

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Studi ini menganalisa mengenai inovasi yang dilakukan Dinas Kopukmnakertrans Kota Yogyakarta dan pelaku usaha dalam mengembangkan industri kreatif batik jumputan pada masa pandemi Covid-19. Pengelolaan batik jumputan di Kampung ini terlihat dengan banyaknya pengrajin dan banyaknya sumber daya manusia yang inovatif yang mampu menciptakan batik jumputan yang berbeda dengan produsen lainnya.

Saat ini, berbagai sektor industri telah berkembang pesat di berbagai belahan dunia. Salah satunya pada sektor industri kreatif, sektor industri kreatif dianggap mampu dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Pada zaman yang serba modern sekarang ini, kreatifitas merupakan syarat utama yang harus dimiliki manusia sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan dan kreatifitas memiliki potensi ekonomi melalui pengetahuan produksi yang inovatif. Maka dari itu, setiap manusia diharapkan mampu beradaptasi dan mengikuti arus perkembangan industri yang kian maju dan kreatif. Industri kreatif sangat erat hubungannya dengan perekonomian masyarakat dimana industri ini merupakan wadah bagi para pelaku usaha untuk berkembang pesat. Pengaruhnya adalah para pelaku usaha mampu menciptakan lapangan pekerjaan. Tak heran jika banyak pelaku usaha yang menggantungkan hidupnya pada industri kreatif.

Negara-negara di berbagai belahan dunia menyadari bahwa industri tidak bisa serta merta sebagai satu-satunya sumber ekonomi yang dapat diandalkan tetapi sumber daya manusia yang kreatif merupakan modal yang sangat penting untuk menciptakan suatu pembaharuan dalam menghadapi persaingan pasar yang kian besar. Industri kreatif sendiri sebenarnya merupakan suatu konsep perekonomian yang berkembang di era ekonomi baru seperti sekarang ini. Dibutuhkan suatu ide dan pengetahuan dari sumber daya manusia yang berkualitas dalam rangka menuju keberhasilan industri kreatif.

Untuk meningkatkan perekonomian di Indonesia, pemerintah sebagai pembuat kebijakan membuat kebijakan yang mengedepankan industri kreatif. Perekonomian di Indonesia sangat berkembang pesat dengan adanya industri kreatif, dimana sumber daya manusia yang inovatif menjadi faktor utamanya. Perkembangan industri kreatif di Indonesia dapat dikatakan sudah maju, hal itu bisa dilihat dari banyaknya pengrajin lokal yang semakin bertambah jumlahnya dan barang atau jasa yang diproduksi telah memasuki pasar internasional. Dengan banyaknya produk buatan dalam negeri yang sudah memasuki pasar luar negeri, tidak hanya dapat meningkatkan perekonomian masyarakat saja namun juga sebagai identitas suatu daerah sehingga mampu meningkatkan pariwisata.

Di Indonesia, sektor ekonomi kreatif telah berkembang pesat. Pada 2017 misalnya, sektor ini menyumbang Rp 990 triliun dan menyerap tenaga kerja sebanyak 17,4 persen dan tahun ini diproyeksikan menyumbang PDB sebesar

Rp 1.041 triliun dan menyerap tenaga kerja sebanyak 18,2 persen (Lingga, 2019).

Industri kreatif merupakan industri yang mengutamakan kemampuan, keterampilan, dan kreatifitas yang mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam hal ini UMKM di Indonesia sangat tepat untuk menerapkan industri kreatif ini. Pemerintah mulai menyadari bahwa industri ini mampu menjadi tonggak penggerak perekonomian bangsa. Industri kreatif dalam pengembangannya terdapat 14 jenis industri yang dikategorikan sebagai kreatifitas yang dihasilkan untuk menumbuhkan perekonomian masyarakat. Oleh sebab itu, Indonesia menjadi salah satu pilihan negara yang berpotensi untuk menumbuhkan industri tersebut, jenis-jenisnya antara lain: Arsitektur, periklanan, film /fotografi /video, musik, penerbitan, pasar seni dan budaya, kerajinan, fashion, desain, permainan interaktif, web desain, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, riset dan pengembangan.

Di berbagai daerah di Indonesia, industri kreatif sudah berkembang pesat. Salah satunya di Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta sendiri merupakan kota yang sangat kental dengan budaya dan tradisinya. Banyak UMKM di Kota Yogyakarta yang masih menanamkan nilai budaya dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Tak heran jika Kota Yogyakarta mempunyai misi meningkatkan kualitas pendidikan, kesehatan, sosial dan budaya. Kerajinan khas dari kota ini yang terkenal di berbagai pelosok negeri hingga mancanegara ialah kain batik. Perkembangan batik di Kota Yogyakarta sendiri telah memikat

wisatawan untuk berkunjung ke kota ini. Kain batik mempunyai ribuan motif yang dipasarkan, salah satunya batik jumputan.

Batik jumputan merupakan batik yang dalam pengerjaannya menggunakan teknik ikat celup, batik ini berbeda dengan batik pada umumnya. Jika batik lainnya menggunakan malam untuk proses pewarnaan, batik jumputan untuk proses pewarnaan menggunakan kainnya itu sendiri. Yakni dengan kain yang diikat atau dijahit atau dikerut dengan menggunakan tali, tali ini nantinya berfungsi untuk menutupi bagian agar tidak terkena warna.

Menurut sejarah, teknik celup ikat berasal dari tiongkok, teknik ini kemudian berkembang sampai ke India dan wilayah-wilayah nusantara. Teknik celup ikat diperkenalkan ke nusantara oleh orang-orang India melalui misi perdagangan teknik ini mendapat perhatian besar terutama karena keindahan ragam hiasnya dalam rangkaian warna warni yang menawan.

Batik jumputan sudah sangat terkenal di Kota Yogyakarta dan menariknya di kota ini batik jumputan ini memiliki kampung sentral pengrajin yang mana sebagian besar penduduk di kampung ini memproduksi kain batik jumputan. Kampung Tahunan yang terletak di Kecamatan Umbulharjo Kota Yogyakarta ini memproduksi kain Batik Jumputan sejak tahun 2010. Kampung Tahunan ini sudah ditetapkan menjadi kampung wisata oleh pemerintah kota. Di kampung ini terdapat berbagai macam *home industry*, kesenian, berbagai ragam souvenir, dan usaha kuliner. Batik jumputan yang diproduksi oleh penduduk

kampung tahunan merupakan produk keunggulan dan kebanggaan Kampung Tahunan Umbulharjo (Juwita, 2018).

**Tabel 1. 1**  
Data Pelaku Usaha Batik Jumputan

<b>Nama Usaha / Produk</b>	<b>Alamat Usaha</b>	<b>Nama Lengkap Pemilik</b>	<b>Alamat Tempat Tinggal Pemilik</b>
Ibu Sejahtera	Jl. Soga No. 63 Rt 34 Rw 08	Daryani	Jl. Soga No. 63 Rt 34 Rw 08
Ibu Sejahtera	Celeban Uh 3 No. 589	Yanti Astuti	Celeban Uh 3 No. 589
Batik Jumputan Hana	Celeban Jl. Soga No. 42	Marselia Sumarsih	Celeban Jl. Soga No. 42
Lemonspires	Celeban Uh 3 No. 410b Rt 18 Rw 04	Herlina Kristanti	Celeban Uh 3 No. 410b Rt 18 Rw 04
Sanggar Jumputan Maharani	Jl. Soga No. 67 Rt 34 Rw 08	Surani	Jl. Soga No. 67 Rt 34 Rw 08
Dea Modis	Jl. Soga No. 64 A Rw 12	Dra. Tuliswati	Jl. Soga No. 64 A Rw 12

Sumber: monografi Kelurahan Tahunan

Dengan adanya berbagai *home industry* di Kampung Tahunan yang memproduksi kain batik jumputan memberikan dampak positif bagi penduduk kampung dan menggerakkan roda perekonomian masyarakat dengan membuka lapangan pekerjaan baru dan memberikan identitas untuk menarik minat para wisatawan yang nantinya akan berpengaruh terhadap ekonomi. Pengelolaan batik jumputan di Kampung ini terlihat dengan banyaknya pengrajin dan banyaknya sumber daya manusia yang inovatif yang mampu menciptakan Batik Jumputan yang berbeda dengan produsen lainnya.

Tahun 2020 menjadi tahun yang sangat memberikan dampak besar bagi sebagian besar negara. Tahun ini dunia sedang menghadapi *Corona Virus Disease* atau yang lebih dikenal dengan COVID-19. COVID-19 sendiri merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019. Karena itu, Coronavirus jenis baru ini diberi nama Coronavirus disease-2019 yang disingkat menjadi COVID-19. COVID-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini (Amri, 2020).

Salah satu yang terdampak dari pandemi global ini adalah UMKM di Indonesia, berdasarkan data dari kementerian koperasi yang menggambarkan bahwa 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) terdampak pandemi. Kementerian Koperasi dan UMKM mengatakan bahwa koperasi yang bergerak pada bidang jasa dan produksi juga terdampak pada pandemi COVID-19. Sementara itu sektor UMKM yang terdampak akibat pandemi ini adalah usaha dibidang jasa, makanan, dan sebagian besar industri kreatif juga terdampak. Sedangkan di DIY memiliki sekitar 78.000 industri kecil dan menengah yang menopang sektor perdagangan. Sektor inilah yang menciptakan lapangan pekerjaan dan menyerap tenaga kerja informal sehingga menjadi roda penggerak perekonomian Yogyakarta. Namun dengan adanya pandemi COVID-19 ini membuat mereka tidak bisa bergerak secara optimal (Yanuar, 2020).

Provinsi DIY melakukan pendataan jumlah UMKM yang terdampak akibat pandemi COVID-19 melalui situs [www.sibakuljogja.jogjaprovo.go.id](http://www.sibakuljogja.jogjaprovo.go.id) dan terdapat 2.332 UMKM yang terdiri dari 648 UMKM di Kabupaten Bantul, 112 UMKM di Kabupaten Gunung Kidul, 83 UMKM di Kabupaten Kulon Progo, 573 UMKM di Kabupaten Sleman dan yang paling banyak berada di Kota Yogyakarta dengan 916 UMKM. Dimana di situs tersebut terdapat data yang menunjukkan mengenai kapasitas produksi akibat pandemi COVID-19 dan terdapat 681 UMKM di DIY yang produksinya dan terdapat 654 UMKM di DIY pemasaran usaha turun 31-60% daripada sebelum pandemi COVID-19. Dan adanya pandemi COVID-19 ini beberapa UMKM melakukan inovasi produk agar tetap bertahan.

Pada tabel 1.2 dibawah ini menjelaskan bahwa dengan adanya pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi UMKM khususnya pada kapasitas produksi. Sebanyak 681 UMKM di DIY kapasitas produksi turun menjadi 31-60% dan sebanyak 614 UMKM di DIY memberhentikan proses produksi untuk sementara waktu, akan tetapi 421 UMKM justru mengalami kenaikan proses produksi dengan adanya pandemi COVID-19.

Dan menjelaskan bahwa pandemi COVID-19 memberikan dampak yang besar bagi UMKM, bukan hanya kapasitas produksi saja yang terpengaruh akan tetapi pemasaran produk juga terpengaruh. Sebanyak 654 UMKM di DIY mengalami 30-60% penurunan dalam memasarkan produk usaha mereka akibat

pandemi COVID-19 dan 477 UMKM kegiatan pemasaran usaha terhenti akibat COVID-19.

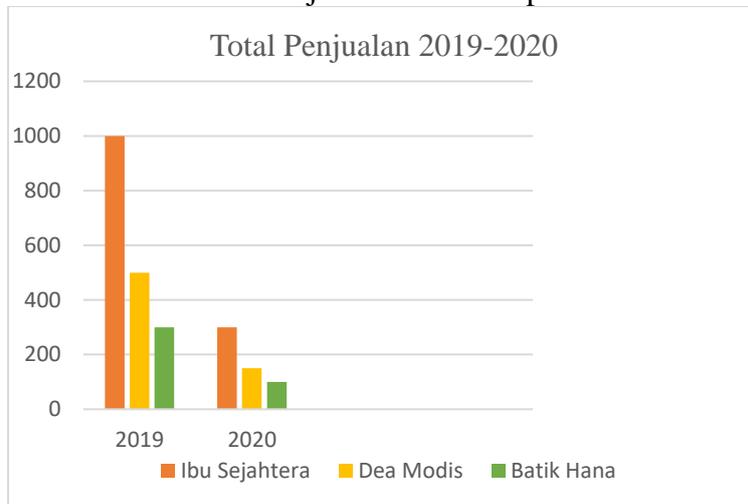
**Tabel 1.2**  
Data UMKM



Sumber: [sibakul.jogjaprovo.go.id](http://sibakul.jogjaprovo.go.id)

Pengrajin lokal seperti pengrajin batik jumpatan juga tidak luput dari dampak yang dirasakan yakni dengan omset penjualan yang menurun. Dari tahun 2019 rata-rata pelaku usaha mampu menjual produknya dari 300pcs-1000pcs akan tetapi setelah adanya Covid-19 pelaku usaha batik jumpatan hanya mampu menjual setengahnya.

**Gambar 1. 1**  
Kurva Penjualan Batik Jumputan



Pada saat sebelum pandemi pelaku usaha batik jumputan mampu memasarkan produknya di berbagai acara pameran yang diselenggarakan oleh pemerintah Kota Yogyakarta dan mengikuti *fashion show*. Biasanya satu pelaku usaha industri batik jumputan mampu memproduksi sekitar 2-3 hari sekali namun sejak adanya pandemi Covid-19 hanya mampu memproduksi satu kali dalam seminggu. Maka dari itu peneliti sangat tertarik untuk meneliti bagaimana “Inovasi Pelaku Usaha Batik Jumputan dalam Pengembangan Industri Kreatif di Masa Pandemi dengan Studi Kasus di Kampung Batik Jumputan Tahunan Umbulharjo Kota Yogyakarta”.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagaimana inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kopukmnakertrans Kota Yogyakarta dan pelaku usaha dalam pengembangan industri kreatif batik jumputan di masa pandemi Covid-19?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana inovasi yang dilakukan oleh Dinas Kopukmnakertrans Kota Yogyakarta dalam pengembangan industri kreatif batik jumputan di masa pandemi Covid-19.
2. Untuk mengetahui bagaimana inovasi pelaku usaha batik jumputan dalam pengembangan industri kreatif di masa pandemi Covid-19.

#### **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pengembangan ilmu pengetahuan khususnya ilmu sosial dan politik bagi peneliti yang berminat melakukan penelitian dengan penelitian yang serupa.
  - b. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk pengembangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan Covid-19.
  - c. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai referensi khususnya pada pengetahuan tentang Entrepreneurship yang diharapkan bermanfaat bagi pemula.
2. Manfaat Praktis
  - a. Menambah manfaat bagi akademis.
  - b. Menambah pengetahuan bagi masyarakat khususnya para pengusaha dalam mengelola usahanya di masa pandemi.
  - c. Bagi pemerintah, diharapkan mampu dalam membantu memberdayakan UMKM yang terkena dampak akibat pandemi dan sebagai bahan pertimbangan untuk mengelola industri kreatif.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Teori Inovasi Pemerintahan**

Secara teoritis, banyak asumsi-asumsi yang memuat makna pentingnya inovasi di pemerintahan. Seperti Parnaa and Tunzelmannb (2007:1) yang menyatakan<sup>1</sup>:

*“Innovation is becoming a reality in government. The failure to innovate in public services creates imbalances in societies and additional fiskal restraints.”*

Mulgan and Albury (2003:5) mengungkapkan:

*“Why is innovation important to the public sector? Effective government and public services depend on successful innovation –to develop better ways of meeting needs, solving problems, and using resources and technologies. Innovation is sometimes seen as an optional luxury or an added burden. It should be seen as a core activity: (a) to increase the responsiveness of services to local and individual needs; (b) and to keep up with public needs and expectations.”*

Secara umum kajian ini hendak mendesain pemerintahan daerah yang inovatif. Untuk mencapai tujuan tersebut, ada beberapa tujuan khusus yang ingin diteliti, yaitu:

---

<sup>1</sup>Noor, I. (2013). *Desain Inovasi Pemerintahan Daerah*. Universitas Brawijaya Press.

- a. Untuk menggambarkan inovasi pemerintahan daerah dengan berbagai elemen pendukungnya.
- b. Untuk menggambarkan faktor dominan yang membentuk inovasi pemerintahan daerah. Berkenaan dengan hal ini akan dilihat derajat kekuatan masing-masing faktor terhadap inovasi.
- c. Dengan menggunakan analisis berfikir sistemik akan dibuat konstruksi desain inovasi pemerintahan daerah. Dengan desain ini akan diperoleh penjelasan inovasi pemerintahan daerah.

Bagi pemerintahan atau organisasi sektor publik untuk berinovasi lebih karena tuntutan akuntabilitas, transparansi dan berbagai prinsip good governance yang menggiring organisasi publik yang berkinerja lebih tinggi. Dalam konteks pembangunan nasional, inovasi di sektor publik menjadi mutlak karena negara kita memerlukan percepatan atau akselerasi dalam memajukan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat. Daya saing kita dengan negara lain, walaupun hanya di tingkat regional masih cukup memprihatinkan.

Proses inovasi bagi organisasi berbeda dengan proses yang terjadi secara individu. Sebagai sebuah organisasi, sektor publik dapat mengadopsi inovasi melalui tahapan sebagai berikut<sup>2</sup>:

- a. Initiation atau perintisan

---

<sup>2</sup> Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovation*. Canada: The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. New York

Tahapan perintisan terdiri atas fase agenda setting dan matching. Ini merupakan tahapan awal pengenalan situasi dan pemahaman permasalahan yang terjadi dalam organisasi. Pada tahapan agenda setting ini dilakukan proses identifikasi dan penetapan prioritas kebutuhan dan masalah. Selanjutnya dilakukan pencarian dalam lingkungan organisasi untuk menentukan tempat di mana inovasi tersebut akan diaplikasikan. Tahapan ini seringkali memakan waktu yang sangat lama. Pada tahapan ini juga biasanya dikenali adanya performance gap atau kesenjangan kinerja. Kesenjangan inilah yang memicu proses pencarian inovasi dalam organisasi.

b. Implementation atau Pelaksanaan

Pada tahapan ini, perintisan telah menghasilkan keputusan untuk mencari dan menerima inovasi yang dianggap dapat menyelesaikan permasalahan organisasi. Tahapan implementasi ini terdiri atas fase redefinisi, klarifikasi dan rutinisasi.

## **2. Teori Inovasi**

### **a. Pengertian Inovasi**

Pengertian inovasi menurut KBBI ialah pemasukan atau pengenalan hal-hal yang baru, penemuan atau pembaharuan gagasan atau metode baru. Sedangkan menurut istilah inovasi merupakan suatu pembaharuan pada kehidupan seseorang atau terhadap suatu sistem. Dalam hal ini inovasi bisa terjadi pada suatu tatanan kelompok, organisasi, perekonomian atau sistem

sosial. Inovasi merupakan metode baru untuk meningkatkan kualitas suatu program atau menambah kualitas dari suatu produk. Inovasi sendiri menggunakan ide atau gagasan yang baru yang didapat melalui *discovery*, *invention*, maupun pembaharuan suatu sistem dengan menggunakan cara yang baru. Inovasi tidak hanya mengandung suatu ide namun inovasi juga dapat berupa wujud fisik. Pengertian inovasi menurut beberapa ahli yang dikutip dari (Suwarno, 2018):

- 1) Thompson dan Eveland (1967) mendefinisikan inovasi yaitu suatu desain yang digunakan untuk tindakan instrumental dalam rangka mengurangi ketidak teraturan suatu hubungan sebab akibat dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Jadi, inovasi dapat dipandang sebagai suatu upaya untuk mencapai tujuan tertentu.
- 2) Rogers mengatakan bahwa “*an innovation is an idea, practice, or object that is perceived as new by individual or other unit of adopter.*” Jadi inovasi adalah sebuah ide, praktek, atau objek yang dianggap baru oleh seseorang atau suatu sistem tatanan sosial.
- 3) Damanpour menjelaskan bahwa sebuah inovasi dapat berupa produk atau jasa yang baru, teknologi proses produksi yang baru, sistem struktur dan administrasi baru atau rencana baru bagi anggota organisasi.

Selain itu arti lain inovasi, inovasi merupakan kegiatan penelitian, pengembangan, atau perancangan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara

baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.<sup>3</sup>

Dapat disimpulkan dari beberapa teori inovasi yang dikemukakan oleh para ahli bahwa inovasi tidak akan lepas dari suatu pengetahuan yang baru bagi suatu masyarakat dalam tatanan sistem sosial. Pengetahuan baru menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kehidupan di masyarakat. Inovasi juga merupakan sebuah cara baru bagi individu atau kelompok tertentu untuk menemukan suatu ide dan gagasan baru sebagai alat untuk meningkatkan suatu kualitas atau nilai jual suatu produk. Inovasi dikatakan sebagai solusi agar suatu masyarakat mencapai tujuannya (Suwarno, 2018).

Inovasi berkaitan erat dengan penemuan teknologi, meningkatnya kualitas suatu sistem atau suatu produk dapat dilihat dari penemuan teknologi yang melekat pada sistem atau produk tersebut. Inovasi dikatakan berhasil apabila dipandang sebagai sesuatu bentuk pembaharuan dari suatu sistem atau produk oleh konsumennya.

#### **b. Karakteristik Inovasi**

Rogers (1983) menawarkan karakteristik yang dapat membantu untuk mengurangi ketidakpastian tentang inovasi sehingga memengaruhi tingkat adopsi seseorang terhadap produk baru. Dalam perspektif Rogers, karakteristik inovasi ini dapat memengaruhi individu maupun konsumen

---

<sup>3</sup> Undang Undang No.18 Tahun 2002 Tentang Sistem Nasional, Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi

terhadap tingkat adopsi atau rate of adoption. Rate of adoption merupakan kecepatan relatif sebuah inovasi itu diadopsi oleh anggota sistem sosial. Rogers (1983) mengemukakan bahwa setidaknya terdapat lima karakteristik suatu sistem dapat dikatakan inovatif <sup>4</sup>:

a. *Relative Advantage*

Atau keunggulan relatif merupakan dimana sebuah inovasi dianggap lebih maju dari yang sebelumnya. Semakin besar keunggulan relatif yang dirasakan oleh konsumen maka semakin cepat pula inovasi tersebut diterima.

b. *Compatibility*

Atau kompatibel merupakan kesesuaian inovasi dengan nilai dan kebutuhan konsumen. Inovasi dapat diterima oleh penerimanya apabila setara dengan nilai yang ada.

c. *Kompleksitas*

Dimana inovasi kesulitan untuk diterima oleh penerimanya. Semakin sulit inovasi untuk diterapkan, maka akan semakin lambat pula untuk diterima.

d. *Trialability*

Inovasi dapat diuji coba berhasil atau tidaknya, agar semakin cepat digunakan maka inovasi harus dapat menunjukkan keunggulannya.

e. *Observability*

---

<sup>4</sup> Rogers, Everett M. (1983). *Diffusion of Innovation*. Canada: The Free Press, A Division of Macmillan Publishing Co., Inc. New York.

Inovasi yang dapat dikatakan inovatif apabila hasil dari pembaharuan sistem atau produk dapat diamati dan mudah dilihat oleh setiap penerimanya.

### **c. Siklus dalam Pengembangan Inovasi**

Dalam teori perkembangan inovasi terdapat siklus yang menjadi tahapan dasar mengapa inovasi dibutuhkan setiap individu dan menjadi suatu alasan mengapa inovasi muncul atas dasar kebutuhan. Inovasi pada umumnya akan melewati tahapan (Suwarno, 2018) :

#### **a. Penemuan Masalah/Kebutuhan**

Menemukan permasalahan yang dapat diselesaikan melalui suatu sistem, dimana permasalahan yang muncul akan mendapatkan perhatian utama dalam melakukan riset. Seorang peneliti akan mengenali permasalahan yang akan muncul di masa depan.

#### **b. Riset Dasar**

Inovasi selalu berkaitan dengan teknologi, dalam hal ini teknologi merupakan aspek yang sangat penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

#### **c. Pengembangan**

Pengembangan dalam suatu inovasi merupakan proses mengembangkan ide atau gagasan baru ke bentuk atau pola yang baru yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

#### **d. Komersialisasi**

Dalam industri ekonomi tahapan komersialisasi merupakan tahapan yang penting dimana produk yang ditawarkan diharapkan mampu diterima oleh pasar atau konsumen. Tahapan komersialisasi dalam inovasi meliputi produksi, pabrikan, dan pemasaran.

e. Difusi

Produk yang dihasilkan dari suatu inovasi telah muncul di berbagai kalangan dan akan memberikan pilihan untuk konsumen apakah berminat atau tidak.

f. Konsekuensi

Hasil dari inovasi tidak bisa serta merta dapat diterima oleh masyarakat. Sejatinya, setiap individu memiliki kebebasan untuk memilih dan itu merupakan konsekuensi dari inovasi yang dihasilkan.

Produk inovasi tidak secara langsung dapat diterima oleh masyarakat, jika tidak dapat diterima maka akan muncul suatu inovasi atau pembaharuan atau dilakukan modifikasi dengan kata lain melakukan pembenahan dari inovasi yang sudah ada agar dapat memenuhi kebutuhan yang diinginkan. Proses inilah yang disebut sebagai siklus pengembangan inovasi.

**d. Difusi Inovasi**

Difusi inovasi yang dikembangkan Everett M Rogers dikenal luas sebagai teori yang membahas keputusan inovasi. Rogers (1983) menawarkan konsep difusi inovasi sebagai bentuk kecepatan sebuah sistem sosial

menerima ide-ide baru yang ditawarkan sebuah inovasi. Teori Rogers ini hingga kini banyak dirujuk para peneliti khususnya saat membahas soal difusi inovasi. Difusi didefinisikan sebagai suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui saluran tertentu selama jangka waktu tertentu terhadap anggota suatu sistem sosial. Difusi dapat dikatakan juga sebagai suatu tipe komunikasi khusus dimana pesannya adalah ide baru. Disamping itu, difusi juga dapat dianggap sebagai suatu jenis perubahan sosial yaitu suatu proses perubahan yang terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial. Jelas disini bahwa istilah difusi tidak terlepas dari kata inovasi. Karena tujuan utama proses difusi adalah diadopsinya suatu inovasi oleh anggota sistem sosial tertentu. Anggota sistem sosial dapat berupa individu, kelompok informal, organisasi dan atau sub sistem.

Proses difusi inovasi terdapat beberapa unsur (Sumardjo, 2016):

a. Inovasi

Suatu gagasan, ide, atau cara-cara yang dianggap baru bagi seseorang atau kelompok.

b. Saluran Komunikasi (*Communication Channel*)

Yaitu bagaimana suatu pesan dapat diterima oleh suatu individu. Komunikasi dalam proses difusi inovasi merupakan upaya untuk saling bertukar ide atau gagasan baru (inovasi) oleh seseorang yang telah berpengalaman dalam menggunakan inovasi tersebut kepada seseorang yang belum berpengalaman melalui saluran komunikasi.

c. Waktu

Proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam proses pengambilan keputusan inovasi, keinovatifan seseorang yang lebih awal atau lebih lambat dalam menerima inovasi, dan kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.

d. Sistem Sosial

Proses difusi inovasi terjadi dalam sistem sosial dimana sistem sosial ini nantinya saling berkaitan untuk mencapai keinginan. Proses difusi dengan sistem sosial ini dipengaruhi oleh struktur dan norma sosial.

**e. Bentuk Inovasi**

Halvorsen mengemukakan bahwa inovasi dapat dikategorikan sebagai berikut (Suwarno, 2018):

a. *Incremental Innovations*

Suatu inovasi yang berkaitan dengan tingkat keaslian (novelty) dari inovasi itu sendiri. Pada sektor industri, kebanyakan inovasi bersifat perbaikan incremental.

b. *Top-down innovations—bottom-up innovations*

Menjelaskan bahwa siapa yang memimpin proses perubahan perilaku, dimana top menunjuk pada manajemen atau organisasi atau suatu sistem yang lebih tinggi kedudukannya, sedangkan bottom menunjuk pada karyawan dan pengambil keputusan pada tingkat unit (*mid level policy makers*)

c. *Needs-Ied Innovations and Efficiency-Ied Innovations*

Dimana inovasi yang telah diinisiasi dapat menyelesaikan permasalahan dengan tujuan untuk meningkatkan efisiensi pelayanan, produk, dan prosedur.

f. **Hambatan Inovasi**

Dalam mengembangkan suatu inovasi diyakini bahwa inovasi akan memberikan manfaat yang besar akan tetapi tidak sedikit perusahaan yang mempunyai hambatan untuk berinovasi, ada beberapa faktor hambatan inovasi (Sasono, 2014) :

a. Resiko Ekonomi

Resiko akan muncul apabila perusahaan hanya bergantung bagaimana inovasi mampu memberikan tingkat pengembalian yang diharapkan, padahal inovasi tidak melulu diukur secara ekonomis yang dapat diperhitungkan.

b. Meningkatnya Biaya Inovasi

Meningkatnya anggaran inovasi ini dikarenakan tidak adanya jaminan yang pasti bahwa anggaran yang besar akan menghasilkan inovasi yang sukses.

c. Kurangnya Informasi Tentang Teknologi

Sekarang ini teknologi menjadi akses yang penting dalam keberhasilan inovasi. Jika pengetahuan teknologi kurang memadai, maka inovasi akan menjadi terhambat dan inovasi tidak dapat mengikuti jamannya.

d. Kurangnya Informasi Tentang Pasar

Perusahaan cenderung hanya memfokuskan bahwa inovasi bermanfaat bagi perusahaannya saja, hal ini disebabkan oleh perusahaan yang tidak mencari informasi mengenai pasar. Pasar merupakan segmen yang penting bagi perusahaan dalam menentukan penawaran dan jika perusahaan kekurangan informasi tentang pasar, maka inovasi akan sulit diterima oleh penerimanya.

### **3. Teori Industri Kreatif**

Industri merupakan suatu bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah dari bahan mentah, bahan baku, bahan setengah jadi/jadi, menjadi barang dengan nilai yang lebih tinggi yang bermanfaat bagi penggunanya. Pembangunan yang berasal dari sektor industri yang bertujuan untuk memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya alam yang ada di Indonesia.

Manusia mempunyai keterampilan yang dapat dimanfaatkan secara optimal yang berguna untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Sektor industri yang terdapat di Indonesia sangat bervariasi, untuk membuka lapangan pekerjaan, perlu dilakukan pemberdayaan yang berkelanjutan terhadap sektor industri yang berkembang di kalangan masyarakat agar dapat meningkatkan perekonomian melalui usaha mikro, kecil, dan menengah. Esensi dari kreatifitas adalah gagasan yang original dan dapat diproteksi, seseorang yang kreatif dapat mendapatkan penghasilan atau pendapatan yang lebih dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini dibuktikan dengan beberapa teori dari beberapa ahli, diantara lain:

a. Menurut Richard Florida

Seluruh umat manusia adalah kreatif, apakah seorang pekerja di pabrik kaca atau seorang remaja digang senggol yang sedang membuat musik hip-hop. Perbedaannya adalah pada statusnya karena ada individu-individu yang secara khusus bergelut dibidang kreatif dan mendapat faedah ekonomi secara langsung dari aktivitas tersebut. Tempattempat dan kota-kota yang mampu menciptakan produk-produk baru yang inovatif tercepat akan menjadi pemenang kompetisi di era ekonomi ini.

b. Menurut Robert Lucas

Kekuatan yang menggerakkan pertumbuhan dan pembangunan ekonomi kota atau daerah dapat dilihat dari tingkat produktivitas kluster

orang-orang bertalenta dan orang-orang kreatif atau manusia-manusia yang mengandalkan kemampuan ilmu pengetahuan yang ada pada dirinya.

c. Menurut Visi Pemerintah

Industri-industri yang mengandalkan kreatifitas individu, keterampilan serta talenta yang memiliki kemampuan meningkatkan taraf hidup dan penciptaan tenaga kerja melalui penciptaan (gagasan) dan eksploitasi HKI (Hak Kekayaan Intelektual).

d. Menurut Alvin Toffler

Gelombang peradaban manusia dibagi menjadi tiga gelombang. Gelombang pertama adalah abad pertanian, gelombang kedua adalah abad industri dan gelombang ketiga adalah abad informasi. Namun saat ini, peradaban manusia dengan kompetisi yang semakin maju, masalah manusia pada era peradaban baru yaitu gelombang keempat, ada yang menyebutnya sebagai knowledge based economy atau ekonomi berorientasi pada kreativitas.

e. Menurut Departemen Perdagangan

Pengembangan ekonomi atau industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut.

Menurut Departemen Perdagangan subsektor industri kreatif terbagi 14 macam:

1. Periklanan: industri kreatif yang terdiri dari jasa periklanan dan meliputi berbagai aktivitas produksi, media cetak, poster, reklame yang bertujuan untuk menambah promosi suatu produk atau jasa agar menarik minat pembeli.
2. Arsitektur: industri kreatif yang berkaitan dengan jasa *design* bangunan, perencanaan konstruksi baik secara mikro maupun makro.
3. Pasar Barang Seni: industri kreatif yang berkaitan dengan penjualan suatu produk yang memiliki nilai seni yang tinggi melalui galeri, internet, lelang, misalnya: kerajinan, lukisan, film, dan alat music.
4. Kerajinan: kegiatan kreatif yang dilakukan dengan suatu kreasi atau bentuk karya yang dihasilkan oleh pengrajin, misalnya: kerajinan kayu, kerajinan kulit, kerajinan kayu.
5. Desain: industri kreatif yang berkaitan dengan desain grafis, desain interior, desain kemasan, dll.
6. Fashion: industri kreatif yang meliputi pakaian, aksesoris, perhiasan, konsultasi *fashion*.
7. Video, Film, dan Fotografi: industri kreatif yang terdiri dari produksi sinematografi, misalnya: film, film pendek, sinetrol, dan video klip.
8. Permainan Interaktif: kegiatan kreatif yang meliputi permainan yang mendedukasi dan bersifat hiburan.

9. Musik: industri yang mencakup produksi, ciptaan dan distribusi lagu yang berasal dari rekaman suara.
10. Seni Pertunjukan: industri kreatif yang berkaitan dengan produksi suatu pertunjukan, misalnya: tari, opera, drama musikal, peragaan gaya.
11. Penerbitan dan Percetakan: industri kreatif yang berkaitan dengan penerbitan buku, jurnal, Koran, majalah, konten digital, dan termasuk rekaman film.
12. Layanan Komputer dan Software: industri kreatif yang berkaitan dengan pengembangan teknologi informasi termasuk pengembangan data dan pengolahan data.
13. Televisi dan Radio: industri kreatif yang berkaitan dengan pengemasan acara televisi dan penyiaran.
14. Riset dan Pengembangan: industri kreatif yang menawarkan penemuan inovasi ilmu dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan pasar.

## **F. Literature Review**

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan

kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal yang terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

**Tabel 1.3**  
Literature Review

No.	Judul Penelitian	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
1.	Pengembangan Industri Kreatif di Kota Batu	(Fitriana et al., n.d.)	Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam pengembangan industri kreatif yang dilakukan oleh sebagian pelaku usaha untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dalam mengembangkan industri kreatif ini, para pelaku usaha meningkatkan kualitas produksi dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
2.	Inovasi Produk dan Motif Seni Batik Pesisiran Sebagai Basis Pengembangan Industri Kreatif Dan Kampung Wisata Minat Khusus	Poerwanto dan Zakaria Lantang Sukirno	Penelitian ini menjelaskan bahwa industri kreatif dapat menambah peluang usaha dan perluasan kerja yang produktif terutama dalam <i>fashion</i> . Industri kreatif juga melibatkan para pengrajin lokal, pemerintah, dan konsumen. Manfaat yang diterima dari adanya inovasi di bidang industri kreatif adalah dapat

			memperluas investasi, lapangan kerja, dan kepedulian terhadap masalah lingkungan (Poerwanto, 2012).
3.	Strategi Pengembangan Industri Kreatif Kerajinan Topeng Era Industri 4.0	Endra Yuafanedi Arifianto dan Rakhmat Himawan	Penelitian ini menjelaskan bahwa pengembangan industri kreatif menggunakan kolaborasi antar elemen seperti komunitas industri kreatif, pemerintah daerah, dan perguruan tinggi. Dalam pengembangannya, industri kreatif membutuhkan kreativitas, inovasi, dan semangat entrepreneur sehingga setiap pelaku usaha mampu bersaing untuk memenuhi kebutuhan pasar/masyarakat (Arifianto, 2018).
4.	Kreatifitas dan Inovasi Produk Industri Kreatif	Widiya Dewi Anjaningrum & Agus Purnomo Sidi	Penelitian ini menjelaskan bahwa kreativitas produk sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu inovasi produk. Produk-produk kreatif dari hasil inovasi harus memiliki kemampuan bersaing

			melalui meningkatnya daya tarik atau mengembangkan suatu produk (Anjaningrum & Sidi, 2018a).
5.	Upaya Peningkatan Kinerja Industri Kreatif Kerajinan melalui People Equity dan Strategi Inovasi di Kabupaten Konawe	Welis Raldianingrat & Wuryanti	Penelitian ini menjelaskan bahwa industri kreatif bergantung pada sumber daya manusia yang nyaman saat bekerja karena akan mempengaruhi kreativitas manusia dalam melakukan inovasi (Raldianingrat & Wuryanti, 2014).
6.	Pengaruh Strategi Inovasi Terhadap Keunggulan Bersaing di Industri Kreatif (Studi Kasus UMKM Bidang Kerajinan Tangan di Kota Bandung)	Tintin Suhaeni	Penelitian ini menjelaskan bahwa industri kreatif berdampak pada kemampuan suatu produk untuk memasuki pasar dan meningkatkan daya tarik konsumen. Jika nilai jual suatu produk memiliki kemampuan untuk bersaing di pasar maka dapat dikatakan bahwa kualitas dari produk tersebut termasuk tinggi (Suhaeni, 2018)
7.	Meningkatkan Keunggulan Bersaing	Muhammad Rifa'I & Totok Sasongko	Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam industri kreatif sangat

	Produk melalui Inovasi dan Orientasi Pasar pada Usaha Sektor Industri Kreatif di Kota Malang		diperlukan untuk mengembangkan suatu produk yang memiliki keunggulan bersaing. Dimana dalam hal ini, inovasi dan kreativitas mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan perekonomian. Kreativitas yang dimiliki manusia dapat menciptakan produk yang inovatif (Rifa'i & Sasongko, 2019) .
8.	Pengaruh Orientasi Pasar, Inovasi Dan Kreativitas Produk Terhadap Kinerja Industri Kreatif Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi pada Industri Kreatif yang Tergabung dalam Malang Creative Fusion)	Widiya Dewi Anjaningrum & Agus Purnomo Sidi	Penelitian ini menjelaskan bahwa untuk meningkatkan kreativitas produk diperlukan untuk melakukan transformasi produk yang baru tanpa menghilangkan keaslian produk tersebut dan memperhatikan kelayakan kualitas produk tersebut. Dan untuk mempunyai keunggulan bersaing suatu produk maka dilakukan observasi apakah dalam melakukan inovasi suatu produk tersebut berpengaruh atau tidak terhadap orientasi pasar dan minat

			beli konsumen (Anjaningrum & Sidi, 2018).
9.	Strategi Inovasi Produk pada Industri Kreatif Minangkabau untuk Mengatasi Pengangguran di Sumatera Barat	Lola Fitria Sari	Penelitian ini menjelaskan bahwa dalam pengelolaan industri kreatif dibutuhkan untuk melakukan pengembangan produk atau memperbaiki produk yang lama agar dapat memenuhi permintaan pasar. Pasar cenderung membutuhkan produk dengan tampilan baru dan lebih spesifik, sehingga dibutuhkanlah inovasi agar suatu usaha terus hidup dan berkembang (Sari, 2018).
10.	Inovasi Kue Batik Jember Sebagai Upaya Pengembangan Industri Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal Jember	Astrid Maharani	Penelitian ini menjelaskan bahwa inovasi yang dilakukan dalam industri kreatif akan membantu meningkatkan kemampuan para pelaku usaha dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas yang dapat mempengaruhi meningkatnya daya saing (Maharani & Sumowo,

			2019).
--	--	--	--------

### **G. Definisi Konseptual**

1. Inovasi adalah pengembangan, atau perekayasaan yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi.
2. Industri kreatif adalah suatu industri yang memanfaatkan kreatifitas dan bakat individu yang bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat dan mengurangi pengangguran dengan membuka lapangan pekerjaan. Industri kreatif memberikan dampak yang besar terhadap pembangunan pariwisata nasional dan mampu mengangkat warisan budaya lokal.

### **H. Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah penentuan kontrak atau sifat yang dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono 2012: 31). Dengan melihat definisi operasional suatu penelitian, maka seorang peneliti akan mengetahui suatu variabel yang akan diteliti.

**Tabel 1. 4**  
Definisi Operasional

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1.	Inovasi Pemerintahan	Initiation atau perintisan	Agenda setting dan matching
		Implementation atau pelaksanaan	Redefinisi, klarifikasi, rutinisasi
1.	Inovasi	Relative Advantage	Bentuk Inovasi, Strategi Inovasi
		Compatibilty	Manfaat, Nilai, Pemenuhan Kebutuhan Konsumen
		Kompleksitas	Hambatan
		Trialibilty	Target Pasar, Strategi Pemasaran
		Observability	Respon Pasar
2.	Industri Kreatif	Kerajinan	Inovasi Motif Batik
		Fashion	Ragam Karya Batik Jumputan, Macam-macam Motif Batik Jumputan.

## I. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan beberapa pertimbangan. Pertama, metode kualitatif sangat cocok dan lebih mudah ketika berhadapan dengan kenyataan. Kedua, metode ini menyajikan secara *riil*

hubungan antara peneliti dan responden dan ketiga, metode kualitatif dapat menyesuaikan dengan pengaruh yang ada di lapangan. Metode penelitian kualitatif menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata, gambar, maupun video dan tidak berdasarkan pada angka yang dominan sehingga hasil yang diperoleh lebih menitikberatkan pada makna dan *value* (Helaluddin & Wijaya, 2019).

Berdasarkan masalah yang dibahas dalam penelitian yang menitikberatkan pada makna dan nilai-nilai, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif secara sistematis dan mendalam mengenai inovasi kelompok usaha batik jumputan dalam pengembangan industri kreatif di masa pandemi COVID-19.

## **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi di Kota Yogyakarta yang merupakan Kota berwawasan budaya sehingga menghasilkan berbagai seni tradisional. Penelitian dilaksanakan di Kampung Tahunan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta dimana kampung ini merupakan sentral pengrajin batik jumputan dan terdampak oleh adanya pandemi COVID-19.

## **3. Jenis Data**

### **a. Data Primer**

Data yang didapatkan secara langsung dari penelitian. Penelitian dilaksanakan di Kampung Tahunan, Kecamatan Umbulharjo, Kota Yogyakarta sebagai sentral pengrajin batik jumputan dengan melakukan

wawancara bersama dengan kelompok usaha batik jumputan terkait dengan perkembangan batik jumputan di Kota Yogyakarta, program dan kegiatan yang dilakukan untuk menarik konsumen, tujuan dan pengaruh keberadaan batik jumputan terhadap perekonomian. Serta melakukan wawancara terhadap beberapa owner butik batik jumputan mengenai pengaruh pandemi COVID-19 terhadap penjualan batik jumputan, strategi pengelolaan, dan inovasi yang dilakukan selama pandemi.

b. Data Sekunder

Data yang didapatkan secara tidak langsung yang berasal dari laporan-laporan, buku catatan, dokumentasi dan lain-lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder pada penelitian ini meliputi: sejarah batik jumputan, profil usaha batik jumputan, data pengrajin batik jumputan.

#### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu:

a. Wawancara

Penelitian ini menggunakan salah satu dari teknik pengumpulan data yaitu dengan teknik wawancara mengenai apa saja inovasi yang dilakukan untuk mengembangkan industri kreatif batik jumputan secara langsung kepada narasumber untuk memperoleh data yang diperlukan. Narasumber penelitian ini meliputi pelaku usaha batik jumputan, staff

Dinas Koperasi dan UKM Kota Yogyakarta, Lurah Kelurahan Tahunan,  
 dan konsumen batik jumputan. Adapun daftar pertanyaan wawancara:

**Tabel 1. 5**  
 Daftar Pertanyaan Wawancara

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Informan
1.	Inovasi	Relative Advantage	Manfaat Inovasi	Apa saja manfaat yang diperoleh dari adanya inovasi yang dilakukan oleh Ibu?	Dinas dan pelaku usaha
				Apakah dengan adanya manfaat inovasi yang diperoleh sudah relevan dengan kondisi pandemi Covid-19 saat ini?	Dinas dan Pelaku Usaha
2.			Bentuk Inovasi	Apa saja bentuk inovasi yang dilakukan oleh Ibu selaku pelaku usaha batik jumputan agar dapat bertahan pada masa pandemi Covid-19?	Pelaku Usaha
3.			Strategi Inovasi	Bagaimana strategi yang dilakukan untuk melakukan inovasi tersebut dalam masa pandemi?	Pelaku Usaha

4.		Compatibility	Pemenuhan Kebutuhan Konsumen	Apakah inovasi yang dilakukan sudah sesuai dengan kebutuhan konsumen pada masa pandemi?	Konsumen
5.		Kompleksitas	Kesulitan	Apakah inovasi yang dilakukan mudah atau sulit untuk diterapkan?	Konsumen
6.			Hambatan	Apakah dalam melakukan inovasi pada saat pandemi Covid-19 terdapat hambatan?	Pelaku Usaha
7.				Apakah ada dukungan pemerintah terhadap umkm pada masa pandemi? Kalau iya apa saja bentuk dukungan tersebut?	Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah
8.				Bagaimana peran pemerintah untuk mendampingi UMKM dalam melakukan inovasi pada masa pandemi?	Pemerintah Desa dan Pemerintah Daerah
9.		Trialibility	Tahap Uji Coba	Apakah sebelumnya pernah melakukan inovasi	Dinas dan Pelaku

				yang sama?	Usaha
				Apakah dalam melakukan inovasi, sudah diujikan kepada publik?	Dinas dan Pelaku Usaha
				Bagaimana respon konsumen terhadap inovasi yang dilakukan?	Dinas dan Pelaku Usaha
10.		Observability	Keterlihatan	Bagaimana strategi dalam memasarkan inovasi yang telah dilakukan?	Dinas dan Pelaku Usaha
				Apakah selama pandemi Covid-19, kegiatan pemasaran melalui <i>event</i> pameran masih terlaksana?	Dinas dan Pelaku Usaha
11.	Industri Kreatif	Kerajinan	Batik Jumputan	Bagaimana perkembangan batik jumputan di Kelurahan Tahunan?	Kelompok Usaha
				Program apa saja yang dilakukan pemerintah untuk mengembangkan kerajinan batik jumputan?	Kelompok Usaha dan Pemerintah
12.		Fashion	Ragam fashion batik jumputan	Kegiatan apa saja yang dilakukan untuk mengembangkan fashion batik jumputan di	Kelompok Usaha

				Kampung Tahunan?	
--	--	--	--	------------------	--

b. Dokumentasi

Untuk studi kasus, penggunaan dokumen yang paling penting adalah dukungan dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Dokumen dapat menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dan sumber-sumber lain, jika bukti dokumenter bertentangan dan bukan mendukung, peneliti mempunyai alasan untuk meneliti lebih jauh topik yang bersangkutan. Dokumen sangat penting dalam pengumpulan data studi kasus karena penting bagi rencana pengumpulan data.

**5. Teknik Analisis Data**

Terdapat tahap-tahap analisis data, secara umum kegiatan analisis data meliputi rangkaian kegiatan sebagai berikut:

a. Pengumpulan Data

Proses mengumpulkan data-data penelitian yang didapatkan dari lapangan yang dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan metode yang sudah ditentukan.

b. Reduksi Data

Proses seleksi dan penyederhanaan data yang diperoleh dilapangan. Hal ini agar dapat digunakan sepraktis dan seefisien mungkin, sehingga hanya data yang diperlukan dan dinilai valid yang dijadikan sumber penelitian.

c. Penyajian Data (*Data Display*)

Merupakan sekumpulan dokumen atau informasi yang tersusun atau terkategori yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan.

d. Penarikan kesimpulan (*Conclusion Drawing*)

Dari awal pengumpulan data peneliti harus sudah mulai mengerti apa arti dari hal-hal yang ditemui. Dari data yang diperoleh peneliti di lapangan maka dapat diambil penarikan kesimpulan hasil akhir penelitian