

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini memberikan keterangan mengenai kerangka kerja dalam penelitian. Bab ini menguraikan tentang permasalahan yang diangkat dari penelitian, masalah penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan penting dalam meningkatnya perekonomian di negara Indonesia. Sebagian besar usaha di Indonesia sekitar 64,2 juta atau 99,99% unit usaha Indonesia termasuk UMKM. Dimana sebanyak 783.100 usaha di Indonesia ialah usaha kecil, 60.700 termasuk usaha menengah. UMKM menyumbang untuk PDB pada harga konstan sebesar Rp 7.034,1 triliun pada tahun 2019, meningkat sekitar 22,9% dari tahun sebelumnya sejumlah Rp 5.721,1 triliun. Jumlah ini meningkat sekitar 5,7% dari tahun sebelumnya yang sebesar Rp 9.062,6 triliun. UMKM menjadi salah satu pendukung ekonomi Indonesia. Menurut data dari Menteri Koperasi dan UKM, UMKM mencapai total 64,2 juta dengan PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah.

UMKM menyumbang perekonomian di Indonesia mencakup daya sekitar 97% dari tenaga kerja mencapai sekitar 60,4% dari total modal (Jayani, 2021). Adanya sumbangan UMKM pada PDB dengan dasar harga yang berlaku sebesar Rp 9.580,8 triliun. Sumbangan ini meningkat sekitar 5,7% dari tahun sebelumnya

yang sebesar Rp 9.062,6 triliun. UMKM Indonesia menyumbang sekitar 119,6 juta atau 96,92% dari total tenaga kerja di Indonesia. Jumlah ini naik sekitar 2,21% dari tahun sebelumnya pada 2018. Usaha di Indonesia sebagian besar dari UMKM (Jayani, 2021). Berikut ini adalah jumlah UMKM di Lampung :

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Di Lampung

No	Kecamatan	Usaha Mikro (0 s/d Rp.50.000.000)	Usaha Kecil (>Rp.50.000.000 s/d Rp.500.000.000)	Usaha Menengah (>Rp.500.000.000 s/d Rp.10.000.000.000)	Jumlah UMKM (unit)
1.	Tanjung Karang Pusat	1.760	890	342	2.992
2.	Tanjung Karang Timur	1.199	709	245	2.153
3.	Tanjung Karang Barat	994	776	238	2.008
4.	Kedaton	1.172	836	309	2.317
5.	Rajabasa	1.369	714	270	2.358
6.	Tanjung Senang	1.186	784	325	2.295
7.	Sukarame	1.418	912	267	2.597
8.	Sukabumi	1.180	672	315	2.167
9.	Panjang	1.191	917	268	2.376
10.	Teluk Betung Selatan	1.309	795	236	2.340
11.	Teluk Betung Barat	1.316	653	220	2.189
12.	Teluk Betung Utara	1.166	635	291	2.092
13.	Kemiling	1.670	846	232	2.746
14.	Teluk Betung Timur	1.098	788	301	2.187
15.	Enggal	1.249	942	237	2.428
16.	Bumi Waras	1.224	678	270	2.172
17.	Way Halim	1.162	682	266	2.110
18.	Kedamaian	1.209	729	284	2.222
19.	Labuhan Ratu	1.351	828	257	2.436
20.	Langkapura	1.162	719	261	2.142
	Jumlah	25.385	15.505	5.434	46.324
Jumlah		40.890			

Sumber : <https://diskopukm.bandarlampungkota.go.id/wp>

[content/uploads/2020/02/Data-UMKM-Bandar-Lampung.pdf](https://diskopukm.bandarlampungkota.go.id/wp-content/uploads/2020/02/Data-UMKM-Bandar-Lampung.pdf)

Total UMKM di Indonesia yang tinggi tidak lepas dari hambatan yang ada.

Dimana UMKM di Indonesia bisa melakukan inovasi agar bisa meningkatkan

usaha serta memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Larsen and Lewis (dalam Sain, 2019) bahwa salah satu sifat yang penting bagi wirausaha ialah kemampuan inovasi. Dengan adanya inovasi, perusahaan tidak mungkin bertahan lama. Hal ini dikarenakan bahwa kebutuhan pelanggan yang mudah berubah. Dimana konsumen tidak selamanya menikmati produk yang sama. Konsumen bisa mencari produk lain dari perusahaan lain yang bisa memuaskan kebutuhan individu. Sehingga inovasi sangat penting dan dilakukan berkelanjutan sehingga organisasi bisa berlanjut dengan berdiri pada usahanya. Inovasi termasuk dalam bagian penting dari persaingan, ada dalam struktur organisasi, proses, produk dan jasa di dalam sebuah perusahaan (Wicaksono & Subarjo, 2018). Perubahan yang muncul karena organisasi saling bersaing menjadi organisasi paling inovatif sehingga bisa memenangkan persaingan. Inovasi menjadi tantangan beberapa perusahaan. Perusahaan yang bisa melaksanakan inovasi bisa membuat nilai yang ada dalam inovasi itu dengan menghasilkan manfaat bagi lingkungan dan sesama (Sutandio, 2016). Hal ini bisa menjadi pembaruan bagi perspektif yang mengerti keinginan pelanggan yang coba memberikan keuntungan untuk usahanya. Inovasi bukan berarti bisa mengusahakan dari penemuan sebelumnya yang bisa disesuaikan dan diperbaiki sehingga bisa memberikan nilai bagi konsumen dan perusahaan. Inovasi menjadi strategi bagi organisasi yang dibutuhkan dengan berbagai alasan seperti melakukan proses produksi yang lebih baik di pasar, memperoleh pujian positif pada pendapat konsumen yang bisa memperoleh sesuatu kompetitif yang berkelanjutan (Hassan, Shaukat, Nawaz, & Naz, 2013)

Kemampuan berinovasi ialah kemampuan yang bisa merubah pendapat baru

menjadi produk dan jasa baru (Hartini, 2012). Menurut Saputri (2020), inovasi organisasi, inovasi produk/jasa, inovasi proses dan inovasi pasar yang berkaitan dengan kesuksesan UMKM. Inovasi menjadi cara untuk bisa mempertahankan lokasi perusahaan di lingkungan. Inovasi organisasi adalah hal yang dilaksanakan dengan membawa perusahaan menjadi lebih baik untuk bisa menggapai tujuan. Inovasi organisasi diharapkan bisa membawa lingkungan yang kompleks dan dinamis seiring lingkungan yang berubah terutama bersaing dalam hal ketat yang bisa mendapatkan sumber keunggulan bersaing (Ekawati & Soleha, 2017). Inovasi produk jugalah penting dimana produk yang diberikan pengusaha harus berinovasi. Inovasi bisa dilaksanakan untuk bisa memenuhi permintaan pasar, yang berarti pengusaha harus bisa memberikan desain produk sesuai keinginan pelanggan sehingga produk bisa diterima dipasar (Anggraeni, 2019). Produk yang ditawarkan perusahaan bermacam-macam hal ini menjadi kelebihan produk sesuai kebutuhan.

Konsumen yang menyeleksi pada produk yang membuat mereka tertarik, sehingga wirausaha bisa bersaing untuk bisa melakukan inovasi produk yang digunakan untuk bisa mempertahankan pelanggan. Inovasi proses bisa memperlihatkan pemanfaatan dan pengembangan keterampilan dan pengetahuan produk (barang dan jasa) yang bisa memberikan nilai, sehingga inovasi bisa berguna bagi perusahaan dan negara (Indriani, 2006). Inovasi pasar penting mempromosikan keberhasilan produk di pasar. Hal ini menjadi keberhasilan produk atau layanan baru untuk kepuasan kebutuhan pelanggan. Ini mengantisipasi kebutuhan masa depan dan membantu mengidentifikasi masa depan dan peluang pasar baru (Yu Sheng & Ibrahim, 2020).

Peran pemerintah yakni bisa melakukan bimbingan pengusaha dalam membangun bisnis agar bisa berjalan dengan lancar. UMKM yang mempunyai masalah seperti kurangnya inovasi sehingga berdampak pada kinerja perusahaan (Saputri, 2020). Kinerja perusahaan menjadi ukuran kesuksesan sebuah usaha agar bisa mencapai misinya (Jannah, 2015). Kinerja perusahaan menjadi hasil pekerjaan yang berpengaruh kuat pada inovasi yang bisa mengukur kesuksesan kinerja (Saputri, 2020). Kinerja pasar terlihat dari perusahaan yang bisa mencukupi kebutuhan bisa bertahan. Menurut Ferdinand (dalam Satwika & Dewi, 2018), kinerja pasar menjadi faktor yang bisa mengukur pengaruh strategi perusahaan dalam bersaing. Kinerja pasar memerlukan proses (Satwika & Dewi, 2018). Crossan & Apaydin (2013) menyatakan bahwa kinerja inovasi adalah membuat dan menerima, beradaptasi dan memanfaatkan nilai pembaharuan. Hal ini bisa dilaksanakan lewat perluasan produk, layanan dan pasar hingga membuat cara-cara baru dalam mengembangkan produk serta membangun sistem manajemen baru.

Inovasi menjadi cara dalam merubah peluang menjadi ide yang bisa dipasarkan. Pemilik usaha kecil yang bisa mempunyai kemampuan dan ide yang kreatif dalam memasarkan produk yang bisa bersaing. Inovasi pada pemasaran usahanya menjadi kelebihan pada perusahaan. Kemampuan dalam inovasi yang menjadi menyebabkan kurangnya kemampuan dalam bersaing dalam produk dihasilkan. Pengusaha yang bisa menjamin kesuksesan selalu mencari cari untuk bisa tetap hidup dengan menggunakan strategi menurut pengalaman yang dimiliki. Cara yang dilakukan tersebut ialah berinovasi. Longernecker (dalam Pertiwi, 2014), menyatakan wirausaha dengan membuat sebuah keputusan yang bisa membantu

sistem ekonomi perusahaan dengan bebas. Hal yang menjadi pendorong sebuah inovasi dan kemajuan ekonomi datang dari wirausaha orang-orang yang bisa mengambil risiko dan bisa mempercepat pertumbuhan ekonomi.

Secara umum proses, inovasi bisa dianggap sebagai faktor yang bisa menghasilkan kelebihan perusahaan untuk menggapai keunggulan kompetitif (Baer & Frese, dalam (Rajapathirana & Hui, 2018). Yıldız et al., (2014) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh positif ke kinerja bisnis. Kegiatan inovasi bermanfaat bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan dalam berbagai aspek. Penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi empat jenis kinerja (Antoncic & Hisrich dan Hagedoorn & Cloudt, dalam Rajapathirana & Hui, 2018) yang terdiri dari kinerja organisasi, kinerja produk / jasa, proses dan pasar

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil judul Analisis Pengaruh Kemampuan Inovasi Dan Tipe Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Pada Umkm Di Lampung).

1.2 Masalah Penelitian

Masalah yang dihadapi pengusaha di UMKM di Bandar Lampung adalah penurunan omset penjualan. Akibat dari pandemi COVID-19, pertumbuhan ekonomi di provinsi Lampung pertumbuhan ekonomi provinsi Lampung menurun sekitar 3,57%. Ekonomi di Lampung menjadi turun karena adanya pandemic Covid 19. Penurunan ini cukup dirasakana pelaku UMKM daripada 2020 dan 2019 (Oktaria, 2020). Sehingga hal ini penting bagi UMKM untuk melakukan inovasi agar tetap bertahan. UMKM di Lampung harus bisa menerapkan inovasi untuk

meningkatkan kinerja usahanya. Adanya perubahan situasi ekonomi membuat pelaku UMKM di Lampung harus bisa menyelesaikan masalah seperti akses pasar, peningkatan kualitas produksi, persaingan dalam rangka inovasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Menurut latar belakang masalah di atas pertanyaan penelitiannya adalah

1. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap inovasi organisasi ?
2. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap produk/jasa ?
3. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap proses inovasi ?
4. Apakah kemampuan inovasi berpengaruh positif terhadap inovasi pasar ?
5. Apakah inovasi organisasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ?
6. Apakah inovasi produk/jasa berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ?
7. Apakah proses inovasi berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ?
8. Apakah inovasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan ?
9. Apakah kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap berpengaruh positif terhadap kinerja pasar ?
10. Apakah kinerja perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja inovasi ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan inovasi berpengaruh terhadap

inovasi organisasi.

2. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan inovasi terhadap inovasi produk/jasa.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan inovasi terhadap proses inovasi.
4. Untuk mengetahui pengaruh kemampuan inovasi terhadap inovasi pasar.
5. Untuk mengetahui pengaruh inovasi organisasi terhadap kinerja perusahaan.
6. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk/jasa terhadap kinerja perusahaan
7. Untuk mengetahui pengaruh proses inovasi terhadap kinerja perusahaan ?
8. Untuk mengetahui pengaruh inovasi pasar terhadap kinerja perusahaan.
9. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan terhadap kinerja pasar.
10. Untuk mengetahui pengaruh kinerja perusahaan terhadap kinerja inovasi.

1.5 Keterbatasan Penelitian

- a. Penelitian hanya membahas mengenai kemampuan inovasi, inovasi organisasi, inovasi produk/jasa, inovasi proses dan inovasi pasar, kinerja perusahaan, kinerja pasar dan kinerja inovasi.
- b. Responden dalam penelitian ini adalah UMKM di Bandar Lampung.

1.6 Manfaat Penelitian

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan bisa memberikan wawasan terkait kemampuan

inovasi, inovasi organisasi, inovasi produk/jasa, inovasi proses dan inovasi pasar, kinerja perusahaan. Kinerja pasar dan kinerja inovasi dan penelitian ini juga bisa dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk mengevaluasi penerapan kemampuan inovasi, inovasi organisasi, inovasi produk/jasa, inovasi proses dan inovasi pasar, kinerja perusahaan. Kinerja pasar dan kinerja inovasi pada UMKM di Lampung

