

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Keberadaan UMKM di Indonesia tidak bisa dipungkiri merupakan suatu badan usaha yang sangat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UMKM (2016), kontribusi UMKM terhadap *Product Domestic Bruto* (PDB) di Indonesia adalah sebesar 60,34%. Selain itu, UMKM juga telah membantu penyerapan tenaga kerja dalam negeri dengan kontribusi yang meningkat dari 96,99% menjadi 97,22% dalam periode lima tahun terakhir. Proporsi UMKM yang lebih dari 80% telah membuat UMKM menjadi salah satu penunjang yang memiliki eksistensi terhadap perekonomian di Indonesia, salah satunya adalah UMKM sektor kuliner.

Kuliner merupakan bisnis yang sedang berkembang di Indonesia pada saat ini. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat. Meski lingkup bisnis kuliner tidak terbatas, salah satu parameter yang dapat dijadikan berkembangnya bisnis ini adalah semakin banyaknya jumlah restoran ataupun kafe di Indonesia. Menurut Kementerian Koperasi dan UMKM (2016), dari 15 Sektor UMKM pada industri kreatif, kontribusi UMKM pada sektor kuliner yaitu sebesar 32,5% dari *Product Domestic Bruto* (PDB) di Indonesia.

**Tabel 1.1**  
**Kontribusi UMKM sektor kuliner dibandingkan sektor lainnya pada industri kreatif tahun 2016**

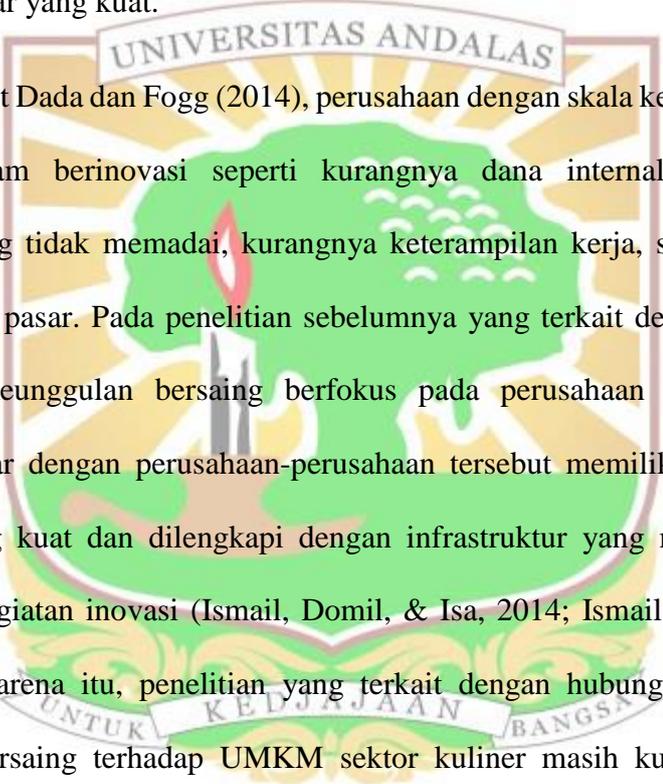
No.	Sub Sektor UMKM Industri Kreatif	Kontribusi terhadap PDB (%)
1	Sektor Kuliner	32,5 %
2	Sektor Fashion	28,3 %
3	Sektor Kerajinan	14,4 %
4	Lainnya	24,8 %
	Total	100 %

*Sumber : CNN Indonesia, 2016*

Namun, berdasarkan data dari BPS (2012), jumlah pemain bisnis kuliner di Indonesia meningkat setiap tahunnya, namun pertumbuhannya selalu menurun. Pertumbuhan terbesar yaitu sebesar 27,7% di tahun 2008, kemudian melambat hingga 2,07 persen di tahun 2011. Oleh karena itu, sebuah UMKM harus memiliki keunggulan bersaing (*competitive advantage*) agar dapat terus bertahan dan berkembang di tengah arus globalisasi.

Menurut Ismail (2013), pentingnya peran UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan kemampuan mereka untuk memberikan kesempatan kerja kepada masyarakat, terutama di daerah pedesaan telah banyak membuat peneliti mempelajari tentang faktor-faktor keberhasilan dan faktor-faktor kegagalan UMKM untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Menurut Williams dan Hare (2012), penentu utama dari UMKM untuk mendapatkan keunggulan bersaing adalah kemampuan UMKM untuk mengembangkan produk yang unik dan fleksibilitas mereka dalam mengadopsi teknologi baru. Selain itu, UMKM juga harus mampu mengelola sumber daya mereka dengan baik. Untuk itu, teori *Resource Base View* yang dikemukakan oleh Barney (1991), menyatakan bahwa keunggulan bersaing berhubungan dengan pilihan strategik, menugaskan manajer

perusahaan dengan tugas penting untuk mengidentifikasi, mengembangkan, dan menggunakan sumber daya utama untuk memaksimalkan hasil. Artinya, jika UMKM mampu menggunakan dan mengembangkan sumber daya yang mereka miliki dengan baik, maka mereka akan mendapatkan hasil yang maksimal dan keunggulan tersendiri dalam menghadapi persaingan. Untuk itu, UMKM harus melibatkan inovasi untuk mendapatkan keunggulan bersaing ditengah arus persaingan pasar yang kuat.



Menurut Dada dan Fogg (2014), perusahaan dengan skala kecil menghadapi hambatan dalam berinovasi seperti kurangnya dana internal, keterampilan manajerial yang tidak memadai, kurangnya keterampilan kerja, serta kurangnya akses terhadap pasar. Pada penelitian sebelumnya yang terkait dengan hubungan inovasi dan keunggulan bersaing berfokus pada perusahaan menengah dan berukuran besar dengan perusahaan-perusahaan tersebut memiliki sumber daya keuangan yang kuat dan dilengkapi dengan infrastruktur yang memadai untuk mendukung kegiatan inovasi (Ismail, Domil, & Isa, 2014; Ismail, 2013; Kaleka, 2002). Oleh karena itu, penelitian yang terkait dengan hubungan inovasi dan keunggulan bersaing terhadap UMKM sektor kuliner masih kurang meskipun sektor ini memiliki kontribusi yang cukup besar terhadap PDB Indonesia.

Meskipun penelitian ini mengarah kepada pengetahuan tentang inovasi dan keunggulan bersaing UMKM, penelitian yang lebih baru menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih muda lebih memiliki kemungkinan untuk melakukan inovasi, sehingga memberikan lebih banyak manfaat bagi daya saing perusahaan tersebut (Higon, 2011). Peneliti ini menyatakan bahwa perusahaan muda

berperilaku lebih proaktif, fleksibel dan agresif. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh Harris, Rogers & Siouclis (2003), dan Zhang (2006), menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan dari umur perusahaan terhadap hubungan inovasi dan keunggulan bersaing. Hal ini menunjukkan bahwa adanya temuan yang berbeda terhadap dampak moderasi umur perusahaan terhadap hubungan inovasi dan keunggulan bersaing.

Kota Padang merupakan ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat. Sebagai kota pusat pemerintahan Sumatera Barat, Kota Padang menjadi salah satu sentral bisnis dengan jumlah UMKM yang lebih banyak dari kabupaten lain di Sumatera Barat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang (2016), jumlah UMKM di Kota Padang meningkat dari 76.236 UMKM pada tahun 2015 menjadi 78.298 UMKM pada tahun 2016 dengan peningkatan sebanyak 2.062 UMKM dalam satu tahun.

**Tabel 1.2**  
**Jumlah pelaku UMKM di Kota Padang 2012-2016**

<b>Tahun</b>	<b>Menengah</b>	<b>Kecil</b>	<b>Mikro</b>	<b>Jumlah</b>
2012	12.260	25.606	558	38.424
2013	12.580	25.690	500	38.770
2014	34.620	38.634	808	74.062
2015	35.883	39.403	950	76.236
2016	36.570	40.443	1293	78.298

*Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, 2017*

Dari berbagai jenis UMKM, salah satu UMKM yang berpotensi berkembang adalah UMKM sektor kuliner. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang (2016), jumlah UMKM sektor kuliner di Kota Padang meningkat dari tahun 2015 sebanyak 4.809 UMKM kuliner menjadi 5.176 UMKM kuliner pada tahun 2016 dengan peningkatan sebanyak 367 UMKM kuliner dalam

satu tahun. Melihat hal tersebut, UMKM sektor kuliner memiliki peran yang cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Padang. Namun, jika tidak dikembangkan dan memiliki keunggulan dalam bersaing, maka UMKM tersebut tidak dapat bertahan dengan umur yang lama dalam persaingan. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH INOVASI TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING YANG DI MODERASI OLEH VARIABEL UMUR PERUSAHAAN PADA USAHA MIKRO KECIL MENENGAH (UMKM) SEKTOR KULINER DI KOTA PADANG”**

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah inovasi mempunyai hubungan yang signifikan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang?
2. Apakah umur perusahaan dapat memoderasi pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi hubungan yang signifikan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM sektor kuliner di Kota Padang.

2. Untuk mengidentifikasi apakah umur perusahaan dapat memoderasi pengaruh hubungan antara inovasi terhadap keunggulan bersaing UMKM sektor kuliner di Kota Padang.

Dengan tujuan tersebut hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi berbagai aspek, baik itu aspek teoritis maupun aspek konseptual.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bermanfaat untuk memperkuat pengetahuan dan pemahaman mengenai inovasi dan pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing serta umur perusahaan dalam memoderasi hubungan inovasi dan keunggulan bersaing.

##### **2. Manfaat Praktis**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan alternatif bagi perusahaan dalam melakukan inovasi dan menciptakan keunggulan bersaing serta moderasi umur perusahaan dalam memperkuat hubungan antara inovasi dan keunggulan bersaing.

#### **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

##### **1.5.1. Lingkup Teoritis**

Ruang lingkup teoritis pada penelitian ini dibatasi pada teori inovasi dan keunggulan bersaing (*resource base view*).

### 1.5.1. Lingkup Konseptual

Penelitian ini dilakukan pada beberapa UMKM yang bergerak pada sektor kuliner di Kota Padang. Penelitian ini dilakukan karena melihat potensi UMKM di daerah ini yang cukup potensial dan terus berkembang dengan umur yang berbeda-beda. Dengan melihat hal tersebut, beberapa UMKM tersebut terus melakukan inovasi dalam upaya mempertahankan keunggulan bersaingnya.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan penelitian ini, peneliti menguraikan dalam lima bab yang terbagi dalam beberapa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I      Pendahuluan**

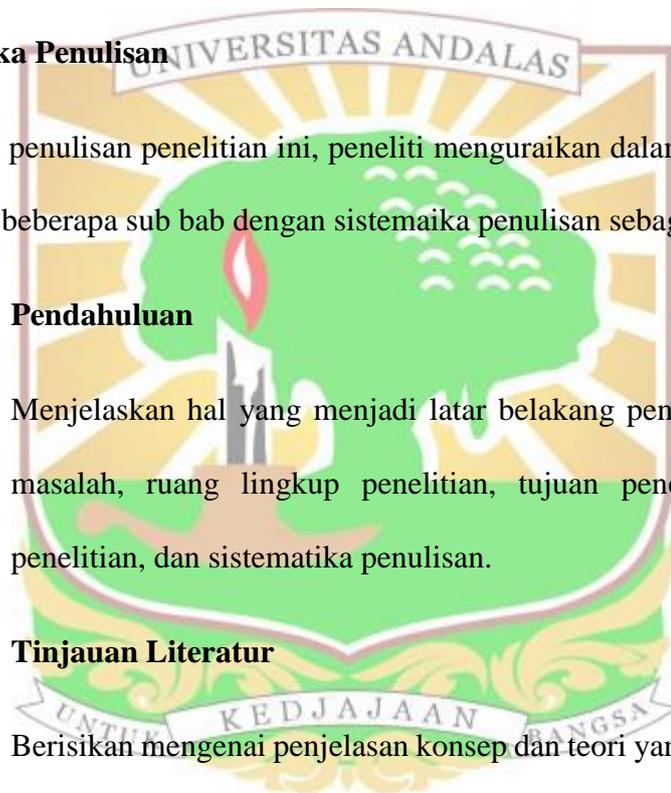
Menjelaskan hal yang menjadi latar belakang penulis, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II      Tinjauan Literatur**

Berisikan mengenai penjelasan konsep dan teori yang menjadi dasar acuan penelitian serta penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pokok bahasan.

#### **BAB III      Metode Penelitian**

Mencakup objek penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian serta teknik analisis data.



## **BAB IV Analisis dan Pembahasan**

Memuat analisis hasil penelitian mengenai masalah yang dibahas yaitu tentang pengaruh hubungan inovasi dan keunggulan bersaing terhadap dampak moderasi umur perusahaan .

## **BAB V Penutup**

Berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, keterbatasan dari penelitian dan saran-saran untuk mengembangkan penelitian yang serupa di masa yang akan datang.

