

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan ekonomi Indonesia. Hal ini terjadi karena selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja UMKM juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. UMKM dinilai cukup tangguh dalam menghadapi krisis ekonomi global karena UMKM memakai sumber daya yang berasal dari lokal baik sumber daya manusia, bahan baku, modal maupun peralatan. Selain itu karena melalui UMKM lah semua aspek yang berkaitan dengan pola kehidupan manusia Indonesia bersumber, mulai dari sektor konsumsi, pangan, dan papan, sebagai contoh dalam segi konsumsi banyak sekali usaha-usaha UMKM yang berperan aktif, seperti usaha pengolahan hasil pertanian, gabah, produksi pangan dan lain sebagainya.

Kategori UMKM di Indonesia menurut Badan Pusat Statistik(BPS) dilihat dari kuantitas tenaga kerja. Usaha mikro memiliki jumlah pegawai 1 sampai dengan 4 orang, sedangkan usaha kecil memiliki Jumlah Pegawai 5 sampai dengan 19 orang, dan untuk usaha menengah memiliki jumlah pegawai 20 sampai 99 orang. Kriteria UMKM di Indonesia berbeda dengan negara lainnya sesuai standar dari masing – masing negara (dikutip dari www.bps.go.id).

Menurut Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Dan Menengah pertumbuhan UMKM dari tahun 2012 ke tahun 2013 adalah sebesar 2,41 persen. Sementara itu pada tahun 2013 UMKM menyerap tenaga kerja sebanyak 114.144.082 atau 96,99 persen dari total orang yang bekerja di Indonesia (dikutip dari www.depkop.go.id). Berikut data jumlah UMKM dan usaha besar yang ada di Indonesia:

Tabel 1.1
Data UMKM dan Usaha Besar (UB) Tahun 2013

Unit Usaha	Satuan	Jumlah	Pangsa (%)
Usaha Mikro	(Unit)	57.189.393	98,77
Usaha Kecil	(Unit)	654.222	1,13
Usaha Menengah	(Unit)	52.106	0,09
Usaha Besar	(Unit)	5.066	0,01

Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM

Dari tabel diatas bisa dilihat bahwa jumlah total UMKM pada tahun 2013 adalah sebanyak 57.895.721 atau 99,99 persen dari total unit usaha yang ada di Indonesia. Sementara itu jumlah UB di Indonesia hanya sebanyak 5.066 atau 0,01 persen dari total keseluruhan. Hal diatas semakin menguatkan betapa ekonomi Indonesia sangat bergantung kepada UMKM.

UMKM merupakan sebuah organisasi yang mempunyai tujuan tertentu dari sekelompok orang. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), organisasi adalah kelompok kerja sama antara orang-orang yang diadakan untuk mencapai tujuan bersama. Sementara itu menurut Robbins & Coulter (2010) Organisasi adalah penataan sekumpulan orang secara disengaja guna mencapai tujuan – tujuan tertentu.

Organisasi sama seperti makhluk hidup, dimana organisasi tersebut harus bisa menyesuaikan diri atau beradaptasi dengan lingkungannya. Perubahan lingkungan strategik organisasi yang sangat cepat dalam berbagai dimensi, seperti teknologi, sosial, ekonomi, perundangan , globalisasi, dan lain-lain menuntut organisasi mampu beradaptasi pada perubahan itu. Apabila organisasi terlambat beradaptasi maka besar kemungkinan organisasi akan mundur kinerjanya bahkan, dapat punah. Oleh karena itu suatu hal yang harus dilakukan oleh organisasi untuk tetap bertahan dan berkembang adalah dengan mempelajari perubahan lingkungan strategik dan segera beradaptasi pada perubahan itu (Ancok,2008).

Dengan begitu maka organisasi harus bisa mencari strategi baru agar bisa beradaptasi dengan lingkungannya. Semua anggota organisasi khususnya manajer harus mampu mendesain dan menciptakan suatu organisasi yang mampu beradaptasi, berubah, dan

berkembang sehingga menanggapi kebutuhan, harapan dan aspirasi orang – orang di dalam maupun di luar organisasi (Ariani,2003). Karena yang berkepentingan di organisasi tidak hanya orang di dalam organisasi tetapi juga di luar organisasi.

Salah satu industri yang berubah dengan cepat adalah industri busana, busana juga merupakan kebutuhan semua orang sehingga membuat orang untuk memilikinya. Orang-orang memilih busana bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan tapi juga sebagai sarana kepuasan diri dengan memakai busana yang sedang populer dan baru (Stengg, 2001). Hadijah (2014) mendefinisikan busana sebagai segala sesuatu yang dipakai oleh manusia untuk menutupi bagian tubuhnya dari ujung kepala hingga ujung kaki termasuk busana luar, dalam maupun pelengkap seperti hiasan atau asesoris.

Busana bisa dikelompokkan menjadi beberapa kelompok. Menurut Ernawati, Izwerni, & Nelmira (2008), busana bisa dibagi kedalam tiga kelompok. Pembagian tersebut diantaranya:

1. Busana mutlak yaitu busana yang tergolong busana pokok seperti baju, rok, kebaya, blus, bebe dan lain-lain, termasuk pakaian dalam seperti singlet, bra, celana dalam dan lain sebagainya.
2. Milineris yaitu pelengkap busana yang sifatnya melengkapi busana mutlak, serta mempunyai nilai guna disamping juga untuk keindahan seperti sepatu, tas, topi, kaus kaki, kaca mata, selendang, scraf, shawl, jam tangan dan lain-lain.
3. Aksesoris yaitu pelengkap busana yang sifatnya hanya untuk menambah keindahan sipemakai seperti cincin, kalung, leontin, bross dan lain sebagainya.

Trend busana tidak hanya berubah setiap tahun tapi juga terkadang beberapa kali dalam setahun karena perubahan mode yang menyangkut busana akan terjadi lebih cepat dibandingkan dengan perubahan kebudayaan secara keseluruhan (Hadijah, 2014). Hal ini

menuntut perusahaan yang mempunyai produk berupa busana untuk bergerak dengan cepat sehingga bisa bersaing dengan perusahaan lainnya.

Salah satu strategi untuk berubah dan berkembang adalah dengan belajar. Dengan belajar maka organisasi akan bisa mendapatkan banyak pengetahuan. Pengetahuan merupakan kunci untuk mempertahankan perusahaan yang beroperasi di lingkungan yang bergejolak atau berubah dengan cepat. Organisasi dituntut untuk untuk belajar tidak hanya dari dalam organisasi tetapi juga dari luar organisasi (Jimenez et al, 2007).

Kebutuhan organisasi untuk selalu belajar mengarah pada konsep *organizational learning*. Menurut Argirys & Schon (1978) dalam Faozan (2009) *organizational learning* terjadi ketika setiap anggota organisasi bertindak sebagai agen pembelajaran bagi anggota organisasi lainnya, merespon untuk mengubah lingkungan internal dan eksternal organisasi dengan mendeteksi dan mengoreksi kesalahan-kesalahan teori yang digunakan dan menyimpan hasil penyelidikan mereka didalam citra pribadi dan kepentingan bersama sebuah organisasi.

Menurut Antal (2002) *organizational learning* pada dasarnya adalah sebuah proses kreatif dan interaktif. Kadang-kadang dicapai dengan memperoleh dan menerapkan pengetahuan yang ada dan kadang-kadang dengan menghasilkan pengetahuan baru. Dalam kedua situasi, kreativitas diperlukan karena transfer pengetahuan dari satu konteks ke yang lain tidak pernah proses penyalinan sederhana.

Pada penelitian ini peneliti fokus kepada *organizational learning* model Huber (1991). *Organizational learning* mempunyai 4 dimensi yaitu akuisisi pengetahuan, distribusi informasi, interpretasi informasi, dan memori organisasi. Akuisisi pengetahuan adalah proses dimana pengetahuan didapatkan dan diperoleh oleh organisasi . Distribusi informasi adalah proses dimana informasi yang didapat dari sumber yang berbeda dibagikan di dalam organisasi. Interpretasi informasi adalah proses dimana informasi yang telah didistribusikan

dipahami kemudian ditafsirkan. Memori organisasi adalah sarana yang menyimpan pencerahan untuk digunakan di masa depan. Keempat dimensi tersebut harus terjadi didalam organisasi agar *organizational learning* berjalan dengan baik (Huber, 1991).

Dengan berkomitmen untuk belajar maka organisasi bisa sangat memahami lingkungannya, yang meliputi pelanggan, pesaing, dan teknologi (Salim, 2011). Belajar dari hal yang tidak terduga dan belajar dari orang lain juga dapat menghasilkan sebuah inovasi dan perubahan (Huysman, 2000). Hal ini sejalan dengan Chang & Lee (2007) dengan belajar, organisasi organisasi bisa bertahan dalam kompetisi di era global dan dengan belajar organisasi juga mendapatkan *competitive advantage*.

Peneliti terdahulu yaitu Jimenez & Valle (2011) menyarankan perusahaan harus mengembangkan *organizational learning* yang efektif. Hal ini karena *organizational learning* bisa membuat kinerja organisasi menjadi lebih baik. Peneliti tersebut juga menyebutkan bahwa *organizational learning* lebih kuat bekerja pada organisasi yang lebih kecil dibandingkan organisasi yang lebih besar. Hal ini terjadi karena perusahaan besar mempunyai banyak sumber daya yang memungkinkan mereka untuk berinvestasi dalam inovasi.

Penerapan *organizational learning* pada UMKM membuatnya bisa menentukan mana informasi yang dibutuhkan untuk memperbarui organisasi sesuai dengan perubahan lingkungan. Melalui pembelajaran maka organisasi akan mampu berbenah dari berbagai kelemahan yang dimiliki (Beatriz & Tarigan, 2015)

UMKM diharapkan melaksanakan konsep *organizational learning* karena UMKM bukanlah perusahaan besar. Selain itu organisasi dengan menerapkan *organizational learning* memungkinkan mereka untuk mengatasi situasi baru dalam lingkungan. Dengan mengadopsi *organizational learning* diharapkan UMKM bisa beradaptasi dan bertahan pada lingkungan yang sering berubah karena adanya globalisasi. Selain itu, dengan *organizational learning* diharapkan kinerja organisasi UMKM juga meningkat.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana pengaruh *organizational learning* yang dilihat dari empat dimensinya terhadap kinerja organisasi pada UMKM yang memproduksi busana di kota Bukittinggi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh *organizational learning* terhadap kinerja organisasi pada UMKM yang memproduksi busana di kota Bukittinggi.

1.4 Manfaat penelitian

1. Praktikal

Diharapkan dengan adanya penelitian ini akan bermanfaat kepada UMKM yang memproduksi busana di kota Bukittinggi dengan memperhatikan konsep *organizational learning*.

2. Akademik

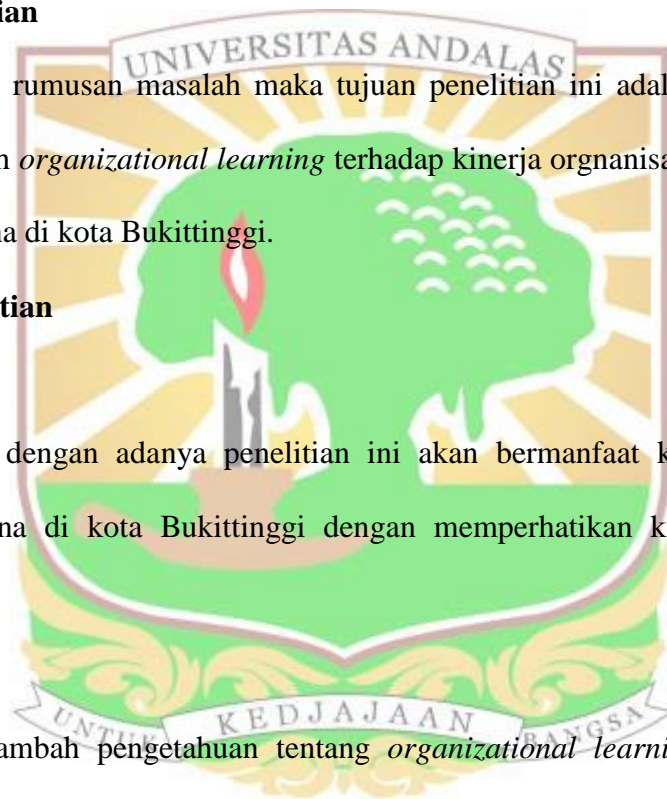
- a) Menambah pengetahuan tentang *organizational learning* dan pengaruhnya terhadap kinerja organisasi.
- b) Menjadi sumber informasi kepada penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan sistematika penulisan.



BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini akan dijelaskan landasan teori, pengembangan hipotesis dan penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian yang mana akan dijelaskan adalah tentang desain penelitian, sampel penelitian, metode pengumpulan data serta metode analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan analisis pengambilan kuesioner, gambaran umum identitas responden, gambaran umum identitas perusahaan, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, serta pembahasan dan implikasi.

Bab V Penutup

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

