

ORIENTASI WIRAUSAHA DAN KEUNGGULAN BERSAING DARI PERSPEKTIF INOVASI DAN NETWORK (Studi Pada Sub Sektor Industri Kreatif di Pekalongan)

Wahjono¹, Anton Sujarwo²
AMIK Jakarta Teknologi Cipta Semarang
wahyono.amikjtc@gmail.com

ABSTRAK

Industri kreatif mempunyai kontribusi ekonomi yang signifikan, karena dapat menciptakan iklim bisnis yang positif, memperkuat citra dan identitas bisnis, mendorong pemanfaatan dan penggunaan sumberdaya yang terbarukan (pusat untuk penciptaan inovasi dan kreatifitas), dan mempunyai dampak sosial yang positif. Namun demikian industri kreatif dalam perkembangannya masih menghadapi banyak permasalahan, terutama dalam hal daya saing. Setelah menginvestigasi pentingnya industri kreatif dan fenomena permasalahan berdasarkan penelitian terdahulu maka penelitian tentang industri kreatif dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing sangat penting untuk dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi wirausaha, kemampuan inovasi, dan network terhadap keunggulan bersaing industri kreatif di Kota/Kab Pekalongan. Penelitian ini juga bertujuan untuk menganalisis hubungan sebab akibat diantara orientasi wirausaha, kemampuan inovasi, dan network terhadap keunggulan bersaing industri kreatif di Kota/Kab Pekalongan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik multivariat *Struktural Equation Model* (SEM). Sampel dalam penelitian ini sebanyak 103 orang yang merupakan para pengusaha industri kreatif di kabupaten dan kota Pekalongan. Sebagai alat analisis dan estimasi, peneliti menggunakan perangkat lunak komputer LISREL 8.8 untuk analisis SEM. Berdasarkan hasil pengujian dan analisis SEM, maka dapat disimpulkan bahwa orientasi wirausaha berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing, kemampuan inovasi berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing, jejaring berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing, dan orientasi wirausaha berpengaruh secara tidak langsung terhadap keunggulan bersaing pada industri kreatif melalui kemampuan inovasi dan jejaring.

Kata kunci : Industri Kreatif, Orientasi Wirausaha, Inovasi, Jejaring, Keunggulan Bersaing

1. PENDAHULUAN

Konsep Ekonomi Kreatif sendiri merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya.

Sektor industri kreatif diharapkan dapat menumbuhkan wirausaha baru dari kalangan generasi muda yang mampu melahirkan inovasi-inovasi baru dalam pengembangan produk nasional. Saat ini pemerintah sedang berupaya memberi kemudahan akses bagi para wirausaha baru kreatif terhadap sumber pembiayaan untuk membantu memulai bisnis-nya. Industri kreatif dalam ruang lingkup kecil lebih banyak menjadi industri jasa di mana kreator melayani klien.

Jumlah pelaku pada sektor ekonomi kreatif pada tahun 2013 mencapai angka 11.872.428 orang. Jumlah ini apabila dibandingkan dengan tahun lalu,

yaitu 11.799.568 orang, maka diperoleh indikasi bahwa telah terjadi pening-katan sebesar 0,62%. Data pada tahun 2010 dan 2011 pun menunjukkan bahwa sektor ekonomi kreatif mampu menunjukkan pening-katan progresif dari tahun ke tahun secara stabil hingga tahun 2013 (BPS, 2013). Peningkatan nilai ekspor di Indonesia, khususnya kontribusi ekonomi kreatif. Aktivitas ekspor di Indonesia pada tahun 2013 meningkat 4,03% dengan pencapaian 2.079.941.326 juta rupiah. Dari angka tersebut, sebesar 118.968.031,8 juta rupiah diantaranya dikontribusikan oleh sektor ekonomi kreatif yang tumbuh 8,01%. Kemu-dian, ditemukan pula kesamaan perkembangan positif penyerapan tenaga kerja dengan jumlah usaha yang ada di Indonesia. Di tahun 2013 lalu, terdapat 56.007.862 unit jumlah usaha di Indonesia. Jumlah unit usaha tersebut mening-kat 0,89% dibandingkan dengan jumlah 55.510.746 unit pada tahun 2012. Khusus sektor ekonomi kreatif, terjadi pertumbuhan

sebesar 0,41% dimana dari angka 5.398.162 unit di tahun 2012 meningkat menjadi 5.420.165 unit pada tahun 2013. Pada saat tersebut, sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi sebesar 641.815,4 miliar (persentase mencapai 7,05%). Kontribusi ini menempatkan sektor ekonomi kreatif di peringkat ketujuh dari 10 sektor ekonomi dengan persentase mencapai 7,05%. Sektor ekonomi kreatif sendiri mengalami peningkatan 10,9% dimana pada tahun 2012 silam, kontribusi yang diberikan sebesar 578.760,6 miliar rupiah.

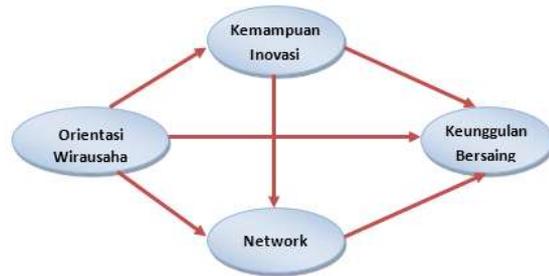
Namun demikian industri kreatif dalam perkembangannya masih menghadapi banyak permasalahan. Permasalahan wirausaha yang bergerak dalam industri kreatif adalah mereka menjalankan bisnisnya secara tradisional dan merasa nyaman dengan metode ini. Mereka menjalankan bisnisnya dengan modal yang minimal, kemampuan manajerial yang terbatas, demikian juga dalam hal inovasi dan kemampuan memasarkan (Widiastuti, 2012) menjelaskan.

Kemudian, Setyorini dkk (2013) hasil penelitiannya menemukan bahwa kesuksesan usaha kecil menengah pada industri batik di Jawa Tengah bagian selatan menyarankan para wirausaha harus lebih memperhatikan untuk memperbaharui strategi pemasaran, menggunakan teknologi maju, dan meningkatkan akses permodalan. UKM membutuhkan untuk mengembangkan kemampuan sumberdaya manusianya dan teknologinya untuk memperbaiki kapasitas inovasi dan daya saing.

Penelitian dari Artiningsih dkk (2010) menyarankan bahwa industri kreatif di Semarang, akan meningkatkan keunggulan bersaing jika mereka dapat mengintegrasikan potensi sosial, ekonomi, dan budaya secara cerdas dengan mengakomodasi pengembangan ekonomi lokal. Ade Iriani (2013) mengidentifikasi tentang posisi strategis industri batik yang bertentangan dengan struktur industri UKM dan kemampuan manajemen dan produksinya. Masalah utama berkaitan dengan struktur industri batik adalah rata mereka berupa industri rumahan yang dilakukan secara tradisional. Sebagai industri kreatif UKM batik seharusnya menciptakan inovasi dalam motifnya untuk menarik pembeli dan berkompetisi dengan industri garmen lain. Walaupun struktur seperti itu tidak ada dalam UKM batik. Sebagai tambahan terhadap

ketidakcukupan sumber daya manusia, ada juga beberapa isu lain seperti modal, bahan baku, pemasaran, partnerships, dan teknologi

Setelah menginvestigasi pentingnya industri kreatif dan fenomena permasalahan berdasarkan penelitian terdahulu maka penelitian tentang industri kreatif dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing sangat penting untuk dilakukan. Dalam penelitian ini diajukan model penelitian sebagai berikut :



Gambar 1. Model Penelitian Keunggulan Bersaing Industri Kreatif

Berdasarkan model di atas, maka penelitian ini bertujuan melakukan suatu studi empiris untuk mengetahui (1) bagaimana orientasi wirausaha, kemampuan Inovasi, dan network berpengaruh pada keunggulan bersaing industri kreatif di Kota/Kab Pekalongan? dan (2) bagaimana hubungan sebab akibat diantara orientasi wirausaha, kemampuan inovasi, dan network terhadap keunggulan bersaing industri kreatif di Kota/Kab Pekalongan.

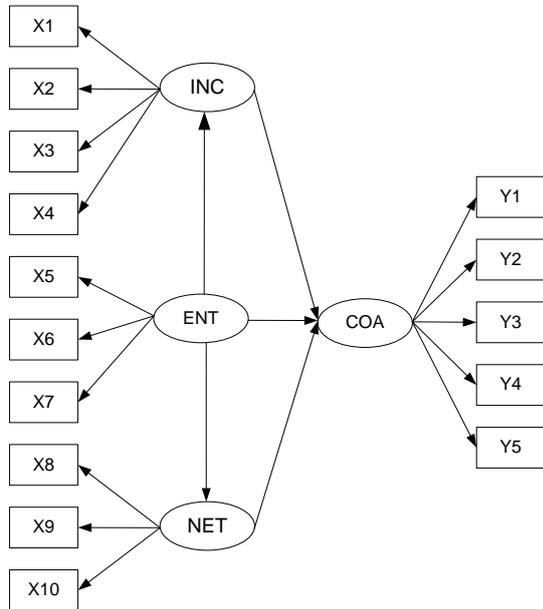
2. METODE PENELITIAN

2.1. Model Analisis

Variabel laten dalam penelitian ini ada 5 yaitu *Entrepreneurship* (orientasi wirausaha), *Inovation Capability* (kemampuan inovasi), dan *Network* (jejaring), dan *Competitive Advantage* (keunggulan bersaing).

Entrepreneurship merupakan variabel independen eksogen terhadap variabel *Inovation Capability* dan *Network*. Sedangkan variabel *Inovation Capability*, *Network*, dan *Entrepreneurship* merupakan variabel *exogen* yang mempengaruhi secara langsung variabel *Competitive Advantage*. Variabel laten *Entrepreneurship* (ENT) diukur oleh variabel manifest X1, X2, dan X3. Variabel laten *Inovation Capability* (INC) diukur oleh variabel manifest X4,

X5, X6, dan X7. Variabel laten *Network* (NET) diukur oleh variabel manifest X8, X9, dan X10. Variabel laten *Competitive Advantage* (COA) diukur oleh variabel manifest Y1, Y2, Y3, Y4, dan Y5.



Gambar 2. Model Analisis Keunggulan Bersaing Industri Kreatif

Keterangan

INC = *Innovation Capability*

- X1 = Inovasi Produk
- X2 = Inovasi Proses
- X3 = Inovasi Manajemen
- X4 = Inovasi Pemasaran

ENT = *Entrepreneurship*

- X5 = Daya Inovasi
- X6 = Tingkat Proaktif
- X7 = Keberanian mengambil risiko

NET = *Network*

- X8 = *Sharing* & akses antar anggota
- X9 = Sosial budaya perusahaan
- X10 = Kepercayaan diantara anggota

COA = *competitive advantage*

- Y1 = Meningkatnya *market share*
- Y2 = Pertumbuhan aset perusahaan
- Y3 = Kemampuan kompetitif
- Y4 = Biaya produksi lebih rendah
- Y5 = Keunikan produk

2.2. Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang merupakan para pengusaha industri

kreatif di kabupaten dan kota Pekalongan. Teknik *sampling* dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu peneliti membagikan kuesioner kepada orang yang memenuhi kriteria yang ditetapkan yaitu pemilik/manajer perusahaan industri kreatif.

2.3. Teknik Analisa Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik multivariat *Structural Equation Model* (SEM). Sebagai alat bantu analisis dan estimasi, peneliti menggunakan perangkat lunak yang digunakan untuk analisis SEM. Langkah-langkah untuk menganalisis dengan menggunakan perangkat lunak adalah:

1. Pengembangan Model Berbasis Konsep dan Teori

Langkah awal dalam SEM adalah pengembangan model hipotetik, yaitu suatu model yang dibangun berdasarkan justifikasi teori atau konsep. Setelah itu model diverifikasi berdasarkan data empirik melalui SEM. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa SEM tidak dapat digunakan untuk menghasilkan sebuah model, melainkan digunakan untuk mengkonfirmasi model hipotetik, melalui data empirik (Solimun, 2002).

2. Mengkonstruksi Diagram Path

Diagram Path sangat bermanfaat untuk menunjukkan alur hubungan kausal antara variabel exogen dan variabel endogen (Solimun 2002). Diagram path divisualisasikan ke dalam gambar sehingga lebih mudah melihatnya dan lebih menarik.

3. Konversi Diagram Path ke Model Struktural

Dalam tahap ini mengkonversikan diagram path ke dalam model matematika (Solimun, 2002).

4. Uji Validitas Instrumen

Dalam tahap ini menguji hubungan antara indikator dan konstruk dengan menguji nilai *t* dan *standardized factor loading* setiap indikator yang mengukur konstruk. Setiap konstruk diuji satu per satu. Suatu konstruk dikatakan valid apabila nilai *t* dan *standardized factor loading* berada diatas nilai kritis, yakni 1,96 dan 0,30 (Juniarti, 2001). Nilai *t* menunjukkan tingkat signifikansi hubungan antara indikator dan konstruknya (Ghozali dan Fuad, 2005).

5. Uji Hipotesis

Dalam tahap ini menguji hipotesis yang telah diajukan. Hipotesis diterima bila nilai *t* dan nilai koefisien konstruk yang mempe-ngaruhinya berada diatas nilai kritis 1,96 dan 0,30. Semakin tinggi nilai tersebut berarti persamaan yang diajukan mempunyai hubungan pengaruh yang semakin kuat (Ghozali dan Fuad, 2005).

6. Evaluasi *Goodness-of-fit*

Secara garis besar uji *Goodness-of-fit* dipilah menjadi 3 hal, yaitu:

a. Uji kesesuaian *overall model*

Model dikatakan *fit* bila pengembangan model hipotetik secara konseptual dan teoritis didukung oleh data empirik, dalam tahap ini digunakan *Goodness of Fit Index* (GFI), *Normed Fit Index* (NFI), *Comparative Fit Index* (CFI). GFI, NFL dan CFI (Solimun, 2002).

b. Uji kesesuaian model pengukuran

Suatu variabel dikatakan mempunyai validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya, jika nilai *t* muatan faktornya (*factor loading*) lebih besar dari nilai kritis (>1,96) dan muatan faktor standarnya (*standardized factor loadings*) lebih besar atau sama dengan 0,30. Untuk menguji reliabilitas, dalam SEM digunakan *Construct Reliability* (CR) dan *Variance Extracted* (VE). Reliabilitas konstruk yang baik jika nilai *construct reliability* $\geq 0,70$ dan nilai *variance extracted* $\geq 0,50$ (Solimun, 2002).

c. Uji kesesuaian model struktural

Untuk mengetahui keakuratan model struktural dalam kaitannya dengan prediksi yang akan dilakukan dapat diperiksa melalui koefisien determinasi. Seperti dalam analisa regresi, nilai *R*² berkisar dari 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Model dikatakan baik bila nilainya mendekati 1 (Solimun, 2002).

7. Interpretasi Model

Pada tahap ini, dilakukan interpretasi terhadap hasil analisa. Jika model cukup baik maka dilakukan analisa terhadap hasil uji hipotesa dan uji kesesuaian model. Jika model belum baik, maka perlu diadakan modifikasi dengan melihat indeks modifikasi yang tersedia pada program. Sebuah nilai indeks model modifikasi meunjukkan bila model tersebut dimodifikasi (misalnya ditambah jalur hubungannya atau sebaliknya dihilangkan),

maka nilai *Chi-Square* akan turun sebesar nilai tersebut (Solimun, 2002).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Normalitas

Data dengan sample besar (103), berdasarkan dalil limit pusat (*Central Limit Theorm*), yaitu bilamana *n* (sample size) besar, maka statistik dari sampel tersebut akan men-dekati distribusi normal (Solimun 2003:79). Jumlah sampel yang dianalisa dalam penelitian ini berjumlah 103 orang yang berarti termasuk kategori sampel besar dan memenuhi dalil limit pusat. Dengan demikian terpenuhinya dalil limit pusat maka dapat dikatakan bahwa model penelitian telah memenuhi asumsi normalitas.

The figure displays three separate correlation matrices. The first matrix shows correlations between variables X1 through X10. The second matrix shows correlations between variables X7, X8, X9, X10, Y1, and Y2. The third matrix shows correlations between variables Y3, Y4, and Y5. Each matrix is a lower triangular matrix with 1.000 on the diagonal.

	X1	X2	X3	X4	X5	X6
X1	1.000					
X2	0.445	1.000				
X3	0.452	0.509	1.000			
X4	0.535	0.398	0.750	1.000		
X5	0.374	0.433	0.489	0.603	1.000	
X6	0.454	0.200	0.302	0.322	0.584	1.000
X7	0.452	0.461	0.588	0.639	0.528	0.388
X8	0.430	0.355	0.540	0.463	0.449	0.187
X9	0.506	0.477	0.332	0.397	0.461	0.310
X10	0.470	0.399	0.493	0.430	0.424	0.292
Y1	0.548	0.386	0.389	0.399	0.261	0.447
Y2	0.520	0.267	0.298	0.424	0.210	0.177
Y3	0.203	0.211	0.348	0.296	0.063	0.090
Y4	0.405	0.323	0.284	0.375	0.310	0.335
Y5	0.436	0.221	0.387	0.386	0.399	0.445

	X7	X8	X9	X10	Y1	Y2
X7	1.000					
X8	0.517	1.000				
X9	0.332	0.376	1.000			
X10	0.425	0.412	0.557	1.000		
Y1	0.569	0.246	0.345	0.425	1.000	
Y2	0.351	0.260	0.475	0.480	0.522	1.000
Y3	0.389	0.377	0.073	0.095	0.302	0.090
Y4	0.277	0.269	0.517	0.575	0.296	0.593
Y5	0.399	0.456	0.284	0.480	0.416	0.330

	Y3	Y4	Y5
Y3	1.000		
Y4	0.034	1.000	
Y5	0.298	0.451	1.000

Gambar 3. Matriks Korelasi antar Variabel
Sumber : data yang diolah LISREL 8.8

Berdasarkan *Correlation Matrix* pada Gambar 3 dapat dilihat nilai korelasi antar variabel indikator dalam penelitian ini. Nilai korelasi antar variabel indikator dalam penelitian ini semuanya berada di bawah 0,8. Sehingga dapat dikatakan bahwa model dalam penelitian ini bebas dari multikolinieritas.

3.2. Uji Validitas

Ada dua hal yang dilakukan dalam pengujian validitas yaitu pemeriksaan terhadap nilai *t* dan pemeriksaan terhadap tingginya muatan faktor standar atau λ (*standardized loading factor/SLF*). Berdasarkan Tabel 1 terlihat bahwa hampir semua indikator dalam penelitian ini memiliki nilai

muatan faktor standar (*standardized loading factor/SLF*) dan nilai *t* yang berada di atas batas kritis (0,30 untuk muatan faktor standar dan 1,96 untuk nilai *t*). Pada hasil estimasi awal dari analisis path, maka model awal dimodifikasi ulang dengan tidak melibatkan variabel Y1, Y2, dan Y3.

Tabel 1. *Standardized loading factor (SLF) dan t-value* variabel indikator terhadap variabel laten

Variabel Indikator	Standardized Loading Factor	t – value
X1	0.37	2.85
X2	0.57	5.88
X3	0.78	8.90
X4	0.83	9.57
X5	0.67	6.84
X6	0.44	3.27
X7	0.72	7.38
X8	0.22	1.57
X9	0.66	6.72
X10	0.77	7.94
Y4	0.72	4.41
Y5	0.58	4.70

Sumber : data yang diolah LISREL 8.8

Berdasarkan Tabel 1 semua nilai *SLF* berada di atas batas kritis 0.30, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, X3, dan X4 terbukti valid sebagai variabel indikator bagi variabel laten INC (*Inovation Capability* atau Kemampuan Inovasi). Variabel X5, X6, dan X7 terbukti valid sebagai variabel indikator bagi variabel laten ENT (*Entrepreneurship Capability* atau Kemampuan Kewirausahaan). Variabel X9 dan X10 terbukti valid sebagai variabel indikator bagi variabel laten NET (*Networking Capability* atau Kemampuan membangun jejaring), kecuali variabel X8 tidak valid. Variabel Y4 dan Y5 terbukti valid sebagai variabel indikator bagi variabel laten COA (*Competitive* atau Kemampuan Bersaing).

Berdasarkan Tabel 1 semua nilai *t* (*t-value*) dan λ dari ketiga indikator variabel laten INC berada di atas nilai kritis (1.98 atau 2). Hal itu menunjukkan bahwa variabel X1, X2, X3, dan X4 memiliki hubungan yang signifikan dan mampu mewakili variabel laten INC.

Variabel X5, X6, dan X7 memiliki hubungan yang signifikan dan mampu mewakili variabel laten ENT. Variabel X9 dan X10 memiliki hubungan yang signifikan dan mampu mewakili variabel laten NET, kecuali variabel X8. Variabel Y4 dan Y5

memiliki hubungan yang signifikan dan mampu mewakili variabel laten COA.

3.3. Uji Realibilitas

Pada Tabel 2, dapat dilihat bahwa nilai *measurement error* tiap variabel indikator bervariasi besarnya dimana nilai *measurement error* tertinggi adalah indikator X6 sebesar 1,10 dan nilai *measurement error* terendah adalah indikator Y4 sebesar 0,33.

Tabel 2. Hasil *Error Variance*

Variabel Indikator	Parameter Estimate (<i>Error Variance</i>)
Y4	Errorvar.= 0.80 , R ² = 0.51 (0.19) 4.14
Y5	Errorvar.= 0.87 , R ² = 0.34 (0.15) 5.88
X1	Errorvar.= 1.00 , R ² = 0.39 (0.15) 6.58
X2	Errorvar.= 0.63 , R ² = 0.32 (0.096) 6.61
X3	Errorvar.= 0.44 , R ² = 0.61 (0.085) 5.31
X4	Errorvar.= 0.35 , R ² = 0.68 (0.076) 4.66
X5	Errorvar.= 0.45 , R ² = 0.44 (0.076) 5.73
X6	Errorvar.= 1.07 , R ² = 0.15 (0.15) 6.94
X7	Errorvar.= 0.38 , R ² = 0.51 (0.075) 5.10
X8	Errorvar.= 0.82 , R ² = 0.36 (0.12) 6.68
X9	Errorvar.= 1.06 , R ² = 0.44 (0.19) 5.67
X10	Errorvar.= 0.72 , R ² = 0.60 (0.17) 4.17

Sumber : data yang diolah LISREL 8.8

Pengujian reliabilitas bisa dihitung dengan menggunakan *construct reliability* dan *variance extracted* dengan mengambil data berupa *standardized factor loading* dan *measurement error* yang terdapat dalam output LISREL. Reliabilitas dihitung dengan formula *Variance Extract* dan *Construct Reliability* dengan rumus sbb (Hair, et.al, 2007 yang dikutip Setyo, 2008:66):

$$\text{Construct Reliability} = \frac{(\sum \text{Standardized Loading})^2}{(\sum \text{Standardized Loading})^2 + (\sum \text{Measurement Error})}$$

$$\text{Variance Extracted} = \frac{\sum \text{Standardized Loading}^2}{\sum \text{Standardized Loading}^2 + (\sum \text{Measurement Error})}$$

Berikut ini adalah nilai dari *construct reliability* dan *variance extracted* yang disajikan secara lengkap dalam **Tabel 3**.

Tabel 3. Nilai *Construct reliability* dan *Variance extracted*

Variabel Laten	Parameter		Kesimpulan
	Construct Reliability	Variance Extracted	
INC	0,75	0,60	Reliable
ENT	0,76	0,63	Reliable
NET	0,78	0,67	Reliable
COA	0,75	0,61	Reliable

Sumber : data yang diolah LISREL 8.8

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai *construct reliability* di atas batas 0.70, dan nilai *variance extract* di atas batas 0.5, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa reliabilitas semua variabel laten konstruk telah terpenuhi. Dengan kata lain hasil pengukuran reliabilitas dengan menggunakan dua parameter, dapat dibuktikan bahwa semua variabel laten dalam penelitian ini terbukti reliabel.

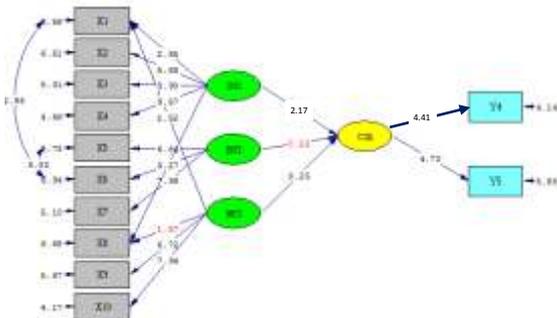
3.4. Uji Hipotesis

Hipotesis diterima jika nilai *t* dan nilai koefisien konstruk yang mempengaruhinya berada di atas nilai kritis 1,96 dan 0,30. Semakin tinggi nilai tersebut berarti persamaan yang diajukan mempunyai hubungan pengaruh yang semakin kuat (Ghozali dan Fuad, 2005).

Persamaan struktural

$$\text{COA} = 0.73 \cdot \text{INC} + 0.28 \cdot \text{ENT} + 0.83 \cdot \text{NET} \quad R^2 = 0.81$$

2.17 0.223.250.92



Gambar 4. Model penelitian hasil modifikasi

a. Hipotesis 1 :

Diduga orientasi wirausaha berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing pada industri kreatif.

Berdasarkan persamaan struktural di atas, terlihat bahwa nilai *t* variabel laten ENT berada di bawah batas kritis 1,96, yaitu sebesar 0,22 Hal ini membuktikan bahwa tidak adanya suatu pengaruh antara variabel orientasi kewirausahaan (ENT) para pelaku industri kreatif terhadap keunggulan bersaing (COA). Selain itu koefisien variabel laten ENT (γ_1) memiliki nilai di bawah batas kritis 0,30 yaitu sebesar 0,28. Hal ini berarti variabel orientasi kewirausahaan hanya memberikan kontribusi pengaruh sangat sedikit kepada variabel keunggulan bersaing, yaitu sebesar 28%. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Setyawati dan Harini (2013) di mana orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing bagi pelaku industri kreatif. Hal ini tidak sesuai dengan hasil penelitian Zafar et. all (2014), Mansoori (2013), Mutia dan Ismail (2012), Setyanti (2013), dan Wingwon (2012) yang menyatakan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

b. Hipotesis 2 :

Diduga kemampuan inovasi berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing pada industri kreatif.

Berdasarkan persamaan struktural di atas, terlihat bahwa nilai *t* variabel laten INC berada di bawah batas kritis 1,96, yaitu sebesar 2,17 Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh antara variabel kemampuan inovasi (INC) para pelaku industri kreatif terhadap keunggulan bersaing (COA). Selain itu koefisien variabel laten INC (γ_1) memiliki nilai di atas batas kritis 0,30 yaitu sebesar 0,73. Hal ini berarti variabel kemampuan inovasi hanya memberikan kontribusi kepada variabel keunggulan bersaing sebesar 73%. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Hafeez dkk (2014), Zafar dkk (2014), Mansoori (2013), Manurung dan Barlian (2012), Setyanti (2013), dan Wingwon (2012) yang menyatakan kemampuan inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

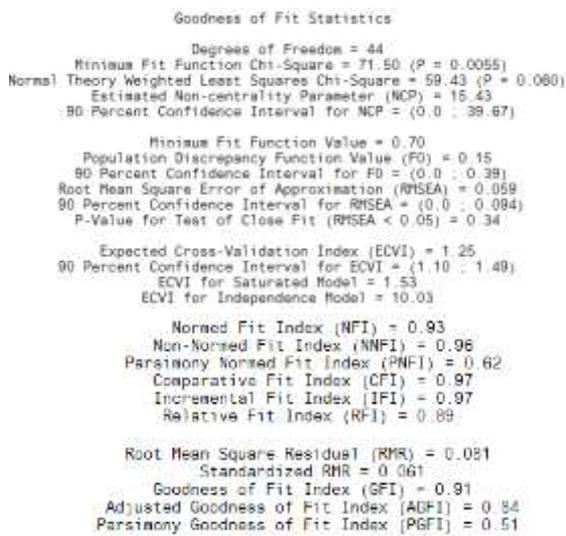
c. Hipotesis 3 :

Diduga jejaring berpengaruh secara langsung terhadap keunggulan bersaing pada industri

Kreatif.

Berdasarkan persamaan struktural di atas, terlihat bahwa nilai *t* variabel laten NET berada di bawah batas kritis 1,96, yaitu sebesar 3,25 Hal ini membuktikan bahwa adanya pengaruh antara variabel kemampuan jejaring (NET) para pelaku industri kreatif terhadap keunggulan bersaing (COA). Selain itu koefisien variabel laten INC (γ_1) memiliki nilai di atas batas kritis 0,30 yaitu sebesar 0,83. Hal ini berarti variabel kemampuan jejaring memberikan kontribusi kepada variabel keunggulan bersaing sebesar 83%. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian dari Hafeez dkk (2014), Zafar dkk (2014), Mansoori (2013), Manurung dan Barlian (2012), Setyanti (2013), dan Wingwon (2012) yang menyatakan kemampuan jejaring berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Berdasarkan persamaan struktural dan Gambar 4 terlihat bahwa faktor yang paling mempengaruhi tingkat keunggulan bersaing adalah kemampuan jejaring dari pelaku industri kreatif batik di daerah Kota dan Kabupaten Pekalongan, yang kedua adalah variabel kemampuan berinovasi. Hal ini menunjukkan bahwa pengelola industri batik perlu memiliki kemampuan membangun jejaring dengan stake holder dan kemampuan berinovasi dalam produk maupun dalam pengelolaan usaha untuk meningkatkan keunggulan bersaing menjadi lebih kompetitif.



Gambar 5. Output Lisrel *Goodness of fit*

3.5. Uji Kesesuaian Model

Dalam penelitian dengan menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) ada 3 uji kesesuaian model yang dilakukan, yaitu: pengujian kesesuaian model secara menyeluruh (*Overall Model Fit*), pengujian kesesuaian model pengukuran (*Measurement Model Fit*) dan pengujian kesesuaian model struktural (*Structural Model Fit*).

a. Kesesuaian Model Keseluruhan (*Overall Model Fit*)

Pengujian atas kesesuaian model keseluruhan dilakukan dengan menggunakan indikator *Goodness of Fit Index* (GFI). Selain itu sebagai pembanding juga digunakan *Normed Fit Index* (NFI) dan *Comparative Fit Index* (CFI) yang didapatkan langsung dari output LISREL (lihat Gambar 5).

Besarnya nilai GFI, NFI dan CFI telah dirangkum dalam Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 *Overall Model Fit*

Overall Model Fit	RMSEA	GFI	NFI	CFI
Model Struktural	0,059	0.91	0.93	0,97

Sumber : Data yang diolah

Menurut Setyo (2007) nilai GFI, NFI, dan CFI di atas 0,90. Sedangkan nilai RMSEA berada dikisaran 0,05 dan 0,08 ($0,05 < RMSEA \leq 0,08$) termasuk *good fit model*. Dengan demikian model struktural yang dispesifikasi-kan terhadap variabel-variabel indikator dan variabel laten yang mendasarinya memiliki tingkat kesesuaian yang cukup tinggi.

b. Kesesuaian Model Keseluruhan (*Overall Model Fit*)

Pengujian model pengukuran berarti menguji validitas dan reliabilitas variabel manifest terhadap variabel laten yang direpresentasikannya. Hampir semua nilai *t* dalam penelitian ini berada di atas batas kritis 1,96 dan nilai muatan faktor standar hampir semuanya juga berada di atas batas kritis 0,30. Hasil pengujian validitas dalam penelitian membuktikan bahwa semua variabel indikator dalam penelitian ini terbukti valid sebagai variabel indikator untuk variabel laten INC, ENT, NET, dan COA.

c. Kesesuaian Model Struktural (*Structural Model Fit*)

Indikator dari Kesesuaian Model Struktural yang diajukan sama seperti dalam model regresi berganda, yaitu R^2 .

Persamaan struktural

$COA = 0.73 \cdot INC + 0.28 \cdot ENT + 0.83 \cdot NET \quad R^2 = 0.81$
2.17 0.223.250.92

Model struktural untuk H1, H2 dan H3 memiliki R^2 sebesar 0,81 yang berarti bahwa model persamaan mampu menjelaskan sebesar 81% dari perubahan pada variabel laten COA yang menunjukkan bahwa kesesuaian model untuk persamaan struktural yang pertama cukup besar. Nilai R^2 yang cukup besar ini mengindikasikan adanya faktor-faktor lainnya selain inovasi, kewirausahaan, dan jejaring yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini sebesar 19%. Ini berarti kesesuaian model untuk persamaan struktural memiliki tingkat kesesuaian yang cukup besar yang mempengaruhi keunggulan bersaing bagi pengelola industri kreatif batik di Pekalongan.

4. SIMPULAN, SARAN, DAN REKOMENDASI

Berdasarkan olah data dan pengujian-pengujian yang telah dilakukan terhadap hipotesis yang diajukan sebelumnya, serta dianalisis menggunakan SEM, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Inovation Capability* (INC) terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing bagi industri kreatif batik Pekalongan (COA),
2. *Enterpreneurship* (ENT) terbukti tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing bagi industri kreatif batik Pekalongan (COA),
3. *Networking Capability* (NET) terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keunggulan bersaing bagi industri kreatif batik Pekalongan (COA),

Saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang akan datang sebaiknya menggunakan metode probability sampling sehingga setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel.
2. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin mempengaruhi hasil penelitian yang ingin dicapai, antara lain Penelitian ini yaitu sampling aksidental dan dampak dari

penerapan metode sampling aksidental ini adalah setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini

5. DAFTAR PUSTAKA

- Artiningsih, Setiadi,R., Mayangsari,D,. (2010) Analisis Potensi Sosial Ekonomi dan Budaya Masyarakat di Wilayah Kota Semarang dalam Pengembangan Industri Kreatif, *Riptek, Vol.4, No.II, Tahun 2010*, Hal.: 11 – 19
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and Tatham, R.L. (2006), *Multivariate Data Analysis. 6th ed.*, Pearson Education, Inc., New Jersey.
- Hafeez, et al, (2012). Relationship Between Entrepreneurial Orientation, Firm Resource, SME Branding, and Firm's Performance: Is Innovation The Missing Link?, *American Journal of Industrial and Business Management*.
- Iriani, Ade (2013). Using Social Network Analysis to Analyze Collaboration in Batik Smes; *Journal of Knowledge Management, Economics and Information Technology*
- Khai Seck, F and Mazzarol, Tim (2006), "Strategic Networking and Growth of Technology-Oriented SMEs: Evidence from Singapore" Paper presented at the 20th Annual Australia & New Zeland Academy of Management (ANZAM) Conference, Rockhampton. 6-10 December.
- Lee,J,S,. and Shieh,C,J, (2010), A Research in Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability, and Sustain Competitive Advantage, *Journal of Business and Economics Research*.
- Leick, Birgit (2013), "Balancing Firm and Network-based Resources to Gain Competitive Advantage: A Case Study of an Artisanal Musical Instruments Cluster in Germany" *ProQuest document link Publication info: Management Revue 24. 2.*
- Lisboa, Ana., Skarmas, Dionysis .,Lages, Carmen (2010), "Entrepreneurial orientation, innovative capabilities, and performance outcome ," FCT and ISCTE-IUL's Research Centre UNIDE.

- Mansoori,S,S., Ali Sarlak,M., Shafiei,M., Afrooz,S. (2013) A Research in Relationship between Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability and Sustainable Competitive Advantage Kaveh industrial city 2012-2013 *Advances in Environmental Biology*, 7(8): 1490-1497, 2013 ISSN 1995-0756
- Manurung and Barlian, 2012, From Small to Significant: Innovation Process in Small Medium Creative Business, *International Journal of Innovation, Management, and Technology*, Vol.3, No.6.
- Marques and Ferreira, (2009), "SME Innovative Capacity, Competitive Advantage, and Performance in Traditional Industrial Region of Portugal", *Journal of Technology and Management Vol.4*.
- Meutia and Ismail ,Tubagus (2012)," The Development of Entrepreneurial Social Competence And Business Network to Improve Competitive Advantage And Business Performance of Small Medium Sized Enterprises: A Case Study of Batik Industry In Indonesia" *International Congress on Interdisciplinary Business and Social Sciences 2012*
- Miller N,J., Besser,T., Malshe, A., (2011) Strategic Networking among Small Businesses in Small US Communities, *International Small Business Journal 2007; 25; 631*
- Orengo and Karen L, (2012), Internationalization and Entrepreneurial Orientation. A Network perspective: Four Cases of Puerto Rican SMEs, *ProQuest document link Publication info: Ad-minister 21 (Jul-Dec 2012): 55-69*.
- Qureshi, et al, 2011. *Development of Entrepreneurial and Marketing Capabilities in Technology Based Firms: Quasi Longitudinal Study*, ICSB World Conference.
- Setyawati, Harini Abrilia. Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Orientasi Pasar Terhadap Kinerja Perusahaan Melalui Keunggulan Bersaing dan Persepsi Ketidakpastian Lingkungan Sebagai Prediksi Variabel Moderasi (Survey pada UMKM Perdagangan di Kabupaten Kebumen). *FokusBisnis:MediaPengkajianManajemen dan Akuntansi*,[S.l.], v. 12, n. 2, des. 2013. ISSN 1693-5209.
- Setyorini,C,T.,Pinasti,M.,Rokhayati,H., (2013) Strengthening the Internal Factors of Batik Cluster SMEs in Indonesia : A Case of Six Districts in South–Central Java; *International Journal of Business, Humanities and Technology Vol. 3 No. 1*
- Theresia Diah Widiastuti,T,D, Kusumadmo,E, Kristyanto,B.,(2012) Identification Of Traditional Craftsmen Profile For The Strengthening Of The Creative Industries And Poverty Reduction, International Conference on Business and Management, Phuket, Thailand.

