

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kinerja perusahaan sangat penting untuk melihat bagaimana performa perusahaan dalam beroperasional yang tentunya akan berdampak terhadap kelangsungan perusahaan dimasa mendatang. Salah satu cara untuk menilai kinerja perusahaan yaitu dengan mengukur *Financial Performance* pada perusahaan. *Financial Performance* sebuah perusahaan dapat diukur dengan melihat tingkat *profit* dan *loss* perusahaan dalam periode waktu yang ditentukan (Nyamoita, 2015). Dalam hal ini, *Financial Performance* merupakan ukuran atau penilaian bagaimana sebuah perusahaan mampu untuk mengelola aset yang dimiliki dalam mendapatkan keuntungan yang diinginkan perusahaan (Ikatan Akuntansi Indonesia, 2011). Selain itu, *Financial Performance* juga dapat digunakan sebagai tolak ukur untuk membandingkan kinerja perusahaan dalam industri sejenis.

Financial Performance juga merupakan salah satu indikator yang akan dilihat oleh seorang investor jika ingin melakukan investasi pada sebuah perusahaan. Investor akan cenderung untuk melakukan investasi terhadap perusahaan yang memiliki *Financial Performance* yang baik. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang memiliki *Financial Performance* yang baik tentunya dapat mencerminkan bagaimana kemampuan perusahaan dalam

menghasilkan laba yang mana hal tersebut adalah daya tarik bagi seorang investor.

Financial Performance bisa dilihat dari laporan keuangan perusahaan yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas pada perusahaan tersebut. Untuk menilai *Financial Performance* biasanya akan dinilai dengan beberapa analisis rasio, seperti rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, dan rasio aktifitas. Analisis rasio likuiditas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau hutang jangka pendeknya, sedangkan analisis rasio solvabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban atau hutang jangka pendek maupun jangka panjangnya. Untuk analisis rasio profitabilitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan analisis rasio aktifitas berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam mengelola asetnya secara efektif dan efisien.

Financial Performance sebuah perusahaan akan disajikan dalam bentuk angka-angka pada laporan keuangan perusahaan. Hasil *Financial Performance* suatu perusahaan akan dibandingkan dengan *Financial Performance* tahun sebelumnya untuk dapat menilai bagaimana *Financial Performance* perusahaan tersebut. Perusahaan yang dapat dikatakan memiliki *Financial Performance* yang baik adalah perusahaan yang memiliki *Financial Performance* yang meningkat atau lebih baik dari tahun sebelumnya.

Financial Performance sangat penting untuk diperhatikan oleh setiap perusahaan, sehingga tidak hanya untuk perusahaan berskala besar namun

juga penting bagi perusahaan berskala kecil. Hal ini disebabkan karena *Financial Performance* merupakan sebuah ukuran bagi perusahaan untuk menilai bagaimana kinerja perusahaan tersebut dalam suatu periode yang akan tergambar pada laporan keuangan perusahaan. Dalam hal ini perusahaan dapat mengevaluasi hal-hal apa yang menjadi penyebab turun atau naiknya kinerja perusahaan tersebut melalui penilaian *Financial Performance*. Untuk *Financial Performance* dapat dilakukan dengan cara menganalisis laporan keuangan pada perusahaan tersebut. Dengan cara tersebut kita dapat mengetahui beberapa hal seperti pendapatan, beban, dan laba atau rugi perusahaan dari tahun ke tahun.

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi tentunya era bisnis juga mengalami banyak perubahan. Bila sebuah perusahaan tidak mampu dan tidak siap dengan tantangan tersebut, maka dapat dipastikan perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama dan akan digantikan oleh pesaingnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu untuk melakukan hal baru dan ide kreatif yang disebut dengan inovasi. Inovasi sendiri memiliki peran penting bagi perusahaan, tidak hanya untuk mempertahankan bisnisnya di mata pelanggan, namun juga memiliki banyak keuntungan lainnya. Salah satu keuntungannya yaitu untuk meningkatkan efisiensi sebuah perusahaan.

Bentuk inovasi pada perusahaan dapat berupa *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation*. Menurut penelitian yang pernah dilakukan oleh Karabulut (2015) menemukan bahwa *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan

Organisational Innovation memiliki dampak positif terhadap *Financial Performance*.

Inovasi produk atau *Product Innovation* merupakan pengembangan sebuah produk atau jasa pada perusahaan agar perusahaan tersebut tetap mampu untuk menghasilkan produk atau jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu dengan pemanfaatan teknologi dan ilmu pengetahuan, *Product Innovation* dapat berdampak terhadap efisiensi perusahaan. *Product Innovation* berkenaan dengan penawaran pasar seperti produk baru, layanan baru, atau program baru yang dapat digunakan dengan baik secara terus-menerus (Kahn, 2018). Dalam menciptakan dan menghasilkan sebuah produk atau jasa, maka tentunya akan berhubungan dengan *Process*.

Process pada perusahaan juga dapat mengalami perubahan dan pengembangan yang disebut dengan *Process Innovation*. Adner dan Levinthal (2001) menyatakan bahwa perusahaan membuat *Process Innovation* untuk memproduksi produk-produk inovatif. *Process Innovation* akan memiliki dampak terhadap produktifitas perusahaan. Jika perusahaan mampu menciptakan dan menerapkan *Process Innovation* yang tepat, maka tentunya dapat mengurangi biaya produksi perusahaan dan mampu menghasilkan produk atau jasa dengan waktu yang lebih cepat. *Process Innovation* mencakup pengenalan proses bisnis baru yang mengarah pada peningkatan efisiensi, perluasan pasar dan manajemen data pelanggan (Nyamoita, 2015).

Setelah perusahaan melakukan pengembangan produk dengan melakukan *Product Innovation* dan *Process Innovation*, maka perusahaan harus mampu

memasarkan produk atau jasa tersebut untuk dapat sampai ke tangan pelanggan. Cara untuk memasarkan produk atau jasa juga harus diimbangi dengan perkembangan zaman dan teknologi yang dapat diwujudkan dalam *Marketing Innovation*. Pemanfaatan teknologi sangat berpengaruh terhadap efisiensi perusahaan dalam memasarkan produknya baik untuk mendapatkan pelanggan baru ataupun mempertahankan pelanggan lama. *Marketing Innovation* dapat berupa penerapan metode pemasaran baru dalam desain atau pengemasan produk, penempatan produk, promosi atau harga produk dengan tujuan membuka pasar baru, memenuhi kebutuhan pelanggan, memosisikan ulang produk di pasar untuk meningkatkan penjualan (OECD, 2005).

Penerapan metode baru perusahaan meliputi transformasi organisasi dalam menjalankan bisnis disebut dengan *Organisational Innovation*. *Organisational Innovation* adalah penerapan metode organisasi baru dalam praktik bisnis perusahaan, organisasi tempat kerja atau hubungan eksternal perusahaan (Merikül, Vadi, dan Sakowski, 2018). Tujuannya yaitu untuk dapat menerapkan metode kerja baru sesuai keputusan manajerial baik untuk meningkatkan kepuasan kerja karyawan ataupun peningkatan kinerja karyawan. Inovasi pada perusahaan tidak hanya berdampak pada pihak eksternal, namun juga pada pihak internal perusahaan. *Organisational Innovation* penting untuk meningkatkan kepuasan karyawan, efisiensi operasional organisasi dan inovasi (Alänge dan Steiber, 2015).

Berbagai bentuk inovasi yang dilakukan perusahaan bertujuan agar perusahaan tetap bertahan pada perkembangan bisnis dan perekonomian saat ini, dikarenakan perkembangan bisnis dan perekonomian di Indonesia telah berkembang pesat termasuk di Provinsi Sumatera Barat. Adapun bentuk perkembangan bisnis dan perekonomian tersebut dapat dilihat dari jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). UMKM merupakan ujung tombak bagi negara Indonesia sebagai penggerak ekonomi negara. Hadirnya UMKM dapat menciptakan lapangan kerja baru bagi tenaga kerja yang tidak terserap oleh perusahaan besar.



Berikut tabel jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat tahun 2017:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017

Wilayah	2017	
	Jumlah dan Persentase UMK Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat	
	Jumlah	Persentase
Kepulauan Mentawai	4.624	0,8%
Pesisir Selatan	42.495	7,3%
Kab.Solok	37.115	6,4%
Sijunjung	29.056	5,0%
Tanah Datar	45.137	7,8%
Padang Pariaman	43.576	7,5%
Agam	56.592	9,8%
Lima Puluh Kota	47.549	8,2%
Pasaman	25.981	4,5%
Solok Selatan	15.559	2,7%
Dharmasraya	22.409	3,9%
Pasaman Barat	38.574	6,6%
Padang	89.699	15,5%
Kota Solok	9.843	1,7%
Sawahlunto	8.719	1,5%
Padang Panjang	9.089	1,6%
Bukittinggi	22.200	3,8%
Payakumbuh	18.996	3,3%
Pariaman	13.131	2,3%
SUMATERA BARAT (Provinsi)	580.344	100,0%

Sumber: Badan Pusat Statistik (2017)

Dikutip dari data Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, jumlah UMKM terbanyak berada di Kota Padang dengan jumlah 89.699 dengan komposisi sebesar 15.5%. Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, pertumbuhan UMKM terbesar terjadi pada tahun 2018 dengan hadirnya 3.091 unit usaha.

Salah satu sektor industri UMKM yang sangat berkembang pesat pada saat ini yaitu industri kuliner. Banyak para pelaku UMKM yang tertarik untuk memulai bisnis pada bidang industri kuliner dalam memulai usahanya karena dinilai dapat memperoleh keuntungan yang besar dan sangat diminati oleh pasar pada saat ini. Di Kota Padang pada saat ini tren kuliner sangat berkembang dengan hadirnya banyak cafe dan restoran baru yang menghadirkan konsep dan makanan yang unik dan memiliki ciri khas khusus. Kota Padang sendiri memang sangat terkenal akan cita rasa dan beraneka ragam jenis kulinernya.

Dengan fenomena tersebut, dapat dikatakan bahwa UMKM industri kuliner di Kota Padang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik. Namun terdapat masalah yang akan muncul dengan fenomena tersebut yaitu dalam hal persaingan dan kemampuan bersaing. Dalam hal ini para pelaku UMKM khususnya industri kuliner di Kota Padang perlu untuk melakukan pengembangan ide baru dan hal kreatif yang dinamakan dengan inovasi.

Bentuk inovasi harus dilakukan dalam segala hal meliputi *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* agar para UMKM tersebut dapat tetap mampu bertahan menghadapi persaingan dan kebutuhan pelanggan. Menurut penelitian sebelumnya yang ditemukan oleh Olievera et al (2019) menyatakan bahwa upaya inovasi tidak selalu menyiratkan kinerja keuangan yang lebih baik karena tidak berkontribusi pada keuntungan finansial dalam jangka pendek,

yang mencerminkan sifat inovasi yang berisiko dan mahal. Meskipun banyak hal yang dibutuhkan dalam melakukan bentuk-bentuk inovasi tersebut seperti modal yang besar, namun kedepannya diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan mampu menurunkan biaya produksi sehingga dapat berpengaruh terhadap *Financial Performance* UMKM tersebut di masa yang akan datang. Berdasarkan hal tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “*Analisis Pengaruh Innovation terhadap Persepsi Financial Performance (Pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019)*”

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari latar belakang masalah tersebut, yaitu:

1. Bagaimana pengaruh *Product Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019?
2. Bagaimana pengaruh *Process Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019?
3. Bagaimana pengaruh *Marketing Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019?
4. Bagaimana pengaruh *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Product Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Process Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Marketing Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM Industri Kuliner di Kota Padang Tahun 2019.



1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis/ Akademis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya untuk tambahan informasi dan masukan dalam meneliti hal lain yang berhubungan dengan *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation*.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pelaku usaha UMKM khususnya pada industri kuliner sebagai tambahan informasi terkait *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation*, sehingga dapat lebih optimal dalam meningkat kinerja keuangan.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini dibatasi untuk mengetahui serta menganalisis pengaruh *Product Innovation*, *Process Innovation*, *Marketing Innovation*, dan *Organisational Innovation* terhadap persepsi *Financial Performance* pada UMKM industri kuliner di Kota Padang Tahun 2019.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang ditulis peneliti dalam penelitian ini yaitu:

BAB I Pendahuluan

Berisikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Literatur

Berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesa dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Berisikan tentang desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, dan teknik analisis data.

BAB IV Analisis Data dan Pembahasan

Berisikan gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data dan pembahasannya. Bab ini akan membahas deskripsi hasil pengolahan data, pengujian hipotesis dan penjelasan yang mendukung dalam rangka pengambilan kesimpulan penelitian.

BAB V Penutup

Berisikan tentang kesimpulan, keterbatasan, saran dan implikasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

