

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Pembangunan ekonomi adalah hal yang sangat penting dalam suatu negara, terutama dalam meningkatkan pendapatan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan rakyatnya. Indonesia telah menikmati masa pertumbuhan ekonomi yang tinggi dalam jangka waktu yang panjang, hingga datangnya krisis nilai tukar tereskalasi menjadi krisis multi dimensi yang dimulai akhir tahun 1997 (Tejasari,2008).

Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai salah satu prioritas pembangunan ekonomi di Indonesia. Kegiatan UKM merupakan salah satu bidang usaha yang dapat bertahan dan menjadi pemulih perekonomian di tengah keterpurukan akibat krisis moneter pada berbagai sektor ekonomi. Inovasi pada UKM sangat dibutuhkan dalam industri baik kecil, menengah maupun sedang, terutama untuk meningkatkan keandalan operasional. Apabila UKM mampu menciptakan inovasi, mereka harus mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan, untuk itu UKM dituntut kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya yaitu dengan penerapan inovasi.. Maka dari itu pelaku UKM harus mampu berpikir secara kreatif dan inovatif dalam era globalisasi seperti saat ini.

Inovasi digolongkan ke dalam 2 jenis berbeda, yaitu inovasi radikal dan

inovasi inkremental. Jenis inovasi yang berbeda memerlukan pengetahuan dan keterampilan yang berbeda pula dan mempunyai dampak berbeda pada hubungan antar pelanggan dan kompetitor perusahaan. Menurut Luecke (2003) terdapat 2 jenis inovasi, yaitu inovasi radikal dan inkremental. Inovasi yang bersifat radikal adalah inovasi yang sifatnya benar-benar baru bagi dunia, baik dalam teknologi yang sudah ada maupun dari cara yang sudah ada sebelumnya. Sedangkan, inovasi inkremental adalah inovasi yang bertahap, dilakukan dengan cara melakukan pengembangan baik dari bentuk terdahulu atau teknologi terdahulunya ke arah yang lebih baik.

Hamel dan Prahalad (1995) mengatakan bahwa strategi merupakan tindakan yang bersifat inkremental atau selalu berkembang terus menerus dan dilaksanakan berdasarkan sudut pandang apa yang diharapkan oleh pelanggan dimasa depan. Terjadinya kecepatan inovasi pasar baru dan perubahan pola konsumen memerlukan kompetisi inti di dalam bisnis yang dilakukan.

Oleh karena itu inovasi yang dapat diimplementasikan pada UKM yakni inovasi inkremental. Karena sebagaimana kita tahu inovasi radikal dilakukan dengan skala besar yang dilakukan oleh para ahli dibidangnya dan biasanya dikelola oleh suatu departemen penelitian dan pengembangan. Inovasi radikal ini sering kali dilakukan di suatu bidang manufaktur dan lembaga jasa keuangan.

Selanjutnya, kepala dinas koperasi dan UKM Provinsi Sumatra Barat Zirma Yusri mengatakan, sesuai data statistik Sumbar, jumlah UMKM ada sebanyak 593.100. Dari jumlah tersebut, terdiri dari mikro sebanyak 531.350 atau 89,59 persen. Sedangkan pelaku usaha kecil sebanyak 53.431 atau 9,01 persen, pelaku usaha

menengah sebanyak 7.990 atau 1,33 persen dan untuk pelaku usaha besar sebanyak 419 atau 0,007 persen. Dalam memanfaatkan fakta tersebut agar UMKM meningkatkan pertumbuhan ekonomi Sumbar menurut Zirna harus dibuat dan dikemas secara kreatif dan inovatif supaya peminatnya bertambah banyak.

Untuk menghasilkan keunggulan yang kompetitif, organisasi tidak cukup hanya bergantung pada sistem personalia dan pelatihan yang berfokus pada pemilihan karyawan yang terampil, mampu, dan kompeten (Brown & Duguid, 2002). Tetapi bagaimana kualitas hubungan kerja mendorong kepercayaan antar anggota, ketika kepercayaan tidak hadir, tidak seorang pun karyawan yang akan mengambil resiko untuk mengambil inisiatif dan semua anggota tim tidak akan memperoleh manfaat dari kolaborasi dan kerja sama (Sabel, 1993), sehingga tujuan dari inovasi tersebut tidak tercapai.

Riset memperlihatkan bahwa kepercayaan dalam tingkatan yang tinggi telah memberikan manfaat pada tingkatan organisasi dan masyarakat (Pucetaite & Lamsa, 2008). Level kepercayaan yang tinggi memberi pondasi pada kerja sama yang sukses dan tim kerja yang efektif, serta berpengaruh positif pada organisasi, jika antar anggota tersebut ada kepercayaan maka, menciptakan keterbukaan dan ketulusan dalam hubungan interpersonal yang akan menumbuhkan suasana kolaboratif untuk menumbuhkan kreativitas dan kemampuan inovasi (Martins, 2002; Barczak et al., 2010; Zhang et al., 2018). Dengan demikian, rendahnya kepercayaan dalam organisasi akan menyebabkan hilangnya kesempatan untuk memperoleh daya saing dalam pasar global. Konsekuensinya, karena manfaat dari kepercayaan yang tinggi

dan kerugian dari rendahnya kepercayaan sangatlah nyata, maka konstruk ini perlu dikelola secara paripurna (Pucetaite & Lamsa, 2008).

Ketika karyawan saling percaya, mereka merasa aman dan lebih nyaman dengan berbagi pengetahuan mereka (Bakker et al., 2006). Organisasi yang inovatif memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja inovasi baik individu maupun organisasi, agar mampu memecahkan masalah di perusahaan. *Knowledge sharing* diantara orang yang terlibat didalamnya akan mampu menciptakan kerjasama yang saling menerima dan memberi antar karyawan, sehingga akan mendorong kemampuan untuk melakukan inovasi. *Knowledge sharing* mampu meningkatkan kemampuan perusahaan untuk melakukan inovasi (Rahab, 2011). *Knowledge sharing* diharapkan mampu mendorong kemampuan sumber daya manusia untuk melakukan inovasi dan menemukan ide-ide kreatif. Kesiediaan karyawan untuk menyumbangkan dan mengumpulkan pengetahuan memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan kemampuan inovasi (Fen Lin, 2007). *Knowledge sharing* merupakan suatu pemahaman bersama terkait dalam penyediaan akses informasi bagi karyawan dengan menggunakan jaringan ilmu pengetahuan dalam organisasi yang dianggap mampu menjadi pendorong inovasi. Motivasi mempunyai pengaruh langsung dan signifikan pada proses *knowledge sharing* dalam organisasi (Javadi, 2012).

Jika diantara anggota ada kepercayaan dan adanya perasaan aman dalam *knowledge sharing* maka anggota akan betah berada di dalam organisasi tersebut. Jika keinginan tersebut kuat maka segala daya bagi kepentingan organisasi, dan berkeinginan kuat untuk tetap menjadi anggota organisasi. Komitmen organisasi



sendiri dipandang sebagai suatu orientasi nilai terhadap organisasi yang menunjukkan individu sangat memikirkan dan mengutamakan pekerjaan dan organisasinya. Individu akan berusaha memberikan segala usaha yang dimilikinya dalam rangka membantu organisasi mencapai tujuannya. Seorang karyawan yang telah berkomitmen di dalam suatu organisasi atau perusahaan tentunya akan melakukan segala upaya untuk meningkatkan kinerja dan melakukan pengembangan demi tercapainya tujuan organisasi tersebut, salah satunya dengan melakukan berbagai inovasi untuk mengembangkan organisasi.

UKM kurang memiliki proses inovasi secara formal. UKM biasanya terjebak oleh ciri khas masa lalu, padahal perubahan menuntut UKM untuk mengembangkan usaha sesuai dengan perubahan. Oleh karena itu, mengembangkan serangkaian proses dan kebijakan untuk memandu aktifitas inovatif dari menghasilkan atau mengambil ide-ide melalui pelaksanaan terstruktur. Salah satu caranya adalah melakukan kombinasi kreatif dengan mencoba sesuatu yang sedang menjadi tren, namun tetap menguatkan nilai-nilai inti UKM. Kombinasi tersebut dapat menjadi keunggulan terbaru UKM. Selain itu, kesabaran adalah modal penting agar ide-ide inovatif UKM dapat berkembang dengan selalu belajar dari kesalahan dan keberanian mengambil resiko. Oleh karena itu variabel dalam penelitian ini bisa menjadi faktor penunjang mencapai inovasi pada UKM. Riset ini memberikan kebaruan dalam literature karna menindak lanjuti saran dari penelitian Carla Curado (2017), dan juga mengikuti sarannya untuk fokus pada inovasi incremental pada UKM.

Berdasarkan latar belakang dan pernyataan yang telah terurai di atas, maka penelitian ini dilakukan untuk melihat **“Pengaruh kepercayaan, *Knowledge sharing* dan organisasi komitmen terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari pemaparan diatas, secara spesifik penelitian ini ingin menjawab :

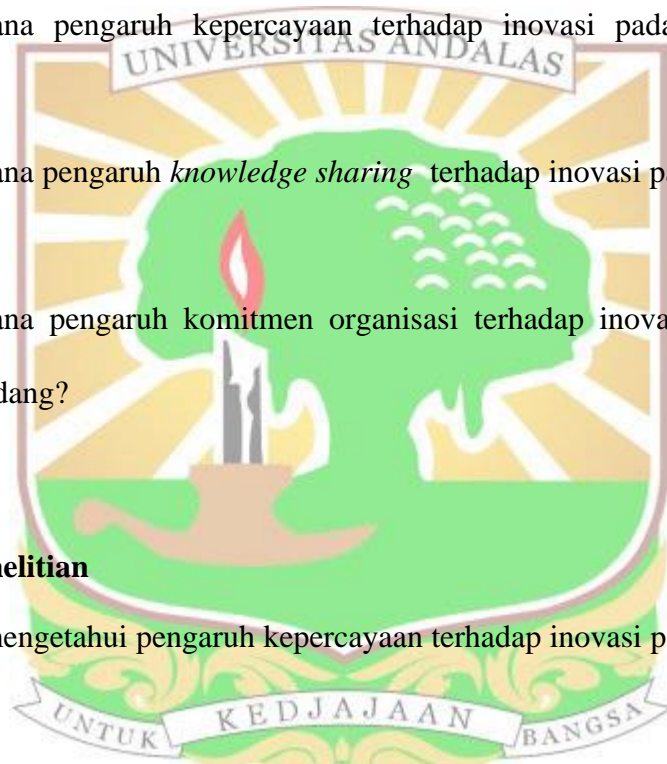
1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang?
2. Bagaimana pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh komitmen organisasi terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang.
2. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge sharing* terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang.
3. Untuk mengetahui pengaruh organisasi komitmen terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masing-masing



pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dan menambah pengetahuan serta wawasan bagi penulis terutama tentang pengaruh kepercayaan, *knowledge sharing*, organisasi komitmen terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang, serta dapat mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan kajian dan referensi untuk melakukan penelaahan dan pengkajian lebih lanjut mengenai masalah yang sama, serta dapat menambah pengetahuan pembaca dan sebagai bahan kepustakaan.

### 1.5 Ruang lingkup

Ruang lingkup pada penelitian ini ditetapkan agar permasalahan yang diteliti lebih terarah sehingga penelitian dapat dilakukan dengan terstruktur dan memberikan hasil yang optimal. Ruang lingkup yang ada pada penelitian ini adalah penelitian hanya dilakukan terhadap, pengaruh kepercayaan, *knowledge sharing* dan komitmen organisasi terhadap inovasi pada UKM di Kota Padang.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari lima bab, masing – masing bab terdiri dari sub – sub bab sebagai berikut :

## Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

## Bab II Tinjauan Literatur

Bab ini menjelaskan tentang survei literatur mengenai teori – teori yang digunakan sebagai dasar penelitian dan telaah penelitian – penelitian terdahulu.

## Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, objek penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta analisa data.

## Bab IV Pembahasan

Bab ini membahas tentang hasil penelitian.

## Bab V Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian.

