

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era globalisasi saat ini, menjadi seorang wirausaha tidak cukup hanya dengan kemauan saja, disini lain perlu ada nya ide atau gagasan cemerlang dalam mengkemas sebuah bisnis. Peranan inovasi menjadi pemegang pengaruh vital dalam proses tumbuh kembang sebuah bisnis. Pengembangan inovasi merupakan sumber utama untuk kelangsungan dan bertumbuhnya sebuah perusahaan, dan menjadi salah satu strategi yang paling efektif untuk bersaing. Hal ini sejalan dengan pendapat Slater et al (2014) yang menyatakan bahwa sejumlah survei di antara CEO dan eksekutif telah menunjukkan semakin pentingnya strategi inovasi untuk para pemimpin perusahaan. Selanjutnya, berinovasi merupakan sebuah strategi yang menarik yang terdapat banyak kesulitan dan kegagalan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kraemer (2016) yang dalam penelitiannya memaparkan bahwa inovasi proyek yang gagal baik secara keseluruhan atau sebagian berkisar 40 hingga 90%.

Namun tidak jarang inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha mengalami kegagalan, hal ini tentu tidak sepenuhnya bersifat negatif. Karena disini lain kegagalan inovasi bisa menghasilkan efek positif pada inovasi selanjutnya. Banyak studi empiris tentang kegagalan inovasi meneliti efek mengalami kegagalan di tingkat proyek dan produk (Leoncini 2017; Garzon-Vico dkk. 2020). Tujuan ini adalah untuk mengetahui dampak dari pengalaman kegagalan

inovasi pada tingkat pertumbuhan di tingkat perusahaan. Menurut Madsen dan Desai (2010) dalam Rhaiem dan Amara (2021) untuk mengetahui seberapa penting menguji hubungan antara pengalaman kegagalan perusahaan dan pertumbuhan inovasi usaha. Inovasi perusahaan terkait dengan kemampuan inovasi dan pembelajaran organisasi, serta spesifik inovasi karakteristik seperti ketidakpastian dan investasi berisiko, mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Selanjutnya, kegagalan inovasi perusahaan secara substansial penting untuk tingkat inovasi atau perilakunya, yang kegagalan inovasi akan menjadi acuan untuk inovasi yang lebih baik kedepannya. Menurut Maslach (2016). kegagalan inovasi membantu perusahaan mengganti rutinitas dan pengetahuan yang ada dengan yang lebih bermanfaat atau jelajahi teknologi yang lebih bermanfaat untuk inovasi yang lebih baik. Kegagalan inovasi dapat memicu proses pembelajaran yang dinamis dan menawarkan berbagai peluang untuk peningkatan kerja, biasanya meneliti efeknya kegagalan inovasi (Menurut Khanna, Guler, dan Nerkar 2016)

Kemudian, pembelajaran dari kegagalan inovasi dapat meningkatkan kurangnya kegagalan dalam sebuah perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat D'Este et al (2017) yang memberikan bukti keberadaan dua bentuk pembelajaran yang dapat dipicu oleh eksplorasi berkelanjutan masa lalu dan saat ini. Mueller dan Shepherd (2014) menyatakan bahwa kegagalan dapat terjadi pada setiap tahap pengembangan inovasi, diantaranya kegagalan teknologi, kegagalan ide, kegagalan komersial. Hal ini dipertegas oleh pendapat Henard dan Szymanski (2001) yang menyatakan bahwa akan timbul minat dalam

bagaimana mengurai hubungan antara inovasi dan kegagalan, yaitu bagaimana mendorong inovasi dan mengurangi kemungkinan kegagalan. Dalam proses pembelajaran ini seorang wirausahawan perlu menciptakan dan memperluas pengetahuan tentang konsumen, bahan baku, dan pesaing, Hal tersebut merupakan kunci untuk memperoleh informasi yang efektif untuk melakukan inovasi. Dalam hal ini, modal sosial ialah salah satu faktor yang menunjang dalam proses pembelajaran dari kegagalan inovasi ini hingga terwujudnya inovasi bisnis.

Modal sosial dapat dikatakan sebagai sumber daya yang terikat pada hubungan sosial dan dapat digunakan pada beberapa tujuan khusus, namun modal sosial merupakan hal yang tidak dapat diraba (intangible). Modal sosial dapat diartikan sebagai hasil kerja sama masyarakat jangka panjang dan dilakukan secara terus menerus. Keinginan dalam mencapai tujuan bersama akan mempengaruhi interaksi, komunikasi dan kerja sama walaupun tujuan yang ingin dicapai bersama berbeda dengan tujuan pribadinya. Modal sosial menggunakan peran yang menguntungkan melalui peningkatan kemampuan inovasi perusahaan (Dutta,2013). Dengan adanya modal sosial, wirausahawan menciptakan dan memperluas pengetahuan tentang konsumen, bahan baku, dan pesaing, Hal tersebut merupakan kunci untuk memperoleh informasi yang efektif untuk melakukan inovasi.

Terutama yang disebut modal sosial terkait perusahaan dan jaringan yang sesuai tampaknya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha, karena memfasilitasi pertukaran pengetahuan (Westlund, 2006; Tregear

& Cooper, 2016). Modal sosial berfungsi sebagai perantara antara jaringan hubungan dan adanya peluang, pembiayaan usaha, penemuan inovatif, atau pasar baru prospek, modal sosial mendorong kewirausahaan karena sosial yang berulang dan koneksi yang kuat menghasilkan norma timbal balik yang menghasilkan kepercayaan interpersonal (Deweever et al, 2005; Welter, 2012; Gedajlovic et al, 2013).

Menurut Putman (1993) Modal sosial telah ditunjukkan sebagai sumber potensi pertumbuhan ekonomi, dan sebagian besar literatur tentang topik ini telah mampu mengungkapkan dalam tingkat empiris. Individu yang jaringan sosial luas juga sangat bisa untuk mendapatkan dan mengakses semua jenis persoalan. Orang-orang tersebut akan menjadi sumber dan pemberi informasi, artinya semakin luas jaringan seseorang maka sumber informasi yang dimiliki akan semakin banyak (Pamungkas & Sunaryanto, 2018). Yang mana hal ini akan menjadi modal penting bagi seorang pelaku usaha dalam merancang bisnisnya dan mampu menciptakan inovasi bisnis yang kompetitif. Dengan kata lain, modal sosial ialah salah satu faktor yang menunjang terwujudnya inovasi bisnis dan khususnya pelaku UMK di Sumatra Barat

Usaha Mikro Kecil (UMK) Memegang peran penting dalam pertumbuhan dan pembangunan perekonomian di sebuah negara. terutama di Negara berkembang seperti Indonesia. Pada masa sekarang, di Indonesia peningkatan UMK merupakan prioritas dalam upaya meningkatkan perekonomian nasional. UMK yang bersifat padat karya mampu meningkatkan kesempatan kerja dan dapat menciptakan pendapatan. Hal ini disebabkan karena UMK

merupakan penunjang sistem ekonomi, yang mana di fokuskan untuk mengatasi masalah kesenjangan pendapatan, lapangan kerja, kemiskinan, maupun antar pelaku usaha. Terlebih lagi, peningkatan UMK dapat memperbesar perekonomian dan ikut serta dalam peningkatan ekonomi daerah dan ketahanan ekonomi nasional. Oleh karena itu, berbagai kebijakan dan program pendukung telah dirumuskan dan diimplementasikan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mendukung pemberdayaan UMK dan pertumbuhan UMK yang berkelanjutan. Kebijakan dan program pendukung tersebut bertujuan untuk melindungi dan mengembangkan UMK melalui penciptaan iklim usaha yang kondusif.

Menurut Undang-Undang No.20 Tahun 2008 tentang usaha mikro kecil dan menengah, Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini. Kriteria Usaha Mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 . Sedangkan kriteria Usaha Kecil memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00

sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau memiliki memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00.

Dalam upaya membangun ekonomi kerakyatan, Presiden RI telah memberikan arahan untuk melakukan pengembangan UMK Naik Kelas dan modernisasi koperasi. Peran UMK sangat besar untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMK terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (Kementerian Koordinator Perekonomian, 2022).

Penyebaran UMK di setiap daerah juga dapat menunjang perekonomian bagi daerah tersebut. Berbagai bentuk usaha diciptakan demi memenuhi nilai yang dibutuhkan konsumen dan menguntungkan bagi pelaku usaha. Begitupun dengan UMK Sumatera Barat, UMK merupakan sektor yang penting di Provinsi Sumatera Barat karena mampu memberikan dampak terhadap lapangan pekerjaan. Dengan adanya sektor UMK, pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja menjadi berkurang. Berikut data jumlah Usaha Mikro Kecil dan jumlah tenaga kerja yang diserap menurut Kabupaten/Kota di Sumatera Barat pada kurun waktu 2018 hingga 2020.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Usaha Mikro Kecil dan tenaga menurut kabupaten/kota di Sumatera Barat 2018-2020**

Kabupaten/Kota	Banyak Usaha (Unit)			Tenaga Kerja (Orang)		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Kab. Kepulauan Mentawai	988	404	325	1826	942	616
Kab. Pesisir Selatan	7309	5127	5100	12932	9125	10252
Kab. Solok	4829	5589	5787	9453	10869	13709
Kab. Sijunjung	2391	1935	1780	3703	3254	3225
Kab. Tanah Datar	12011	7124	6750	28781	11127	15778
Kab. Padang Pariaman	6794	7999	7003	18909	16168	13814
Kab. Agam	15485	14801	14625	21511	19336	18308
Kab. Lima Puluh Kota	19957	16865	16469	29319	30184	28460
Kab. Pasaman	3512	4383	4407	6344	8415	8825
Kab. Solok Selatan	1978	1370	1389	3978	2822	3677
Kab. Dharmasraya	2198	2769	2622	4442	4985	5244
Kab. Pasaman Barat	3628	6210	5668	6961	11722	9658
Kota Padang	14754	10810	8117	29517	26153	18002
Kota Solok	983	1537	1396	1641	3020	2397
Kota Sawahlunto	1815	1873	1901	3217	3344	3704
Kota Padang Panjang	1571	1565	1410	3172	4079	3341
Kota Bukittinggi	2810	3316	3182	5348	5678	5862
Kota Payakumbuh	3201	3697	3515	6587	7833	7588
Kota Pariaman	2374	3338	3048	4689	6761	4574
Provinsi Sumatera Barat	108588	100712	94494	202330	185817	177034

*Sumber: BPS Sumatera Barat, 2022*

Berdasarkan tabel diatas, jumlah UMK dan penyerapan tenaga kerja di Sumatera Barat mengalami penurunan dalam kurun waktu 2018-2020. Pada tahun 2020, jumlah UMK di Sumatera Barat berjumlah 94.449 unit usaha, atau berkurang sebanyak 14.094 unit UMK sejak tahun 2018. Dari sisi tenaga kerja, pada tahun 2020 jumlah tenaga kerja yang diserap oleh UMK di Sumatera Barat berjumlah 177.034 orang tenaga kerja, yang berarti 25.296 orang pekerja di sektor UMK kehilangan pekerjaannya sejak tahun 2018. Penurunan ini terjadi karena dampak pandemi Covid-19 yang merusak berbagai sisi UMK, seperti penurunan pendapatan, penurunan permintaan, dan masalah bahan baku.

Modal sosial dapat dikatakan sebagai sumber daya yang terikat pada hubungan sosial dan dapat digunakan pada beberapa tujuan khusus, namun modal sosial merupakan hal yang tidak dapat diraba (intangible). Modal sosial dapat diartikan sebagai hasil kerja sama masyarakat jangka panjang dan dilakukan secara terus menerus. Keinginan dalam mencapai tujuan bersama akan mempengaruhi interaksi, komunikasi dan kerja sama walaupun tujuan yang ingin dicapai bersama berbeda dengan tujuan pribadinya. Modal sosial menggunakan peran yang menguntungkan melalui peningkatan kemampuan inovasi perusahaan (Dutta,2013). Dengan adanya modal sosial, wirausahawan menciptakan dan memperluas pengetahuan tentang konsumen, bahan baku, dan pesaing, Hal tersebut merupakan kunci untuk memperoleh informasi yang efektif untuk melakukan inovasi. Dengan kata lain, modal sosial ialah salah satu faktor yang menunjang terwujudnya inovasi bisnis dan khususnya pelaku UMK di Sumatra Barat. Wirausaha saat ini mendapat perhatian khusus dari



pemerintah dalam mengurangi angka pengangguran dan ini sangat sesuai dengan perencanaan jangka panjang dalam meminimalisasikan angka kemiskinan (Primadona, 2017).

Terutama yang disebut modal sosial terkait perusahaan dan jaringan yang sesuai tampaknya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengembangan usaha, karena memfasilitasi pertukaran pengetahuan (Westlund, 2006; Tregear & Cooper, 2016). Modal sosial berfungsi sebagai perantara antara jaringan hubungan dan adanya peluang, pembiayaan usaha, penemuan inovatif, atau pasar baru prospek, modal sosial mendorong kewirausahaan karena sosial yang berulang dan koneksi yang kuat menghasilkan norma timbal balik yang menghasilkan kepercayaan interpersonal (Deweever et al, 2005; Welter, 2012; Gedajlovic et al, 2013).

Menurut Putman (1993) Modal sosial telah ditunjukkan sebagai sumber potensi pertumbuhan ekonomi, dan sebagian besar literatur tentang topik ini telah mampu mengungkapkannya dalam tingkat empiris. Individu yang jaringan sosial luas juga sangat bisa untuk mendapatkan dan mengakses semua jenis persoalan. Orang-orang tersebut akan menjadi sumber dan pemberi informasi, artinya semakin luas jaringan seseorang maka sumber informasi yang dimiliki akan semakin banyak (Pamungkas & Sunaryanto, 2018). Yang mana hal ini akan menjadi modal penting bagi seorang pelaku usaha dalam merancang bisnisnya dan mampu menciptakan inovasi bisnis yang kompetitif.

Namun tidak jarang inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha mengalami kegagalan, hal ini tentu tidak sepenuhnya bersifat negatif. Karena disisi lain

kegagalan inovasi bisa menghasilkan efek positif pada inovasi selanjutnya. Banyak studi empiris tentang kegagalan inovasi meneliti efek mengalami kegagalan di tingkat proyek dan produk (Leoncini 2017; Garzon-Vico dkk. 2020). Tujuan ini adalah untuk mengetahui dampak dari pengalaman kegagalan inovasi pada tingkat pertumbuhan di tingkat perusahaan. Menurut Madsen dan Desai (2010) dalam Rhaiem dan Amara (2021) untuk mengetahui seberapa penting menguji hubungan antara pengalaman kegagalan perusahaan dan pertumbuhan inovasi usaha. Inovasi perusahaan terkait dengan kemampuan inovasi dan pembelajaran organisasi, serta spesifik inovasi karakteristik seperti ketidakpastian dan investasi berisiko, mempengaruhi pertumbuhan perusahaan. Selanjutnya, kegagalan inovasi perusahaan secara substansial penting untuk tingkat inovasi atau perilakunya, yang kegagalan inovasi akan menjadi acuan untuk inovasi yang lebih baik kedepannya. Menurut Maslach (2016). Kegagalan inovasi membantu perusahaan mengganti rutinitas dan pengetahuan yang ada dengan yang lebih bermanfaat atau jelajahi teknologi yang lebih bermanfaat untuk inovasi yang lebih baik. Kegagalan inovasi dapat memicu proses pembelajaran yang dinamis dan menawarkan berbagai peluang untuk peningkatan kerja, biasanya meneliti efeknya kegagalan inovasi (Menurut Khanna, Guler, dan Nerkar 2016)

Pengembangan inovasi makin dipandang sebagai sumber utama untuk kelangsungan berjalan dan bertumbuhnya sebuah perusahaan, dan menjadi salah satu strategi yang paling efektif untuk bersaing. Hal ini sejalan dengan pendapat Slater et al (2014) yang menyatakan bahwa sejumlah survei di antara

CEO dan eksekutif telah menunjukkan semakin pentingnya strategi inovasi untuk para pemimpin perusahaan. Selanjutnya, berinovasi merupakan sebuah strategi yang menarik yang terdapat banyak kesulitan dan kegagalan. Hal ini sejalan dengan pendapat Kraemer (2016) yang dalam penelitiannya memaparkan bahwa inovasi proyek yang gagal baik secara keseluruhan atau sebagian berkisar 40 hingga 90%.

Kemudian, pembelajaran dari kegagalan inovasi dapat meningkatkan kurangnya kegagalan dalam sebuah perusahaan. Hal ini sesuai dengan pendapat D'Este et al (2017) yang memberikan bukti keberadaan dua bentuk pembelajaran yang dapat dipicu oleh eksplorasi berkelanjutan masa lalu dan saat ini. Mueller dan Shepherd (2014) menyatakan bahwa kegagalan dapat terjadi pada setiap tahap pengembangan inovasi, diantaranya kegagalan teknologi, kegagalan ide, kegagalan komersial. Hal ini dipertegas oleh pendapat Henard dan Szymanski (2001) yang menyatakan bahwa akan timbul minat dalam bagaimana mengurai hubungan antara inovasi dan kegagalan, yaitu bagaimana mendorong inovasi dan mengurangi kemungkinan kegagalan.

Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, peneliti ingin mengetahui apakah modal sosial dan learning from innovation failure memberikan manfaat atau pengaruh terhadap inovasi bisnis UMK di Sumatera Barat. Oleh karena itu peneliti tertarik dalam melakukan penelitian demi mengetahui **“PENGARUH MODAL SOSIAL DAN PEMBELAJARAN DARI KEGAGALAN INOVASI TERHADAP INOVASI BISNIS PADA USAHA MIKRO KECIL (UMK) DI SUMATERA BARAT”**