

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dampak dari globalisasi telah dirasakan oleh setiap negara di berbagai belahan dunia, hal ini dibuktikan hampir dari setiap negara melakukan penerapan perekonomian terbuka. Masing-masing negara pada dasarnya memiliki sumber daya yang berbeda-beda dan saling membutuhkan satu sama lainnya. Hal ini mengakibatkan negara membuka diri untuk melakukan kerja sama dalam bentuk kegiatan ekspor dan impor atau yang biasa disebut dengan perdagangan secara Internasional.

Peredaran produk impor di Indonesia semakin hari semakin meningkat secara pesat. Berdasarkan data yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa impor Indonesia pada September 2019 mencapai US\$14,26 miliar atau naik 0,63%. Sementara nilai ekspor Indonesia pada September 2019 mencapai US\$14,10 miliar, angka ini dicatat turun 1,29% dibanding ekspor pada Agustus 2019. Dibandingkan dengan September 2018 ekspor Indonesia justru mengalami penurunan sebesar 5,74% (BPS, 2019).

Ketidakseimbangan antara meningkatnya aktivitas impor dan menurunnya aktivitas ekspor tersebut berdampak terhadap pelemahan mata uang dalam negeri yang mana dampaknya dapat meluas ke perekonomian di Indonesia. Meskipun Pemerintah telah melakukan batasan terhadap impor untuk beberapa jenis kebutuhan pokok, namun sampai saat ini berbagai macam produk Impor masih cukup mendominasi persaingan

pasar lokal contohnya seperti barang-barang elektronik, makanan, minuman, mainanan, bahkan buah dan sayuran. Oleh karena itu saat ini pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) menjadi salah satu bagian yang di prioritaskan dalam pembangunan perekonomian Nasional di Indonesia. Hal ini dikarenakan peluang dari keberhasilan kinerja usaha UMKM menjadi sumber yang dapat mendukung pertumbuhan perekonomian negara.

Menurut Wakil Ketua Komite Ekonomi dan Industri Nasional (KEIN) Arif Budimanta, beliau mengungkapkan bahwa saat ini UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB) sebesar 60% dan mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 99,9% (Medianti, 2019). Ketua Asosiasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingratubun mengungkapkan bahwa PDB nasional diproyeksi akan tumbuh sebesar 5% di sepanjang tahun 2019 disebabkan dari kontribusi sektor UKM terhadap PDB (Syarizka, 2019). Berdasarkan hal tersebut sangat jelas bahwa keberhasilan dari kinerja usaha UMKM memiliki kontribusi yang besar dalam mendukung perekonomian Indonesia.

Ranto (2015), mengungkapkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional dilihat dari pemerataan pendapatan, peningkatan kesempatan kerja, pembangunan ekonomi pedesaan dan peningkatan ekspor nonmigas. Peran UMKM tersebut dapat ditinjau kedalam empat aspek. Aspek pertama, di dalam setiap sektor ekonomi terdapat jumlah industri yang cukup besar. Kedua, memiliki potensi untuk menciptakan kesempatan kerja yang lebih banyak apabila dibandingkan dengan investasi yang sama pada usaha dengan skala yang lebih besar. Ketiga,

kontribusi UMKM yang cukup signifikan dalam pembentukan PDB. Keempat, sumbangan kepada devisa negara dengan nilai ekspor yang cukup stabil.

Keberhasilan dari kinerja usaha UMKM dapat menjadi salah satu solusi dari permasalahan perekonomian Indonesia. Namun jika dilihat dari berbagai peran UMKM tersebut, dapat dikatakan bahwa pengembangan UMKM bukanlah suatu hal yang mudah. UMKM memiliki permasalahan yang cukup kompleks, Ranto (2015), mengungkapkan faktor-faktor yang menjadi penghambat dalam perkembangan UMKM antara lain; kurangnya pengetahuan mengenai pasar, daya tawar yang cukup lemah, keterbatasan modal dan teknologi. UMKM juga menghadapi beberapa tantangan eksternal, diantaranya seperti meningkatnya persaingan pasar sebagai akibat dari globalisasi, pengaturan dan penegakan hukum yang lemah, kepercayaan konsumen terhadap kualitas produk UMKM dalam negeri yang rendah, dan belum meratanya dukungan infrastruktur yang memadai sentra-sentra produksi UMKM.

Berdasarkan hasil pendataan yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia, Badan Perencanaan Pembangunan, dan *United Nation Population Fund* jumlah pelaku UKM di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 58,97 juta (Walfajri, 2018). Menurut *website* resmi Presiden RI 70% dari 56 juta UKM pada tahun 2016 dikuasi oleh UKM Pangan (Kementerian Sekretariat Negara RI, 2016). Sementara dalam *website* berita menurutnya diantara 60 juta UKM di Indonesia yang paling banyak memberikan kontribusi adalah produk makanan dan minuman. Kontribusi tersebut berada sekitar 60% atau berkisar 40 juta pelaku UKM (Medcom.id, 2019).

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa sektor kuliner menjadi primadona dalam keberlangsungan UMKM di Indonesia.

Indonesia memiliki beranekaragam kuliner khas daerah salah satunya di Sumatera Barat. Kuliner khas minang menyimpan potensi yang besar untuk dikembangkan dalam pengembangan usaha kuliner. Wisatawan yang datang ke Sumatera Barat menjadikan kuliner sebagai salah satu tujuan dari wisata baik itu wisata budaya, wisata alam dan wisata bahari (Besra, 2012).

Salah satu wilayah di Sumatera Barat yang memiliki banyak sektor kuliner adalah di Kabupaten Lima Puluh Kota. Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti, didapati bahwa Kabupaten Lima Puluh Kota didominasi oleh usaha mikro kecil menengah (UMKM) dalam sektor kuliner. Kondisi tersebut menyebabkan persaingan bisnis dalam usaha kuliner menjadi sangat ketat. Agar dapat bertahan dalam menghadapi kondisi tersebut maka UMKM harus mampu memenangkan persaingan bisnis dengan mencapai kinerja usaha yang baik.

Menurut Asegaff (2015), apabila suatu usaha ingin maju maka harus memiliki kemampuan yang inovatif untuk dapat meningkatkan kinerja, hal tersebut dapat diperoleh melalui kemampuan berbagi pengetahuan atau *knowledge sharing*. Diantara individu-individu yang terlibat *knowledge sharing* cenderung akan saling menerima dan memberi dalam menciptakan kerjasama antar karyawan, sehingga dapat mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi. Oleh sebab itu melalui *knowledge sharing* dari sumber daya manusia diharapkan mampu untuk melakukan inovasi dan menghasilkan ide-ide kreatif.

Pada praktiknya di lapangan, pengembangan UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota menghadapi banyak kendala seperti terbatasnya penyediaan akses teknologi, kurangnya inovasi, kualitas sumber daya manusia yang terbatas. Sehingga untuk pengembangannya tidaklah mudah karena membutuhkan banyak informasi-informasi dan pengetahuan-pengetahuan penting seputar lingkungan usaha agar dapat mengikuti kebutuhan pelanggan. Beberapa pelaku UMKM mengaku bahwa mereka kesulitan untuk mengembangkan usaha karena keterbatasan ide-ide dan tidak berani mencoba hal-hal baru (Survei Pendahuluan, 2019).

Permasalahan tersebut dapat diatasi melalui *knowledge sharing*. Menurut Meflinda, *et al.*, (2018), *knowledge sharing* menjadi salah satu faktor penting dalam pengembangan UMKM. Hal ini disebabkan *knowledge sharing* dilakukan melalui diskusi dengan sesama karyawan agar dapat bekerja secara efektif dan efisien. Pada level organisasi, *knowledge sharing* dilakukan dengan adanya upaya menangkap, mengelola, menggunakan kembali, dan mentransfer pengetahuan seperti pengalaman. *Knowledge sharing* mempengaruhi individu dalam organisasi untuk dapat berpikir kritis dan kreatif, untuk itu berbagi pengetahuan sangat penting dilakukan guna meningkatkan kinerja usaha.

Permasalahan selanjutnya yang juga dihadapi UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota adalah kemampuan untuk dapat bertahan dari persaingan yang tinggi dalam era globalisasi seperti saat ini yang mana banyaknya pelaku UMKM memproduksi dan menjual produk yang relatif sama (Survei Pendahuluan, 2019). Untuk itu pelaku UMKM dituntut harus mampu berpikir dengan kreatif dan inovatif baik dalam

mengembangkan produk dan layanan baru, maupun kualitas produk. Kelambanan UMKM dalam mengantisipasi setiap perubahan pasar yang terjadi berdampak pada kinerja UMKM sehingga akan mengganggu kegiatan operasional. Untuk itu membangun dan mengembangkan inovasi yang baik dalam bersaing mampu meningkatkan keberhasilan dan pencapaian kinerja usaha yang lebih baik (Braga, *et al.*, 2017).

Salah satu tujuan utama dari UMKM adalah meningkatkan kinerja usaha agar mampu bertahan dalam persaingan pasar. Oleh sebab itu UMKM di Kabupaten Lima Puluh Kota harus memiliki kemampuan pemasaran yang baik. Artinya melalui pemasaran yang baik maka pelanggan akan mengetahui perkembangan dari produk. Namun banyak permasalahan yang terjadi dalam kemampuan pemasaran. Beberapa diantaranya seperti penetapan harga jual yang tidak kompetitif. Hal ini dikarenakan beberapa pesaing menurunkan harga pasar yang telah ditetapkan untuk mendapatkan pelanggan. Permasalahan selanjutnya adanya persepsi dari konsumen yang menganggap bahwa produk kemasan merupakan produk lama, sehingga para konsumen cenderung hanya membeli produk yang langsung dikemas secara langsung dihadapan mereka. Kemudian hanya sedikit pelaku UMKM yang aktif dalam memasarkan produknya melalui media sosial, dan sebagian besar pemasaran dilakukan secara tradisional atau dari mulut ke mulut (Survei Pendahuluan, 2019).

Menurut Kim & Shim (2018) dan Kajalo & Lindblom (2015) transfer pengetahuan, inovasi, dan kemampuan pemasaran yang baik akan berperan penting dalam mencapai kinerja usaha yang baik. Berdasarkan latar belakang yang telah

dipaparkan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa usaha kuliner yang terlibat dalam penelitian ini yaitu UKM dan UMKM, maka perlu dilakukan penelitian mengenai **“Pengaruh *Knowledge Sharing, Innovation* dan *Marketing Capabilities* terhadap *Business Performance* UMKM di Sektor Kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovation* pada UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota?
2. Bagaimana pengaruh *innovation* terhadap *business performance* UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota?
3. Bagaimana pengaruh *marketing capabilities* terhadap *business performance* UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh *knowledge sharing* terhadap *innovation* pada UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota.
2. Menguji pengaruh *innovation* terhadap *business performance* UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota.
3. Menguji pengaruh *marketing capabilities* terhadap *business performance* UMKM di sektor kuliner Kabupaten Lima Puluh Kota.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Manfaat Akademis

Diharapkan melalui penelitian ini dapat mengembangkan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dan menjadi referensi dalam pembelajaran kewirausahaan dan pemasaran terutama mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *business performance* pada UMKM di sektor kuliner.

### 2. Manfaat Praktisi

Dan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada pihak UMKM di sektor kuliner agar dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dan pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

## 1.5 Sistematika Penulisan

### BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisikan latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah yang diperoleh, tujuan dilakukan penelitian, manfaat dari penelitian dan sistematika penulisan.

### BAB II TINJAUAN LITERATUR

Pada Bab ini berisi landasan teori mengenai variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian, penelitian-penelitian terdahulu, keterkaitan antar variabel dan kerangka konseptual.

### BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab ini berisi desain dari penelitian yang dilakukan, operasional variabel, teknik pengumpulan data yang digunakan, teknik pengambilan sampel yang digunakan, analisis data dan pengujian terhadap hipotesis.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab ini terdapat isi pokok dari penelitian mengenai deskripsi dari objek penelitian, analisis data, pembahasan dan implementasi dari hasil penelitian sehingga dapat diketahui hasil dari analisis yang diteliti terhadap pengujian hipotesis.

#### BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari implikasi penelitian, dan keterbatasan penelitian yang dilakukan, serta saran bagi perusahaan serta peneliti berikutnya.

