

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

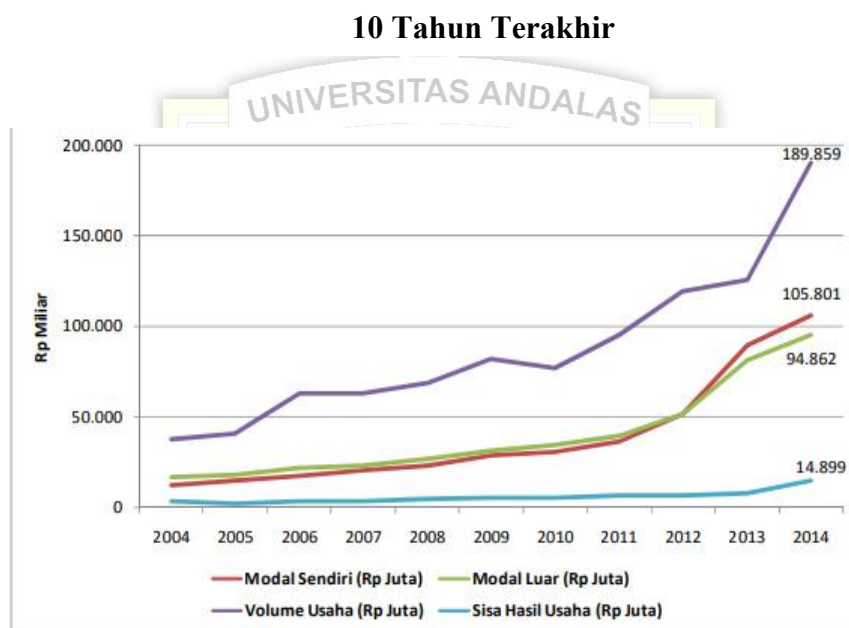
Perusahaan harus menghasilkan kekayaan tetapi juga harus memungkinkan pengembangan pribadi dan nilai-nilai dalam sumber daya manusia perusahaan seperti pekerja, manajemen menengah, manajemen atas, ini adalah fondasi dan titik awal dari semua kompetensi kewirausahaan (Senge, Robert, & Charlotte, 1994). Perusahaan dituntut inovatif dan kreatif dengan cara sistem pembelajaran yang efektif pada sumber daya manusia yang dikembangkan. Pemimpin dan manajer perusahaan memiliki peran penting dalam mempertahankan keunggulan kompetitif perusahaan sehingga tercapainya kinerja organisasi yang baik. Perusahaan yang menumbuhkan kemampuan ini dijelaskan secara luas sebagai perusahaan yang meningkatkan kinerja organisasi. Namun, banyak perusahaan yang belum mengembangkan kemampuan benar, karena mereka fokus pada efek langsung dan melupakan keterkaitan tidak langsung antara kemampuan ini.

Organizational performance penting dalam perusahaan karena, menjadi tolak ukur kinerja sekelompok orang yang dicapai dalam suatu organisasi, sesuai dengan peranan dan tanggung jawab masing-masing. Kemampuan kreativitas dan inovasi diyakini akan dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan usahanya serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia dengan efektif dan efisien sebagaimana kapabilitas inovasi perusahaan dalam menciptakan ide-ide

yang kreatif akan menghasilkan inovasi yang nantinya akan meningkatkan kinerja perusahaan yang lebih baik dari pesaingnya (Butler, 1988).

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan salah satu bentuk usaha yang memegang peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di banyak negara.

**Gambar 1.1 Perkembangan Kinerja Organisasi UMKM Indonesia**



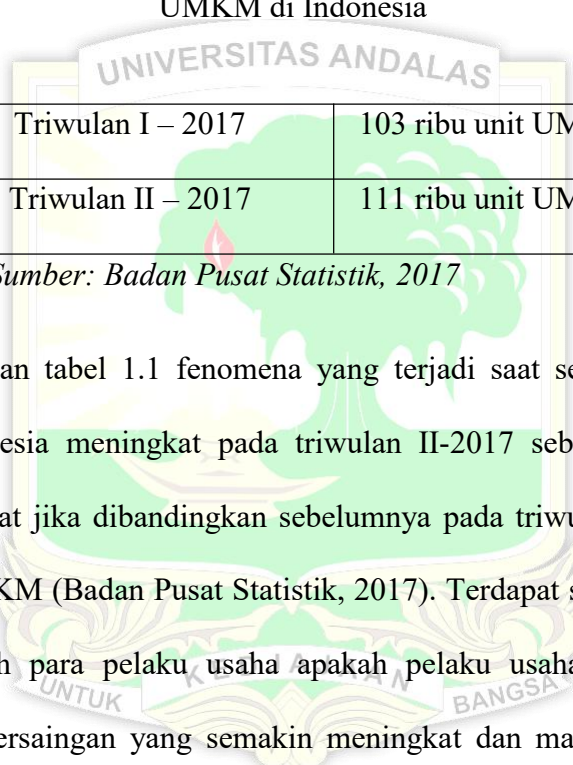
Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM Indonesia (2014)

Perkembangan kinerja organisasi UMKM ditunjukkan dari volume usaha dan sisa hasil usaha, sedangkan dalam kategori modal, modal sendiri dan modal dari luar hasil ini menunjukkan kinerja yang terus meningkat pada gambar 1.1. Jumlah modal UMKM mengalami peningkatan sekitar 28,9 persen, yang utamanya didorong oleh peningkatan partisipasi anggota UMKM. Situasi ini mendorong perbaikan rasio modal sendiri dibandingkan modal luar koperasi, dan menjadi indikasi peningkatan kemandirian UMKM.

UMKM didirikan berdasarkan inisiatif seseorang untuk menciptakan lapangan pekerjaan untuk diri sendiri dan orang lain, jadi UMKM merupakan salah satu alternatif dalam mengurangi tingkat pengangguran di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM memberikan kontribusi pendapatan dan penyerapan tenaga kerja yang cukup tinggi bagi Indonesia.

Tabel 1.1

UMKM di Indonesia



|                    |                    |
|--------------------|--------------------|
| Triwulan I – 2017  | 103 ribu unit UMKM |
| Triwulan II – 2017 | 111 ribu unit UMKM |

*Sumber: Badan Pusat Statistik, 2017*

Berdasarkan tabel 1.1 fenomena yang terjadi saat sekarang ini, pelaku UMKM di Indonesia meningkat pada triwulan II-2017 sebesar 111 ribu unit UMKM, meningkat jika dibandingkan sebelumnya pada triwulan I-2017 sebesar 103 ribu unit UMKM (Badan Pusat Statistik, 2017). Terdapat satu tantangan yang akan dialami oleh para pelaku usaha apakah pelaku usaha mampu bertahan dengan kondisi persaingan yang semakin meningkat dan mampu untuk *survive* ditengah pelaku usaha lainnya yang selalu mengembangkan dari usahanya masing-masing.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor ekonomi yang penting bagi negara, dan merupakan sumber munculnya inovasi. UMKM di Indonesia berkontribusi pada *Gross Domestic Product* (GDP) hingga 56,7%, ekspor non migas sebesar 15%, dan penyerapan tenaga kerja sebesar 99,6%.

Bertolak belakang dengan fakta ini, nyatanya UMKM belum mendapat perhatian dari pemerintah, terutama di sektor pemasarannya (Darmanto, Harsono, & Haryono 2014). Dengan tujuan mendapat peluang usaha di lingkungan yang dinamis dan terbuka, Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dituntut untuk memiliki *Entrepreneurial Orientation* (EO) (Sugiarto, 2013).

Tabel 1.2  
UMKM Sumatera Barat 2017

| No | Jenis Pelaku Usaha              | Jumlah         |
|----|---------------------------------|----------------|
| 1. | Mikro                           | 423.280        |
| 2. | Pelaku Usaha Kecil              | 74.410         |
| 3. | Pelaku Usaha Menengah dan Besar | 3.720          |
|    | <b>Total</b>                    | <b>501.410</b> |

Sumber: Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2017

Provinsi Sumatera Barat sendiri tengah fokus menggarap industri kreatif yang diakui sangat berpotensi membuka lapangan kerja yang bisa memberikan sumbangan devisa bagi negara. Berdasarkan tabel 1.2 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, UMKM yang tercatat itu bergerak diberbagai bidang usaha, seperti usaha kuliner, kerajinan, dan pedagang kecil lainnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2017). Data tersebut menunjukkan bagaimana perkembangan industri yang ada di Provinsi Sumatera barat sekarang ini.

*Creativity* merupakan salah satu bagian terpenting dalam riset kewirausahaan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap kinerja usaha. Kreatifitas individu sebagai penghasil suatu ide yang baru dan berguna bagi segala aspek (Amabile & Teressa, 1996). Tetapi *creativity* juga bisa gagal digunakan dalam memperhitungkan penciptaan usaha baru (Fillis, lan, & Rentschler 2010). Keberhasilan kreativitas pada suatu perusahaan tidak hanya ditentukan dari melakukan sesuatu dengan cara yang berbeda, tapi ide harus sesuai, bermanfaat, dan dapat dipraktikkan untuk mempengaruhi perkembangan suatu perusahaan. Individu yang kreatif tidak hanya mampu melihat peluang atau potensi baru untuk suatu metode yang ada, mereka juga harus mampu memberikan solusi yang kreatif untuk masalah-masalah yang ada dan menerapkan ide-ide baru untuk mencapai keunggulan kompetitif pada suatu organisasi.

*Risk taking* merupakan kesediaan organisasi untuk memutuskan dan bertindak tanpa pengetahuan yang pasti dari kemungkinan pendapatan dan mungkin melakukan spekulasi dalam resiko personal, finansial dan bisnis (Lumpkin & Dess, 2005). Pelaku UMKM yang berani mengambil risiko memiliki peluang untuk berhasil. Kemampuan pelaku UMKM dalam pelaksanaan *risk taking* yang tinggi juga dapat mempengaruhi tingginya penciptaan inovasi didalam UMKM, karena pelaku UMKM semakin didorong untuk berani mengambil resiko didalam menjalankan usahanya, sehingga akan berpengaruh pula terhadap semakin banyaknya kemampuan pelaku UMKM dalam memperoleh dan meningkatkan inovasi di dalam menjalankan kegiatan UMKM tersebut.

Kemampuan pelaku UMKM dilihat dari sudut pemilik usaha yang menanamkan modalnya pada suatu perusahaan memusatkan diri pada dua kriteria untuk mengukur *organizational performance*, imbalan atas penanaman modalnya dan resiko dari penanaman modal mereka. Karena strategi bisnis yang harus bermacam-macam akan mempengaruhi imbalan atas penanaman modal perusahaan dan resikonya.

*Religiosity* bersifat sangat abstrak dan subyektif. Dalam perspektif ini, sejauh mana tingkat *religiosity* yang dimiliki oleh seseorang akan mempengaruhi pencapaian kinerja perusahaan, termasuk UMKM. *Religiosity* berkaitan erat dengan agama (Proctor, 2006). Pada penjelasannya, mereka beranggapan bahwa *religiosity* yang dimiliki oleh individu, dijelaskan oleh individu tersebut dalam memaknai agama yang dianut. Termasuk dalam konteks ini adalah *religiosity* dari individu akan mendorong mereka untuk menjadi seorang wirausaha (Audretsch & Thurik, 2007). Pendapat lain juga menyatakan (Naughton & Hughes, 2009) bahwa suatu bisnis yang dilakukan dengan dasar agama akan mampu mencapai kinerja yang superior. Pelaku UMKM pada Sumatera Barat yang umumnya beragama muslim, maka *religiosity* pada penelitian ini adalah beragama muslim, ini didasari oleh masyarakat minang yang meyakini “adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah.

Dari penjelasan di atas, fenomena yang terjadi lapangan yakni ratusan pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Sumatera Barat sudah mendaftarkan diri untuk menjadi mitra ritel modern Transmart Padang yang telah berdiri dari tanggal 19 Mei 2017 hingga sekarang. Metode kemitraan bagi pelaku

UMKM untuk menjadi pemasok di Transmart tidak dilakukan secara langsung, melainkan disalurkan oleh Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) PT. Grafika Jaya. Produk yang akan dipasarkan harus memenuhi sejumlah kriteria, seperti aman untuk dikonsumsi masyarakat, hingga kemasan yang menarik. Produk UMKM harus memiliki sertifikasi pangan industri rumah tangga, label halal, SNI, izin edar, dan label pada kemasan. Menurut Gubernur Sumatera barat Irwan Prayitno pendekatan bisnis ini saling menguntungkan bagi UMKM, Keuntungan layanan jasa untuk PT. Grafika Jaya, dan Keuntungan penjualan bagi Transmart. Bagi produk UMKM yang gagal bisa melakukan perbaikan kualitas produk UMKM. Selain menyerap produk lokal UMKM lokal, transmart padang telah melakukan rekrutmen karyawan tetap yang diprioritaskan untuk masyarakat lokal sebanyak 70-80% atau mencapai 400 orang (SemangatNews.com).

Banyak perusahaan semakin menyadari bahwa pengembangan produk baru dan perbaikan produk secara terus-menerus merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan (Cooper, 2003). Setiap masing-masing industri kreatif 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).

Kemampuan UMKM Sumatera Barat saat sekarang ini yang menuntut adanya ide ide kreatif agar bisa bersaing dengan sesama pelaku UMKM maka

timbulah pengambilan risiko bagi perusahaan tersebut. Namun, masih banyak pelaku UMKM tersebut takut untuk melakukan pengambilan risiko. Pengambilan risiko tersebut seperti kecemasan mengalami kerugian dan pelaku UMKM takut jika produk atau jasa yang dihasilkan tidak disukai oleh konsumen. Sementara itu, untuk memajukan sebuah UMKM dibutuhkan ide-ide kreatif supaya dapat memaksimalkan kinerja dari UMKM tersebut dan mendapatkan profit yang lebih besar tanpa mengurangi nilai-nilai *religiosity*.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **Pengaruh *Creativity* dan *Risk Taking* Terhadap *Organizational Performance* dimoderasi oleh *Religiosity* pada UMKM di Provinsi Sumatera Barat.**

## 1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah *Creativity* berpengaruh terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat?
2. Apakah *Risk Taking* berpengaruh terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat?



3. Apakah *Religiosity* berpengaruh terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat?
4. Apakah *Religiosity* memoderasi hubungan antara *Creativity* dan *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat?
5. Apakah *Religiosity* memoderasi hubungan antara *Risk Taking* dan *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat?

### 1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui pengaruh *Creativity* terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat
2. Untuk mengetahui pengaruh *Risk Taking* terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat
3. Untuk mengetahui pengaruh *Religiosity* terhadap *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat

4. Untuk mengetahui apakah *Religiosity* memoderasi hubungan antara *Creativity* dan *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat
5. Untuk mengetahui apakah *Religiosity* memoderasi hubungan antara *Risk Taking* dan *Organizational Performance* Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat

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 *creativity*. 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 perusahaan dapat mengaplikasikan ide-ide kreatif untuk kemajuan kinerja perusahaannya tanpa takut lagi untuk mengambil risiko dan cermat untuk mengambil keputusan yang baik untuk perusahaan serta menambahkan unsur-unsur *religiosity* dalam menjalankan aktivitas bisnis.

#### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini difokuskan pada *Creativity*, *Risk Taking*, *Religiosity* dan *Organizational Performance* pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Provinsi Sumatera Barat.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Adapun sistematika penelitian ini adalah:

### **BAB I: PENDAHULUAN**

Menjelaskan latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

### **BAB II: TINJAUAN LITERATUR**

Berisikan landasan teori yang menjelaskan teori - teori mengenai *creativity*, *risk taking*, *religiosity*, dan *organisational performance*.

### **BAB III: METODE PENELITIAN**

Berisi rancangan penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dari sumber data, metode pengumpulan data dan instrumen penelitian, definisi operasional variabel, serta metode analisis data.

### **BAB IV: HASIL DAN ANALISIS**

Berisi penjelasan mengenai gambaran umum penelitian, karakteristik responden, gambaran umum identitas perusahaan, analisis deskriptif penelitian, pengujian instrumen penelitian, uji asumsi klasik, uji hipotesis, pembahasan dan implikasi.

### **BAB V: PENUTUP**

Berisi penjelasan mengenai kesimpulan, keterbatasan, saran dan implikasi.