

BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan dalam suatu penelitian merupakan suatu hal yang penting karena, menjadi pembuka dari keseluruhan penelitian yang terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan seluruh pembahasan dalam penelitian ini.

1.1. LATAR BELAKANG

Usaha Mikro Kecil (UMK) memainkan peran penting dalam berkontribusi pada *sustainable development* dengan berinovasi dan mengenalkan produk ramah lingkungan (Arend, 2014). Tren pasar global saat ini mengarah pada produk-produk ramah lingkungan (Alamsyah & Syarifuddin, 2018), konsumen juga mulai sadar akan pentingnya menjaga lingkungan, sehingga konsumen mulai menggunakan produk-produk ramah lingkungan (Astuti, 2019). Secara teknis inovasi produk ramah lingkungan dapat dikatakan menantang, tetapi secara ekonomi inovasi produk ramah lingkungan dapat menguntungkan UMK karena, mengonsumsi lebih sedikit sumber daya alam, mencegah pembentukan limbah, dan menggunakan bahan baru yang lebih ramah lingkungan (C. H. Chang, 2016; Dangelico & Pujari, 2010).

Terdapat beberapa penelitian yang hanya berfokus pada motivasi UMK melakukan inovasi produk baru misalnya, adanya tekanan dari *stakeholder*, menyikapi

kesadaran akan lingkungan, dan untuk membedakan diri dari kompetitor (Guoyou et al., 2013; Watson et al., 2018) , motivasi atau alasan UMK melakukan inovasi produk baru juga untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan pada pelanggan (Y. S. Chen, 2008; Dangelico & Pujari, 2010). Selain karena motivasi eksternal, hal yang paling dibutuhkan untuk melakukan inovasi produk ramah lingkungan adalah kemampuan internal dan sumber daya (de Medeiros et al., 2018), misalnya dengan kemampuan dinamis perusahaan (Albort-Morant et al., 2016), *green human resource* (Antonioli et al., 2013), dan melalui teknologi (Oltra & Saint Jean, 2009). Hal ini seringkali membuat UMK kesulitan dalam melakukan inovasi produk ramah lingkungan dikarenakan, kurangnya kemampuan dan sumber daya (Aldrich & Auster, 1986). Oleh karena itu, pertanyaan “bagaimana UMK yang berada dalam tekanan lingkungan hidup mendobrak hambatan sumber daya untuk berhasil dalam inovasi produk ramah lingkungan hidup?” masih belum terjawab (J. Chen & Liu, 2019).

Di Indonesia sendiri kesadaran terhadap lingkungan hidup semakin meningkat, tidak hanya pada masyarakatnya tetapi juga pada perusahaan, hal ini terlihat dari upaya-upaya yang menunjukkan bahwa mereka peduli pada lingkungan (Kusumawati, 2019). Peningkatan ini juga memengaruhi minat konsumen pada produk ramah lingkungan (Kusumawati, 2019). Akan tetapi, UMK masih belum mampu melakukan inovasi produk ramah lingkungan karena kurangnya sumber daya dan kemampuan (Aldrich & Auster, 1986). Hasil riset juga menunjukkan bahwa beberapa UMK di Indonesia juga masih belum melakukan inovasi produk ramah lingkungan dikarenakan kurang pengetahuan mengenai produk ramah lingkungan seperti apa yang

diminati konsumen dan faktor biaya, dimana sumber daya yang dibutuhkan untuk melakukan inovasi produk ramah lingkungan masih tergolong mahal, sehingga beberapa UMK masih belum berinovasi pada produk ramah lingkungan. Melihat hal ini terdapat studi terbaru, dimana perusahaan menyoroti keterlibatan *stakeholder* untuk meningkatkan kemampuan internal dan memberikan penawaran inovatif (J. Chen & Liu, 2019; Watson et al., 2018) dimana, perusahaan dapat mengandalkan partisipasi pelanggan untuk mengatasi tantangan pasar dan perubahan teknologi (Cui & Wu, 2016). Partisipasi pelanggan, mengacu pada keterlibatan pelanggan dalam proses pengembangan produk baru suatu perusahaan (W. Chang & Taylor, 2016), yang telah dilakukan sebagai cara kritis untuk mengurangi ketidakpastian (Menguc et al., 2014). Penelitian sebelumnya yang membahas mengenai partisipasi pelanggan pada inovasi produk lebih berfokus pada perusahaan yang lebih besar dan sudah mapan (Fang et al., 2008; Morgan et al., 2018), sehingga peran partisipasi pelanggan tidak begitu mempengaruhi karena perusahaan tersebut sudah memiliki kemampuan dan sumber daya yang cukup untuk melakukan inovasi produk ramah lingkungan. Berbeda dengan perusahaan besar dan sudah mapan, UMK akan sangat bergantung pada partisipasi pelanggan untuk mengatasi masalah kurangnya kemampuan dalam melakukan inovasi produk (Yli-tenkko & Janakiraman, 2008), karena partisipasi pelanggan dapat membantu UMK dalam meningkatkan kemampuan perusahaan.

Selain itu, untuk bertahan dan berkembang, UMK mengandalkan *entrepreneurship process* dengan mengidentifikasi peluang (Tang et al., 2012) dan beralih pada sumber pengetahuan eksternal (Foss et al., 2013) seperti, menggunakan

pengetahuan eksternal pelanggan untuk mengidentifikasi kesenjangan produk dan *business portfolio*, serta untuk menemukan teknologi dan sektor pasar baru, adanya interaksi dengan pelanggan dapat mendorong pengenalan peluang baru (Vaghely & Julien, 2010). Peran mediasi mengenali peluang dan eksploitasi peluang dalam konteks inovasi produk ramah lingkungan diperlukan untuk menghubungkan dua aliran penelitian mengenai keterlibatan *stakeholder* dan *entrepreneurship process*, dimana dalam literatur saat ini mengikuti jalur yang relatif independen.

Untuk itu perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui peran yang memungkinkan partisipasi pelanggan dalam inovasi produk ramah lingkungan di UMK Indonesia, untuk mengetahui dampak tidak langsung dari partisipasi pelanggan melalui pengaruhnya pada mengenali peluang dan eksploitasi peluang, dan untuk *mengetahui* pengaruh tekanan pelanggan pada partisipasi pelanggan dalam inovasi produk ramah lingkungan di UMK Indonesia. Penelitian ini juga ingin melihat bagaimana mengenali peluang dan eksploitasi peluang dipengaruhi oleh partisipasi pelanggan dan peran mediasinya dalam hubungan antara partisipasi pelanggan dan inovasi produk ramah lingkungan di UMK Indonesia, sehingga diharapkan dengan penelitian ini, dapat memberikan manfaat bagi peneliti, peneliti selanjutnya dan praktisi.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Dari penelitian yang telah dikumpulkan peneliti, dapat disimpulkan bahwa permasalahan yang dihadapi UMK di Indonesia adalah mendapatkan tekanan dari konsumen mengenai produk ramah lingkungan, karena kesadaran konsumen pada

lingkungan mulai meningkat, tetapi UMK di Indonesia masih belum mampu berinovasi pada produk ramah lingkungan, karena kurangnya sumber daya dan kemampuan.

1.3. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan pembahasan latar belakang di atas, maka permasalahan penelitian ini adalah:

1. Apakah tekanan pelanggan memberikan pengaruh positif terhadap partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk pada UMK Indonesia?
2. Apakah partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru memberikan pengaruh positif terhadap inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia?
3. Apakah partisipasi dalam pengembangan produk baru memberikan pengaruh positif terhadap mengenali peluang pada UMK Indonesia?
4. Apakah mengenali peluang memediasi hubungan antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru dan inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia?
5. Apakah partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru memberikan pengaruh positif terhadap eksploitasi peluang pada UMK Indonesia?
6. Apakah eksploitasi peluang memediasi hubungan antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru dan inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia?

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Untuk memperjelas penelitian ini lebih lanjut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara tekanan pelanggan terhadap partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk pada UMK Indonesia
2. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru terhadap inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia
3. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru terhadap mengenali peluang pada UMK Indonesia
4. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh mengenali peluang dalam memediasi hubungan antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru dan inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia
5. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh positif antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru terhadap eksploitasi peluang pada UMK Indonesia
6. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh eksploitasi peluang dalam memediasi hubungan antara partisipasi pelanggan dalam pengembangan produk baru dan inovasi produk ramah lingkungan pada UMK Indonesia

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi peneliti: Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pengaruh dari melibatkan pelanggan dalam inovasi produk dan cara memanfaatkan setiap peluang di UMK

2. Bagi peneliti selanjutnya: Dapat menjadikan penelitian ini sebagai salah satu referensi penelitian dengan topik serupa, terutama mengenai inovasi produk ramah lingkungan.
3. Bagi praktisi UMK: Dapat mengetahui pengaruh keterlibatan pelanggan bagi bisnis dan cara melibatkan pelanggan untuk melakukan inovasi produk ramah lingkungan.
4. Bagi institusi pendidikan: Dapat menambahkan materi mengenai keterlibatan pelanggan dalam proses inovasi produk ke dalam kurikulum

1.6. SISTEMATIKA PENULISAN

1. BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini akan membahas latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan dan tujuan penelitian, manfaat penelitian dan seluruh sistematika penulisan yang terkait dengan penelitian. Bab ini juga akan mengilustrasikan pembahasan topik penelitian ini.

2. BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Bab ini akan memaparkan seluruh teori yang digunakan peneliti dari para ahli dalam penelitian ini, seluruh variabel dalam penelitian ini, hubungan antar variabel, dan model penelitian.

3. BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini akan memaparkan tujuan penelitian, jenis penelitian campur tangan peneliti, *study setting*, unit analisis, desain sampel dan jumlah sampel, *time*

horizon, pengumpulan data, analisis data dan paradigma. Bab ini juga akan membahas metodologi yang digunakan dalam penelitian ini.

4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini akan mencoba untuk menguji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis dari penelitian dan membahas hasil dari sampel data yang digunakan oleh peneliti lain dan mengolahnya agar dapat menyimpulkan hipotesis yang telah dirumuskan pada bab sebelumnya.

5. BAB V: SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini akan menyimpulkan penelitian ini dan memberikan saran yang berguna bagi setiap peneliti yang ingin menganalisis kasus ini lebih lanjut.

