

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Keberadaan UMKM di Indonesia tidak bisa dipungkiri, karena merupakan suatu badan usaha yang sangat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Menurut kepala departemen pengembangan UMKM Indonesia di dominasi oleh unit usaha hingga 99,9% dari 57,89 juta (Yasmin, 2018). Jumlah UMKM yang besar memiliki pengaruh terhadap perekonomian di Indonesia. Jumlah UMKM yang besar dapat menyerap tenaga kerja sebanyak 96,9%, sehingga dapat mengurangi pengangguran yang ada (Yasmin, 2018). Banyaknya lapangan kerja dapat memajukan ekonomi wilayah yang ada. Pengaruh dari UMKM yang berkembang yakni terdapatnya kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebanyak 57,56% dan memiliki ekspor sebesar 15,68% (Yasmin, 2018).

Jumlah UMKM yang ada di Indonesia cukup banyak, begitu juga dengan berbagai macam kondisi keadaan UMKM dan permasalahan yang ada. Pada tahun 2019 Presiden RI, Joko Widodo menyatakan banyaknya permasalahan yang dihadapi UMKM di Indonesia (Farras, 2019). Pertama sulitnya untuk dapat menciptakan brand pada produk yang dibuat, sehingga sulit untuk memperkenalkan produk keluar. Kedua kurangnya desain yang mengikuti pasar, desain yang kurang mengikuti keadaan pasar disebabkan karena kurangnya inovasi yang dilakukan pada usaha. Ketiga kemasan (packaging), terdapatnya kemasan yang kurang menarik dalam memasarkan produk yang ada. Keempat

menyakut tentang modal usaha yakni sulitnya modal tambahan untuk dapat mengembangkan usaha yang ada sehingga menghambat perumbuhan usaha. Kelima yakni akses pasar yang masih kurang luas, dimana masih banyak yang belum menggunakan teknologi untuk memasarkan produk yang ada. Menurut Menteri Perubungan (Menhub) baru 5% UMKM di Indonesia yang go digital dan era digital harus dapat meningkatkan penggunaan teknologi yang ada sehingga dapat menghadapi persaingan yang ada (Purbaya, 2019).

Salah satu wilayah bagian dari Indonesia yakni Sumatera Barat. Sumatera barat memiliki banyaknya UMKM yang dapat menumbuhkan perekonomian. Berikut ini terdapat data pertumbuhan UMKM yang ada di Sumatera Barat Tahun 2015-2018:

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah UMKM Sumatera Barat Tahun 2015-2018**

Tahun	Mikro	Kecil	Menengah dan Besar	Jumlah
2015	423280	74410	3720	501410
2016	<b>423280</b>	<b>157064</b>	<b>6577</b>	<b>586921</b>
2017	<b>584781</b>	<b>157064</b>	8300	<b>750145</b>
2018	531350	53431	8409	593190
Keterangan : Tetap   <i>Sementara</i>				

Sumber: sdp2d.sumbarprov.go.id

Bedasarkan tabel 1.1 maka dilihat pertumbuhan UMKM yang ada pada Sumatera Barat mengalami pertumbuhan yang berfluktuatif tiap tahun. Jumlah yang besar dapat membantu untuk menumbuhkan perekonomian Sumatera Barat. Pertumbuhan UMKM baru membuat pesaing semakin bertambah antar usaha yang sejenis, sehingga diperlukan adanya pembeda usaha satu dengan yang lain

Salah satu sektor UMKM yang ada yakni sektor manufaktur. Sektor manufaktur merupakan usaha yang mengolah atau mengubah bahan mentah menjadi barang setengah jadi yang mempunyai nilai tambah, yang dilakukan secara mekanis dengan mesin, ataupun tanpa menggunakan mesin, dan bisa juga dilakukan secara manual (tanpa menggunakan mesin) (BPS: 2008).

Berkembangnya manufaktur di Sumatera Barat membuat persaingan menjadi lebih kompetitif. Dampak dari persaingan ini yakni pertumbuhan sektor manufaktur di Sumatera barat menjadi lambat sepanjang tahun 2017 (Aini, 2018). Badan pusat statistik (BPS) Sumatera Barat melihat, pertumbuhan produksi industri manufaktur di Sumatera Barat pada tahun 2017 turun 0,54% , sementara pada level nasional mengalami pertumbuhan positif 4,74%. Sumatera Barat menjadi pertumbuhan industri manufaktur dengan angka rendah tahun 2017, serta menjadi jajaran provinsi yang mengalami penurunan tertinggi untuk industri manufaktur besar dan sedang (Aini, 2018).

Kota Padang merupakan bagian dari wilayah Sumatera Barat. Kota Padang merupakan pusat kota bagi wilayah Sumatera Barat. Kota Padang memiliki UMKM yang banyak yakni sebanyak 2953 pada tahun 2017 yang tercatat pada dinas koperasi dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Tamela, 2017). Sehingga, jumlah UMKM yang dimiliki Kota Padang tidak dapat dikatakan sedikit. Berbagai jenis usaha (sektor) UMKM telah tersebar di seluruh Kota Padang. Berikut ini adalah data jumlah UMKM Kota Padang per sektor tahun 2014-2017.

**Tabel 1. 2**  
**Jumlah UMKM Kota Padang per sektor**

No	Jenis Usaha (sektor)	2014	2015	2016	2017
1	Kuliner	4401	4809	5143	5659
2	IMR (industri makanan ringan)	2164	2541	2778	3317
3	IKT (industri kerajinan tangan)	906	1008	1201	1477
4	Waserda (warung serba ada)	27617	28479	29197	30260
5	Jasa	16098	16396	16749	17175
6	PKL (pedagang kaki lima)	5540	5636	5699	5764
7	Petani	9010	9030	9039	9045
8	Perkebunan	2691	2691	2691	2695
9	Perikanan	700	723	747	776
10	Peternakan	2230	2245	2267	2286
11	Nelayan	2705	2705	2708	2718
	<b>Total</b>	<b>74062</b>	<b>76173</b>	<b>78229</b>	<b>81182</b>

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang

Menurut data bps tahun 2016 yang termasuk dalam bidang industri manufaktur yakni perhiasan, furniture, kulit, tekstil, logam, anyaman, alat komunikasi, audio visual, tembakau, kopi, cpo, makanan dan minuman (BPS, 2016). Menurut tabel 1.2 dilihat bahwa jenis usaha industri makanan ringan (IMR), Industri kerajinan tangan (IKT), dan Kuliner termasuk jenis usaha manufaktur, karena proses produksi yakni mengolah bahan baku menjadi produk yang memiliki nilai tambah. Kuliner merupakan olahan makanan berupa masakan, Selanjutnya Industri makanan ringan adalah makanan yang dilolah, bukan berupa nasi tetapi makanan selingan di antara waktu makan, dan Industri kerajinan tangan merupakan suatu olahan yang dapat menciptakan suatu produk atau barang dibuat oleh tangan serta memiliki fungsi pakai serta sehingga dapat memiliki nilai jual. Dilihat bahwa terdapat banyaknya usaha yang bergerak bidang manufaktur. Oleh

sebab itu, penulis menjadikan dua sektor ini menjadi objek penelitian karena merupakan sektor yang banyak dilakukan di UMKM di Kota Padang.

Meskipun banyak, nyatanya tidak semua UMKM di Sumatera Barat, khususnya Kota Padang yang berhasil dalam persaingan bisnis dan terus berkembang saat ini. Beberapa tahun terakhir, Globalisasi telah membuat perubahan terhadap pelaku bisnis untuk dapat menyesuaikan praktik bisnisnya dengan keadaan yang dinamis serta fleksibel seperti sekarang. Kondisi ini menjadi suatu hal yang harus diperhatikan dalam memanfaatkan sumber daya potensial yang dimiliki. Keunggulan suatu usaha tergantung tentang bagaimana pelaku bisnis dapat melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan.

Khususnya sektor manufaktur yang memiliki banyak pesaing dan usaha yang sejenis sehingga diperlukan pembeda antara satu dengan yang usaha lain. Pembeda usaha yang satu dengan yang lain dengan cara melakukan inovasi terhadap produk. Inovasi produk merupakan penerapan ide baru pada suatu produk sehingga menciptakan nilai tambah pada produk (Helia et al., 2015). Inovasi produk dapat membuat sesuatu pembeda usaha sehingga dapat menciptakan keunggulan bersaing bagi usaha (Dalimunthe, 2017).

Keunggulan bersaing juga dipengaruhi oleh orientasi pasar. Dimana perusahaan yang menjadikan pelanggan sebagai kiblat bagi perusahaan untuk menjalankan bisnisnya sehingga menciptakan sesuatu produk sesuai dengan selera konsumen (Utamaningsih, 2016). Orientasi pasar juga dapat membantu untuk

melihat orientasi pesaing sehingga dapat melakukan perbaikan. Perluasan penglihatan dalam usaha bisnis dapat menciptakan sesuatu yang baru.

Pertumbuhan dan perkembangan ini membawa implikasi terhadap lingkungan kompetensi yang semakin ketat. Akibat bagi UMKM yang tidak mampu berkompetensi akan tergusur dari persaingan usaha dan terancam bangkrut. Upaya menjadikan UMKM agar mampu berkompetensi, mandiri, dan dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian di Kota Padang tidak cukup hanya melalui peran pemerintah. Peranan pengusaha diperlukan agar dapat menjadi sukses. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Inovasi Produk dan Orientasi Pasar terhadap Keunggulan Bersaing (Studi pada UMKM Sektor Manufaktur di Kota Padang).**

## **1.2 Perumusan Masalah**

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

1. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing ?
2. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk ?
3. Bagaimana pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing ?
4. Bagaimana pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dengan dimediasi oleh inovasi produk?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas ,maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.
4. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap keunggulan bersaing dengan dimediasi oleh inovasi produk.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini, yaitu:

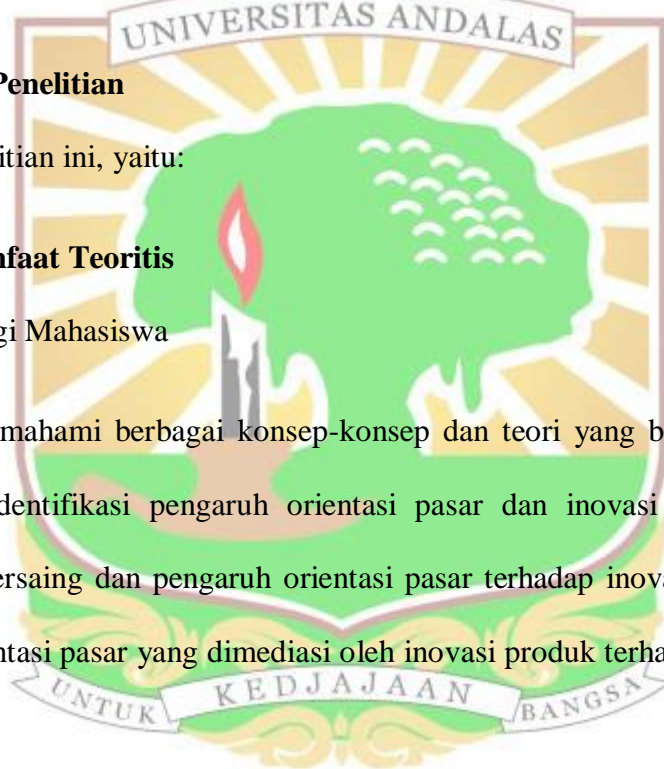
##### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

###### **a. Bagi Mahasiswa**

Dapat memahami berbagai konsep-konsep dan teori yang bisa menjelaskan bagaimana indentifikasi pengaruh orientasi pasar dan inovasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi produk serta pengaruh orientasi pasar yang dimediasi oleh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

###### **b. Bagi Pembaca**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada pembaca. Setelah itu tujuan dari penelitian ini yaitu memberikan gambaran bagi pembaca tentang pengaruh orientasi pasar dan inovasi pasar terhadap keunggulan bersaing dan pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi



produk serta pengaruh orientasi pasar yang dimediasi oleh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada sektor manufaktur di Kota Padang

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan suatu referensi untuk penelitian terkait orientasi pasar, inovasi produk dan keunggulan bersaing pada sektor manufaktur di Kota Padang.

#### 1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pemerintah dalam mengembangkan dan memberdayakan UMKM guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

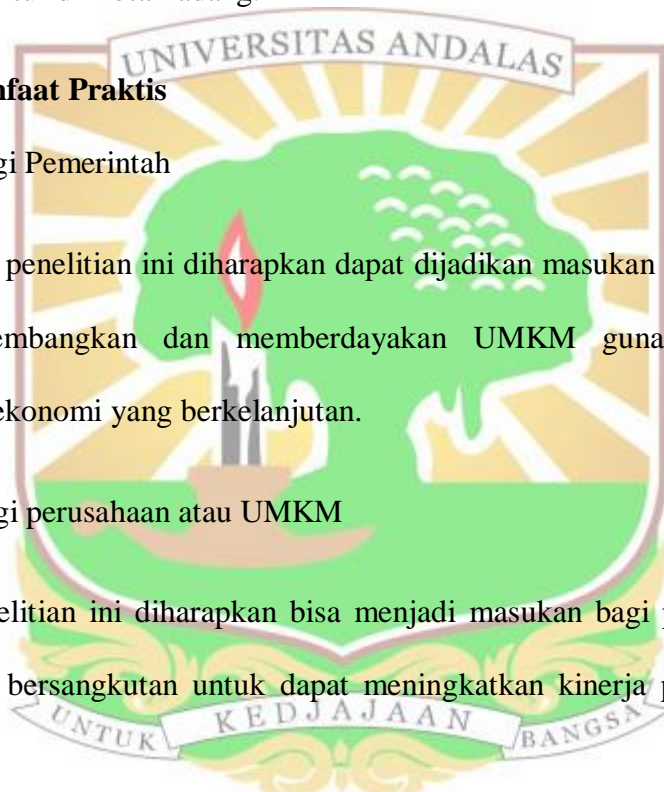
b. Bagi perusahaan atau UMKM

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi masukan bagi perusahaan atau UMKM yang bersangkutan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan atau UMKM.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

#### 1.5.1 Ruang Lingkup Konseptual

Dalam penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian yakni pemahaman pemilik atau pengelola UMKM tentang *inovasi produk* dan *orientasi pasar* terhadap *keunggulan bersaing*.



### **1.5.2 Ruang Lingkup Kontekstetual**

Dalam peneltian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian untuk dapat menghindari keracuan pembahasan dan perluasan pembahasan yang dilakukan. Penulis mengambil sampel pada UMKM sektor Manufaktur yang ada di Kota Padang.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan.

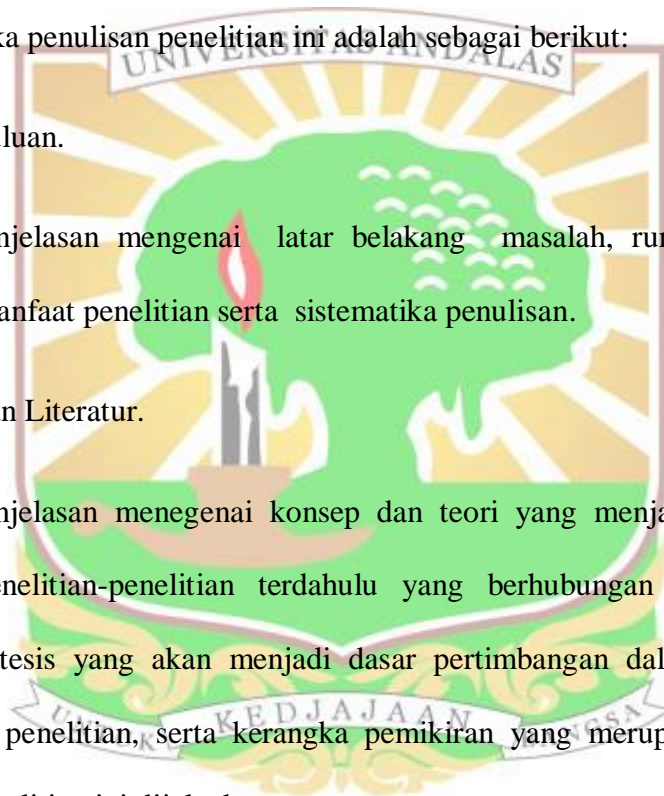
Berisi penjelasan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan , dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Literatur.

Berisi penjelasan menegenai konsep dan teori yang menjadi dasar acuan penelitian, penelitian-penelitian terdahulu yang berhubungan dengan pokok bahasan, hipotesis yang akan menjadi dasar pertimbangan dalam pembuktian permasalahan penelitian, serta kerangka pemikiran yang merupakan gambaran bagaimana penelitian ini dijalankan.

Bab III Metode Penelitian.

Berisikan tentang metode penelitian yang digunakan di dalam penelitian, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, definisi operasional serta metode analisis.



#### Bab IV Hasil Analisis.

Berisikan tentang metode yang akan digunakan dalam penelitian ini, membahas tentang populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, skala pengukuran, pengukuran variabel, serta metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis

#### Bab V Penutup

Berisikan penjelasan mengenai kesimpulan, implikasi, keterbatasan penelitian, dan saran.

