

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir ini, berbagai negara menggunakan sebuah konsep daya saing yang dikembangkan oleh pemerintah dan kalangan akademisi digunakan sebagai alat pengukuran kinerja suatu perusahaan, industri, wilayah dan pemerintahan. Selain itu semakin seringnya digunakan konsep daya saing dalam mengukur peran dan kinerja usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Saat ini terjadi pergeseran sudut pandang terhadap peran UMKM. Jika sebelumnya UMKM lebih dipandang dari kontribusinya dalam mengurangi kemiskinan dan menciptakan lapangan kerja, kini UMKM juga diakui memiliki peran strategis sebagai indikator penting dalam pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB).

Di Indonesia UMKM mengemban peran yang penting pada pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. UMKM dapat dijadikan salah satu pilar untuk pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Hal ini dapat dilihat melalui data dari Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2023, saat ini UMKM berjumlah 64,2 juta dan memiliki kontribusi terhadap PDB sebesar 60,5% atau Rp 8.573,89 triliun. UMKM juga memiliki kontribusi terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia antara lain mampu menyerap kurang lebih 117 juta tenaga kerja atau 96,92% dari total tenaga kerja yang tersedia di Indonesia.

Namun peran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi tersebut belum maksimal dan efektif untuk membantu peningkatan pendapatan masyarakat Indonesia yang lebih tinggi dan pertumbuhan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari kontribusi UMKM terhadap ekspor non migas pada tahun 2022 hanya sebesar 15,7% yang jauh lebih kecil daripada negara di ASEAN lainnya seperti Singapura sebesar 41%, dan Thailand sebesar 19%, kecilnya kontribusi UMKM di Indonesia untuk ekspor non migas hal ini mengindikasikan secara global rendah daya saing UMKM di Indonesia masih rendah.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki beranekaragam kuliner baik kuliner tradisional maupun non tradisional. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), terdapat sekitar 11.223 usaha kuliner yang tersebar di seluruh Indonesia pada tahun 2020, dan meningkat pada tahun 2021 sebesar 2,95%, dan mengalami peningkatan kembali pada tahun 2022 sebesar 3,68% dari tahun 2021. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI menerangkan bahwa, subsektor penyumbang terbesar dari Produk Domestik Bruto (PDB) merupakan subsektor kuliner. Yaitu sebesar 41% atau sebanyak Rp 455,44 triliun dan dari total PDB ekonomi kreatif pada 2020 sebesar Rp 1.134 triliun.

Provinsi Sumatera Barat memiliki banyak potensi dalam hal makanan, pariwisata, dan pendidikan. Tetapi juga terkenal dengan oleh-oleh khasnya, yang disukai oleh wisatawan asing dan lokal. Menurut BPS di tahun 2019, Sumatera Barat merupakan Provinsi dengan UMKM kuliner terbanyak nomor 6 di Indonesia, yaitu sebanyak 104.544 UMKM.

Di antara berbagai UMKM yang bermunculan, sektor kuliner menjadi salah satu bidang yang mengalami pertumbuhan pesat, khususnya di Sumatera Barat. Meningkatnya minat terhadap wisata kuliner, tren makanan sebagai bagian dari gaya hidup, serta hadirnya berbagai inovasi kuliner unik menunjukkan bahwa subsektor ini memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Oleh karena itu, keberlanjutan UMKM kuliner perlu dijaga agar tetap mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Sumatera Barat.

Menurut Dinas Koperasi dan UKM Provinsi Sumatera Barat tahun 2022, pembagian UMKM kuliner yaitu UMKM kuliner kemasan dan saji. Yang dimaksud kuliner saji adalah suatu jenis usaha olahan makanan yang penyajiannya langsung ke konsumen seperti rumah makan, restoran, cafe dan lainnya. Sedangkan kuliner kemasan adalah olahan makanan yang penyajiannya dalam kemasan seperti rendang kemasan, keripik kemasan dan lainnya.

Kuliner kemasan adalah jenis usaha kuliner yang menghasilkan produk makanan yang disajikan dalam kemasan, seperti produk oleh-oleh, makanan kering, atau minuman dalam kemasan. Produk kemasan ini penyimpanannya lebih lama dan dijual melalui berbagai kanal distribusi, seperti toko, pasar, atau online. Kemasan merupakan suatu bahan yang digunakan membungkus atau mewadahi makanan. Fungsi kemasan yang utama adalah untuk melindungi produk dari kontaminasi luar, melakukan penjaminan terhadap keamanan produk, meningkatkan masa simpan dan mempertahankan kualitas. Kemasan harus dapat melindungi makanan dari faktor-faktor lingkungan seperti cahaya, air, debu, serangga, dan mikroorganisme. Di Provinsi Sumatera Barat UMKM kuliner kemasan sebanyak 18.073 UMKM yang

lebih banyak dari UMKM kuliner saji yang berjumlah sebanyak 4.124 UMKM.

Salah satu usaha kuliner di Provinsi Sumatera Barat adalah rendang. Rendang adalah hidangan yang harus disajikan dalam setiap acara spesial, seperti upacara adat Minangkabau, pesta pernikahan, atau menyambut tamu yang dihormati dan acara lainnya. Selain itu, kebiasaan merantau orang Minangkabau membawa rendang menyebar di Indonesia dan dunia. Penyebaran ini ditunjukkan oleh banyaknya rumah makan Padang yang tersebar di seluruh dunia. Rendang dari Sumatera Barat memiliki rasa gurih dan agak pedas yang sesuai dengan selera umum. Bahkan Rendang, salah satu makanan khas Sumatera Barat, bahkan pernah dinobatkan sebagai "Hidangan Terlezat di Dunia" oleh CNN Travel.

Tujuan dibuatnya kemasan untuk makanan rendang di Provinsi Sumatera Barat adalah untuk meningkatkan kualitas dan keamanan produk, memudahkan penggunaan dan pengiriman, memudahkan penyimpanan, serta memudahkan pemasaran. Kemasan yang baik dapat memastikan kualitas dan keamanan produk rendang yang dikemas, sehingga rendang tetap segar dan aman dikonsumsi. Selain itu, kemasan yang tepat juga memudahkan penggunaan dan pengiriman, sehingga rendang tidak basi ketika sampai di kota tujuan. Kemasan yang baik juga memudahkan penyimpanan, sehingga rendang tetap segar selama beberapa bulan. Dengan demikian, kemasan rendang yang dibuat dengan tujuan yang jelas dapat memastikan kualitas, keamanan, dan kemudahan penggunaan serta pengiriman produk rendang, serta meningkatkan kemudahan penyimpanan dan pemasaran.

Menurut Hendayana et al., (2019) daya saing merupakan kemampuan untuk menghasilkan barang dan jasa yang memenuhi permintaan pasar internasional

sekaligus mempertahankan dan memperluas pendapatan riil masyarakat. Sedangkan menurut Ardyanti dan Nursyamsiah (2022) daya saing merupakan kemampuan perusahaan atau organisasi untuk mengungguli pesaingnya di pasar dan mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Menurut Taneo et al., (2020) daya saing pada UMKM merupakan kemampuan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam mempertahankan dan memenangkan persaingan dengan usaha sejenis. Jadi dapat disimpulkan daya saing pada UMKM merupakan sesuatu yang mengacu pada kemampuan suatu perusahaan atau organisasi dalam konteks ini UMKM untuk mempertahankan dan mengungguli pesaingnya dengan usaha yang sejenis di pasar sehingga UMKM tersebut dapat mencapai kesuksesan dan keberlanjutan bisnisnya.

Banyak faktor yang dapat menyebabkan rendahnya daya saing UMKM di Indonesia. Dong Sung Cho & Hwi-Chang Moon (2013) mengembangkan model sembilan menjadi model diamond porter menjadi faktor-faktor penentu daya saing baru yang lebih cocok digunakan untuk negara-negara sedang berkembang. Faktor-faktor tersebut adalah yang pertama wirausahawan, yang menjadi sumber inovasi, kedua adalah politisi dan pemerintah, ketiga adalah pekerja, keempat adalah insinyur profesional dan manager, kelima adalah faktor produksi atau sumber daya, keenam adalah permintaan, ketujuh adalah pendukung dan industri terkait, kedelapan adalah lingkungan bisnis, yaitu struktur, strategi perusahaan dan persaingan antar perusahaan dalam industri dan yang terakhir adalah peluang yang berasal dari faktor eksternal. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Taneo et al., (2020) faktor yang mempengaruhi daya saing adalah *creative destruction, knowledge, innovation speed*.

Perbedaan daya saing UMKM dapat dilihat dari berbagai aspek, seperti skala usaha, sektor industri, tingkat inovasi, kecepatan inovasi, dan akses terhadap sumber daya. Skala usaha menentukan kapasitas produksi dan daya jangkau pasar, di mana UMKM yang lebih besar cenderung memiliki efisiensi lebih baik dibandingkan usaha mikro. Sektor industri juga mempengaruhi daya saing, misalnya UMKM di sektor teknologi dan kreatif lebih cepat berkembang dibandingkan sektor tradisional yang lebih padat karya. Tingkat inovasi dan kecepatan inovasi menjadi faktor penting, di mana UMKM yang terus mengembangkan produk, layanan, serta strategi pemasaran dengan cepat akan lebih unggul dalam persaingan. Kecepatan inovasi sangat krusial dalam menghadapi perubahan pasar yang dinamis, terutama dengan kemajuan teknologi dan perubahan tren konsumen. Akses terhadap sumber daya, termasuk modal, teknologi, dan tenaga kerja terampil, juga menentukan seberapa kuat UMKM dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar.

Tingkat inovasi yang diterapkan di Indonesia dapat dilihat dari UMKM yang berada di Indonesia itu sendiri, dapat dilihat melalui Global Innovation Indeks (GII) pada tahun 2023 dimana Indonesia memiliki GII dengan skor 30,3 masih kalah dari negara-negara di ASEAN, contohnya dengan Singapura dengan GII skor 61,5, Malaysia dengan GII skor 40,9 dan Filipina dengan GII skor 32,2.

Menurut Games (2022) inovasi adalah setiap ide, praktik, atau objek yang dianggap baru oleh unit yang mengadopsi inovasi. Menurut Hendayana. (2019) inovasi merupakan sesuatu yang mengacu pada penciptaan dan penerapan ide, produk, layanan, atau proses baru yang menghasilkan perbaikan atau kemajuan signifikan di berbagai bidang. Menurut Taneo et al. (2020) kecepatan inovasi

mengacu pada waktu yang dibutuhkan antara penemuan ide inovatif dan pengenalan barang dan jasa ke pasar. Ini adalah ukuran seberapa cepat inovasi direalisasikan dan dibawa ke pasar oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). Jadi dapat disimpulkan bahwa kecepatan inovasi adalah sesuatu yang merujuk pada waktu yang dibutuhkan untuk menghasilkan nilai ekonomi dari suatu inovasi, antara ide inovasi yang ditemukan dan waktu memasuki pasar. Kecepatan inovasi dapat mempengaruhi daya saing UMKM, di mana kecepatan inovasi yang tinggi dapat meningkatkan daya saing UMKM. Inovasi produk adalah proses yang dilakukan pelaku usaha dalam rangka memperbaiki dan meningkatkan kualitas produk yang diproduksi selama ini. Inovasi produk tidak hanya menekankan pada prinsip *novelty* (kebaruan), tetapi juga ketergunaan (*usefulness*) inovasi yang diusungnya. Produk yang inovatif dan unik adalah produk yang memiliki sesuatu yang baru dan tidak pernah ada sebelumnya, dapat meningkatkan daya saing perusahaan dan menarik perhatian pelanggan baru.

*Creative destruction* adalah konsep yang pertama kali diperkenalkan oleh Schumpeter untuk menjelaskan proses pertumbuhan dan penurunan ekonomi dalam perekonomian kapitalis. Dengan terus berkembangnya inovasi maka memunculkan *creative destruction* bagi diri sendiri ataupun pesaing yang usahanya sejenis. Menurut Ardyanti & Nursyamsiah. (2022) *creative destruction* merupakan suatu hal yang mengacu pada proses penggantian produk dan proses tertentu dengan metode produksi yang lebih baik dan efisien. Inovasi yang terus-menerus dan pencarian alternatif yang lebih baik oleh perusahaan dan pesaing mereka berkontribusi terhadap fenomena *creative destruction*. Sedangkan menurut Taneo et al., (2020) *creative destruction* merupakan suatu proses penggantian produk atau proses tertentu dengan

produk atau proses yang lebih baik melalui peningkatan kompetensi dan pelestarian inovasi. Hal ini melibatkan penggantian teknologi atau produk yang sudah ketinggalan zaman dengan teknologi atau produk yang lebih baru dan lebih efisien, sehingga menghasilkan peningkatan produktivitas dan efisiensi. *Creative destruction* dapat dicapai melalui inovasi yang meningkatkan kompetensi, menciptakan hambatan masuk bagi perusahaan lain, atau menghasilkan produk baru yang membuat teknologi yang ada menjadi ketinggalan zaman. Menurut Hutahayan & Yufra. (2019) indikator untuk mengukur *creative destruction* adalah yang pertama peningkatan kompetensi dan yang kedua adalah mempertahankan inovasi.

Daya saing rendang kemasan bergantung pada beberapa faktor utama, seperti kualitas produk, inovasi pengemasan, strategi pemasaran, dan akses pasar. Rendang kemasan memiliki keunggulan dalam kepraktisan dan daya tahan lebih lama dibandingkan rendang segar, menjadikannya produk yang potensial untuk pasar domestik maupun ekspor. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), sektor makanan olahan Indonesia mengalami pertumbuhan ekspor yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan produk rendang kemasan mulai menarik perhatian pasar internasional, khususnya di negara dengan populasi diaspora Indonesia yang besar seperti Malaysia, Singapura, dan Belanda.

Kualitas bahan baku, teknik pengolahan, dan standar keamanan pangan menjadi faktor utama dalam menjaga cita rasa otentik rendang sekaligus memenuhi standar kesehatan dan keamanan internasional. UMKM rendang kemasan perlu memastikan penggunaan daging berkualitas tinggi, rempah-rempah asli, serta proses memasak yang mengikuti standar sanitasi dan kebersihan. Inovasi dalam pengemasan

juga berperan besar dalam meningkatkan daya saing, seperti penerapan teknologi vacuum pack untuk mencegah oksidasi dan memperpanjang masa simpan, retort pouch yang memungkinkan produk bertahan hingga satu tahun tanpa bahan pengawet, serta kemasan kaleng yang lebih tahan terhadap suhu ekstrem dan cocok untuk ekspor. Berdasarkan riset Kementerian Perindustrian, produk makanan olahan dengan kemasan retort pouch memiliki tingkat ketahanan lebih dari 12 bulan dengan tetap mempertahankan rasa dan tekstur aslinya, menjadikannya pilihan ideal untuk ekspor ke negara-negara dengan regulasi ketat seperti Uni Eropa dan Amerika Serikat.



Untuk meningkatkan daya saing, UMKM rendang kemasan perlu menerapkan strategi pemasaran digital melalui *e-commerce* dan media sosial agar dapat menjangkau lebih banyak konsumen. *Marketplace* seperti Shopee, Tokopedia, dan platform global seperti Amazon serta Alibaba dapat menjadi sarana efektif untuk menembus pasar internasional. Kecepatan inovasi dalam menghadirkan varian produk, seperti rendang vegan berbahan dasar jamur atau protein nabati, serta rendang rendah lemak untuk konsumen yang lebih sadar kesehatan, dapat menjadi keunggulan kompetitif di pasar global. Dukungan dari pemerintah, seperti fasilitasi dalam pendaftaran sertifikasi ekspor dan akses ke program promosi di luar negeri, juga menjadi faktor kunci dalam meningkatkan daya saing UMKM rendang kemasan.

Peneliti telah melakukan penyebaran kuesioner awal dan wawancara kepada 5 pelaku UMKMrendang kemasan di Provinsi Sumatera Barat, dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1. 1Kuesioner Awal**

No	Pernyataan	Ya	Tidak
1	Saya melakukan inovasi kemasan pada produk saya, lebih cepat dari yang saya rencanakan	40%	60%
2	Saya melakukan pengubahan produk saya menjadi lebih baik, ketika belum banyak UMKMrandang lain melakukannya	60%	40%
3	Usaha saya mengalami peningkatan kuantitas produksi ketika saya melakukan inovasi pada produk saya	40%	60%
<b>Total</b>		140%	160%
<b>Rata-rata</b>		<b>47%</b>	<b>53%</b>

Dapat dilihat dari data diatas, bahwa UMKMrandang di Provinsi Sumatera Barat memiliki kecepatan inovasi kemasan yang lebih lambat dari yang direncanakan, dan dua dari lima UMKMrandang di Provinsi Sumatera Barat masih memiliki *creative destruction* yang kurang berjalan, dalam hal ini kemampuan perubahan produk sebelum pesaing lain, masih terbilang rendah, namun ketika UMKMrandang di Provinsi Sumatera Barat melakukan inovasi terhadap produknya, mereka mengatakan bahwa penjualan produk mereka tidak berdampak signifikan terhadap peningkatan kuantitas penjualan secara keseluruhan.

Berdasarkan hasil wawancara singkat dengan 5 responden UMKMrandang di Provinsi Sumatera Barat, didapatkan bahwa kecepatan inovasi produk dan *creative destruction* terhadap daya saing merupakan faktor yang sangat penting untuk perkembangan UMKM.

Masih sedikit penelitian yang telah meneliti hubungan antara *creative destruction* dan daya saing UMKMrandang, baik secara langsung maupun sebagai

mediasi. Tidak sedikit usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) makanan yang telah memasukkan teknologi informasi dan komunikasi ke dalam operasional mereka saat ini. Selain itu, pergeseran sosial dan budaya yang disebabkan oleh globalisasi juga disertai dengan pertumbuhan bisnis waralaba makanan asing, yang mengurangi siklus hidup produk. Dalam hal ini, penelitian harus dilakukan mengenai *creative destruction* pada UMKM makanan.

Pengembangan inovasi pada UMKM jika tidak dilakukan dengan cepat dan baik, tidak menggunakan informasi terkait *creative destruction* untuk memediasi kecepatan inovasi maka kedepannya dikhawatirkan UMKM rendang tidak dapat bersaing menghadapi sektor UMKM lainnya. Hal ini memberikan dampak negatif bagi daya saing UMKM yang akan berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia terutama Sumatera Barat karena terdapat *multiplier effect* bagi UMKM untuk berperan melakukan penyerapan bagi tenaga kerja di daerah atau berkontribusi terhadap PDB. Penelitian yang dilakukan oleh Aidhi et al., (2023) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh yang positif dan signifikan terhadap meningkatnya daya saing di negara yang masih berkembang, termasuk Indonesia. Inovasi dapat menciptakan keunggulan kompetitif dan nilai tambah bagi perusahaan, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Jika inovasi tidak dilakukan, maka beberapa akibat yang dapat terjadi adalah kegagalan bisnis, penurunan kualitas produk, penghematan biaya, keterlambatan dalam pengembangan, teknologi, solusi, meningkatkan kualitas, jaringan, dampak, nilai tambah, keunggulan kompetitif, kepuasan konsumen, daya saing, pertumbuhan, dan keberhasilan. Inovasi tidak dilakukan dapat membuat perusahaan stagnan dan tidak dapat bersaing dengan

perusahaan lain yang lebih inovatif, sehingga dapat berakibat pada penurunan pendapatan dan kebangkrutan.

UMKM rendang kemasan ini terus berupaya melakukan inovasi baik dari segi jenis rendang yang ditawarkan seperti rendang daging, rendang tumbuk, rendang paru, rendang jengkol, rendang lokan, rendang belut, maupun bumbu rendang instan. Tidak hanya itu UMKM rendang di Provinsi Sumatera Barat juga berinovasi dengan rendang vegan, rendang *for kids* dan lainnya. Inovasi ini dibuat agar konsumen tidak bosan dan memiliki pilihan dalam produk rendang tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hendayana et al., (2019) yang berjudul "*The Effect of Innovation on Business Competitiveness of Small and Medium Enterprise in Indonesia*". Dengan hasil penelitian bahwa inovasi pada UMKM memiliki pengaruh terhadap daya saing. Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hutahayan & Yufra. (2019) yang berjudul "*Innovation speed and competitiveness of food small and medium-sized enterprises (SME) in Malang, Indonesia creative destruction as the mediation*". Dengan hasil penelitian bahwa kecepatan inovasi, dan *creative destruction* berpengaruh terhadap daya saing, dan *creative destruction* dapat memediasi kecepatan inovasi terhadap daya saing.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ilmiah yang diangkat melalui thesis yang berjudul "Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing dengan *Creative Destruction* sebagai Mediasi Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) Rendang di Provinsi Sumatera Barat".

## 1.2 Rumusan Masalah

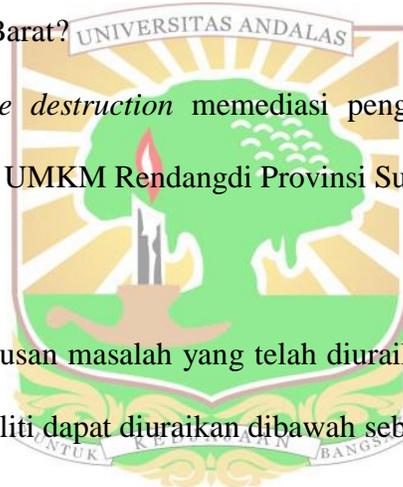
Berdasarkan dari latar belakang di atas, maka peneliti akan meneliti rumusan masalah yang akan diuraikan dibawah sebagai berikut:

1. Bagaimana kecepatan inovasi mempengaruhi *creative destruction* UMKM Rendang di Provinsi Sumatera Barat?
2. Bagaimana kecepatan inovasi mempengaruhi daya saing UMKMRendangdi Provinsi Sumatera Barat?
3. Bagaimana *creative destruction* mempengaruhi daya saing UMKMd di Provinsi Sumatera Barat?
4. Bagaimana *creative destruction* memediasi pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKM Rendangdi Provinsi Sumatera Barat?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan dari penelitian yang akan diteliti dapat diuraikan dibawah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kecepatan inovasi terhadap *creative destruction*UMKMRendangdi Provinsi Sumatera Barat.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing UMKMRendangdi Provinsi Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *creative destruction*terhadap daya saing UMKMRendangdi Provinsi Sumatera Barat.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh mediasi *creative destruction* antara kecepatan inovasi dan daya saing UMKM Rendang di Provinsi



Sumatera Barat.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu, bermanfaat untuk mengembangkan teori, penelitian selanjutnya, dan manfaat manajerial dan praktis terkait peningkatan daya saing UMKMRendang Kemas.

##### 1. Pemerintah

Penelitian diharapkan dapat menjadi salah satu informasi dan referensi untuk pemerintah untuk proses *planning*, pelaksanaan, pengendalian dan keberlanjutan program untuk pemberdayaan UMKM, terutama di Provinsi Sumatera Barat yang berdaya saing Kemas.

##### 2. Industri UMKM

Diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pelaku UMKM khususnya di Provinsi Sumatera Barat terkait kecepatan inovasi terhadap daya saing dengan *creative destruction* sebagai mediasi pada usaha mikro kecil menengah (UMKM) Rendang Kemas.

##### 3. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sebagai referensi dan studi pembandingan tentang hubungan antara kecepatan inovasi, *creative destruction* dan daya saing UMKMRendang Kemas.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Agar pemahaman dan pembahasan dapat dimengerti dengan mudah dan sistematis proposal thesis ini akan terbagi menjadi tiga bab, sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Membahas mengenai latar belakang, apa rumusan masalah yang menjadi dasar pada penelitian ini, apa tujuan penelitian, apa manfaat penelitian, apa batasan penelitian, dan bagaimana sistematika penelitian.

## BAB II LANDASAN TEORI

Membahas mengenai teori yang mungkin digunakan sebagai referensi untuk membahas penelitian yang berkaitan dengan pengertian pentingnya kecepatan inovasi, pentingnya berinovasi saat ini, pentingnya daya saing UMKM, dan mengenai *creative destruction*, dan konsep dan teori lain yang dapat dikaitkan dengan penelitian ini.

## BAB III METODE PENELITIAN

Membahas desain penelitian yang digunakan oleh peneliti, teknik pengumpulan data, definisi operasional, populasi dalam penelitian dan sampel dalam penelitian, sumber data, skala pengukuran, alat analisis dan lainnya.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menjelaskan terkait profil responden, analisis deskriptif dari variabel penelitian, hasil pengujian data hipotesis beserta pembahasan tentang hasil yang diperoleh.

## BAB V PENUTUP

**Menjelaskan terkait kesimpulan, implikasi, keterbatasan dan saran penelitian yang relevan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.**