

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam perekonomian di Indonesia, ini bisa dilihat dari proporsi UMKM sebesar 99,99% dari total keseluruhan pelaku usaha di Indonesia atau sebanyak 56,54 juta unit serta memiliki kontribusi sebesar 59,08% atau Rp. 4.869,5,- triliun dari Produk Domestik bruto tahun 2012 (Bank Indonesia 2015). UKM tidak hanya berkontribusi terhadap pertumbuhan PDB nasional tetapi juga berkontribusi terhadap pengurangan Pengangguran (Mullineux, 1997; Abor & Quartey, 2010).

Peprah et al (2016) mengungkapkan bahwa UKM berfungsi sebagai kekuatan untuk diversifikasi ekonomi, dan dapat bertindak sebagai penggerak utama pertumbuhan dan perkembangan ekonomi. Tambunan (2011) mengungkapkan, fakta-fakta kunci UKM: *Pertama*, UKM mempunyai peran penting bagi ekonomi lokal Indonesia, karena lebih dari 99 persen merupakan UKM. *Kedua*, kendala utama yang dihadapi oleh UKM adalah keuangan dan pemasaran. Keterbatasan keuangan terutama disebabkan oleh terbatasnya akses ke sumber-sumber formal kredit. Masalah ini juga mengakibatkan kesulitan pemasaran, karena kebanyakan UKM tidak memiliki modal untuk memperluas pasar mereka. *Ketiga*, keterwakilan perempuan pengusaha UKM yang relatif rendah menunjukkan bahwa kewirausahaan masih didominasi laki laki.

Menyadari pentingnya keberadaan dan kontribusi dari UMKM, maka pemerintah Indonesia menetapkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang di dalamnya mengatur mengenai upaya-upaya pemberdayaan, pengembangan, pembiayaan dan penjaminan UMKM.

Usaha kecil seharusnya diberi prioritas utama dalam pengembangan usaha karena telah memiliki pengalaman dalam menjalankan bisnis (Tambunan, 2007). Berdasarkan berbagai bentuk dukungan pemerintah, maka diharapkan UMKM

dapat terus tumbuh dan berkembang secara stabil dan berkelanjutan. Sejalan dengan itu, Produk domestik bruto riil per kapita maupun pengeluaran pembangunan pemerintah terutama yang digunakan untuk membiayai program pengembangan UKM memiliki dampak positif pada pertumbuhan UKM (Tambunan, 2008).

Tumbuh kembang dalam hal ini diartikan bahwa unit usaha yang saat ini tergolong UMKM diharapkan dapat memiliki skala industri yang semakin besar, artinya, bagi unit usaha yang berada dalam kategori mikro diharapkan dapat berubah menjadi usaha dalam kategori kecil. Demikian juga unit usaha yang saat ini berada dalam kategori usaha kecil diharapkan dapat meningkat menjadi unit usaha berkategori menengah, sedangkan unit usaha berkategori menengah dapat berkembang menjadi unit usaha skala besar. Konsep pengembangan usaha ini dapat digolongkan sebagai bentuk *enterprise upgrading*.

Menurut Azadegan dan Wagner (2011), *upgrading* ini merupakan hasil dari adanya pembangunan secara berkelanjutan dalam sebuah unit usaha, baik dalam hal kemampuan operasional, kemampuan penyelesaian tugas, dan berbagai jenis kemampuan yang diperlukan untuk memajukan dan mengembangkan perusahaan. Edgington & Hayter (2013) menambahkan bahwa dengan adanya *upgrading* tersebut, maka suatu unit usaha akan memiliki peningkatan nilai secara berkelanjutan dari waktu ke waktu, yang berasal dari produktivitas usaha yang semakin meningkat dan kegiatan usaha yang semakin besar. Dengan demikian, maka sebuah unit usaha yang mengalami *upgrading* akan dapat menjadi unit usaha dengan skala yang lebih besar dalam berbagai aspek. Apabila dihubungkan dengan UMKM, maka sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa unit usaha skala mikro yang mengalami *upgrading* akan dapat menjadi unit skala kecil, dan seterusnya.

Upgrading pada praktiknya merupakan hal yang tidak mudah untuk digunakan. Hal ini disebabkan karena untuk dapat melakukan *upgrading* diperlukan banyak faktor pendukung, salah satunya, sebagaimana dijelaskan oleh Hampel-Milagrosa *et al* (2015), yaitu adanya inovasi dalam unit usaha. Melalui inovasi yang semakin digalakkan, maka sebuah unit usaha akan dapat memiliki

keunggulan kompetitif yang mampu mengalahkan pesaingnya dan pada akhirnya mampu merebut pangsa pasar, sehingga dapat dikatakan, bahwa *upgrading* sebuah unit usaha sangat tergantung pada pertumbuhan dari kemampuan inovasi dari unit usaha tersebut.

Lebih lanjut, melalui riset empiris yang dilakukannya, Loewe *et al* (2013) dan Reeg (2013) menemukan bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *upgrading* dari sebuah unit usaha, atau lebih dikenal dengan istilah *enterprise upgrading*, secara garis besar dapat dikategorikan menjadi 4 determinan, yaitu karakteristik pengusaha, karakteristik perusahaan, jaringan sosial dan bisnis, dan lingkungan bisnis.

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, bahwa konsep *enterprise upgrading* tidak dapat terlepas dari keberadaan inovasi dalam perusahaan (Hampel-Milagrosa *et al*, 2015), bahwa perusahaan atau unit usaha dapat mengalami *upgrading* apabila unit bisnis tersebut mampu menumbuhkan inovasi secara berkelanjutan. Vyas (2015) menjelaskan konsep Inovasi tersebut sebagai “pembaharuan dan pemekaran *range* produk dan layanan dan pasar yang terkait, penerapan metode produksi yang baru, metode pasokan dan distribusi yang baru, pengenalan atas perubahan dalam manajemen, pekerjaan organisasi, dan kondisi kerja serta keahlian tenaga kerja”. Usaha kecil dan menengah (UKM) menunjukkan kemampuan inovasi teknologi dan yang tinggi namun memiliki sumber inovasi yang terbatas (Huang S *et al.*, 2017).

Humprey dan Schmitz (2000), mengemukakan potensi utama perusahaan dalam melakukan *upgrading* adalah karakteristik wirausahawan (*entrepreneur*) itu sendiri. Selain karakteristik *entrepreneur*, *upgrading* UKM dipengaruhi oleh *firm characteristics* (karakteristik perusahaan). Hasil Penelitian empiris oleh Woldie, *et al.* (2008) menunjukkan bahwa pertumbuhan UKM sangat dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan seperti usia, sektor, status hukum dan jumlah karyawan. Karakteristik khusus perusahaan seperti *leverage*, *current liquidity*, peluang pertumbuhan di masa depan, dana yang dihasilkan secara internal, dan faktor produktivitas ditemukan menjadi faktor penting dalam menentukan pertumbuhan dan kinerja perusahaan (Mateev & Anastasov, 2010).

Faktor lain yang berpengaruh terhadap *upgrading* UKM adalah jaringan bisnis dan sosial. Menurut Sirec dan Bradac (2009), jaringan antar perusahaan dan jaringan antar personal memainkan peran penting dalam proses penciptaan perusahaan dan pertumbuhan perusahaan, dimana perusahaan yang sering bekerja sama dengan pendidikan, penelitian, dan lembaga pendukung, menyatakan adanya pertumbuhan (*upgrade*) pada pendapatan dan aset mereka. Pertumbuhan pendapatan dan aset juga ditemukan pada perusahaan yang menyatakan sering kerjasama dengan pengguna akhir, pemasok, dan agen (Širec dan Bradac, 2009).

Reeg (2013) menyatakan bahwa lingkungan eksternal termasuk dalam faktor yang mempengaruhi pengembangan usaha mikro dan menengah, dimana setiap perusahaan dihadapkan pada kondisi lingkungan bisnis yang cepat dan terkadang tidak dapat diprediksi (Adeoye dan Elegunde, 2012). Oleh sebab itu, lingkungan eksternal kemudian menjadi salah satu bagian penting dari determinan *enterprise upgrading*. Karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis dan sosial, serta lingkungan eksternal membentuk sebuah kelompok faktor-faktor (determinan) yang menjadi penentu keberhasilan UKMM melakukan *upgrading* ke level tertentu. Faktor determinan tersebut akan dapat mempengaruhi keberhasilan inovasi sebuah perusahaan apabila mampu meningkatkan *absorbsi capacity*.

Absorptive capacity merupakan kunci dari kemampuan inovasi perusahaan (Murovec dan Prodan, 2008). Menurut Ndiege (2012), organisasi yang memiliki *absorted capacity* yang tinggi dan memanfaatkan pengetahuan baru dalam proses mereka akan dapat meningkatkan keunggulan *competitive*, terlepas dari ukuran perusahaan. Menurut Qian & Acs (2015) *absorptive capacity*, yaitu kemampuan perusahaan dalam memahami pengetahuan baru, mengenali nilai, dan komersialisasinya sehingga dapat menciptakan nilai dan manfaat. Secara empiris, *absorptive capacity* dan inovasi telah dibuktikan memiliki keterhubungan, antara lain oleh penelitian yang dilakukan, Liu dan Tsai (2009), dan Liao dkk. (2007). Dengan demikian, apabila dikonsepskan secara menyeluruh, maka akan didapatkan keterhubungan antara karakteristik pengusaha, karakteristik perusahaan, jaringan sosial dan bisnis, lingkungan bisnis, *enterprise upgrading*, inovasi, dan *absortive capacity*.

Pada negara-negara berkembang menunjukkan bahwa kebanyakan usaha mikro dan usaha kecil mengalami stagnasi (Mead 1994; Mead & Liedholm 1998; Cotter 1996; Fajnzylber et al 2006; Fajnzylber et al 2009), hanya sebagian kecil dari perusahaan-perusahaan mengalami peningkatan produktifitas, peningkatan asset dan peningkatan tenaga kerja. Pengembangan UMKM sangat penting bagi kemajuan ekonomi kita, mengingat 59,08% kontribusi Produk Domestic Bruto Indonesia berasal dari UMKM sehingga perlu diketahui factor factor yang mendukung peningkatan UMKM (Bank Indonesia 2015).

Setiap tahun, UKM baru telah lahir di Indonesia. Sayangnya, tidak ada data yang dapat menunjukkan apakah proses *upgrade* ukuran usaha telah terjadi dalam UKM, contohnya dengan usaha kecil *upgrade* menjadi usaha menengah, dan usaha menengah berubah menjadi usaha besar.

Penelitian ini dilakukan di Bukittinggi. Bukittinggi merupakan salah satu kota di Indonesia yang terletak di Propinsi Sumatera Barat yang memiliki unggulan di sektor pariwisata. Daya tarik kota Bukittinggi terletak pada indahnya panorama alam, hasil kerajinan tangan masyarakat serta beraneka jenis ragam kuliner yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung di daerah tersebut (Yeniwati, 2015).

Berdasarkan data yang dihimpun dari BPS Kota Bukittinggi (2016), diketahui jumlah UMKM di kota Bukittinggi mengalami fluktuasi. Jumlah UMKM tahun 2013 sebanyak 1830 unit, dan mengalami peningkatan pada tahun 2014 menjadi 1930 unit. Tahun 2015 penurunan UMKM cukup tinggi yaitu menjadi 1881 unit.

Sebagai kota wisata, oleh-oleh khas daerah kota Bukittinggi menjadi peluang usaha yang potensial untuk dikembangkan. Salah satu produk unggulan kota Bukittinggi di bidang makanan dan minuman yaitu kerupuk, produk ini sudah di kenal oleh para wisatawan. Secara kuantitas Kerupuk memiliki unit usaha yang dominan dibanding produk pangan lainnya selain kue basah.

Jumlah UMKM makanan dan minuman kota Bukittinggi pada tahun 2014 mengalami kenaikan, yaitu dari 607 menjadi 610 unit, sedangkan tahun 2015 mengalami penurunan menjadi 609 unit , baik yang sudah memiliki izin maupun

yang belum. Perusahaan industri yang telah memiliki izin tercatat sebanyak 140 buah, sementara industri yang belum memiliki sebanyak 469 buah. (BPS 2016).

Besarnya jumlah UMK kota Bukittinggi menjadi tantangan bagi pemerintah daerah dan masyarakat untuk berupaya meningkatkan skala usaha (upgrading) yang diyakini dapat meningkatkan ekonomi masyarakat. Untuk itu diperlukan kajian sebagai salah satu alternatif dalam pengembangan UMKM di Kota Bukittinggi di masa datang yaitu tentang pengaruh Karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis dan sosial, serta lingkungan eksternal Terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) melalui *absorbive capacity* dan inovasi.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat Upgrading UMKM kota Bukittinggi?
2. Bagaimana pengaruh karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal terhadap *absorbive capacity* UMKM di Kota Bukittinggi?
3. Bagaimana pengaruh *absorbive capacity* terhadap inovasi UMKM di Kota Bukittinggi?
4. Bagaimana pengaruh karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) di Kota Bukittinggi?
5. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) di Kota Bukittinggi?
6. Apakah karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal berpengaruh terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) di Kota Bukittinggi melalui variabel intervening *absorbive capacity* dan inovasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat *Upgrading* UMKM kota Bukittinggi
2. Menganalisis pengaruh karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal terhadap *absorbitive capacity* UMKM di Kota Bukittinggi.
3. Menganalisis pengaruh *absorbitive capacity* terhadap inovasi UMKM di Kota Bukittinggi.
4. Menganalisis pengaruh karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) di Kota Bukittinggi.
5. Menganalisis pengaruh inovasi terhadap *Enterprise Upgrading* (UMKM) di Kota Bukittinggi.
6. Menganalisis pengaruh karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis-sosial dan lingkungan eksternal terhadap *Enterprise Upgrading* UMKM di Kota Bukittinggi melalui variabel *intervening absorbitive capacity* dan inovasi.

1.4. Kontribusi Penelitian

Kontribusi dari penelitian ini baik teoritis maupun praktis adalah sebagai berikut

1. Secara parsial, keterhubungan antara inovasi dengan *enterprise upgrading*, inovasi dengan *absortive capacity* dan keterkaitan antara karakteristik pengusaha, karakteristik perusahaan, jaringan sosial dan bisnis, lingkungan bisnis sebagai faktor-faktor yang mempengaruhi *enterprise upgrading* telah dikaji oleh beberapa peneliti terdahulu. Berdasarkan hal ini, maka penelitian ini dilaksanakan dengan mengusung kebaruan berupa keterhubungan yang diajukan antara karakteristik pengusaha, karakteristik perusahaan, jaringan sosial dan bisnis, lingkungan bisnis dengan

absorptive capacity dan inovasi dalam mempengaruhi *enterprise upgrading*

2. Penelitian ini menjawab 5 pertanyaan yang dilakukan untuk membentuk model sehingga kerangka yang efektif untuk UKM dapat tercipta dan mampu untuk diaplikasikan
3. Penelitian ini mampu memberikan kontribusi kepada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) khususnya Kota Bukittinggi dalam pengembangan usaha di masa datang dengan melakukan *upgrading* usaha pada skala ekonomis tertentu. Disamping itu Hasil penelitian ini secara praktis diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang terjadi pada UMKM
4. Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Koperasi dan UMKM, kajian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan dan bahan evaluasi dalam pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) melalui *upgrading* usaha pada skala ekonomis tertentu dengan mengidentifikasi berbagai aspek kelemahan dan potensi UMKM atas pelaksanaan kebijakan yang telah dikembangkan sebelumnya.

1.5. Ruang Lingkup Penelitian

Untuk lebih fokusnya pembahasan kajian ini, maka perlu dilakukan pembatasan atas setiap lokasi, kriteria sampel, dan variabel penelitian, yaitu :

1. Penelitian ini dilakukan di kota Bukittinggi, untuk seluruh kecamatan. Bukittinggi terdiri dari tiga kecamatan yaitu Kecamatan Guguk Panjang, Kecamatan Mandiangin Koto Selayan, dan Kecamatan Aur Birugo Tigo Baleh.
2. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan karakteristik *entrepreneur*, karakteristik perusahaan, jaringan bisnis dan sosial, serta lingkungan eksternal sebagai variabel endogen, *absorptive capacity* dan inovasi sebagai variabel *intervening*, serta *Upgrading* UMKM sebagai variabel eksogen.

3. Berdasarkan data BPS (2016) UMKM terbanyak di Indonesia adalah sector makanan dan minuman, mengingat hal tersebut kajian ini lebih fokus pada skala Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di sektor makanan dan minuman, dengan lokasi penelitiannya di kota Bukittinggi. Sektor makanan dan minuman ini merupakan sector nomor dua terbanyak setelah sandang dan kulit. Produk makanan unggulan kota Bukittinggi adalah kerupuk yang sudah di kenal oleh para wisatawan. secara kuantitas Kerupuk memiliki unit usaha yang dominan dibanding produk lainnya selain kue basah. Usaha ini umumnya masih menggunakan metode atau proses produksi secara tradisional, banyak sekali beroperasi di sektor usaha mikro, kemasan produk yang belum menarik, pasar yang masih bersifat regional. Tetapi produk ini mempunyai prospek kedepannya, karna akan mampu meningkatkan nilai tambah, menyerap tenaga kerja dan bisa melestarikan makanan tradisional

1.6. Sistematika Penulisan

Kajian ini memiliki sistematika atau organisasi studi yang terdiri dari 5 bagian utama, yaitu :

- BAB I** Pendahuluan, Memuat penjelasan-penjelasan yang berkaitan dengan latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika kajian.
- BAB II** Kerangka teoritis, Memuat penjelasan-penjelasan yang berkaitan dengan kerangka konseptual yang dapat mendukung kajian dan relevan dengan pengambilan keputusan atas permasalahan penelitian, *review* penelitian terdahulu, kerangka pemikiran penelitian, dan pembentukan hipotesis penelitian.
- BAB III** Metode Penelitian, Fokus pada aspek-aspek teknis penelitian yang berkaitan dengan metode yang digunakan dalam pemecahan permasalahan penelitian seperti jenis penelitian,

data dan sumber data, populasi dan sampel, konsep dan pengukuran variabel penelitian, teknik analisis data, dan pengujian hipotesis penelitian.

BAB IV Hasil temuan dan Analisis, Memuat penjelasan-penjelasan yang berkaitan dengan hasil kajian secara empiris terhadap permasalahan penelitian seperti analisis deskriptif hasil penelitian, analisis inferensial, hasil pengujian hipotesis penelitian, dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V Kesimpulan dan saran, Memuat integrasi keseluruhan bagian dari kajian ini yang berkaitan dengan kesimpulan hasil penelitian, saran, dan keterbatasan hasil penelitian serta implikasi kebijakan yang dapat direkomendasikan dari hasil kajian.

