

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian Indonesia saat ini memberikan tantangan bagi organisasi, seperti meningkatnya persaingan antara organisasi - organisasi sebagai hasil dari arus globalisasi. Dalam hal ini Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Peranan UMKM dalam menumbuhkan perekonomian harus ditunjang dengan inovasi, ini merupakan dampak dari kompetitifnya tingkat persaingan. Selain itu inovasi juga akan menjadi faktor pembeda sebuah UMKM dengan pesaing dalam industri. Dengan inovasi UMKM dapat meraih pasar yang lebih besar serta meningkatkan profitabilitas.

Ada satu hal yang sering terlupakan disaat sebuah organisasi melakukan inovasi, yaitu pada proses inovasi. Kebanyakan organisasi sering berfokus pada inovasi produk ataupun inovasi administrasi yang berorientas pada hasil tapi kurang memperhatikan inovasi pada proses. Proses inovasi menunjukkan proses pembaruan dalam organisasi, bentuk inovasi ini juga telah ditemukan menjadi pendorong penting kinerja perusahaan dan sarana strategis penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan menurut Reichstein dan Salter (2006). Termasuk salah satunya pada UMKM sektor jasa perjalanan, yang dimana pada sektor ini penuh dengan tantangan dalam menjalankan bisnisnya. Semakin banyak penelitian mengenai berbagai aspek yang terkait dengan bidang jasa perjalanan

yang telah dibahas dalam literatur Hjalager (2010). Proses inovasi penting karena akan menunjang keberhasilan dari inovasi produk yang dimana ujungnya akan memiliki dampak pada profitabilitas organisasi.

Kontribusi yang dibuat selama dekade terakhir pada jaringan dan kelompok dalam inovasi pariwisata (jasa perjalanan) seperti sistem inovasi dalam pariwisata, munculnya produk pariwisata baru, inovasi pariwisata dan internasionalisasi, penerapan informasi teknologi, komunikasi dan manajemen baru dalam kegiatan pariwisata. Baru-baru ini, sistem inovasi lintas batas wilayah dan pengaruh pariwisata untuk memfasilitasi proses inovatif menurut Weidenfeld (2013). Inovasi dirasa penting pada UMKM karena menjadi salah satu faktor yang menentukan apakah sebuah usaha dapat bertahan dalam persaingan.

Meski ketertarikan semakin tumbuh dalam penelitian tentang inovasi, tidak banyak model yang dikembangkan untuk perilaku inovatif perusahaan di bidang jasa perjalanan. Mengingat perbedaan yang patut dicatat dalam inovasi dalam layanan dan secara khusus di bidang jasa perjalanan. Literatur menunjukkan perlunya penelitian khusus tentang inovasi perilaku dan hasil ekonomi di perusahaan jasa perjalanan menurut Lin (2013). Memahami pola inovasi di perusahaan - perusahaan ini sangat penting untuk mengembangkan kebijakan inovasi yang berkontribusi dalam ukuran yang lebih besar untuk meningkatkan produktivitas, profitabilitas dan daya saing dalam perusahaan dan tujuan wisata. Proses inovasi dalam suatu perusahaan perlu dibahas lebih dalam karena tidak banyak literatur yang membahas sebelumnya, yang dimana kebanyakan membahas

mengenai inovasi produk yang berorientasi pada hasil akan tetapi kurang memperhatikan inovasi pada proses.

Sebuah perusahaan yang baik adalah perusahaan yang dapat menjalankan proses inovasinya dengan baik. Beberapa aspek – aspek yang dapat menentukan keberhasilan atau kegagalan sebuah proses inovasi adalah *innovation capability*, *contextual factor*, dan *environment* dari perusahaan itu sendiri sebagaimana disarankan oleh Martínez-Román, Tamayo, Gamero, dan Romero (2015). Proses inovasi menunjukkan proses pembaharuan dalam organisasi. Bentuk inovasi juga telah ditemukan untuk menjadi faktor pendorong penting kinerja perusahaan menurut Edquist, C, L Hommen and M McKelvey (2001). Secara khusus, fokus mikro menawarkan alternatif untuk analisis kemampuan inovatif dari perusahaan-perusahaan di wilayah, termasuk UMKM, serta untuk studi proses inovatif dalam layanan yaitu di bidang pariwisata. Dalam rangka untuk lebih mengatasi tantangan ini pada tingkat perusahaan, model baru yang bersifat interaktif harus dikembangkan, dan mereka harus menyelidiki aktivitas inovatif organisasi di semua sektor, pendapat Ronde dan Hussler (2005).

Sektor pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor penyumbang devisa terbesar bagi negara, karena didukung oleh potensi pariwisata yang berlimpah pada setiap daerahnya. Tahun 2016 sektor pariwisata telah mencapai devisa sebesar Rp 176 - 184 triliun, meningkat dari Rp 144 triliun di tahun 2015. Peningkatan pendapatan devisa negara di tahun 2016 tidak hanya bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dari 10, 4 juta di tahun 2015 menjadi 12,02 juta di tahun 2016, tetapi bersumber dari rata-rata pengeluaran per kunjungan

sebesar US\$ 1.103,81. Sedangkan jumlah tenaga kerja yang terserap pada ekonomi kreatif pada tahun 2016 sebesar 12 juta tenaga kerja antara lain disebabkan oleh kemudahan investasi dan meningkatnya jumlah usaha pariwisata (Kementrian Pariwisata tahun 2016).

Saat ini, ketika perusahaan beroperasi dalam persaingan industri yang sangat menantang, kemampuan inovasi yang dapat berkembang sangat penting. Inovasi mengimplikasikan adopsi ide baru atau perilaku menurut Jime´nez-Jime´nez dan Sanz-Valle (2011). Studi dari Dobni (2010) menyimpulkan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi inovasi yang tinggi, terlibat dalam penciptaan nilai strategi, misalnya, mengembangkan produk/ layanan baru. Inovasi dapat dianggap sebagai kemampuan perusahaan, karena itu merupakan tindakan yang menyebarkan sumber daya dengan kemampuan yang baru untuk menciptakan nilai menurut Yang, C.C., Marlow, P.B. and Lu, C.-S. (2009). Oleh karena itu, mengembangkan kemampuan inovasi adalah penting, karena inovasi memainkan peran kunci dalam kelangsungan hidup dan pertumbuhan organisasi menurut Francis dan Bessant (2005). Kemampuan inovasi telah disarankan untuk menjadi konstruksi yang beraneka ragam, merupakan kategori yang digunakan di bidang kemampuan inovasi yang sering mengadopsi jenis tertentu pada inovasi, seperti inovasi produk atau inovasi proses, bukan keseluruhan kemampuan inovasi pendapat Ibrahim et al (2009). Kemampuan inovasi telah dibagi menjadi kemampuan inovasi radikal dan inkremental menurut Sen dan Egelhoff (2000). Efek dari kemampuan inovasi untuk kinerja perusahaan biasanya telah dipelajari dengan menggunakan kategori yang disebutkan sebelumnya. Menurut Rosenbusch

et al. (2011) hanya dengan fokus memberikan penawaran inovatif ke pasar mungkin tidak sepenuhnya memanfaatkan potensi inovasi. UMKM bahkan bisa mendapatkan keuntungan lebih banyak jika mereka mengembangkan, berkomunikasi, dan merangkul orientasi inovasi. Itu studi empiris yang membahas kemampuan inovasi organisasi (yaitu aspek-aspeknya yang mempengaruhi proses inovasi) secara keseluruhan dan dampaknya jarang terjadi.

Contextual factors membahas tentang aspek – aspek ukuran perusahaan, hubungan kerjasama, sumber pendanaan yang mempengaruhi pada hasil yang inovatif menurut Martínez-Ros & Orfila-Sintes (2012). Secara khusus, metode baru yang mengintegrasikan faktor-faktor kontekstual dari luar perusahaan memainkan peran penting dalam mendorong inovasi dalam UMKM karena mereka umumnya memiliki kesulitan berinovasi karena kekurangan dalam sumber daya, alat bantu pembiayaan, jaringan, dan pengetahuan aset menurut Ye Seul Choi and Up Lim (2017). Oleh karena itu, perusahaan inovatif yang tidak bergantung pada kemampuan internal mereka sendiri dan sumber daya, terutama UMKM, mungkin berusaha untuk membangun jaringan formal maupun informal dan jaringan dengan organisasi - organisasi eksternal untuk mengisi kapasitas inovasi mereka dengan eksternal organisasi menurut Sexton, M.; Barrett, P (2006). Dalam hal kerjasama, literatur mengandung banyak referensi kepada pengaruh dari jenis kerjasama aktivitas perusahaan dan hasil yang inovatif menurut Ronde & Hussler (2005), Di antara UMKM pariwisata, ukuran dan kerjasama dengan pemasok telah ditunjukkan untuk mendukung inovasi. Namun, jerang ditemui pentingnya kerjasama dengan universitas dan teknologi pusat adalah kelemahan dari sektor ini

yang harus diteliti secara mendalam. Dalam beberapa kasus sebelumnya mereka dikonfirmasi memiliki pengaruh pada inovasi di UMKM, efisiensi dan daya saing di perusahaan-perusahaan dari sektor ini menurut pendapat Blake et al (2006).

Lingkungan menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan sebuah proses inovasi. Proses inovasi yang baik disertai dengan lingkungan yang mendukung. Lingkungan yang dimaksud adalah kompetisi dalam industri serta lembaga – lembaga yang mendukung sebuah perusahaan. Menurut Sibel Ahmedova (2015) perubahan lingkungan dan pasar teknologi yang cepat di era globalisasi memiliki dampak yang besar pada lingkungan kompetitif bisnis dan menciptakan kemungkinan baru untuk memperkuat pengembangan UMKM. Perusahaan modern berbasis pengetahuan ekonomi dapat dikatakan terdiri dari berbagai macam metode seperti keuangan, produksi, kreativitas dan inovasi, keahlian dan efisiensi yang tinggi dari sumber daya manusia.

Tabel 1.1
UMKM Sumatera Barat 2017 (Unit)

No	Jenis Pelaku Usaha	Jumlah
1.	Mikro	423.280
2.	Pelaku Usaha Kecil	74.410
3.	Pelaku Usaha Menengah dan Besar	3.720
	Total	501.410

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2017

Provinsi Sumatera Barat sendiri tengah fokus menggarap sektor UMKM yang diakui sangat berpotensi membuka lapangan kerja yang bisa memberikan sumbangan devisa bagi negara. Berdasarkan tabel 1.1 jumlah UMKM sebanyak 501.410 yang mana dari UMKM tersebut terdiri dari Mikro 423.280, pelaku usaha kecil 74.410, pelaku usaha menengah dan besar 3.720 (Badan Pusat Statistik

Provinsi Sumatera Barat, 2017). Data tersebut menunjukkan bagaimana perkembangan industri UMKM yang ada di Provinsi Sumatera barat sekarang ini.

Banyak perusahaan semakin sadar bahwa pengembangan produk dan proses baru serta perbaikan produk dan proses secara terus-menerus merupakan faktor penentu pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan menurut Cooper (2003). Setiap masing-masing UMKM perlu melakukan pengembangan didalam usahanya, namun yang menjadi kendala yaitu, keraguan dalam menciptakan inovasi dikarenakan dari pengeluaran biaya serta pengelolaan dan manajemen keuangan yang tidak tersusun dengan baik sehingga tidak banyak usaha kreatif yang tumbuh dan bertahan di masing-masing industri (Kepala Dinas Kebudayaan dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat).

Kota Padang adalah ibu kota dari Provinsi Sumatera Barat sebagai kota pusat pemerintahan Sumatera Barat, Kota Padang menjadi pusat perekonomian dengan jumlah UMKM yang lebih banyak dari kabupaten dan kota lain di Sumatera Barat. Berdasarkan data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang (2017), jumlah UMKM di Kota Padang mengalami pertumbuhan, seperti dapat dilihat dalam tabel 1.2 jumlah UMKM di Kota Padang pada tahun 2014-2017.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM di Kota Padang 2014 - 2017 (Unit)

No.	Sektor UKM	Tahun				Total
		2014	2015	2016	2017	
1.	Kuliner	4.401	4.809	5.143	5.659	20.012
2	IMR	2.164	2.451	2.778	3.317	10.710
3	IKT	906	1.008	1.201	1.477	4.592
4	Waserda	27.617	28.479	29.197	30.260	115.553
5	Jasa	16.098	16.396	16.759	17.185	66.438
6	PKL	5.540	5.639	5.702	5.767	22.648
7	Pertanian	9.010	9.030	9.039	9.045	36.124
8	Perkebunan	2.691	0	0	2.695	5.386
9	Perikanan	700	723	747	776	2.946
10	Peternakan	2.230	2.245	2.267	2.286	9.028
11	Nelayan	2.705	0	2.708	2.718	8.131

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang (2017)

Catatan: IMR : Industri Makanan Ringan Ptnn : Pertanian
 IKT : Industri Kerajinan Tangan Pkbn : Perkebunan
 Waserba : Warung Serba Ada Pkn : Perikanan
 PKL : Pedagang Kaki Lima Ptrnk : Peternakan

Berdasarkan data diatas bahwa pertumbuhan UMKM pada sektor jasa mengalami kenaikan dengan stabil setiap tahunnya. Hal ini dapat diartikan bahwa UMKM sektor jasa di Kota Padang selalu ada prospek baik. Dengan rata – rata pertumbuhan 380 per tahun (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, 2017).

Lebih spesifik lagi jumlah UMKM sektor jasa perjalanan yang ada di Kota Padang berjumlah 211 unit (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Padang) yang akan dijadikan populasi dalam penelitian ini.

Dalam kondisi persaingan saat ini, para pelaku UMKM di Sumatera Barat dan khususnya di Kota Padang yang tidak melakukan proses inovasi akan menghadapi resiko lebih besar untuk kehilangan pasarnya. Aktivitas melakukan sebuah inovasi dan pembaruan proses pada perusahaan merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam peningkatan produktivitas dan persaingan. Oleh karena itu, diperlukan upaya untuk mengetahui bagaimana mencari cara atau strategi yang tepat didalam mengembangkan usahanya dan dapat terus bertahan di tengah persaingan yang terjadi sehingga nantinya dapat melakukan sebuah proses inovasi yang tepat sasaran sesuai dengan bentuk usaha yang dilakukannya.

Berdasarkan uraian diatas, penulis memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul: ***Analisa Pengaruh Innovation Capability, Contextual Factors, dan Business Environment Terhadap Process Innovation (Studi Pada UMKM Sektor Jasa Perjalanan di Kota Padang)***

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh *innovation capability* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang?

2. Bagaimana pengaruh *contextual factor* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *business environment* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *innovation capability* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *contextual factor* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh *business environment* terhadap *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang.

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

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi akademisi dan peneliti

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas atau khususnya

mahasiswa manajemen tentang *process innovation*. Selain itu juga dapat menambah pengetahuan, pengalaman dan keahlian bagi peneliti sendiri.

2. Bagi praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat sehingga bagaimana setiap industri bisa mengetahui apa saja yang nantinya dapat mempengaruhi proses inovasi usahanya untuk lebih baik lagi, serta bisa menjadi dasar dalam menyusun strategi dalam menghadapi persaingan dalam pasar bagi setiap industri khususnya di Kota Padang.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini berfokus pada tiga variabel yaitu *innovation capability*, *contextual factors*, *business environment* dan *process innovation* pada UMKM sektor jasa perjalanan di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini penulis menguraikan dalam lima bab yang terdiri dalam beberpa sub bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Literatur

Bab ini terdiri dari landasan teori, pengembangan hipotesis dan penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini terdiri dari desain penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, defenisi operasional variabel, serta teknik analisis data.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini terdiri dari analisis pengambilan kuesioner, gambaran umum identitas responden, gambaran umum identitas perusahaan, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, serta pembahasan dan implikasi.

Bab V Penutup

Bab ini terdiri dari kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran.

