

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Inovasi adalah suatu keniscayaan bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) bisa berkembang untuk UMKM supaya mereka bisa kompetitif. Banyak hal yang bisa dilakukan seperti: pengenalan merek baru, testimonial baru, atau program loyalitas baru (D'Attoma & Ieva, 2020), Promosi, branding, minat berwirausaha dan jaringan usaha (Rosyadi et al., 2022). Biaya inovasi yang tinggi, kurangnya kesadaran pelanggan, desain produk hanya saja banyak mengalami kegagalan (Chaudhry et al., 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang merupakan ujung tombak perekonomian, di tengah kondisi ekonomi global yang sedang tidak baik-baik saja. Khusus di negara berkembang, 60 persen perekonomian ditunjang oleh usaha kecil dan menengah (Chaniago, 2023). Padang berdasarkan pendataan yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang pada tahun 2021, tercatat sebanyak 11.787 pelaku usaha. Hal ini menunjukkan pertumbuhan pandemi, sektor yang paling mampu bertahan itu adalah UMKM. Mereka masih bisa melakukan aktivitas komersil dengan memanfaatkan teknologi tanpa bertemu langsung (Diskominfo, 2023).

Untuk menerapkan inovasi, perusahaan seringkali harus melakukan perubahan besar, mulai dari metode kerja, struktur organisasi, model bisnis, hingga

membentuk unit bisnis baru (Ndesaulwa & Kikula, 2016). Dalam menentukan perubahan seperti apa yang dibutuhkan organisasi, pertama-tama kita harus memahami tantangan inovasi. Secara umum proses penerapan inovasi memang menjanjikan perubahan radikal organisasi perusahaan dan proses bisnis. Jika proses inovasi berhasil, perusahaan akan dapat meningkatkan kinerja organisasi dan karyawan (Rediyono, 2013).

Inovasi masuk memperkaya basis pengetahuan organisasi yang ada melalui kemitraan dengan pemasok, pelanggan, perusahaan konsultan, persaingan, dan sumber pengetahuan eksternal lainnya (Chaudhary et al., 2022). Namun sebaliknya, jika upaya inovasi proses gagal, resiko bisnis muncul. Inovasi merupakan salah satu kegiatan terpenting saat ini. Karena inovasi seringkali menjadi jaminan bagi bisnis untuk mendapatkan keuntungan pasar. Sayangnya, tidak semua orang bisa berinovasi dengan baik. Meskipun dilaksanakan langkah-langkah inovasi terkait dengan mencari solusi baru, produk baru atau teknologi baru dengan berinvestasi tapi gagal (Duarte et al., 2017). Sedangkan penciptaan produk baru, mengembangkan produk baru, ide baru dan gaya baru (Chaudhry et al., 2020) masih belum ditemukan solusi, sementara keterbatasan sumber daya manusia (Durmusoglu et al., 2018) juga banyak yang mengalami kegagalan.

Hal ini dikarenakan adanya faktor-faktor yang berhubungan dengan kegagalan inovasi itu bermacam-macam yaitu faktor berbasis produk, berbasis pengembang, berbasis konsumen, berbasis manajemen dan berbasis pribadi

(Forsman, 2021). Namun, menurut tinjauan literatur, kebanyakan dari faktor kegagalan inovasi yaitu terlalu percaya diri para inovator, riset pasar yang tidak sesuai, penerimaan pelanggan yang rendah, dan kurangnya dukungan manajemen. Kemudian faktor lain seperti waktu, kolaborasi, kemampuan, dan sumber daya keuangan yang mempengaruhi cukup besar dalam mencari faktor kegagalan. Selain itu, literatur juga menyajikan sejumlah masalah tingkat individu yang berkontribusi terhadap kegagalan (Forsman, 2021). Sehingga faktor-faktor diatas dapat melengkapi dalam pembelajaran kegagalan inovasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkonfirmasi apakah penyebab dari kegagalan inovasi dan apakah UMKM itu mau belajar dari kegagalan tersebut. Penelitian ini dalam konteks kota Padang yang memang banyak memiliki UMKM total keseluruhannya di bulan Juni 2022 berjumlah 40.460. Yang terdiri dari UMKM kuliner saji 12.986, ritel 17.385, kuliner kemasan 3.834, kerajinan 1.290, jasa 4.544 dan lainnya 154 (Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, 2022).

Banyak beragam inovasi produk kerajinan, makanan dan minuman khas dari berbagai kota. Keberadaan UMKM merupakan pilar penting bagi pembangunan suatu negara. Jika UMKM meningkat, perekonomian akan diuntungkan (Limanseto, 2022). Menurut audy, UMKM merupakan industri strategis dan berperan penting dalam perekonomian nasional khususnya di Sumatera Barat. Letak UMKM yang strategis di Sumatera Barat didorong oleh keberadaannya yang unggul, baik jumlah maupun kemampuannya menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Sumatera Barat terdapat

580.000 unit usaha mikro dan kecil. 98% diantaranya berasal dari usaha non pertanian dan dapat mempekerjakan 1,29 juta tenaga kerja (87,57% tenaga kerja di sektor non pertanian). Jumlah yang besar ini tentunya memiliki potensi yang besar. Oleh karena itu pemerintah provinsi Sumatera Barat secara terus menerus melakukan upaya peningkatan kapasitas wirausaha, serta kapasitas UMKM milik masyarakat (I. Chaniago, 2021).

Sementara hampir semua pemangku kepentingan dan masyarakat memahami pentingnya UMKM, saat ini mereka sedang berjuang untuk tumbuh dan berkembang. Berbagai permasalahan klasik UMKM seakan tidak ada habisnya. Solusi yang ditawarkan tidak memperbaiki situasi. Apalagi di era teknologi informasi, dimana pasar digital sudah menjadi bagian dari kehidupan setiap orang.

Kualitas produk, inovasi produk, keamanan produk dan desain produk adalah faktor-faktor yang menjadi kekurangan dari produk lokal bahkan dengan skala bisnis besar. Mungkin dikarenakan kurangnya kemampuan tenaga kerjanya baik pendidikan, keterampilan dan penguasaan teknologi, kemampuan menciptakan kualitas produk yang sesuai standar, serta kemampuan berinovasi dan desain yang autentik serta kemampuan manajemen organisasi UKM. Kemampuan perusahaan untuk mendeteksi kegagalan dalam proses yang ada dan mencegah pengulangan kegagalan ini di masa depan dengan mempersiapkan rencana aksi relatif penting untuk keberhasilan kegiatan inovasi (Peša & Brajković, 2016).

Tidak semua UMKM yang bisa belajar dari kegagalan inovasi. Organisasi dapat belajar secara signifikan dari pengalaman kegagalan. Namun, mereka tidak selalu menyadari manfaat penuh dari terlibat dalam kegiatan tersebut (Abraham,2017). Kemudian dari kegagalan UKM memperoleh manfaat tambahan dari kombinasi inovasi berorientasi produk (Zhang, 2022).

Kenyataannya, dari hasil observasi tersebut studi ini penting karena studi sebelumnya lebih fokus pada keberhasilan inovasi, sedangkan yang mengkaji lebih spesifik kegagalannya masih kurang (Sanaji,2017). Membina proyek inovasi sambil mengurangi kemungkinan kegagalan mereka adalah tugas yang menakutkan bagi peneliti dan manajer (Rhaiem & Amara, 2021). Perilaku tidak tepat mengakibatkan sulitnya untuk memprediksi dampak terhadap inovasi manajemen maka terjadi kegagalan inovasi (Jing et al., 2022). Kegagalan produk inovatif dapat menimbulkan risiko yang secara langsung berkaitan dengan kelangsungan hidup mereka (Demirkan et al., 2022). Pelaku usaha pengolahan belum terlalu proaktif, inovatif dan berani mengambil risiko dalam mengembangkan produk yang dihasilkan (Afrianingsih, 2017)

Penelitian sebelumnya sering berfokus pada kemampuan organisasi untuk menangani tantangan dan tekanan yang selalu ada pada organisasi (Do et al., 2022). Sejauh ini, sedikit penelitian yang berkaitan dengan penghentian/kegagalan inovasi (Kang, 2012). Dari beberapa penelitian yang sudah ada terdapat bermacam-macam perbedaan kegagalan inovasi di setiap UMKM. Karena hasil penelitian ini diharapkan

dapat mengisi ruang penelitian. Terutama dalam kasus kegagalan inovasi dan pembelajaran dari kegagalan inovasi pada UMKM. Dengan adanya permasalahan diatas maka penulis tertarik menelitinya di Kota Padang.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun masalah yang terdapat dalam tesis ini :

1. Apakah penyebab kegagalan inovasi pada UMKM di Kota Padang ?
2. Bagaimana UMKM di Kota Padang bisa belajar dari kegagalan inovasi ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penyebab kegagalan inovasi pada UMKM di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui UMKM di Kota Padang belajar dari kegagalan inovasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian tesis ini dapat dimanfaatkan untuk :

1. Bagi Pengelola UMKM

Dapat digunakan untuk peningkatan pengetahuan pola manajerial UMKM di Kota Padang, membantu menemukan cara baru dan efektif dalam meningkatkan produktivitas, kualitas produk atau layanan, serta keuntungan.

2. Bagi Akademisi

Dapat digunakan sebagai acuan peneliti berikutnya yang serupa dengan penelitian ini.

3. Bagi Praktisi

Dapat digunakan sebagai masukan untuk pengelola UMKM di Kota Padang dan pemerintah mengeluarkan kebijakan baru.

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup penelitian ini dilakukan pada UMKM di Kota Padang dengan cara interviewers pada usaha mikro kecil dan menengah menggunakan tematik analisis. Penelitian ini juga membahas mengenai kegagalan inovasi, dan pembelajaran dari kegagalan inovasi. Indikator yang terdapat pada setiap variabel, seperti innovation failure/kegagalan inovasi, learning innovation failure/ pembelajaran dari kegagalan inovasi. Penelitian ini lebih dispesifikan menjadi kegagalan inovasi produk dan pembelajaran dari kegagalan inovasi. Sehingga dapat ditarik beberapa kesimpulan dari hasil penelitian dan memberikan beberapa saran yang dapat membangun dan diimplementasikan manager UMKM sebagai bentuk pengelolaan UMKM di Kota Padang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terdiri dari 5 bagian yang masing-masing bab menjelaskan hal yang berbeda. Bab-bab tersebut terdiri dari:

- 1) **BAB I** merupakan pendahuluan yang membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat yang dapat diambil dari penelitian, ruang lingkup yang akan dibahas dan sistematika penelitian yang berlaku di Universitas Andalas

- 2) **BAB II** merupakan tinjauan literatur yang relevan dengan penelitian ini, di dalamnya membahas mengenai, grand theory dan empirical theory tentang kegagalan inovasi dan pembelajaran dari kegagalan inovasi pada UMKM di Kota Padang, penelitian terdahulu serta proposisi dari penelitian ini.
- 3) **BAB III** metode penelitian membahas mengenai desain penelitian, objek dan lokasi penelitian, keabsahan data penelitian, sumber data yang digunakan untuk mendapatkan informasi penelitian, definisi operasional konstruk, metode serta teknik analisis data yang digunakan.
- 4) **BAB IV** merupakan hasil dan pembahasan yang didalamnya berisi gambaran umum objek penelitian, analisis data interviewees dan menjelaskan secara lebih luas mengenai kegagalan inovasi dan pembelajaran dari kegagalan inovasi pada UMKM di Kota Padang, dan
- 5) **BAB V** merupakan penutup yang berisikan kesimpulan dari penelitian ini, keterbatasan penelitian, saran, implikasi penelitian dan rekomendasi untuk penelitian selanjutnya guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

