

ABSTRACT

Business Sustainability Improvement Model Through Community Capacity Building in Community of Creative Economy Grobogan

Dita Prameswari¹, Winarsih²

Background: *The rise of the business world today has an impact on the level or number of business actors which is increasing which can lead to tight competition in business. Given these problems, the thing that needs to be considered is how to maintain business sustainability so that it remains sustainable in the long term.*

Purpose: *The purpose of this study is to examine more deeply about the role of capacity in the community towards business sustainability, which focuses on community agreeableness or is defined as a willingness to share in the creative economy community in Grobogan Regency.*

Methods: *The object of this research is the creative economy community in Grobogan Regency which has several small and medium industries in it which are also the population in this study. While the sampling method using purposive sampling as many as 50 respondents. Then the data is collected through a questionnaire which will be processed using the PLS 4.0 analysis technique.*

Conclusion: *From the results of the study, it can be concluded that community agreeableness is an antecedent in increasing business sustainability. This theory can be practiced in the Grobogan creative economy community to increase business sustainability and as an effort to maintain and develop business in an era or dynamic business environment.*

Suggestion: *For the future agenda, it should be carried out with a wider scope and develop variables as determinants of business sustainability in the long term.*

Keywords: *Business Sustainability, Community Capacity Building, EKRAF*

Authors

- 1) Universitas An Nuur
ditaprameswari@unan.ac.id
- 2) Universitas An Nuur
winarsih.winarwiwin@gmail.com

doi: -

Correspondence to:

Name: Dita Prameswari
Institusi: Universitas An Nuur
Address: Jl. Gajahmada No.7 Purwodadi,
Grobogan, Jawa Tengah
Email: ditaprameswari@unan.ac.id
Phone: 089675976404

Published Online on October 20, 2021

This online publication has been corrected

PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis telah merasakan kerasnya persaingan dalam meraih keuntungan. Berbagai survey menunjukkan bahwa hampir 80% usaha yang baru tumbuh, harus menyingkir dari arena persaingan pada 2- 3 tahun pertama sejak berdiri dan beroperasi. Sebagian besar bisnis atau perusahaan yang baru berdiri gagal dalam bisnis atau tidak laku dijual dan hanya

beroperasi pada kondisi yang semakin menurun. Hal itu biasanya disebabkan oleh kurangnya perencanaan strategi yang tidak terstruktur dengan baik.

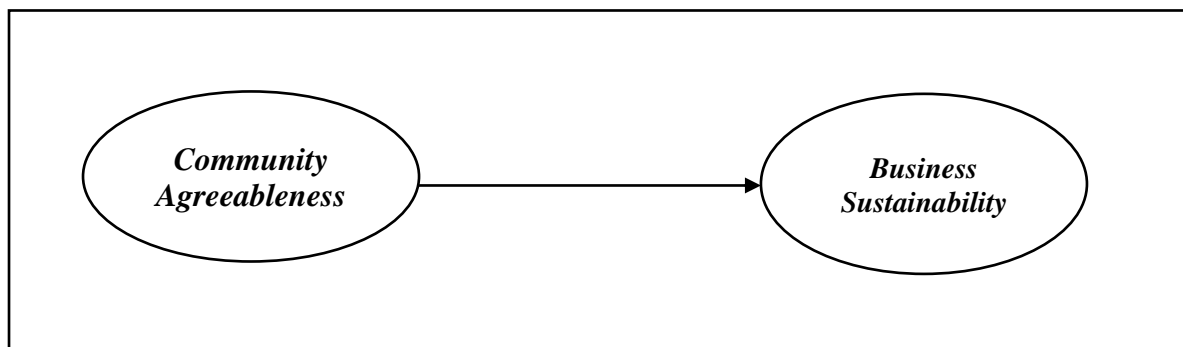
Seorang wirausaha atau calon pengusaha, sebelum mulai memasuki bisnisnya perlu memperhatikan karakteristik bisnis yang tergolong sukses, berdaya saing dan sustainable. Keberhasilan tersebut setidaknya harus dijadikan motivasi dan contoh terhadap minat usahanya. Keberhasilan dan kesuksesan sebuah kegiatan usaha/bisnis dapat ditinjau dari sudut individu manusianya, kelembagaan usahanya serta jenis aktivitas usahanya dan kemampuan mengantisipasi lingkungan internal dan eksternal perusahaannya. Untuk dapat mengetahui dan memahami kriteria-kriteria bisnis yang sukses dan berkelanjutan, kiranya terlebih dahulu perlu dipahami tentang apa dan bagaimana sebenarnya konsep bisnis itu berjalan dan faktor apa saja yang mendukung keberlangsungan aktivitas perusahaan tersebut.

Dalam upaya peningkatan sustainabilitas bisnis, kami menciptakan suatu strategi untuk meningkatkan kapasitas dan kapabilitas bisnis supaya dapat menjadi komunitas yang berkualitas dan kompeten. Sedangkan objek yang digunakan adalah komunitas bisnis ekonomi kreatif di Grobogan yang sangat perlu dipertahankan eksistensi dan keberadaannya. Pada dasarnya, didalam sebuah komunitas bisnis akan terdapat ketergantungan perusahaan pada pemangku kepentingan eksternal yang meningkat dari waktu ke waktu dan perusahaan menciptakan nilai melalui pengelolaan hubungan dengan para pemangku kepentingan di pasar, masyarakat, dan dalam jaringan bisnis mereka (Boesso dan Kumar, 2009). Ekonomi Kreatif adalah sebuah talenta baru yang mengubah masyarakat melalui ide atau gagasan kreatif, sehingga menghasilkan produk-produk bernilai tambah ekonomi yang mampu menghasilkan kehidupan lebih sejahtera. Ekonomi kreatif berperan dalam perekonomian suatu bangsa terutama dalam menghasilkan pendapatan, menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penerimaan hasil ekspor, meningkatkan teknologi, menambah kekayaan intelektual, dan peran sosial lainnya.

Sistem ekonomi kreatif diyakini mampu menjadi solusi dalam mengatasi masalah tersebut, sekaligus sebagai alternatif dalam menghadapi tantangan ekonomi global yang akan menggeser system ekonomi yang telah berjalan. Pengembangan ekonomi kreatif telah berkembang menjadi sebuah fenomena dalam menghadapi perkembangan dan tantangan globalisasi. Faktor teknologi informasi membuat pekembangan ekonomi kreatif menjadi lebih cepat, sehingga ekonomi kreatif menjadi sebuah jawaban atas tantangan dalam mensejahterakan masyarakat selain itu juga ekonomi kreatif dapat menurunkan tingkat pengangguran. Ekonomi kreatif akan memberikan nilai tambah baik pada proses produksi maupun kepada sumber daya manusia sehingga sistem ekonomi kreatif diyakini akan

menjawab tantangan dari berbagai permasalahan yang ada saat ini. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mampu mengubah cara pandang, pola pikir, dan pola kehidupan manusia serta mampu mendorong terciptanya penemuan-penemuan yang dapat menghambat kelangkaan barang dan jasa. Melalui inovasi, riset, pengembangan yang terus-menerus tercipta produk barang dan jasa apa saja yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen.

Sesuai arahan Presiden melalui keputusannya, Rumah Kreatif Grobogan ikut terbangun dengan menggandeng 16 Subsektor ekonomi. Keterlibatan mereka ini diawali dengan bersatunya para pelaku usaha dalam wadah komunitas kreatif. Ada berbagai macam yang dapat dipamerkan di Rumah Kreatif Grobogan ini. Diantaranya sentra kuliner yang merupakan hasil olahan para pelaku UMKM diantaranya sirup khas Purwodadi, Sirup Kartika, Kecap cap udang, dan aneka kue lainnya. Ini merupakan potensi besar bagi masyarakat Kabupaten Grobogan yang memiliki bisnis, karena komunitas ekonomi kreatif ini dapat menjadi wadah dan sarana bagi mereka untuk bertukar informasi dan berbagi pengetahuan dimana hal ini sebagai proses yang menghasilkan interaksi social diantara anggota organisasi dan unit (Hansen, 2002). Dengan demikian, dalam meningkatkan sustainabilitas bisnis, kami menggunakan sebuah konstruk bangunan kapasitas didalam komunitas (*community capacity building*) yang digambarkan kedalam model berikut.



Gambar 1. Model Konseptual

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian explanatori dengan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diambil adalah seluruh sektor bisnis yang bergabung dalam komunitas ekonomi kreatif di Kabupaten Grobogan yang berjumlah kurang lebih 100 unit bisnis di berbagai sektor atau bidang baik kuliner, fashion, kerajinan, dan sebagainya. Sedangkan dalam teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan

kriteria unit bisnis yang sudah berjalan kurang lebih 3 tahun lamanya dan akan diambil 50 responden. Peneliti memilih populasi tersebut karena kami meyakini bahwa komunitas ekonomi kreatif Grobogan ini sangat potensial dan dapat menjadi magnet perekonomian utama melalui sektor bisnis dalam jangka panjang.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Sedangkan pengukuran indikator atau pernyataan dalam kuesioner menggunakan 5 skala likert yang terdiri dari sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), netral (N), setuju (S), dan sangat setuju (SS). Selain itu, teknik analisis yang digunakan adalah dengan menggunakan partial least square (PLS) 4.0 yang merupakan suatu metode yang berbasis keluarga regresi untuk penciptaan dan pembangunan model dan metode untuk ilmu-ilmu sosial dengan pendekatan yang berorientasi pada prediksi.

Tabel 1. DOV dan Indikator

NO	VARIABEL	INDIKATOR
1	<i>Community Agreeableness</i> adalah suatu kemampuan untuk bersepakat yang dicapai dalam suatu perusahaan atau organisasi dengan didorong adanya kerjasama antar perusahaan, simpatik, toleransi, dan kepercayaan dalam asosiasi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kerjasama 2. Simpatik 3. Toleransi 4. Kepercayaan
2.	<i>Business Sustainability</i> merupakan bentuk aktivitas bisnis yang dilakukan dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada dan berpotensi yang mengacu pada triple bottom line (TBL) yaitu manfaat ekonomi, lingkungan, dan social.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ekonomi 2. Lingkungan 3. Sosial

HASIL

Penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menganalisis dan mengevaluasi validitas dan reliabelitas dalam konstruk dari model menggunakan Smart PLS. SmartPLS, dilakukan untuk menguji Outer Model dan Inner Model penelitian.

Outer Model

Uji outer model dilakukan untuk melihat validitas dan reliabelitas sebuah indikator dan variabel didalam penelitian . Dapat dilihat berdasarkan 3 kategori, yaitu (1) Convergent

Validity yang terdiri dari nilai outer loading dengan nilai > 0,4 dan nilai AVE >0,4. (2) Internal Consistency yang dilihat berdasarkan nilai cronbach's alpha yang >0,7 dan composite reliability dengan kriteria >0,7. (3) Discriminant Validity yang dilihat berdasarkan nilai Fornell-Lacker yang nilai root of AVE square (diagonal) lebih besar dari semua nilai variabel lain dan HTMT (heterotrait-monotrait ration of correlations) kurang dari 1. Berdasarkan ketentuan, maka indikator dan variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dan reliabel.

Tabel 2. Measurement Evaluation Model

<i>Latent Variable</i>	<i>Indicators</i>	<i>Convergent Validity</i>		<i>Internal Consistency Reliability</i>		<i>Discriminant Validity</i>
		<i>Loadings</i>	<i>AVE</i>	<i>Composite Reliability</i>	<i>Cronbach Alpha</i>	<i>HTMT</i>
		>0.40	>0.40	>0.70	>0.70	<1
	CA.1	0.680				
	CA.2	0.861				
<i>Community</i>	CA.3	0.760	0.630	0.871	0.812	YES
<i>Agreeableness</i>	CA.4	0.852				
	BS.1	0.766				
	BS.2	0.831	0.735	0.917	0.880	YES
<i>Business</i>	BS.3	0.841				
<i>Sustainability</i>						

Inner Model

Pengujian inner model dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel, yang terdapat didalam 1 hipotesis di penelitian ini. Hasil uji inner model dapat diketahui berdasarkan path coefficient dengan kategori p-values <0,05 dan t-statistik >1.96 serta dapat dilihat seberapa besar pengaruh variabel berdasarkan nilai Original Sampe (O). Hasil dari pengujian hipotesis dapat dilihat pada Tabel 3 yang menunjukkan 1 hipotesis dalam penelitian ini mempunyai signifikansi. Community agreeableness mempunyai pengaruh kuat (O = 0.406) dan signifikan business sustainability dan t values 6.048 > 1.96 dengan p values menunjukkan 0.000 < 0.05.

Tabel 2. Path Coefficient

	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Community Agreeableness → Business Sustainability</i>	0,406	0,423	0,067	6,048	0,000

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan adanya *community agreeableness* dapat meningkatkan sustainabilitas bisnis pada komunitas ekonomi kreatif Grobogan. Komunitas bisnis saat ini memiliki peran penting dalam kemajuan bisnis khususnya pada bisnis 4.0. Para pelaku bisnis dapat mengembangkan potensi yang dimiliki melalui komunitas bisnis. Selain menambah relasi, mereka dapat mengetahui pentingnya knowledge management bagi dunia bisnis dalam memaksimalkan kinerja SDM maupun kinerja bisnis itu sendiri. Pada era yang terus berkembang ini, sangat diperlukan untuk bergabung dalam komunitas bisnis untuk mendapatkan segala informasi-informasi terbaru dari anggota komunitas supaya bisnis yang dijalankan terus berkembang seiring berkembangnya zaman. Selain itu, pengaruh dari adanya komunitas bisnis dapat meningkatkan *business sustainability* bagi UKM karena dengan adanya forum, fasilitas yang berupa fisik maupun nonfisik dapat memberikan dampak besar dalam berkembangnya inovasi dan kreasi.

KESIMPULAN

Para pelaku bisnis yang tergabung dalam suatu komunitas menjadikan komunitas sebagai sarana untuk melakukan kerjasama dan saling percaya satu sama lain sehingga mereka dengan mudah mau berbagi tentang apa saja pengalamannya dan pengetahuannya yang selama ini diperoleh. Ketika mereka sudah saling terbuka dalam komunitas dan mau berbagi, mereka dapat menciptakan sebuah ide-ide baru untuk mengembangkan usahanya. Sifat *agreeableness* yang dimiliki ini merupakan suatu sikap positif yang memudahkan bisnis mereka khususnya pada komunitas ekonomi kreatif Grobogan untuk mendapat jaringan dan relasi dengan banyak pelaku bisnis lainnya yang berpotensi untuk bergabung di suatu komunitas. Dengan adanya komunitas, telah menjadi wadah dan sarana bagi mereka untuk berbagi pengetahuan, pengalaman, informasi, dan cerita-cerita sukses yang dicapai.

SARAN

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah kami hanya meneliti dalam cakupan yang kecil yang dilihat dari jumlah variabel dan hipotesis serta jumlah responden yang diteliti. Akan tetapi ini menjadi sesuatu yang baru karena objek yang diteliti adalah komunitas ekonomi kreatif di Grobogan yang sudah dikenal oleh masyarakat luas serta memang sudah terbukti keberadaannya. Untuk agenda mendatang, sebaiknya dilakukan dengan cakupan yang lebih luas dan melakukan pengembangan variabel sebagai penentu sustainabilitas bisnis dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Boesso, G., & Kumar, K. (2009). An investigation of stakeholder prioritization and engagement: who or what really counts. *Journal of Accounting & Organizational Change*.
- Colquitt, J A., Jeffrey A. LePine & Michael J. Wesson. (2017). *Organizational Behavior: Improving Performance and Commitment in the Workplace 4th Edition*
- Gault, R.H. (1907). Sejarah metode kuesioner penelitian dalam psikologi. *Penelitian dalam psikologi*. 14 (3): 366-383. Doi: 10.1080/08919402.1907.10532551.
- Hansen, M.T. (2002). Knowledge networks: explaining effective knowledge sharing in multiunit companies, *Organization Science*, Vol. 13 No. 3, pp. 232-248.
- Hubbard, G., 2009. Measuring organizational performance: Beyond the triple bottom line. *Business Strategy and the Environment*, 18: 177-191. DOI 10.1002/bse.564.
- Luthans, F. (2008). *Organizational Behavior Eleventh Edition*. Singapore: *McGraw-Hill International Edition*.
- Prameswari, D. (2021). *Community Agreeableness and Inter Organizational Knowledge Sharing In Improving Business Sustainability*. 13–19.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian dan Pengembangan (Research and Development/R&D)*. Alfabeta.