

ANALISIS KEBIJAKSANAAN INOVASI DALAM UPAYA MENINGKATKAN KINERJA PERUSAHAAN (STUDI PADA UKM AMAY SASIRANGAN DI KOTA BANJARMASIN)

ABSTRAK

Ridha Septina Arini¹, Mohammad Zainul², Lamsah³
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 16.31.0560
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1105076601
Manajemen, 61201, Ekonomi, Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari
Banjarmasin, 1125126201
Email : ridhaarini@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : 1) Untuk Mengetahui apakah Inovasi mempunyai pengaruh dalam Upaya Meningkatkan Kinerja Perusahaan Amay Sasirangan Banjarmasin. Dan 2) Untuk mengetahui kinerja perusahaan Amay Sasirangan.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif, yang mana merupakan data yang tidak dapat di hitung. Subjek yang di gunakan dalam penelitian ini sebagai responden adalah Owner dari Amay Sasirangan Banjarmasin itu sendiri dengan cara Wawancara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) Inovasi Produk yang di lihat dari berbagai segi motif produk, warna produk, ukuran produk, kualitas produk serta kemasan produk pada IKM Amay sasirangan dapat dikatakan berjalan dengan baik. 2) Inovasi Proses di lihat dari hasil penelitian di lihat masih sangat manual dan dominasi keterlibatan manusia masih sangat besar. 3) Inovasi Pemasaran yang dilakukan oleh Amay Sasirangan terbagi beberapa hal yaitu Kebijakan Produk, Kebijakan harga, Kebijakan Promosi, dan Kebijakan Distribusi.

Kata Kunci : Inovasi, Kinerja, Perusahaan

ABSTRACT

This study aims to determine: 1) To find out whether Innovation has an influence in Efforts to Improve the Performance of Amay Sasirangan Banjarmasin Company. And 2) To find out Amay Sasirangan's company performance.

This study uses a descriptive qualitative research method, which is data that cannot be calculated. The subject used in this study as a respondent was the Owner of Amay Sasirangan Banjarmasin itself by interview.

The results of this study indicate that: 1) Product Innovation seen from various aspects of product motives, product colors, product sizes, product quality and product packaging at IKM Amay sasirangan can be said to be going well. 2) Process innovation seen from the results of research is still very manual and the dominance of human involvement is still very large. 3) Marketing Innovation conducted by Amay Sasirangan is divided into several things, namely Product Policy, Price Policy, Promotion Policy, and Distribution Policy.

Keywords: Innovation, Performance, Company

PENDAHULUAN

Industri Kecil Menengah (IKM) Amay Sasirangan adalah merupakan salah satu usaha industri kecil menengah yang ada dikota Banjarmasin yang bergerak dalam usaha Industri Manufacture yaitu mengolah bahan baku kain polos menjadi barang jadi berupa

kain Sasirangan. Tidak bedanya dengan jenis usaha lainnya IKM Amay sasirangan didalam menjalankan aktivitas usahanya sudah barang tentu berkeinginan agar usaha yang diajalnkan terus maju dan berkembang dengan baik sehingga mampu mempertahankan kontinuitas atau kelangsungan hidup dari perusahaannya.

Untuk memujudkan keinginan tersebut maka IKM Amay sasirangan terus berupaya semaksimal mungkin agar produk yang dihasilkannya bisa diterima oleh pasar dan bisa laku terjual sehingga omzet penjualannya terus tumbuh dan berkembang dengan baik. Tumbuh dan berkembangnya omzet penjualan secara berkesinambungan secara otomatis IKM Amay sasirangan memiliki peluang yang besar untuk memperoleh atau mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan.

Dalam rangka mewujudkan tujuan atau keinginan tersebut IKM Amay sasirangan dituntut untuk mampu menghasilkan produk yang bisa beradaptasi atau menyesuaikan terhadap perubahan-perubahan yang terjadi di lingkungan bisnisnya yaitu dengan jalan melakukan kegiatan Inovasi baik itu inovasi produk, inovasi proses maupun inovasi pemasaran sehingga IKM Amay sasirangan dapat menghasilkan produk Sasirangan yang unggul baik dilihat dari segi kualitas, efisiensi harga disertai dengan variasi produk yang cukup beragam sehingga dengan demikian IKM Amay sasirangan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan atau konsumen yang memiliki selera atau keinginan yang berbeda-beda.

Semakin banyak jenis variasi produk yang dihasilkan oleh perusahaan IKM Amay sasirangan semakin besar pula peluang untuk mendapatkan pelanggan yang lebih banyak karena alternatif produk yang ditawarkan jumlahnya banyak sehingga alternatif pilihan kain sasirangan bagi pelanggan juga akan menjadi semakin banyak.

Dari uraian tersebut di atas menjadikan peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis kebijaksanaan Inovasi dalam upaya meningkatkan kinerja Perusahaan” (Studi Pada IKM Amay sasirangan Di Kota Banjarmasin).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah termasuk jenis penelitian kualitatif yang bersifat Deskriptif analisis (Analisis Deskripsi) yaitu

mengamati peristiwa atau fenomena yang terjadi di lapangan kemudian dianalisis, diinterpretasikan dan diskripsikan dalam bentuk narasi kemudian ditarik suatu kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui kegiatan wawancara dengan pihak IKM Amay Sasirangan di Kota Banjarmasin Kalimantan Selatan diperoleh gambaran mengenai kebijakan Inovasi yang dilakukan oleh pihak perusahaan dapat dikatakan sudah berjalan cukup baik, baik itu inovasi produk, inovasi proses maupun inovasi pemasaran.

Adapun penjelasan dari masing-masing kegiatan Inovasi yaitu sebagai berikut :

1. Inovasi Produk

Indikator yang bisa dinilai bahwa inovasi produk sudah berjalan dengan baik di IKM Amay Sasirangan yaitu terlihat dari jenis motif yang dihasilkan cukup beragam, kemudian kualitas produk dilihat dari jenis bahan yang digunakan juga cukup beragam sehingga produk yang dihasilkan dijual dengan harga yang lebih bervariasi mengikuti kualitas bahan yang digunakan dan motif dari kain sasirangannya. Selain itu kemasan produk yang digunakan oleh IKM Amay Sasirangan juga cukup beragam ada kemasan yang menggunakan plastik biasa, ada juga yang menggunakan kemasan kotak yang terbuat dari karton sehingga menambah daya tarik dari produk yang dihasilkan.

2. Inovasi Proses

Inovasi proses juga dapat dikatakan sudah berjalan dengan cukup baik karena kegiatan proses produksi yang dilakukan sangat beragam menyesuaikan jenis dan motif sasirangan yang dibuat. Walaupun dilihat dari segi pemanfaatan teknologi dalam proses produksi dapat dikatakan belum berjalan karena semua aktivitas

proses produksi masih berjalan secara manual, sehingga efektifitas dan efisiensi belum bisa tercapai secara maksimal.

3. Inovasi Pemasaran

Sementara untuk inovasi pemasaran juga dapat dikatakan sudah berjalan dengan cukup baik karena IKM Amay Sasirangan didalam memasarkan produk menerapkan konsep strategi marketing mix yaitu strategi pemasarannya dilakukan secara tersistematis dan terintegrasi mulai dalam hal merencanakan produk, menetapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk barang yang dihasilkannya sudah berjalan walaupun pada pelaksanaannya masih belum begitu maksimal. Ketidak masimalan ini dilatarbelakangi oleh pemahaman dari Owner atau pemilik IKM Amay sasirangan tentang bagaimana merencanakan produk, menetapkan harga serta mempromosikan produk yang dihasilkannya masih tergolong terbatas ditambah lagi sebagian besar kualitas Sumberdaya manusia yang dimilikinya juga masih tergolong rendah sehingga cara mengesekusi peluang (Opurtunity) masih terbatas. Selain itu tenaga kerja yang dilibatkan terutama dalam kegiatan produksi masih banyak melibatkan tenaga kerja ibu ibu rumah tangga yang notabene bukan tenaga kerja terbimbing & profesional .

4. Kinerja Perusahaan

Dalam penelitian kinerja diukur melalui tiga indikator yaitu Perkembangan modal, perkembangan penjualan, Perkembangan perkembangan segmentasi pasar. Dari hasil penjelasan pemilik atau pimpinan perusahaan melalui wawancara yang dilakukan oleh peneliti terlihat dengan jelas bahwa ketiga indikator kinerja semuanya mengalami perkembangan.

Adapun penjelasan secara rinci yaitu sebagai berikut :

1) Perkembangan Modal

Sejalan dengan terus berjalannya waktu usaha yang dijalankan oleh IKM Amay sasirangan terus mengalami perkembangan hal ini ditandai dengan perkembangan modal yang dimilikinya terus berkembang. Kalau dilihat dari proses awal berdirinya perusahaan dimana pada saat itu usaha dijalankan dengan modal yang seadanya sehingga aktivitas usaha dijalankan bertempat dirumah tinggal pribadi, lalu kemudian berlanjut dirumah kontrakan dan sampai pada saat ini IKM amay Sasirangan sudah memiliki gedung permanen yang cukup mewah dan semua aktivitas usaha yang dijalankan dilakukan digedung tersebut. Sumber pendanaan dari pembangunan gedung tersebut diperoleh dari pinjaman Bank namun pembayaran angsuran pokok dan bunga pinjaman diperoleh dari hasil keuntungan usaha IKM Sasirangan. Dengan demikian usaha yang dijalankan oleh IKM Amay sasirangan memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga memiliki kemampuan untuk membayar kewajiban keuangannya berupa angsuran pokok dan bunga pinjaman pada bank. Itulah sebabnya dengan kemampuan yang dimiliki sehingga lembaga perbankan memiliki kepercayaan yang tinggi untuk memberikan pinjaman pada IKM Amay sasirangan.

2) Perkembangan penjualan

Perkembangan penjualan yang peneliti maksudkan disini adalah pertumbuhan omzet penjualan yang terjadi pada IKM Amay

sasirangan dari waktu-kewaktu. Berdasarkan hasil penjelasan yang diperoleh oleh peneliti melalui kegiatan wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan pemilik atau pimpinan IKM Amay sasiranga diperoleh gambaran bahwa realisasi omzet penjualan selama ini terus tumbuh dan berkembang dari waktu-kewaktu. Salah satu implikasi dari pertumbuhan omzet penjualan itu terlihat dari pertumbuhan modal yang juga terus tumbuh dari waktu-kewaktu. Tumbuhnya permodalan yang dimiliki oleh IKM Amay sasirangan sudah barang tertentu bermula dari pertumbuhan omzet penjualan. Dengan tumbuhnya omzet penjualan maka pendapatan yang diperoleh oleh perusahaan juga dengan sendirinya mengalami peningkatan sehingga peluang untuk mendapatkan keuntungan yang besar juga akan terbuka luas. Bilamana perusahaan mampu memperoleh keuntungan yang besar dengan sendirinya akan mampu memberikan kontribusi yang besar dalam pengembangan jumlah modal bagi perusahaan.

- 3) Perkembangan segmentasi pasar
 Segmentasi pasar yang peneliti maksudkan disini adalah kelompok pelanggan yang membeli atau yang mengkonsumsi produk kain sasirangan yang dihasilkan oleh IKM Amay sasirangan. Berdasarkan hasil penjelasan dari pemilik atau pimpinan IKM Amay sasirangan saat dilakukan wawancara segmentasi yang dilayani perusahaan juga terus berkembang terutama segmentasi pasar dilihat dari jenis kelamin,

Usia, status sosial ekonomi, propesi maupun institusi.

- (1) Segmentasi pasar dilihat dari segi jenis kelamin
 - (2) Segmentasi pasar dilihat dari usia
 - (3) Segmentasi pasar dilihat Status Sosial Ekonomi
- .IKM Amay sasirangan didalam memasarkan produknya melayani semua segmentasi pasar baik itu masyarakat miskin, masyarakat menengah sampai kepada masyarakat kelas atas (orang kaya). Itulah sebabnya produk yang dihasilkan oleh IKM Amay sasirangan sangat variatif baik dari segi kualitas bahan, motif dan ukuran.

Hal itu dilakukan dalam rangka memenuhi permintaan segmentasi pasar yang berbeda beda.

- 1.) Tantangan yang dihadapi
 Melihat situasi dan kondisi yang ada dimana kain sasirangan tidak hanya dikenal dikawasan kalimantan selatan semata tapi sudah dikenal pada lepel Nasional dan bahkan Internasional terutama Negara malaysia, Singapur dan Brunei Darussalam. Apresiasi masyarakat terhadap kain sasirangan pada saat sekarang ini tergolong sudah cukup baik hal ini terlihat dari banyaknya masyarakat yang menggunakan kain Sasirangan pada saat event event tertentu baik pada saat acara resepsi perkawinan, hari jadi kota ,kabupaten maupun hari jadi provinsi Kalimantan Selatan. Selain itu saat acara vesion show digelar tidak sedikit dari kalangan desiner menggunakan bahan kain sasirangan sebagai bahan pakaian

jadi yang di pragikan oleh para pragawan maupun pragawati. Melihat tingginya apresia masyarakat terhadap keberadaan kain sasirangan menuntut pengusaha pengrajin kain Sasirangan termasuk IKM amay sasirangan untuk terus berkreasi dan berinovasi agar mampu melahirkan motif motif sasirangan yang lebih menarik dengan bahan yang lebih berkualitas, apalagi dengan masuknya kain sasirangan buatan cina dipasar Indonesia khususnya di Kalimantan Selatan secara otomatis akan menjadi tantangan bagi pengusaha pengrajin kain Sasirangan termasuk IKM Amay sasirangan. Selain itu kemajuan teknologi informasi juga merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi oleh IKM Amay sasirangan sehingga IKM Amay sasirangan dapat beradaptasi terhadap perubahan perubahan yang terjadi terutama mampu memanfaatkan kemajuan teknologi informasi sebagai media untuk mempromosikan dan memasarkan produk sasirangan yang dihasilkannya. Sehingga dengan demikian kain sasirangan yang dihasilkan oleh IKM Amay sasirangan selain bisa dikenal luas oleh masyarakat akan tetapi dapat melayani pembelian secara jarak jauh terutama pelanggan yang berada diluar kota Banjarmasin.

PENUTUP

1. IKM Amay sasirangan adalah industri kecil menengah yang menghasilkan suatu produk jadi yang diberi nama kain sasirangan.
2. IKM Amay sasirangan berlokasi di Jalan Seberang masjid kelurahan

seberang masjid Kecamatan Banjarmasin utara kota Banjarmasin Kalimantan Selatan.

3. Kegiatan Inovasi produk sudah berjalan dengan baik hal ini ditandai dengan jenis variasi produk yang dihasilkan sudah sangat variatif baik dari segi motif, bahan maupun kemasan produk.
4. Kegiatan inovasi proses sudah berjalan namun belum maksimal karena aktivitas proses produksi dilakukan selama masih sangat manual belum ada upaya untuk menggunakan mesin printing sebagai sarana produksi sehingga efektifitas dan efesiensi belum terealisasi dengan baik.
5. Kegiatan Inovasi Pemasaran sudah berjalan dengan baik karena instrumen kegiatan pemasaran dilakukan melalui berbagai pendekatan baik dilakukan secara manual maupun menggunakan media internet atau media sosial yaitu FB, Twiter, WA dan lain sebagainya.
6. Kinerja perusahaan diukur melalui indikator perkembangan Modal, perkembangan omzt penjualan maupun perkembangan segmentasi Pasar dapat dikatakan mengalami peningkatan dari waktu-kewaktu.
7. Tantangan yang dihadapi oleh IKM Amay sasirangan didalam menjalankan aktivitas usahanya yaitu masuknya produk kain sasirangan dari Cina di pasaran Indonesia terutama di pasar provinsi Kalimantan Selatan, Kemajuan teknologi informasi yang begitu cepat sehingga membutuhkan penyesuaian yang lebih cepat, kualitas sumberdaya manusia yang masih relatif rendah sehingga membutuhkan waktu untuk membangun skill dan kapasitasnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (1989). *Managiing assets and Skills: the key to a sustainable competitive Adva tage, California*

- Management Review*, 31, 2: 91-106.
- Agarwal,S.,Erramili,M.K and Dev,C.2003 Market Orientation and Performance in Service Firms : Role Of Innovation, *Journal of Service Marketing*,17. 68-82.
- Amabile, (1996) Recient research has highlighted the importance of employee creativity in contributing to organizational innovation, effectiveness, and survival,Westview Press, Boulder, Colorado, ISBN 0-8133-2877-6 (hardcover), bibliographic and general indexes, 317pp.96; .
- Amabile, T.M., 1998. How to kill creativity. *Harvard Business Review* (September/October), 76–87.
- Auh, S., & Menguc, B. (2005). Top management team diversity and innovativeness: The moderating role of interfunctional coordination. *Industrial Marketing Management*, 34(3), 249–261.
- Avlonitis, G., and Salavou, H. 2007 Entrepreneurial Orientation of SMES, Product Innovativeness, and Performance, *Journal of Bussines Reseacch*, 60 : 566-575.
- Calantone.R.J., Cavusgil, S. Tamer and Zhao Yushan. 2002. Lerning Orientation, Firm Innovation Capabality, and Firm Performance. *Industrial Marketing Management* 31 : 515 – 524
- Cooper, J.R. 1998. A Multidimensional Approach to the Adoption of Innovation. *Management Decision* 36 (8), 493 – 502
- Covin and Slevin, 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Bening Environments, *Strategic Management Journal* 10 : 75-87
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: a meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, Vol. 34 No. 3, pp. 555-90.
- Droge, Cornelia & Shownee Vickrey. 1994. Source and Outcomes of Competitive Advantage: An Explanory Study in The Furniture Industry. *DecisionSciences*. p.669-689
- Ferdinand.Augusty,(2006) Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen : Aplikasi Model-model Rumit dalam Penelitian untuk Tesis Magister dan Desertasi Doktor, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang
- Han, J.K., Kim, N., and Srivastava, R.K. 1998. Market Orientation and Organizational Performance : Is Innovation a Missing Link ? *Journal of Marketing* 624 : 30-45
- Huanga Shihping Kevin ,and Yu-Lin Wangb ,(2011) Entrepreneurial orientation, learning orientation, and innovation in small and medium enterprises *Procedia Social and Behavioral Sciences* 24 (2011) 563–570 7th International Strategic Management Conference
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F., and Knight, G.A. 2004. Innovativeness : Its Antecedents and Impact on Business Performance. *Industrial Marketing and Management* 33 : 429 – 438
- Hurley, R.F. and Hult, G.T.M., and Knight, G.A. 2003. Innovativeness : Its antecedents and Impact on Business Performance, *Industrial Marketing Management*, 33, 4 : 29-38

- Kotler, P. (2002), *Marketing Management*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ
- Lau Cm, Ngo Hy. 2004. *The HR System, Organizational Culture, and Product Innovation*, *Inter.Bus.Rev.* 13 : 685-703
- Li, H, Atuagene-Gima, K., 2001. *Product Innovation Strategy and The Performance of New Technology Ventures in China*. *Academy of Management Journal* 44 (6), 1123-1134
- Lukas, B. and Ferrell, O. 2000. *The Effect of Market Orientation on Product Innovation*, *Journal of The academy of Marketing Science* 28 (2) : 39-47
- Mavonddo, F., Chimhanzi, J., & Stewart, J. (2005). *Learning orientation and market orientation: relationship with innovation, human resource practices and performance*. *Journal of European Marketing*, 39(11/12), 1235-1263.
- Nasution Hanny N. ,Felix T. Mavondo , Margaret Jekanyika Matanda, Nelson Oly Ndubisi *Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation And as antecedents to innovation and customer value Industrial Marketing Management* 40 (2011) 336–345
- OECD, 2005. *Oslo Manual : Proposed Guidelines For Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*.
- Porter, Michael E. and Klaus Schwab. 2008. *The Global Competitiveness Reportt 2008-2009*. World Economic Forum, Geneva, Switzerland
- Rahab dan Sudjono (2012) *Pengembangan Kapabilitas Keinovasian IKM Berbasis Pada Orientasi Kewirausahaan Dan Pembelajaran Organisasional*. *Jurnal Inovasi & Kewirausahaan*, Vol. 01 No. 01.
- Rogers, E. M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press
- Russel, Robert D. 1989. *How Organizational Culture Can Help to Institutionalize The Spirit of Innovation in Entrepreneurial Ventures*, *Journal of Organizational Change Management* 2 (3) : 7-15
- Satyagraha, Hadi. 1994. "Keunggulan Bersaing dan Aliansi Strategis: Resefinisi SWOT". *Usahawan*. No.4,Th.XXIII.
- Teece.D. and Pisano,G, 1994. *The Dynamic Capabilities of Firm : An Introduction, The Political Economy of Science, Technology and Innovation*, Oxford University Press, 1994.
- Utterback James M.,(1994) ,*Mastering the Dynamics of Innovation* Paperback 16 customer reviews ISBN-13: 978-0875847405 ISBN-10: 0875847404
- Wahyono. 2002. *Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran*, *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, Vol.1, No.1, Mei. Semarang.