

BAB I

PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan langkah awal dalam melakukan penelitian. Bab ini berisikan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, tujuan penelitian, rumusan masalah, batasan masalah dan sistematika penulisan.

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin bertambah ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merencanakan strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya (Kotler, 2008).

Beberapa perusahaan menerapkan berbagai strategi yang direncanakan dan diarahkan untuk dapat memenangkan persaingan tersebut. Kunci penting dalam memenangkan persaingan terletak pada kemampuan perusahaan untuk menciptakan keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat dilihat dari ketepatan perusahaan dalam menyediakan produk dipasar dan respon terhadap keluhan konsumen seperti kualitas produk, kebutuhan konsumen, penguasaan pasar baru serta adanya inovasi secara terus menerus (Aditya 2004).

Inovasi merupakan salah satu instrumen dasar strategi pertumbuhan untuk memasuki pasar baru, meningkatkan pangsa pasar yang ada, dan menyediakan perusahaan dengan keunggulan kompetitif. Inovasi merupakan komponen yang tak terpisahkan dari strategi perusahaan dengan beberapa alasan seperti untuk

menerapkan proses manufaktur yang lebih produktif, tampil lebih baik di pasar, mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan, dan sebagai hasilnya untuk memperoleh keuntungan kompetitif yang berkelanjutan. Selama dua dekade terakhir, inovasi telah berubah menjadi daerah yang menarik bagi studi peneliti yang mencoba untuk mendefinisikan, mengkategorikan, dan menyelidiki dampak kinerjanya (Kuratko, 2007). Menurut OECD (2005) pedoman dasar dalam menentukan dan menilai kegiatan inovasi, ada empat jenis inovasi yang sangat berpengaruh yakni inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, dan inovasi organisasi. Inovasi proses, inovasi produk, dan inovasi pemasaran dapat mempengaruhi kinerja perusahaan, baik secara *parsial* maupun bersama-sama (*simultan*).

Kinerja perusahaan pada hakekatnya merupakan prestasi yang dicapai oleh suatu organisasi bisnis yang dapat dilihat dari hasilnya. Peran inovasi dalam mendongkrak kinerja perusahaan meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan, seperti proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya (Wibisono, 2006). Salaheldin (2008) berpendapat bahwa pengukuran kinerja perusahaan terbagi atas kinerja finansial dan kinerja non finansial. Kinerja finansial terdiri dari pertumbuhan penjualan, profitabilitas, dan pengembalian aset. Sedangkan kinerja *non* finansial terdiri dari pengembangan produk, pangsa pasar, retensi pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Dimensi pengukuran kinerja relatif banyak digunakan dalam pengukuran kinerja industri kecil dan menengah.

Industri atau kegiatan manufaktur merupakan suatu kegiatan ekonomi dalam mengubah suatu barang dasar secara mekanis, kimia, atau menggunakan tangan sehingga menjadi barang setengah jadi atau barang jadi yang sifatnya lebih dekat kepada pemakai akhir. Industri manufaktur dikelompokkan ke dalam empat golongan berdasarkan kriteria jumlah pekerja yakni industri besar terdiri dari 100 orang pekerja, industri sedang atau menengah terdiri dari 20 – 99 pekerja, industri kecil terdiri dari 5 – 19 pekerja, dan industri mikro terdiri dari 1 – 4 pekerja (BPS, 2015). Sementara itu Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag)

mendefinisikan industri kecil dan menengah berdasarkan nilai asetnya, yaitu industri kecil merupakan industri yang mempunyai nilai investasi perusahaan sampai dengan 200 juta rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan). Industri Menengah merupakan industri yang memiliki nilai investasi perusahaan lebih dari 200 juta sampai 5 milyar rupiah (tidak termasuk tanah dan bangunan) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan NO590 / MPP / KEP / 10 / 1999.

Industri Kecil dan Menengah (IKM) merupakan perusahaan industri kecil dan perusahaan industri menengah dengan kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan oleh seseorang atau rumah tangga maupun suatu badan, bertujuan untuk memproduksi barang atau jasa untuk diperniagakan secara komersial dengan nilai penjualan pertahun tidak lebih dari Rp 50 milyar (UU RI No.9 Tahun 1995). Menurut Tambunan dalam penelitian Larasasti (2015), IKM memiliki peran yang sangat strategis dalam meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. IKM memiliki berbagai macam potensi yang dapat dikembangkan, diantaranya penyerapan tenaga kerja, penggunaan bahan baku lokal, ketahanan terhadap krisis, penanggulangan kemiskinan, dan perluasan lapangan kerja di Indonesia. Hal ini dapat memberikan gambaran bahwa IKM mampu membuka kesempatan kerja bagi masyarakat daerah sekitarnya.

Sumatera Barat layak mengembangkan sektor perindustrian dan perdagangan untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat melalui IKM. Sumatera Barat merupakan daerah yang memiliki berbagai macam wahana tempat wisata menarik dan indah untuk dikunjungi. Tak hanya itu kekentalan adat-istiadat dan budaya serta ke khasan kulinernya menjadi daya tarik tersendiri bagi tamu domestik maupun tamu mancanegara untuk datang berkunjung ke Sumatera Barat. Berikut merupakan rekapitulasi jumlah IKM yang ada di Sumatera Barat, dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Rekapitulasi Industri Kecil dan Menengah (IKM) Povinsi Sumatera Barat Tahun 2015

No	Kabupaten/ Kota	Jumlah Indutri Kecil dan Menengah		
		Indutri Kecil (Unit)	Industri Menengah (Unit)	Total (Unit)
1	Kab. Lima Puluh Kota	4.973	43.679	48.652
2	Kab. Solok Selatan	913	8.952	9.865
3	Kab. Pasaman	3.121	25.351	28.472
4	Kab. Tanah Datar	5.772	37.556	43.328
5	Kab. Pasaman Barat	5.712	26.391	32.103
6	Kab. Pesisir Selatan	5.489	38.497	43.986
7	Kab. Solok	4.426	35.437	39.863
8	Kab. Padang Pariaman	4.574	37.474	42.048
9	Kab. Agam	4.635	42.561	47.196
10	Kab. Sijunjung	3.595	19.785	23.380
11	Kab. Dharmasraya	2.906	12.797	15.703
12	Kab. Kep. Mentawai	246	2.924	3.170
13	Kota Padang	39.403	35.883	75.286
14	Kota Sawahlunto	2.106	8.923	11.029
15	Kota Padang Panjang	2.549	6.769	9.318
16	Kota Bukittinggi	8.714	18.953	27.667
17	Kota Payakumbuh	4.954	13.895	18.849
18	Kota Solok	2.951	8.712	11.663
19	Kota Pariaman	2.623	9.401	12.024
Jumlah		109.662	433.940	543.602

Sumber : Dinas Perindustrian Sumatera Barat 2015

Berdasarkan Tabel 1.1 memperlihatkan bahwa pada tahun 2015 pertumbuhan jumlah IKM di Provinsi Sumatera Barat didominasi oleh Kota Padang. Kurang lebih ada sekitar 75.286 unit usaha IKM di Kota Padang sedangkan jumlah seluruh pertumbuhan IKM di Provinsi Sumatra Barat mencapai 543.602 usaha. Bedasarkan jumlah tersebut maka peneliti mengambil penelitian di Kota Padang. Hal ini tentu saja menjadi peluang besar bagi Kota Padang untuk menciptakan pangsa pasar produk-produk unggulannya sendiri, baik dari segi *fashion*, makanan, dan kerajinan. Berikut merupakan tabel komoditi industri unggulan di Kota Padang yang dapat dilihat pada tabel 1.2.

Tabel 1.2 Komoditi Industri Unggulan Kota Padang

No	Jenis Industri	Satuan	Kapasitas Produksi	
			2014	2015
1	Pangan	Ton	1,330	1,393
2	Sandang & Kulit	Helai/Kulit	125,950	71,073
3	Kerajinan	Set	10,225	18,225

Sumber : Dinas Perindustrian Kota Padang, 2015

Berdasarkan surat keputusan Walikota Padang nomor 566 Tahun 2015 menetapkan bahwa Industri pangan seperti keripik balado, keripik sanjai, rendang daging, rendang suir dan rendang tuna merupakan produk unggulan Kota Padang. Industri pangan juga memiliki peningkatan produksi dari tahun ke tahun terutama saat musim liburan. Hal ini dikarenakan masyarakat Kota Padang mampu membaca pergerakan usaha-usaha yang bisa memicu peningkatan pendapatan karena banyaknya yang tertarik akan kekhasan kuliner di Sumatera Barat.

Berdasarkan studi pendahuluan dengan cara melakukan survei ke beberapa industri pangan, yakni ke industri roti, kripik, dan kopi diperoleh informasi bahwa industri tersebut sudah memiliki strategi untuk menghadapi perkembangan dan perubahan permintaan pelanggan terhadap produk yang diinginkan. Beberapa hal yang dilakukan oleh pimpinan industri pangan untuk dapat terus bertahan di pasaran adalah dengan cara melakukan inovasi sesuai perkembangan zaman dan memanfaatkan kemajuan teknologi yang modern, serta melakukan inovasi yang didasari atas saran yang diberikan oleh konsumen atau pelanggan. Selain itu, saat melakukan wawancara terhadap Kepala Pengembangan Industri di Dinas Perindustrian Kota Padang didapatkan informasi bahwa sebagian industri pangan telah mencapai pangsa pasar yang lebih luas hingga ke Pulau Jawa dan memiliki mitra kerja yang berkompeten sedangkan sebagian lainnya hanya memiliki pangsa pasar di daerah Padang dan sekitarnya. Hal inilah yang menjadi dasar bagi peneliti untuk mengetahui apakah inovasi yang dilakukan oleh beberapa industri dapat mempengaruhi terhadap kinerja industri pangan di Kota Padang.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut, timbul pertanyaan terhadap permasalahan yang akan dikemukakan dalam penelitian ini yaitu adakah pengaruh inovasi proses, produk, dan pemasaran terhadap kinerja Industri Pangan di Kota Padang.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja Industri Pangan di Kota Padang.
2. Mengetahui pengaruh inovasi proses terhadap kinerja Industri Pangan di Kota Padang.
3. Mengetahui pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja Industri Pangan di Kota Padang.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Data yang digunakan yaitu data industri pangan yang terdaftar di Dinas Perindustrian Kota Padang tahun 2015 dengan klasifikasi berdasarkan jumlah tenaga kerja industri menengah yakni berjumlah 20 sampai 99 orang.
2. Penelitian ini hanya dilakukan hingga diperoleh pengaruh hubungan antara inovasi (proses, produk, dan pemasaran terhadap kinerja Industri Menengah.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan mengemukakan garis besar isi setiap bab yang disusun secara sistematis. Sistematika penulisan berguna untuk mempermudah

pemahaman dalam laporan penelitian. Uraian penulisan laporan penelitian ini secara sistematis adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan berisikan latar belakang penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori berisikan kutipan teori-teori yang menjadi tolak ukur dalam menjelaskan masalah yang akan diteliti. Landasan teori merupakan pernyataan para pakar dalam buku-buku teori dibidang ilmu yang akan digunakan untuk mendukung analisis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi Penelitian berisikan langkah-langkah dalam melakukan penelitian sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Adapun tahapan-tahapan dalam metodologi penelitian ini yaitu studi pendahuluan, studi literatur, rumusan masalah, penentuan populasi, penentuan metode penelitian, klasifikasi variabel penelitian, hipotesis penelitian, perancangan kuesioner, pengumpulan data, pengolahan data, analisa, dan penutup.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden IKM bidang pangan di Kota Padang dan pengolahan data dilakukan dengan pengujian kuesioner menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

BAB V ANALISIS

Bab ini menjabarkan analisis yang didapatkan dari hasil pengolahan data mengenai pengaruh inovasi terhadap kinerja IKM bidang pangan di Kota Padang.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan tujuan awal penelitian dilakukan dan juga saran yang ditujukan untuk penelitian sejenis.