

PERAN KREATIVITAS DAN INOVASI USAHA DALAM MENINGKATKAN NILAI TAMBAH PRODUK UKM

Sunarso

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta

Email: sunarso.ipwija@yahoo.com

Abstrak

Tulisan ini dimaksudkan untuk menggambarkan pentingnya kreativitas dan inovasi dalam meningkatkan nilai jual produk UKM. Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT untuk mendeskripsikan karakteristik UKM. Di era digitalisasi saat ini keberlanjutan usaha UKM disamping kemampuan memproduksi produk yang bermutu, juga ditentukan oleh kemampuan UKM dalam memanfaatkan teknologi informasi. Walaupun UKM berkontribusi terhadap penciptaan nilai tambah di satu sisi, tetapi UKM menghadapi risikonya sangat tinggi di sisi lain. Ada empat risiko utama dalam bisnis. Pertama adalah risiko operasional, resiko bisnis, Resiko Pasar, dan resiko finansial. UKM yang inovatif dan kreatif relatif menghasilkan nilai tambah yang lebih tinggi dibandingkan dengan dengan rata-rata sector usaha. Namun demikian, kualitas hasil produksi UKM akan berkurang selama transportasi dan penyimpanan. Hal ini dapat menimbulkan penurunan nilai tambah, atau bahkan menimbulkan kerugian. Resiko ini akan berkurang secara signifikan jika UKM dapat melakukan terobosan baru baik dari aspek pasar maupun aspek operasional, organisasi, dan perubahan orientasi dari orientasi produksi ke orientasi pasar. Inovasi di dalamnya termasuk teknologi, proses, dan manajemen. Dalam tulisan ini kreativitas dan inovasi akan difokuskan pada organisasi dan pasar. Kendala utama yang dihadapi UKM adalah mahalnya input, rendahnya produktivitas tenaga kerja, dan pengelolaan yang kurang efektif, terutama pada komoditas kelompok makanan dan minuman yang mendominasi UKM. Guna meningkatkan nilai tambah UKM, terutama usaha rintisan, perlu diadakan pembenahan dari sisi manajemen, metode, dan teknologi. Aspek manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penyederhanaan kerja, dan pengevaluasian kinerja. Pembenahan dari sisi metode meliputi adaptasi dan kreasi cara kerja yang lebih variatif, hal ini terkait dengan upaya-upaya menciptakan cara kerja yang lebih efisien. Pembenahan dari mutu produk meliputi pengolahan produk, pengemasan dan penyimpanan agar standar kualitas tetap terjaga. Dengan pembenahan dari beberapa sisi di atas, dalam jangka waktu pendek akan mendorong kreativitas dan inovasi produk usaha UKM berupa perbaikan cara kerja, metode, dan teknologi sehingga akan mendorong terciptanya kreativitas dan inovasi.

Kata Kunci: Kreativitas, Inovasi UKM, Nilai Tambah.

PENDAHULUAN

UKM sering diidentikkan dengan sektor informal yang kurang kompeti pertanian. Hal ini tidak sepenuhnya benar, tetapi juga tidak sepenuhnya salah. UKM lebih menekankan pada aspek jangka pendek dengan perencanaan sederhana, terutama tanaman pangan dan kuliner yang berorientasi produk.

UKM pada umumnya memberi nilai tambah yang rendah tetapi memiliki tingkat resiko tinggi. Hal ini disebabkan beberapa faktor antara lain faktor keterbatasan modal, harga tidak stabil, mahalnya input, rendahnya produktivitas tenaga kerja, dan pengelolaan yang kurang efektif, terutama pada sector UKM non formal.

Guna meningkatkan nilai tambah usaha UKM, perlu diadakan pembenahan dari sisi manajemen, metode, dan teknologi. Aspek manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, penyederhanaan kerja, dan pengevaluasian kinerja. Pembenahan dari sisi metode meliputi adaptasi dan kreasi cara kerja yang lebih variatif, hal ini terkait dengan upaya-upaya menciptakan cara kerja yang lebih efisien. Pembenahan dari sisi techno-logi secara menyeluruh bukan hanya dari sisi produk saja tetapi meliputi pengemasan dan penyimpanan agar standar kualitas tetap terjaga.

Dengan pembenahan dari tiga sisi di atas, dalam jangka waktu pendek akan mendorong kreativitas dan penggunaan hasil inovasi di bidang bisnis, mulai dari pemilihan bahan baku sampai pengiriman. Sedangkan dalam jangka menengah akan mengarah pada industrialisasi bidang UKM seperti di China.

TUJUAN PENELITIAN

Secara umum tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan UKM, mendapatkan formulasi yang sesuai mengenai usaha-usaha untuk membangun kreativitas, dan meningkatkan penggunaan hasil inovasi pada bidang UKM. agribisnis melalui pembenahan dari sisi manajemen, metode, dan teknologi. Sedangkan secara khusus adalah untuk mendapatkan informasi awal mengenai karakteristik objek penelitian sehingga mempermudah upaya-upaya yang dapat dilakukan untuk memberikan nilai tambah pada usaha kecil dan menengah.

KAJIAN TEORI

Pengertian Kreativitas

Kreativitas berasal dari bahasa Inggris: Creat(v) artinya menciptakan atau mengubah bentuk, Creativity(n) yang artinya hal menciptakan atau daya cipta. Dengan kata lain kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk menciptakan suatu. Florida (2002:1) menyatakan, *“Human creativity is the ultimate economic resource. The ability to come up with new ideas and better ways of doing things is ultimately what raises productivity and thus living standards”*. Maksudnya kreativitas adalah sumber daya ekonomi yang sangat ternilai. Kemampuan menghadirkan ide baru dan cara yang lebih baik dalam rangka meningkatkan produktivitas dan standar hidup.

Dari makna kreativitas di atas jelaslah bahwa kreativitas pada bidang agribisnis sangat diperlukan guna mencapai produktivitas dan standar hidup kaum tani. Untuk itu saatnya para manajer, ilmuwan, dan teknokrat kini meluangkan sebagian waktunya untuk turun ke bumi mendampingi petani dalam rangka membantu mencapai kesejahteraan petani melalui perbaikan cara kerja, metode, dan teknologi sehingga akan mendorong terciptanya kreativitas dan inovasi di bidang agribisnis. Ini mungkin kerja sosial tapi sangat penting bagi bangsa dan negara yang kini masih tergantung produk agribisnis impor. Dengan adanya pendamping secara psikologis

petani akan terdorong untuk menciptakan cara-cara baru dalam bertani yang selama ini hanya diperoleh secara turun-temurun.

Sejalan dengan uraian di atas, Suryanto (2002 : 78) menyatakan bahwa kreativitas adalah sifat yang melekat pada diri seseorang yang mampu berimajinasi dan memiliki inisiatif dalam menghasilkan sesuatu produk atau jasa yang baru. Penulis tambahkan di sini bahwa kreativitas tidak harus menghasilkan produk atau jasa baru, tetapi perbaikan cara kerja atau metode juga termasuk domain kreativitas. Bahkan penggunaan bahan baru yang lebih ekonomis dan penggunaan alat-alat kerja introduktif, juga merupakan kreativitas. Jadi kreativitas meliputi usaha-usaha menciptakan produk dan jasa baru, perbaikan cara kerja atau metode, penggunaan bahan yang lebih ekonomis dan penggunaan alat-alat yang lebih efisien agar memiliki nilai tambah lebih tinggi.

Proses Kreativitas

Kreativitas tidak lahir begitu saja dari diri seseorang, tetapi melalui proses panjang. Mulai dari pencarian ide atau gagasan sampai pada dihasilkannya sesuatu yang baru yang lebih produktif, lebih efektif dan lebih efisien secara sistematis dan skematis. Jadi kreativitas dalam diri manusia lahir melalui

Guna mempercepat timbulnya proses kreatif di kalangan petani, sebagai langkah awal timbulnya kreativitas, diperlukan stimulus. Namun stimulusnya bukan berupa materi tetapi berupa spirit. Ini dapat dilakukan melalui interaksi komunitas tani dengan orang-orang sukses di bidang lain. Dengan demikian spirit petani akan terstimulir.

Secara lebih jelas proses timbulnya kreativitas dapat dijelaskan secara hirarkis mulai dari stimulir, motivasi, inspirasi, ide dan gagasan, selanjutnya akan terjadi proses kreatif yang melahirkan nilai tambah. Dengan adanya nilai tambah daya saing dan kesejahteraan akan meningkat.

1. Stimulir akan menimbulkan rangsangan syaraf sensorik untuk menghasilkan motivasi, ide/gagasan atau mendapatkan inspirasi. Stimulir merupakan rangsangan yang diperoleh melalui pemahaman tentang hal-hal dari luar diri sendiri. Ini bisa diperoleh dari tiga sumber, berdasarkan tingkatannya. Pertama dari interaksi dengan orang lain dan hasil karyanya, kedua interaksi dengan lingkungan, dan dengan Tuhan.

Stimulir yang paling mudah didapatkan adalah dengan berinteraksi dengan orang lain dan hasil karyanya, melalui pendampingan atau mentoring, training motivasi, pendidikan singkat, latihan, dan membaca buku-buku bermutu. Interaksi dengan lingkungan memerlukan kearifan tersendiri dalam membuka tabir dan rahasia alam yang terus menjadi fokus penelitian ilmiah. Sedangkan interaksi dengan Tuhan hanya bisa didapatkan oleh orang yang memiliki kadar keimanan yang tinggi dan konsisten menjalankan segala perintahnya dan menjauhi segala larangannya. Dalam penelitian ini stimulir yang diberikan kepada para petani adalah dengan pendampingan selama tiga bulan.

Efektif tidaknya stimulir terhadap sebuah kreativitas berhubungan dengan kemampuan indrawi manusia itu sendiri. Namun kiranya stimulir yang bisa dilakukan untuk memancing kreativitas bagi petani paling mudah dilakun melalui pendampingan. Oleh karena itu dalam penelitian ini stimulir yang diberikan kepada para petani adalah dengan pendampingan selama tiga bulan.

2. Motivasi akan timbul dengan adanya stimulir yang kemudian akan mendorong individu untuk berkreasi dan meraih tujuan atau keinginan yang hendak dicapai. Dalam proses ini akan timbul berbagai gagasan-gagasan atau ide-ide yang pada akhirnya memicu timbulnya keinginan untuk melakukan usaha untuk mencapai tujuan.

3. Adanya usaha untuk mencapai tujuan akan melahirkan kreativitas yang bisa berupa produk atau jasa dan cara kerja atau metode.
4. Dengan adanya kreativitas akan menghasilkan nilai tambah yang akan memberikan kemampuan bagi individu untuk terus mengembangkan diri sehingga daya kreasi dapat terus terbangun secara berkesinambungan.
5. Terciptanya nilai tambah secara efisien akan menimbulkan kontribusi dalam meningkatkan daya saing.
6. Meningkatnya daya saing akan meningkatkan akses pasar yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengertian Inovasi

Pengertian Inovasi menurut Prakoso, (2005) adalah implementasi atas gagasan kreatif dalam melakukan usaha. Inovasi adalah sebuah mekanisme dalam melakukan usaha-usaha dalam meningkatkan nilai tambah dengan disesuaikan dengan kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. Untuk melahirkan inovasi harus dimulai dengan gagasan-gagasan dan ide-ide yang baru dan produktif.

Menurut Hermana (2010) inovasi dapat berupa upaya memperkenalkan ide, barang, jasa atau praktek-praktek yang bermanfaat. Inovasi juga bisa berupa metode atau peralatan baru atau tindakan dalam menciptakan barang atau proses baru. Inovasi juga berkaitan dengan riset dan pengembangan untuk mendapatkan cara-cara yang lebih baik dalam membuat produk atau jasa yaitu lebih bermutu, efisien, dan ramah lingkungan. Selain itu inovasi juga menyangkut usaha-usaha untuk membudayakan cara kerja yang lebih baik di masyarakat serta memperkenalkan hal-hal baru secara signifikan.

Dari pengertian inovasi di atas, jelaslah bahwa untuk melahirkan suatu inovasi dimulai dari ide atau gagasan baru. Oleh karena itu untuk mengawali proses terjadinya inovasi perlu ada interaksi individu atau kelompok individu dengan hal-hal baru, termasuk dengan orang-orang baru yang memiliki latar belakang yang berbeda. Dengan interaksi ini setidaknya individu atau kelompok individu akan memiliki wawasan baru yang akan mendorong timbulnya gagasan atau ide-ide baru. Minimnya inovasi pada usaha tanaman pangan sebaiknya disikapi dengan adanya interaksi antara petani dengan orang-orang baru dari berbagai latar belakang. Hal ini dapat dilakukan melalui upaya pendampingan dalam usaha tani secara berkesinambungan, terutama dengan para pakar dan akademisi.

Tipe-tipe Inovasi

Menurut Radenakers, (2005) inovasi terbagi menjadi empat tipe, pertama inovasi produk, yaitu menciptakan produk dan/atau jasa baru. Kedua, inovasi proses, yaitu menciptakan metode baru guna menciptakan nilai tambah. Ketiga, inovasi organisasional, yaitu memperkenalkan metode baru dalam mengelola, mengkoordinasi, dan mengawasi operasional organisasi secara lebih efektif dan efisien. Keempat, Inovasi bisnis, yaitu mengintroduksi model usaha baru; bisa berupa kombinasi antara produk, proses, dan organisasi baru.

Konsep Nilai Tambah

Nilai tambah merupakan selisih antara nilai input atau sumber daya dengan nilai output yang dapat berupa produk fisik maupun non fisik. Nilai tambah dapat dinyatakan dalam prosentase untuk mempermudah perhitungan. Secara matematika dapat dinyatakan $(V1 - V0) : V0 \times 100\%$ (Sunarso, 2011 : 226). Dimana V1 adalah nilai tambah setelah adanya suatu tindakan, dan V0 adalah nilai awal. Penciptaan nilai tambah secara kumulatif akan tercipta melalui analisis rantai nilai tambah.

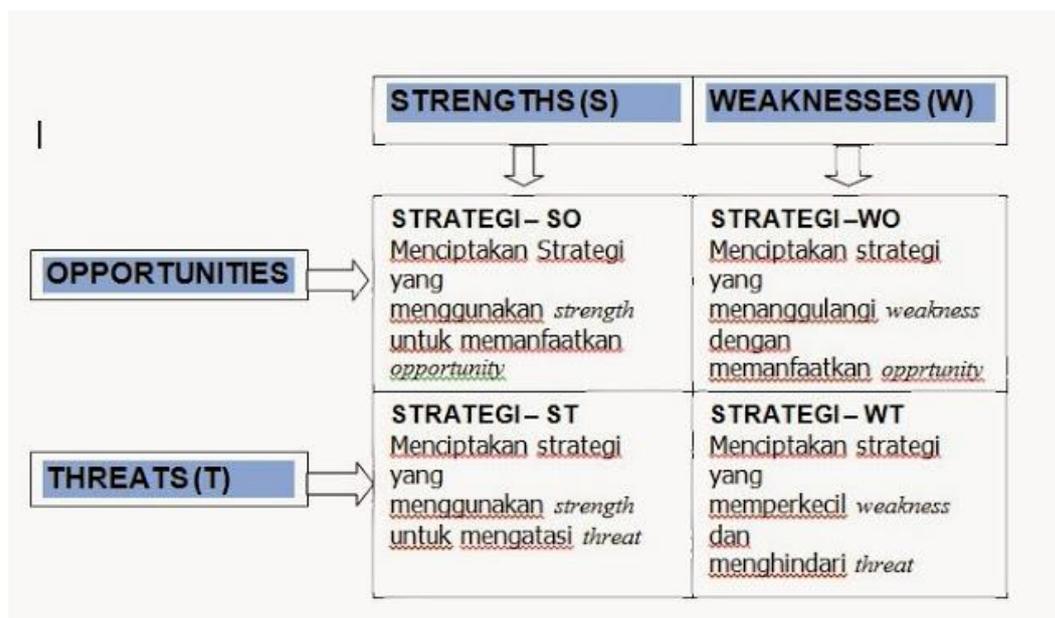
Analisis rantai nilai dapat dikaji dari sisi bisnis dan sisi sosial. Dalam perpektif bisnis Porter memandang bahwa sebuah perusahaan dapat dianggap sebagai rantai nilai, dalam hal ini total pendapatan dikurangi total biaya merupakan nilai yang diperoleh oleh perusahaan tersebut. Setiap aktivitas usaha mulai dari pencarian bahan baku, desain produk, pembangunan fasilitas produksi, produksi, distribusi, promosi, perdagangan dan lain-lain sepanjang biaya yang dikeluarkan lebih kecil dari pendapatan menghasilkan nilai tambah. Tiap tahapan aktivitas usaha mulai dari pembelian bahan baku, konversi dari bahan baku menjadi produk, promosi, pergudangan, transportasi, dan pelayanan konsumen mengeluarkan biaya. Total biaya tersebut bagi perusahaan menentukan daya saing produk yang dihasilkan. Semakin kecil total biaya yang dikeluarkan semakin unggul dalam bersaing. Pada Bidang agribisnis, terutama pada usaha tanaman pangan khususnya padi jika dihitung biaya keseluruhan termasuk biaya tenaga kerja yang dilakukan sendiri oleh petani secara ekonomi belum menutup pendapatan bersih, sehingga nilai tambah yang diterima petani negatif.

Namun demikian dari sisi makro, biaya yang dikeluarkan UKM merupakan pendapatan atau nilai yang diperoleh oleh pihak lain. Misalnya biaya bahan baku yang digunakan untuk merupakan pendapatan bagi supplier bahan baku tersebut. Biaya yang dibayarkan kepada buruh merupakan pendapatan bagi buruh tersebut. Biaya yang dikeluarkan untuk membayar bayar sewa lahan merupakan pendapatan bagi pemilik aset, demikian seterusnya. Inilah yang dimaksudkan dengan rantai nilai. Rantai nilai secara total menentukan tinggi rendahnya pendapatan perkapita yang merupakan indikator kemakmuran suatu Negara. Jadi UKM memberikan nilai tambah positif, baik mikro maupun makro.

PEMBAHASAN

Perancangan Expert Model

Untuk menganalisis factor-faktor internal dan eksternal digunakan model sebagai berikut :



HASIL ANALISIS

Dari hasil analisis expert model dengan mengambil karakteristik sektoral, UKM sebagian besar bergerak pada bidang kuliner, industri garmen, dan industry kreatif. Adapun factor-faktor yang dianalisis dan nilai butirnya adalah sebagai berikut :

1. Strength (Kekuatan) yang UKM :	31.6
· Produk bervariasi.	4.2
· Tenaga yang terampil di sektor industri mikro mudah didapat	3.5
- Peralatan dan teknologi tidak kompleks	3.5
· Mudah membentuk karyawan yang terampil dan kreatif.	4.2
· Batasan Omzet untuk BEP Kecil	4.2
- Mudah memulainya dan menginspirasi pelaku bisnis pemula.	4
· Memiliki kemampuan untuk mengolah sisa bahan menjadi produk kreatif dan inovatif.	4
· Kualitas produksi lebih fleksibel sesuai permintaan.	4
2. Weakness (Kelemahan) yang dimiliki Perusahaan :	30.9
· Modal usaha masih modal perorangan.	3.5
· Dukungan alat dan mesin yang digunakan masih sederhana.	3.2
· Pemasok untuk bahan baku tidak stabil.	3.5
· Loyalitas karyawan tidak bisa dijaga	3
· Perijinan tidak lengkap.	4
· Sulit untuk dikembangkan di pasar yang sudah mapan.	4
· Kurangnya pembinaan dari pemerintah untuk membesarkan unit usaha mikro di sektor ini.	3
· Penentuan harga yang belum stabil.	3.2
· Masih sulit menemukan SDM yang memiliki kemampuan khusus.	3.5

3. Oportunity (Peluang) yang dimiliki perusahaan :	31.2
· Melihat peluang bahwa pasar masih bisa menyerap produksi	4.2
· Potensi pasar produk UKM besar mengikuti jumlah penduduk	4.5
· Kemungkinan dapat dijadikan menjadi produk unggulan daerah.	4.2
· Dapat diterima masyarakat yang lebih luas	4.1
· Perkembangan industri kreatif di daerah masih sedikit.	3.5
· Adanya Program bantuan modal dari investor dan pemerintah.	4
- Tidak memerlukan teknologi canggih	3.5
- Mudah mengurus perijinan	3.2
4. Threats (Ancaman) yang dihadapi perusahaan :	30.6
· Serbuat produk pabrikan.	4.5
· Keterkaitan antara sektor industri hulu dengan industri hilir dengan sektor ekonomi lainnya yang masih lemah.	4.2
· Terkonsentrasi di Pulau Jawa.	4.1
· Masih rendahnya kesadaran masyarakat untuk memakai produk lokal	3.5
· Rendahnya daya beli masyarakat.	3.1
· Rendahnya apresiasi terhadap karya daerah.	3.5
· Kebijakan atau peraturan pemerintah daerah terhadap pengembangan unit usaha masih kurang	3.2
· Produk cina yang mungkin jauh lebih murah.	4.5

Dari hasil analisis di atas dapat diperoleh butir S-W sebesar 1,1 dan butir O-T = 0,6 sehingga secara keseluruhan memiliki total keunggulan kompetitif 1,7

KESIMPULAN

1. Nilai butir kekuatan UKM lebih besar dari kelemahan, sehingga secara relative memiliki keunggulan bersaing di pasaran.
2. Nilai butir kesempatan lebih besar daripada nilai butir ancaman sehingga UKM dapat mempertahankan posisinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Cooper , D., and Schindler, P.S, 2003. *Business Research Methods*, 8th Edition, Boston: McGraw Hill
- Florida, Richard. (2002). *Creativity, Design and Business Performance*, DTI Economics Paper No.15,
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, Dan Disertasi Ilmu Manajemen*, :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang :Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ittner, D Christopher and Larcker, F David 1998. *Innovations in Performance Measurement: Trends and Research Implications*. *JMAR*. Volume 10. pp. 206 – 237.
- Khandwalla, Pradip N. 2003, *Corporate Creativity (The Winning Edge)* , Tata McGraw-Hill Publishing Company Limited, New Delhi
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Soeryanto, Edy. 2009, *Entrepreneurship Menjadi Pebisnis Ulung*, Cetakan pertama, Penerbit PT Elex Media Komputindo, Jakarta
- Sunarso (2011). *Peran Bimbingan Manajemen dalam Meningkatkan Nilai Tambah Pada Sektor Usaha Informal*, *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, Volume 13, Agustus 2011
- Zikmund , W.G, 1994. *Business Research Methods, 4 th edition USA*, The Dryden Press Harcourt, Brace College Publishers.