BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penopang ekonomi karena UMKM dapat menyerap banyak tenaga kerja, meningkatkan *Gross Domestic Product* (GDP), mengurangi tingkat inflasi dan dapat meningkatkan perekonomian. Terbukti pada tahun 2013 UMKM menyerap lebih dari 6 juta tenaga kerja diseluruh Indonesia (Kementrian Koperasi dan UKM) maka diharapkan UMKM ini mampu menjadi roda penggerak yang akan membangkitkan dan menghidupkan kembali perekonomian Indonesia. UMKM adalah jenis usaha yang sangat berkembang di Indonesia, provinsi Sumatera Barat adalah salah satunya. Hal ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan menengah dan besar di provinsi Sumatera Barat hanya 0,74 % dari total keseluruhan perusahaan yang ada, itu berarti jumlah UMKM sebesar di Sumatera Barat adalah 99,26% (BPS Sumatera Barat, 2011).

Semakin meningkatnya kompleksitas persaingan di dunia usaha membuat UMKM harus mampu menghadapi tantangan global seperti melakukan inovasi produk dan jasa, meningkatkan kualitas sumber daya manusia, memperbaharui teknologi serta melakukan perluasan area pemasaran. Semua hal ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan nilai jual UMKM agar dapat bersaing di pasar global. UMKM harus lebih kompetitif lagi agar dapat berkompetisi dengan para pesaing, mengingat UMKM adalah sektor yang mampu menyerap tenaga kerja terbesar di Indonesia. Disamping itu pada abad 21 ini konsumen pasti akan semakin cerdas memilih barang atau jasa yang akan mereka konsumsi. Jadi, UMKM diharapkan dapat meningkatkan nilai mereka agar konsumen tidak berpaling kepada pesaing.

Banyak perusahaan yang paling sukses sepanjang sejarah dan dikelola dengan baik sekalipun bisa kehilangan posisi puncaknya. Mempertahankan suatu kesuksesan secara terus-menerus adalah sesuatu yang sulit dilakukan. Dalam bisnis ketika satu pelaku bisnis berhasil dengan satu barang dan jasa yang baru, maka dalam sekejap segerombolan pelaku bisnis lainnya akan menawarkan hal yang sama (Febransyah, 2009). Salah satu cara untuk bertahan ditengah maraknya persaingan dalam menghadapi pesaing adalah melakukan inovasi secara terus-menerus karena sebuah perusahaan itu akan selalu dituntut untuk tumbuh, hal ini dikarenakan pasar dunia usaha terus tumbuh dan semakin cepat.

Inovasi adalah kecendrungan untuk mengembangkan elemen baru atau kombinasi baru dari produk, teknologi atau manajemen sebelumnya dan digunakan untuk pengetahuan baru (Moorma dan Miner, 1998). Jadi, inovasi diperlukan untuk mempertahankan posisi, meningkatkan mutu perusahaan dan juga sebagai pendorong dalam pencapaian visi dan misi perusahaan. Inovasi atau mati mungkin kita sering mendengar sebutan ini, sebutan ini bisa saja benar karena inovasi adalah salah satu cara agar perusahaan bisa beradaptasi (Morris, 2013). Inovasi merupakan kelanjutan dari penemuan yaitu kegiatan kreatif untuk menciptakan suatu konsep baru untuk keperluan baru, untuk diwujudkan dan diimplemantasikan menjadi suatu bisnis yang sukses, dan ketika melakukan eksekusi terhadap inovasi dengan baik akan membuat sebuah perusahaan tumbuh dan berkembang.

Beberapa dekade belakangan ini terdapat pertumbuhan ketertarikan peneliti untuk meneliti tentang inovasi yang dilakukan perusahaan di dunia, konsep inovasi banyak di adopsi dan digunakan dalam praktek bisnis yang sebenarnya terutama bagi UMKM yang menggunakan inovasi ini sebagai alat yang digunakan secara luas (Horn and Brem, 2013). Ada 2 jenis inovasi yaitu *sustaining innovation* dan *disruptive innovation. Sustaining innovation* adalah inovasi yang

dilakukan dengan menyempurnakan inovasi yang telah dilakukan sebelumnya, "Perusahaan cenderung untuk berinovasi lebih cepat dari pada kebutuhan pelanggan mereka, sebagian besar organisasi akhirnya berakhir memproduksi produk atau jasa yang benar-benar terlalu canggih, terlalu mahal, dan terlalu rumit untuk banyak pelanggan di pasar mereka". Sedangkan *disruptive innovation* adalah inovasi yang mengganggu, bahkan menggantikan inovasi-inovasi sebelumnya, inovasi ini biasanya tidak dapat diduga atau biasa disebut *out of the box* (Christensen dan Raynor, 2006).

Dari pengertian dua inovasi tersebut UMKM dapat menerapkan *disruptive innovation* karena UMKM memiliki modal yang relatif kecil sehingga tidak bisa membuat inovasi yang terlalu canggih, terlalu mahal dan terlalu rumit karena itu semua akan memakan modal yang besar. Christensen mengatakan pada jurnal *Institute for Disruptive innovation* tahun 2006, *disruptive innovation* ini terjadi karena 3 syarat yaitu : keterjangkauan, biaya yang lebih murah dan inovasi yang lebih inferior. Tetapi dalam hal ini Salah satu ciri khas dari pasar yang cocok untuk diterapkan *disruptive innovation* adalah pasar yang konsumennya memerlukan produk yang kuat pada harga sangat rendah karena tingkat pendapatan yang sangat rendah dan kondisi hidup yang keras (Hart dan Christensen, 2002). Oleh karena itu untuk para pelaku usaha baru atau UMKM di Sumatera Barat sebaiknya menggunakan *disruptive innovation* sebagai batu loncatan yang besar agar dapat memenuhi keinginan konsumen.

Distro khas minangkabau merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang *fashion* anak muda yang menjual berbagai pakaian anak muda antara lain kaos, kemeja, jaket, sweater, sandal jepit, gelang dan barang lainnya. Pada umumnya kaos, kemeja, jaket, sweater, sandal jepit, gelang dan barang lainnya pasti standar bentuk keseluruhannya sama dimanapun berada namun yang membedakan distro khas minangkabau ini dengan distro lainnya terletak pada gaya

desainnya yang menggunakan bahasa minang dan sangat mencirikan kebudayaan minangkabau disetiap produk yang mereka pasarkan. Menurut peneliti setelah membaca teori tentang *disruptive innovation*, distro ini telah menerapkan *disruptive innovation* karena bisa dilihat bahwa distro khas minangkabau ini mempunyai cerminan atau kiblat usahanya yang mengikuti jejak dari usaha *fashion* anak muda atau distro yang telah mapan seperti yang dijual pada distro BLACK ID ataupun *fashion* anak muda yang dijual di *departement store* besar seperti di MATAHARI DEPARTEMENT STORE dan RAMAYANA DEPARTEMENT STORE. Namun walaupun mengikuti jejak yang telah mapan distro khas minangkabau ini tetap bertahan bahkan mungkin suatu saat bisa mengalahkan *departement store* besar tersebut karena distro khas minangkabau ini mempunyai ciri khas unik yaitu dengan menggunakan bahasa minang dalam setiap desain produknya dimana dengan demikian secara tidak langsung distro tersebut telah memanfaatkan emosional konsumen (*memorable experience*) dengan tulisan yang ada pada desain produk mereka dan membuat setiap konsumen ingin memiliki produk mereka.

Kota Bukittinggi merupakan salah kota di Sumatera Barat yang menjadi tujuan utama turis lokal maupun mancanegara berwisata, di kota yang terkenal dengan ikon jam gadangnya dan terkenal dengan kuliner nasi kapau ini terdapat beberapa distro khas minangkabau seperti Kapuyuak, Tangkelek, Mangkuak, Samek, Sikek Kutu serta distro khas minangkabau lainnya. Setiap turis yang berkunjung ke Kota Bukittinggi baik lokal maupun mancanegara jika ingin membeli oleh-oleh bagi rekan, sanak-saudara maupun lainnya biasanya akan mampir ke distro minangkabau karena desain dengan bahasa minangkabau sangat menarik bagi mereka karena mempunyai kekhasan tersendiri jika dibandingkan dengan brang-barang yang dijual di *departement store*. Namun dalam penelitian ini peneliti mangambil 2 distro minangkabau yang

telah berdiri selama 5 tahun lebih sebagai objek penelitian yaitu Distro Kapuyuak dan Tangkelek.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Analisa Proses, Metode dan Pelaksanaan *Disruptive Innovation* pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Di Sumatera Barat. Studi Kasus pada Distro Khas Minangkabau Di Kota Bukittinggi (Distro Kapuyuak dan Distro Tangkelek)".

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang penelitian, maka rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana proses, metode dan pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau ?
2. Bagaimana *output* dari pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Menganalisa proses, metode dan pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau
2. Menganalisa *output* dari pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademik

Memberikan pemahaman tentang hasil analisa proses, metode dan pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau

2 Manfaat Praktikal

a. Bagi pihak Kapuyuak dan Tangkelek sebagai sarana referensi atas inovasi yang telah dilakukan.

b. Bagi Mahasiswa, dengan adanya hasil analisa proses, metode dan pelaksanaan *disruptive innovation* pada distro khas minangkabau serta *output*nya maka dapat dijadikan bahan referensi untuk menambah wawasan dan pengetahuan dan juga memperdalam ilmu tentang *disruptive innovation*.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Agar penelitian menjadi lebih terarah dengan baik dengan baik, maka penulis hanya akan membatasi untuk mengetahui *Disruptive Innovation* pada distro khas minangkabau yang ada di Kota Bukittinggi.

1.6 Sistematika Penelitian

Secara umum sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.

Bab II : Tinjauan Literatur

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA

Bab ini berisikan landasan teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan desain penelitian, teknik pemilihan informan, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis dan pengolahan data.

Bab IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan, pembahasan dan kesimpulan dari pembahasan.

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

UNIVERSITAS ANDALAS
UNTUK KEDJAJAAN BANGSA