



**STRATEGI INOVASI
USAHA KECIL DAN MENENGAH**

Dr. Sri Wahyu Lelly Hana Setyanti, SE., M.Si

Dream Litera Buana
Malang, 2016

**STRATEGI INOVASI
USAHA KECIL DAN MENENGAH**

©Dream Litera Buana
Malang 2016
114 halaman, 15,5 x 23 cm

ISBN: 978-602-1060-78-0

Penulis:

Dr. Sri Wahyu Lelly hana Setyanti, SE., M.Si

Tata letak: Muhammad Z. K
Desain cover: W.S. Fauzi

Diterbitkan oleh:

CV. Dream Litera Buana

Perum Griya Sampurna, Blok E7/5
Kepuharjo, Karangploso, Kabupaten Malang
Telp. 0812 2229 6506 / 0858 5070 8008

Email: dream.litera@gmail.com

Website: www.dreamlitera.com

Anggota IKAPI No. 158/JTI/2015

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau
seluruh isi buku ini dengan cara apapun,
tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan pertama, Nopember 2016

Distributor:
Dream Litera Buana

KATA PENGANTAR

Perekonomian Indonesia sejak Tahun 2015 menghadapi tantangan dan peluang baru dengan dimulainya Masyarakat Ekonomi ASEAN. Untuk itu bukan hanya perusahaan besar yang harus bersiap menghadapinya, namun usaha kecil dan menengah juga harus mempersiapkan diri untuk menunjukkan keunggulan bersaingnya dalam menghadapi perubahan yang terjadi dalam pasar global ini. Perubahan dalam pasar global ini memerlukan beberapa strategi yang tepat agar pertumbuhan ekonomi Indonesia dapat terus bertumbuh ke arah yang positif. Salah satu upaya yang dilakukan oleh usaha kecil dan menengah adalah dengan mempersiapkan strategi inovasi yang tepat. Dengan strategi inovasi yang tepat maka nilai keunggulan bersaing produk UKM tidak kalah dibandingkan kompetitornya.

Usaha kecil dan menengah yang memiliki nilai keunggulan bersaing sangat baik dan memiliki tingkat pertumbuhan yang sangat bagus adalah usaha kecil dan menengah batik. Pemerintah saat ini dengan berbagai program pemberdayaan dan kebijakannya tengah mendorong usaha kecil dan menengah untuk terus berinovasi baik inovasi produk, inovasi pemasaran, inovasi jasa dan inovasi proses. Dukungan dari pemerintah, akademisi dan pelaku usaha kecil dan menengah sendiri untuk mewujudkan produk dengan kualitas yang unggul mutlak diperlukan melalui peningkatan sumber daya manusia melalui transformasi pengetahuan agar usaha kecil dan mene-

ngah ini memiliki keunggulan bersaing dan dapat bertumbuh menjadi usaha menengah dan usaha besar.

Buku ini disusun dalam 7 bab dan dimulai dengan Bab I kontribusi usaha kecil dan menengah di Indonesia. Bab II dan Bab III menjelaskan mengenai strategi inovasi usaha kecil dan menengah di Indonesia dengan empiris pada usaha kecil dan menengah batik di Jawa Timur. Selanjutnya Bab IV s/d Bab VII menjelaskan tentang inovasi melalui transformasi pengetahuan, inovasi produk, inovasi pemasaran dan inovasi proses.

Buku ini dilengkapi dengan konsep praktis tentang penerapan strategi inovasi pada usaha kecil dan menengah beserta contoh-contohnya. Buku ini juga memaparkan dan memberikan rekomendasi sebagai upaya meningkatkan inovasi pada usaha kecil dan menengah di Indonesia. Diharapkan buku ini dapat dibaca oleh akademisi yang ingin mendalami bidang strategi inovasi pada usaha kecil dan menengah serta praktisi usaha kecil dan menengah yang ingin menerapkan strategi inovasi dalam bisnisnya.

Jember, Oktober 2016

Penyusun

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
Daftar Gambar.....	vi
Daftar Tabel.....	vi
BAB I Kontribusi Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia.....	1
BAB II Usaha Kecil dan Menengah Batik di Indonesia.....	11
BAB III Inovasi Usaha Kecil dan Menengah :	
Strategi Mencapai Keunggulan Kompetitif	29
BAB IV Inovasi Melalui Transformasi Pengetahuan.....	57
BAB V Inovasi Produk	83
BAB VI Inovasi Pemasaran.....	93
BAB VII Inovasi Proses dan Keunggulan Kompetitif	99
Referensi	103
Tentang Penulis.....	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Proses Umum Terciptanya Inovasi	39
Gambar 3.2 Hubungan Antara Produk dan Kompetensi Inti	45
Gambar 3.3 Kerangka Konseptual Keunggulan Bersaing UKM.	53
Gambar 3.4 Teori Triple Helix	54
Gambar 3.5 Model Keunggulan Bersaing UKM.....	55
Gambar 4.1 Creating Sustainable Competition Advantage Through Knowledge-Based Management.....	72
Gambar 4.2 Proses pembentukan Pengetahuan.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Karakteristik Dunia Usaha.....	5
Tabel 2.1 Analisis SWOT UKM Batik di Jawa Timur	24
Tabel 3.1 Tipe dan Karakteristik Inovasi.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Era Industrial dan Era Pengetahuan	60