

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

UKM berperan penting dalam meningkatkan perekonomian suatu negara. Hal ini disebabkan UKM menyentuh langsung ke lapisan usaha paling bawah. Begitu juga dengan negara Indonesia, berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM jumlah UKM di Indonesia pada tahun 2013 mencapai 706.328 juta unit. Dengan jumlah ini UKM menyerap 8,09% tenaga kerja Indonesia.

Menurut Darwanto (2013) Keberadaan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memegang peranan penting dalam perekonomian, baik dalam menyerap tenaga kerja, menyumbang devisa maupun kontribusinya dalam menyumbang pendapatan daerah dalam bentuk pajak. Setidaknya terdapat empat peran Usaha Kecil dan Menengah (UKM), yaitu jumlahnya besar dan tersebar di setiap sektor ekonomi, potensi penyerapan tenaga kerja, memanfaatkan bahan baku lokal, dan produksi yang dihasilkan adalah produk dibutuhkan masyarakat dan harga terjangkau (Muchlas, 2015).

Usaha Kecil dan Menengah (UKM) disamping mampu menyerap 8,09% tenaga kerja Indonesia juga mampu menyerap investasi sebesar 56,31% dari total investasi usaha yang ada di Indonesia. Lebih besar dibandingkan usaha mikro 7,12% dan usaha besar 36,58%. Namun sumbangan PDB UKM baru sebesar 23,44% (Diskop dan UKM, 2015).

Dari data Kementerian Koperasi dan UKM RI juga dapat dilihat perkembangan jumlah UKM di Indonesia.

Tabel 1.1 Perkembangan UKM Indonesia tahun 2012 - 2013

indikator	Satuan	Jumlah UKM 2012	Jumlah UKM 2013	Kenaikan 2012-2013 (jumlah)	Kenaikan 2012-2013 (persen)
Unit usaha					
- Usaha kecil	Unit	629.418	654.222	24.803	3,94%
- Usaha menengah	Unit	48.997	52.106	3.110	6,35%
TOTAL		678.415	706.328	27.913	3,95 %
Tenaga kerja					
- Usaha kecil	Orang	4.535.970	5.570.231	1.034.262	22,8%
- Usaha menengah	Orang	3.262.023	3.949.385	687.363	21,07 %
TOTAL		7.797.993	9.519.616	1.721.623	22%
PDB atas harga dasar harga berlaku					
- Usaha kecil	Rp. Milyar	798.122,2	876.385,3	78.263,1	9,81%
- Usaha menengah	Rp. Milyar	1.120.325,3	1.237.057,8	116.732,5	10,42%
Investasi atas harga dasar berlaku					
- Usaha kecil	Rp. Milyar	452.790	620.216,0	167.426,0	36,98%
- Usaha menengah	Rp. Milyar	622.482	849.300,3	226.818,3	36,44%

Sumber : Diskop dan UKM Indonesia (diolah)(2015)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa dari tahun 2012-2013 di Indonesia muncul 27.913 unit Usaha Kecil Menengah (UKM) baru atau tumbuh sebesar 3,95%. Sementara itu sampai tahun 2015 jumlah UKM yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat mencapai 114.538 unit (Diskop dan UKM Sumatera Barat, 2016). UKM baru yang muncul tersebut bergerak dalam berbagai bidang usaha, seperti *fashion*, kuliner, perabot/ *furniture*, pariwisata dan masih banyak lagi.

Usaha kecil dan Menengah (UKM) mempunyai peran penting dan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional. Selain berperan dalam pertumbuhan

ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, UKM juga berperan dalam mendistribusikan hasil-hasil pembangunan. UKM juga telah terbukti tidak terpengaruh terhadap krisis. Ketika krisis menerpa pada periode tahun 1997 – 1998, hanya UKM yang mampu tetap berdiri kokoh. Karena mayoritas usaha berskala kecil tidak terlalu tergantung pada modal besar atau pinjaman dari luar dalam mata uang asing. Sehingga, ketika ada fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis (Bank Indonesia, 2015).

Saat ini kondisi usaha telah menjadi lebih kompetitif. UKM yang dapat bertahan tentunya yang menggunakan strategi. Untuk bersaing dengan pemain besar, Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sering mencoba untuk menegaskan diri mereka sendiri melalui pengembangan produk baru (Woschke dan Haase, 2016). Pemberdayaan UKM di tengah arus globalisasi dan tingginya persaingan membuat UKM harus mampu menghadapi tantangan global, seperti meningkatkan inovasi produk dan jasa, pengembangan sumber daya manusia dan teknologi, serta perluasan area pemasaran (Sudaryanto, 2011). Hal ini perlu dilakukan untuk menambah nilai jual UKM itu sendiri, utamanya agar dapat bersaing dengan produk-produk asing yang kian membanjiri sentra industri dan manufaktur di Indonesia. Maka salah satu strategi yang startegi yang bisa diterapkan oleh UKM dalam menghadapi tantangan global adalah strategi inovasi.

Muchlas (2015) mengatakan inovasi merupakan strategi dinamis (terhadap lingkungan bisnis) yang harus diterapkan oleh manajemen agar mampu bersaing dan memiliki kinerja tinggi. Inovasi dan kinerja isu-isu dalam usaha kecil dan

menengah (UKM) tumbuh secara eksponensial. Inovasi dianggap salah satu mesin yang paling penting bagi pertumbuhan perusahaan, dan inovasi yang sukses dapat mendorong perusahaan ke depan di bidangnya (Seo dan Chae, 2016).

Perekonomian sudah memasuki babak baru dimana sumber keunggulan bersaing sudah berubah. Keunggulan suatu perekonomian bukan hanya bersumber dari teknologi, apalagi sumber daya alam. Sumber keunggulan daya saing terkini adalah inovasi dan kreativitas. Bahkan Indonesia sejak tahun 2015 telah membentuk badan non-kementerian sendiri untuk mengelola ekonomi kreatif yang bernama Badan Ekonomi Kreatif (Bekraf) melalui Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 Tentang Badan Ekonomi Kreatif. Salah satu misi dari Bekraf itu sendiri adalah mendorong inovasi di bidang kreatif yang memiliki nilai tambah dan daya saing di dunia internasional (Bekraf.go.id). Usaha Kecil dan Menengah (UKM) sebagai bagian dari perekonomian juga harus lebih meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi. Keunggulan bersaing berbasis inovasi dan kreativitas harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang (Darwanto, 2013).

Nursiah dan Fahmy (2009) menguji pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja dengan 5 dimensi strategi inovasi, yaitu; orientasi kepemimpinan, inovasi produk, inovasi proses, implementasi inovasi dan ukuran perusahaan. Hasilnya adalah inovasi proses dan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Sementara itu Makadok (1998) menyatakan bahwa kepemimpinan inovasi merupakan dimensi utama bagi perusahaan untuk menuju kinerja yang tinggi. Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan tiga dimensi

strategi inovasi untuk mengukur pengaruhnya terhadap kinerja organisasi perusahaan. Tiga dimensi tersebut adalah orientasi kepemimpinan inovasi, inovasi proses dan inovasi produk.

Kinerja menjadi suatu komponen yang penting bagi perusahaan untuk mengukur keberhasilan dalam mencapai tujuan. Mahsun (2006) mendefinisikan kinerja sebagai gambaran mengenai tingkat pencapaian dalam pelaksanaan kegiatan atau program untuk mewujudkan tujuan, visi, dan misi organisasi yang tertuang dalam perencanaan strategi suatu organisasi. Pengukuran objektif kinerja didasarkan pada persepsi manajer. Pengukuran subjektif menggunakan kinerja keuangan untuk mengukur dalam industri teknologi. Kinerja perusahaan sangat multidimensional. Hal ini dapat dipisahkan menjadi kinerja keuangan, kinerja pemasaran dan kinerja operasional (Tingg, 2011).

Situasi ekonomi Indonesia saat ini sedang tidak menentu dan susah di prediksi. Banyak kebijakan pemerintah yang berubah dengan cepat, belum lagi tindakan dari pesaing dan lingkungan yang susah untuk diprediksi mengakibatkan banyak yang telah direncanakan perusahaan diawal harus direvisi ditengah jalan karena perubahan lingkungannya. Ellitan (2006) dalam penelitiannya menyarankan untuk meneliti pengaruh lingkungan dalam segi ketidakpastian sebagai moderator dalam melihat pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja organisasi.

Salah satu UKM yang menarik untuk diteliti adalah UKM di sektor perabot di Kota Padang. Kota Padang sebagai ibukota Provinsi terus melakukan pembangunan kota. Baik bangunan perumahan, bangunan pemerintahan, fasilitas

umum, tempat ibadah maupun tempat penginapan/ hotel. Semua bangunan tersebut tidak lepas dari hubungannya dengan UKM perabot. Hal ini mendorong permintaan akan perabot/ *furniture* terus meningkat. Sebanyak 70 UKM perabot/ pengolahan kayu terdapat di Kota Padang pada tahun (BPS, 2014).

Ada perusahaan yang berhasil dalam melakukan inovasi, dan dapat meningkatkan kinerja perusahaannya, namun tidak jarang hal sebaliknya terjadi. Pada penelitian ini penulis menduga ada pengaruh faktor karakteristik manajer yang menyebabkan perbedaan penerapan inovasi pada setiap UKM yang akan mempengaruhi hubungan antara strategi inovasi terhadap kinerja organisasi.

Melihat kondisi tersebut, penulis mengambil inisiatif untuk meneliti bagaimana **Pengaruh Strategi Inovasi terhadap Kinerja Organisasi Dengan Ketidakpastian Lingkungan dan Karakteristik Manajer Sebagai Variabel Moderator pada UKM Perabot di Kota Padang.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penulis merangkumnya menjadi tiga rumusan masalah. Ketiga rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja organisasi yang meliputi orientasi kepemimpinan inovasi, inovasi proses dan inovasi produk?
- b. Apakah ketidakpastian lingkungan akan memoderasi hubungan strategi inovasi terhadap kinerja perusahaan?

- c. Apakah karakteristik manajer akan memoderasi hubungan strategi inovasi terhadap kinerja organisasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk menjawab rumusan masalah yang sudah di rangkum. Sehingga tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah ada hubungan yang positif dan signifikan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi yang meliputi orientasi kepemimpinan inovasi, inovasi proses dan inovasi produk. .
- b. Untuk mengetahui apakah ketidakpastian lingkungan akan memoderasi hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi.
- c. Untuk mengetahui apakah karakteristik manajer akan memoderasi hubungan antara strategi inovasi dan kinerja organisasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian mengenai permasalahan ini, maka diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak, manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini dapat dikategorikan kepada 2 spesifikasi, yaitu:

1. Akademik
 - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pengetahuan dalam mengetahui seberapa berpengaruh strategi inovasi dalam UKM terhadap kinerja organisasi UKM dengan dimoderasi ketidakpastian lingkungan dan karakteristik manajer.
 - b. Memberikan sumbangan pemikiran untuk pertimbangan penelitian-

penelitian selanjutnya.

2. Praktikal

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang berarti untuk pemilik/ manajer UKM perabot di kota Padang, agar memperhatikan strategi inovasi yang mereka terapkan dan ketidakpastian lingkungan serta karakteristik manajer usahanya yang pada akhirnya akan berdampak pada kinerja organisasi.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh strategi inovasi terhadap kinerja organisasi dengan ketidakpastian lingkungan dan karakteristik manajer sebagai variabel moderator pada UKM perabot di Kota Padang Provinsi Sumatera Barat. Objek analisis pada penelitian ini difokuskan pada pemilik atau manajer UKM Perabot di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN merupakan bab yang berisikan latar belakang, pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan, manfaat dan ruang lingkup serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA Dalam bab ini dibahas tentang teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN Dalam bab ini dibahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data,

skala pengukuran, definisi operasional dan pengukuran variabel serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN Dalam bab ini dibahas tentang hasil proses penyebaran kuisisioner penelitian, deskriptif umum responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

BAB V PENUTUP Dalam bab ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

