

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan salah satu bagian penting dari perekonomian suatu negara, sehingga mendorong negara termasuk Indonesia untuk terus berupaya mengembangkannya. Gerak sektor UKM sangat berpengaruh dalam menciptakan pertumbuhan dan lapangan kerja yang lebih cepat dibanding sektor usaha lainnya, hal ini berkaitan bahwa UKM cukup fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dan arah permintaan pasar (<https://id.m.wikipedia.org>)

Kontribusi UKM baik pada pasar domestik maupun komoditas ekspor merupakan potensi, oleh sebab itu perlu adanya dukungan dari berbagai elemen baik dari pemerintahan, masyarakat, badan keuangan dan sesama pemilik usaha dalam menciptakan suatu iklim ekonomi yang baik. Kebijakan dan strategi umum pengembangan industri kecil menengah departemen perindustrian dan perdagangan RI tahun 2002 menyatakan bahwa industri mikro kecil dan menengah (IMKM) tergolong pada batasan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Secara umum pengertian UMKM adalah usaha yang memproduksi barang dan jasa yang menggunakan bahan baku utama berbasis pemberdayaan sumber daya alam, bakat dan seni tradisional dari daerah setempat.

Perkembangan UKM menjadi faktor pendukung peningkatan berbagai macam usaha baik usaha kategori kecil dan menengah, khususnya di Payakumbuh, selain tempat wisata juga dikenal dengan kulinernya, dimana akan terlihat begitu banyaknya makanan-makanan dari berbagai macam olahan dari

buah-buahan, sayur-sayuran dan berbagai pengolahan dari daging yang dapat kita jumpai dari pertama kita memasuki daerah Payakumbuh hingga kita meninggalkan Payakumbuh kembali. Adapun jumlah industri kecil dan menengah berdasarkan pengelompokannya dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

Tebel 1.1

Jumlah Industri Kecil Menengah di Payakumbuh

Jenis Industri	Unit Usaha
Industri Agro dan Kehutanan	1.297
Industri Logam, Mesin, Kimia 2 Aneka	443
Total	1.740

Sumber: *deperindak payakumbuh 2017*

Salah satu dari UKM yang ada di payakumbuh itu adalah usaha pengolahan berbagai jenis makanan maupun minuman yang bahan bakunya semua berasal dari jagung yaitu yang dikenal dengan usaha F1 Aina. Usaha ini berlokasi di Batu Hampar dan terletak di pinggir jalan raya Payakumbuh-Bukittinggi.

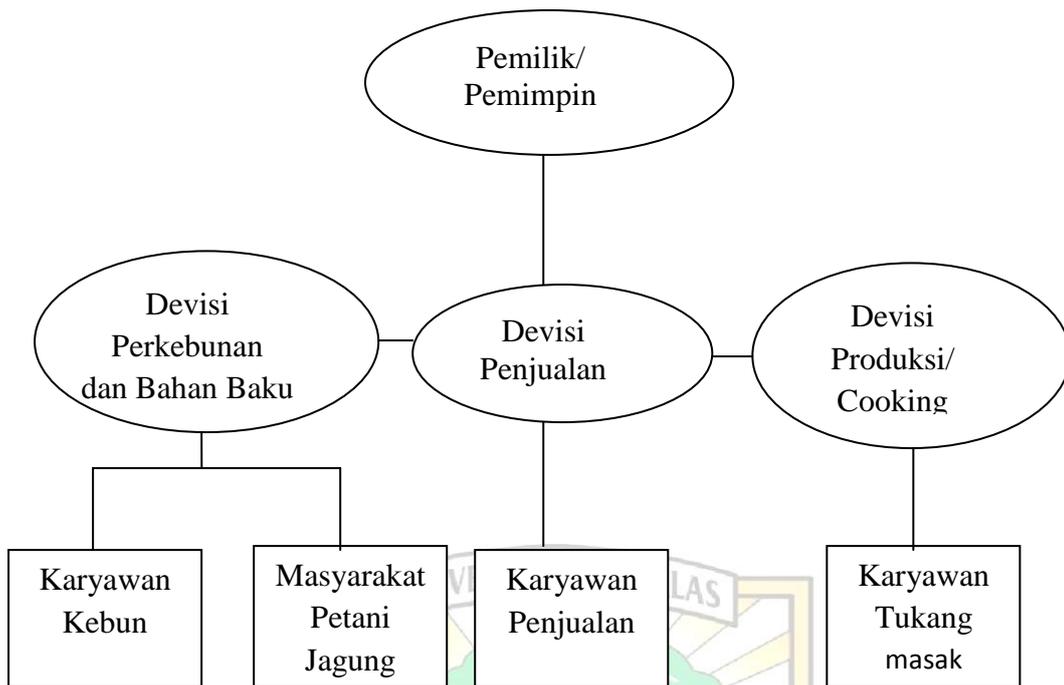
Merek F1 Aina diambil dari nama anak bungsu nya, usaha ini berdiri pada tahun 2010 dengan memiliki lokasi yang strategis bagi pengendara, ditambah kualitas jagung manis yang mumpuni, bisnis F1 Aina berkembang pesat. Walaupun sempat mengalami kerugian yang mencapai ratusan juta pada tahun 2011, namun pak Imam (pemilik) tidak putus asa untuk menyerah. Pak Imam dengan semangat yang tinggi dan kepercayaan untuk bisa sukses dan mampu memoles produknya menjadi berbagai macam *variance*.

Produk yang awalnya hanya berupa jagung manis, kemudian jagung disulap menjadi pergedel jagung, kolak jagung, puding jagung, kue jagung,

bakwan jagung, dan lainnya. Terhitung sampai saat ini sudah ada 29 jenis produk yang diolah dengan bahan baku jagung manis. F1 Aina merupakan usaha pertama yang mampu menjadikan jagung menjadi berbagai macam makanan dan minuman yang rasanya tidak kalah nikmat dari makanan buatan perusahaan besar yang ada di Indonesia. F1 Aina menjalin kerja sama dengan masyarakat setempat dalam hal penyediaan bahan baku jagung sehingga bermanfaat bagi masyarakat sekitar, sebab harga jual jagung hasil petani dibeli dengan harga yang wajar oleh usaha F1 Aina.

Peran pemilik/pemimpin dalam kegiatan proses produksi pada usaha ini sangatlah penting dalam hal mengawasi dan mengatur kegiatan proses produksi. Pembuatan dan pembaharuan terhadap produk dilakukan oleh pemimpin dengan cara mencari dan memikirkan ide-ide, kemudian ide tersebut dipaparkan kepada seluruh karyawan apakah ide tersebut bisa diterapkan untuk menciptakan jenis produk makanan maupun minuman jenis baru. Sedangkan dalam masalah uji kualitas makanan pemilik F1 Aina memiliki beberapa cara yaitu: memilih orang yang telah memahami ilmu tentang kualitas dari makanan, dan tidak terkecuali dari saran para konsumennya, sehingga produk baru tersebut dapat memenuhi keinginan konsumen.

Dari segi manajemen F1 Aina memiliki beberapa devisa, karyawan dan melibatkan masyarakat. Adapun struktur organisasi usaha ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1.2

Struktur Organisasi F1 Aina Batu Hampar

Sumber: survei 2017

Dari struktur organisasi di atas terlihat bahwa pemimpin F1 Aina menetapkan kepala bagian dari setiap divisinya untuk mengelola pekerjaan dari setiap divisi memiliki beberapa karyawan yang bekerja sesuai dengan keahliannya. Setiap divisi harus mampu bekerjasama sehingga proses produksi berjalan dengan baik.

Dari hasil wawancara dengan pemilik langsung dari usaha F1 Aina diperoleh beberapa informasi penting mengenai usahanya, salah satunya yaitu tentang tingkat keuntungan yang diperoleh dari setiap penjualan yang dilakukan. Besaran tingkat keuntungan berkisar 3 juta seperti pada penjualan hari biasa yaitu hari senin – jumat, sedangkan pada hari libur yaitu hari sabtu dan minggu atau

hari besar lainnya tingkat penjualan mengalami kenaikan bahkan bisa mencapai dua kali dari penerimaan yang diperoleh perharinya (Survey, 2017)

Denning (2010) menyatakan bahwa dalam dunia bisnis yang perkembangannya sangat pesat dan memiliki intensitas persaingan sangat tinggi, perubahan dan inovasi yang berkelanjutan penting dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk keberlangsungan hidup organisasi yang ada di dalam perusahaan tersebut. Pentingnya kebutuhan akan inovasi baru memungkinkan peningkatan produktivitas kinerja karyawan dan daya saing dalam suatu industri bisnis serta melalui inovasi juga dapat meningkatkan proses penyesuaian diri bagi perusahaan. Hal ini mungkin didorong oleh peran penting bahwa UKM bermain dalam perekonomian. Pada saat ini UKM dihadapkan tantangan terutama berkaitan dengan manajemen inovasi. (Zhou dan Wu, 2010), menyatakan bahwa proses inovasi menyiratkan perusahaan harus mencari, mengidentifikasi dan mengevaluasi informasi dari sumber yang berbeda.

Pemberdayaan karyawan sebagai salah satu penentu keberhasilan organisasi atau perusahaan dalam berinovasi untuk mencapai tujuan dari organisasi atau UKM itu sendiri. Dengan demikian Inovasi menjadi salah satu kunci sukses dalam mencapai keunggulan kompetitif UKM. Menurut Szabo *et al.*, (2013), Inovasi berarti aktivitas yang dapat menciptakan nilai melalui pengetahuan dan pertumbuhan produksi. Inovasi didorong oleh wirausaha yang suka mengambil risiko, menerima tantangan, dan melakukan perubahan.

UKM dapat selalu berinovasi mengikuti perkembangan lingkungan yang dinamis, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan kinerja UKM dalam arti keuntungan dan pertumbuhan. Pengembangan dan pembentukan UKM yang

berdaya saing tinggi mutlak untuk dilakukan. Salah satu faktor yang mempengaruhi daya saing UKM adalah kepemimpinan, kinerja dan inovasi yang menjadikan UKM tidak dapat bersaing secara nasional.

Bukan itu saja kepemimpinan juga memainkan peran penting dalam inovasi perusahaan, karena para pemimpin dapat memperkenalkan ide-ide baru dalam sebuah organisasi, menetapkan tujuan yang spesifik, dan mendorong inisiatif inovasi dari bawahan (Noruzy *et al.*, 2013). Salah satunya adalah gaya kepemimpinan transformasional yang dapat menaikkan kesadaran kepentingan kolektif diantara anggota organisasi dan membantu mereka untuk mencapai tujuan bersama.

Inovasi merupakan dasar untuk perolehan dan retensi berkelanjutan keunggulan kompetitif dan sangat penting untuk kelangsungan hidup ekonomi UKM. Untuk terus-menerus menghasilkan inovasi, prinsip 3N (*Niteni, Neroke, Nambahi*) dari Ki Hajar Dewantara sangatlah relevan. Dengan menggunakan prinsip ini, UKM diharapkan selalu *niteni* (dalam bahasa jawa mengamati) perkembangan lingkungan bisnis, baik perkembangan pemasok (*supplier*), pembeli (*customer*), pesaing (*competitor*), produk pengganti (*product substitution*) dan pendatang baru (*potential new entrants*). UKM juga diharapkan bisa *neroke* (dalam bahasa jawa menirukan) *best practice* perusahaan sejenis yang ada. Selain itu, UKM diharapkan mampu *nambahi* (dalam bahasa jawa menambahkan), sehingga produk/jasa yang dihasilkan perusahaan lebih baik daripada produk/jasa yang dihasilkan pesaing.

Kepemimpinan yang transformasional menekankan emosi, nilai-nilai dan pentingnya kepemimpinan, fokus pada tujuan, mendorong kreativitas dan ide-ide

baru bagi karyawan (García-Morales *et al.*, 2012). (Bass, 1985; Seltzer dan Bass, 1990) mengemukakan bahwa Pengaruh ideal kepemimpinan mengacu pada kemampuan pemimpin untuk memberikan visi, kebanggaan dan nilai kepada karyawan. Inspirasi mengacu pada sejauhmana pemimpin mengartikulasikan harapan yang tinggi untuk berprestasi melalui stimulasi intelektual. Stimulasi intelektual adalah cara seorang pemimpin merangsang karyawan untuk berpikir secara kreatif sedangkan pertimbangan individu mengacu pada sejauh mana seorang pemimpin memperlakukan karyawan secara individu, dan memberikan perhatian pribadi (Bass, 1990)

Menurut Munawaroh (2011) mengemukakan bahwa kepemimpinan transformasional adalah sebagai gaya kepemimpinan yang dapat membangkitkan atau memotivasi karyawan, sehingga dapat berkembang dan mencapai kinerja pada tingkat yang tinggi, melebihi dari apa yang mereka perkirakan sebelumnya. Pengikut seorang pemimpin transformasional merasa adanya kepercayaan, kekaguman, kesetiaan, dan hormat terhadap pemimpin tersebut, dan mereka termotivasi untuk melakukan lebih dari apa yang diharapkan terhadap mereka.

Pemimpin yang transformasional harus mampu mengajak bawahannya untuk melakukan perubahan dimana perubahan tersebut berpengaruh terhadap kinerja dari karyawan itu sendiri. Komunikasi harus selalu dilakukan oleh pimpinan kepada bawahannya dalam pencapaian visi yang dikemukakan.

Kepemimpinan transformasional mungkin sangat relevan dalam konteks UKM. Pertama, bisa dikatakan bahwa peran dominan wirausahawan dapat membantu manajemen melaksanakan kepemimpinan transformasional. Dengan alasan ukuran perusahaan yang relatif kecil, pengusaha yang memberikan visi

dan arah (pengaruh ideal), dan bisa berkomunikasi untuk setiap karyawan secara pribadi (inspirasi, pertimbangan individual). Singkatnya seorang pengusaha akan mampu membawa keluar kepemimpinan transformasional, tidak terbatas pada kepemimpinan transaksional, yang lebih anonim. Kedua kepemimpinan transformasional secara eksplisit membahas motivasi intrinsik karyawan membuatnya menjadi alat yang sangat berguna dalam meningkatkan kinerja.

Dengan semakin banyaknya UKM yang serupa bermunculan, untuk bisa tetap bertahan maka usaha pengolahan makanan F1 Aina ini harus menerapkan kepemimpinan transformasional, meningkatkan kinerja dan melakukan inovasi. Pimpinan terus mengkaji produk apa yang paling disukai pasar serta memikirkan perubahan-perubahan apa yang diciptakan pada produk tersebut, dalam menunjang keuntungan serta pertumbuhan yang diharapkan, dengan melihat kenyataan di atas diduga akan menimbulkan persaingan yang ketat antara usaha yang memproduksi produk yang sama. Dari latar belakang di atas penulis tertarik mengambil judul **“Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan, Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM F1 Aina Batu Hapar Kabupaten Limapuluh Kota”**.

1.2 Rumusan Masalah

Perlu di adakan perumusan ruang lingkup permasalahannya. Dalam hal ini, penulis merumuskan pada masalah-masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap Inovasi Produk UKM F1 Aina?
2. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap pertumbuhan UKM F1Aina?

3. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap *profitability* UKM F1 Aina?
4. Bagaimana Pengaruh transformasional kepemimpinan terhadap profitabilitas UKM F1 Aina?
5. Bagaimana pengaruh transformasional kepemimpinan terhadap pertumbuhan UKM F1 Aina?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap inovasi yang terjadi pada UKM F1 Ainan Batu Hampar Kabupaten Limapuluh Kota.
2. Mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap pertumbuhan UKM F1 Aina Batu Hampat Kabupaten Limapuluh Kota.
3. Mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap *profitability* UKM F1 Aina Batu Hampar Kabupaten Limapuluh Kota.
4. Mengetahui seberapa besar Pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap profitabilitas dari UKM F1Aina Batu Hampar Kabupaten Limapuluh Kota.
5. Mengetahui pengaruh kepemimpinan transformasional terhadap kemajuan UKM F1 Aina Batu Hampar Kabupaten Limapuluh Kota.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a) Menambah pengetahuan dan kejelasan tentang penerapan ilmu, terutama pada bidang kepemimpinan, inovasi dan kinerja terhadap suatu produk, khususnya mengenai pengembangan produk pada UKM F1 Aina.
- b) Dapat memberikan informasi, sumber pengetahuan dan bahan kepustakaan atau bahan penelitian bagi penelitian-penelitian berikutnya.

2. Manfaat Praktis:

- a) Memberikan informasi tambahan dan gambaran tentang pengaruh kepemimpinan, Inovasi Produk, serta kinerja terhadap keunggulan Bersaing dari F1 Aina.
- b) Bagi pelaku usaha dapat dimanfaatkan sebagai acuan atau bahan untuk kemajuan, keberhasilan usaha dan meningkatkan profitabilitas usaha.

