi	3.47	3.31	3.16
Barang dari Logam, Komputer, Barang Elektronik, Optik dan Peralatan Listrik	4.41	4.39	4.05
Mesin dan Perlengkapan YTDL	0.70	0.69	0.63

Sumber: <https://tegalkab.bps.go.id>

Tabel 1.4 menginformasikan bahwa industri logam, mesin dan elektronik lebih besar kontribusinya terhadap PDRB. Akan tetapi, meskipun jumlahnya lebih besar, dalam kurun waktu tiga tahun (dari tahun 2013 hingga 2015) telah terjadi penurunan pada PDRB.

Tidak semua IKM dapat bersaing di kancah internasional. Mayoritas hasil dari IKM dikonsumsi untuk dalam negeri. Daya saing produk yang dihasilkan lebih

rendah daripada dengan produk sejenis yang berasal dari luar. Terutama dengan adanya perdagangan bebas, pasar IKM Indonesia akan terancam hilang apabila tidak segera ditingkatkan daya saingnya.

Menyadari begitu pentingnya peran industri kecil menengah (IKM) dalam sektor pengolahan logam, mesin dan elektronik (ILME) dalam peningkatan PDRB Kabupaten Tegal, maka berdasarkan pada latar belakang masalah tersebut, judul penelitian yang akan diambil adalah **“Pengaruh Modal Intellektual, Kepemimpinan dan Kolaborasi Mitra Bisnis Terhadap Inovasi dan Keunggulan Bersaing”**.

1.2 Masalah Penelitian

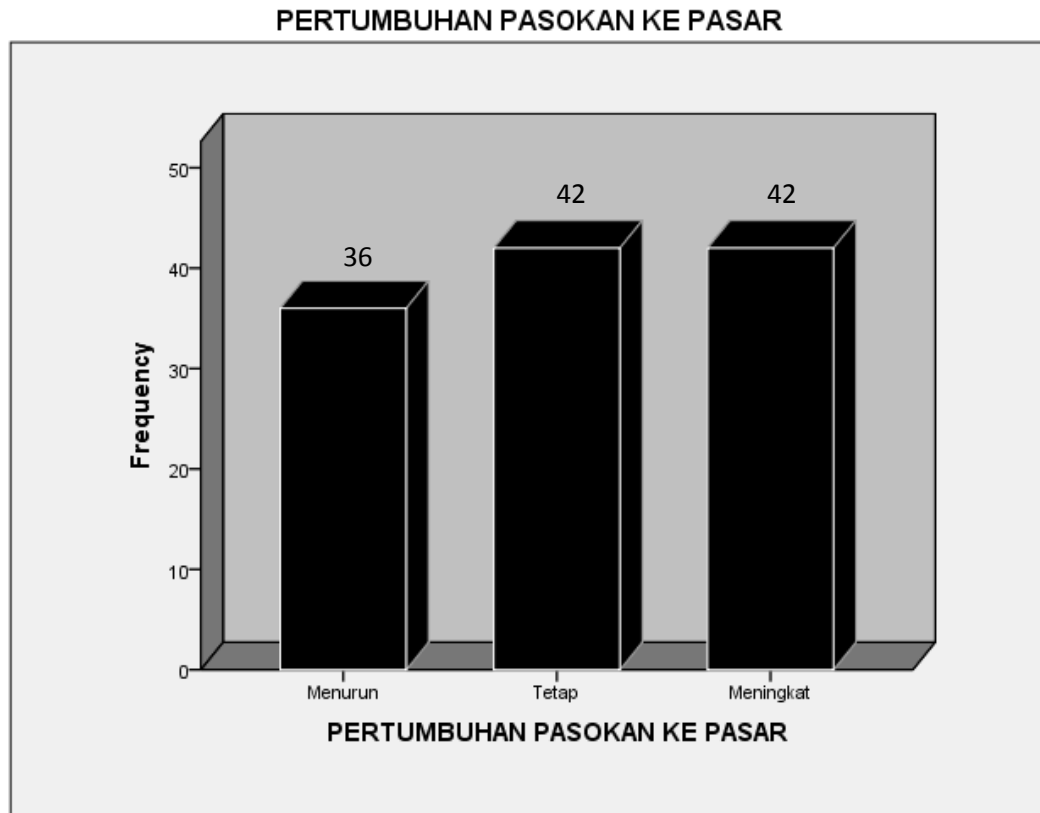
Persaingan bisnis yang semakin luas dan dinamis mendorong perusahaan untuk dapat menciptakan strategi bisnis tepat. Era perdagangan bebas menambah jumlah pesaing bagi industri dalam negeri, mereka tidak hanya berhadapan dengan pesaing dalam negeri, melainkan bersaing dengan perusahaan lintas negara. Persaingan yang cepat membuat siklus hidup produk menjadi semakin cepat pula. Adanya era perdagangan bebas dan siklus hidup produk yang cepat memaksa perusahaan untuk dapat berinovasi agar bisnis dapat tetap bertahan hidup.

Industri pengolahan logam, mesin dan elektronik (ILME) merupakan salah satu potensi industri yang dimiliki Kabupaten Tegal. Akan tetapi, berdasarkan data pendistribusian persentase PDRB untuk ILME dari tahun 2013 hingga 2015 mengalami penurunan. Hal ini sangat disayangkan mengingat ILME merupakan industri pengolahan yang menyumbangkan PDRB dalam jumlah yang besar. Selain itu, daya saing produk ILME dianggap kurang mumpuni dalam menghadapi

persaingan di lingkungan perdagangan bebas. Dilansir dari situs www.tempo.co (pada tanggal 8 Agustus 2016), Sukanto Rohman selaku Ketua Kelompok Usaha Bersama (KUB) menyatakan bahwa produksi ILME menurun dikarenakan mereka kehilangan pelanggan. Kehilangan pelanggan ini disebabkan oleh masuknya pesaing dari China yang mampu menjual produk dengan kualitas yang sama, akan tetapi harga yang ditawarkan lebih rendah.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada 120 responden yang merupakan perusahaan / pengrajin logam di Kabupaten Tegal mengenai pertumbuhan pasokan ke pasar selama tiga tahun terakhir yaitu mulai tahun 2014 hingga tahun 2016, menunjukkan bahwa 42 responden menjawab mengalami peningkatan, 42 responden menjawab stabil (tidak mengalami peningkatan maupun penurunan), dan sisanya sebesar 36 responden menyatakan telah terjadi penurunan pasokan ke pasar. Tingkat pertumbuhan pasokan ke pasar ini mencerminkan tingkat produktivitas.

Grafik 1.1
Pertumbuhan Pasokan ke Pasar (2014-2016)



Sumber: Data Primer yang diolah, 2017

Grafik 1.1 memberikan informasi mengenai pertumbuhan pasokan ke pasar dari 120 perusahaan / pengrajin yang merupakan responden dalam penelitian ini. Meskipun jumlah yang menjawab terjadinya peningkatan pada pertumbuhan pasokan ke pasar lebih besar dibandingkan responden yang menjawab penurunan pada pertumbuhan pasokan ke pasar, akan tetapi jumlah tersebut tidak menunjukkan bahwa mayoritas perusahaan / pengrajin logam mengalami peningkatan. Kedepannya, bisa terjadi kemungkinan pada 42 responden yang menjawab tetap akan cenderung mengalami penurunan apabila tidak dilakukan upaya preventif, terlebih dengan semakin maraknya produk dari negara asing yang lebih berdaya saing.

Melihat permasalahan tersebut, salah satu cara yang kemungkinan dapat digunakan agar dapat bersaing di pasar bebas yaitu dengan melakukan inovasi. Inovasi yang dilakukan tidak hanya sekedar pada produk, melainkan pada proses dan *marketing*. Dengan adanya inovasi dapat membawa bisnis pada pencapaian keunggulan bersaing, sehingga PDRB akan kembali meningkat dan jumlah perusahaan / pengrajin logam yang mengalami penurunan pada pasokan ke pasar dapat berkurang, serta industri tetap dapat bersaing di pasar bebas.

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh modal intelektual terhadap inovasi?
2. Bagaimana pengaruh kepemimpinan terhadap inovasi?
3. Bagaimana pengaruh kolaborasi mitra bisnis terhadap inovasi?
4. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh modal intelektual terhadap inovasi.
2. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kepemimpinan terhadap inovasi.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh kolaborasi mitra bisnis terhadap inovasi.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini sistematika penulisan dibagi menjadi lima bab dengan susunan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

BAB I memberikan penjelasan mengenai latar belakang penelitian, masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

BAB II memberikan penjelasan mengenai teori-teori yang dapat digunakan untuk memperkuat variabel-variabel penelitian yang meliputi, variabel keunggulan bersaing, inovasi, modal intelektual, kepemimpinan, dan kolaborasi mitra bisnis. Dalam bab ini juga dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu, hipotesis, dan kerangka pemikiran teoritis.

BAB III METODE PENELITIAN

BAB III memberikan penjelasan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional, jenis dan sumber data, serta analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB IV memberikan penjelasan mengenai objek penelitian, gambaran umum responden, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

BAB V merupakan akhir bab dari penelitian yang berisi kesimpulan, keterbatasan penelitian dan saran terhadap penelitian yang telah dilakukan berdasarkan hasil analisis data.