

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi yang sudah berkembang menjadikan masyarakat mudah untuk memperoleh informasi. Di zaman sekarang ini peluang bisnis pun semakin terbuka, akan tetapi persaingan bisnis nya pun akan semakin meningkat juga. Dengan meningkatnya teknologi, masyarakat dituntut untuk mengembangkan kreatifitas mereka agar usaha nya memiliki ciri khas tersendiri dan berbeda dengan pesaingnya. Penggunaan teknologi baru yang ada saat ini terkait penciptaan, pengenalan dan memasarkan produk telah mengadopsi proses produksi yang inovatif. Dengan begitu perusahaan dapat memecahkan masalah persaingan secara efektif. Berkaitan dengan peran teknologi saat ini yang sangat mudah untuk mendapatkan informasi mengenai pengembangan suatu produk, sehingga kita dapat bersaing dan memiliki keunggulan tersendiri di dalam produk kita.

Seiring perkembangan zaman yang terjadi Usaha Mikro Kecil Menengah telah ikut berkembang pesat. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat di negara kita, serta dapat mengurangi kemiskinan akibat pengangguran, karena UMKM merupakan peluang usaha bagi orang yang tidak memiliki pekerjaan. Pelaku UMKM di kota

Yogyakarta saat ini semakin berkembang dan semakin banyak, sehingga persaingan bisnis nya pun semakin meningkat. Sebagai pelaku usaha harus terus berinovasi agar produk nya memiliki keunggulan kompetitif. Banyak peneliti telah mempelajari keberhasilan faktor dan faktor kegagalan UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Beberapa peneliti menyarankan bahwa kunci penentu UMKM untuk mendapatkan keunggulan kompetitif, kemampuan UMKM untuk mengembangkan produk yang unik, dan fleksibilitas mereka dalam mengadopsi teknologi baru (Williams & Hare, 2012). Produk yang unik juga dapat membantu usaha UMKM lebih dikenal dan lebih mudah memasarkan produk nya, karena orang akan lebih mudah membedakan produk kita dengan produk serupa yang dijual di pasaran.

Pelaku UMKM di Yogyakarta pun sangat bervariasi dari mulai remaja hingga dewasa. Dengan adanya UMKM, dapat menjadikan peran penting bagi suatu individu maupun negara. UMKM dapat dikatakan sebagai penyedia lapangan pekerjaan secara luas untuk masyarakat, juga mengurangi dan mengatasi pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM juga berperan besar terhadap perpajakan negara ini dan dapat membangun pertumbuhan, perkembangan ekonomi di Indonesia. Saat ini sedang marak usaha kecil menengah dibidang makanan dan minuman, makanan dan minuman yang dijual merupakan beraneka ragam dan memiliki ciri khas tersendiri atau sering disebut dengan makanan dan minuman kekinian yang sekarang terdapat disepanjang jalan kota Yogyakarta. Berbagai jenis produk yang dibuat tentunya harus memiliki kualitas untuk dapat bersaing di pasar. Maka dari itu UMKM dituntut untuk memiliki keunggulan kompetitif di pasar.

Keunggulan kompetitif dapat diraih UMKM jika mereka memiliki pengetahuan tentang *knowledge management*, sehingga usaha yang mereka jalani dapat berjalan lama sekaligus dapat bersaing dipasar. *Knowledge management* menurut Maimunah, dkk., (2008) bahwa manajemen pengetahuan adalah kegiatan pengorganisasian, perencanaan, pengumpulan dan pengorganisasian, memimpin, dan mengendalikan data dan informasi yang dimiliki oleh suatu perusahaan kemudian menggabungkan dengan berbagai pemikiran dan analisis dari berbagai sumber yang kompeten. Menurut Samsir *et al.*, (2017) tujuan dari manajemen pengetahuan adalah untuk meningkatkan dan meningkatkan operasi perusahaan untuk mencapai profitabilitas, daya saing, dan meningkatkan laba. Konsep manajemen pengetahuan dalam perusahaan juga bertujuan untuk meningkatkan kinerja dengan menumbuhkan budaya berbagi pengetahuan, di mana pengetahuan adalah aset yang dapat dikelola, sehingga dapat dikomunikasikan dan digunakan bersama (Samsir *et al.*, 2017). Manajemen pengetahuan juga merupakan serangkaian tindakan untuk menunjukkan desain organisasi bersama dengan prinsip-prinsip manajemen dan bisnis, prosedur, dan teknik terapan. Ini dapat membantu karyawan untuk menunjukkan kemampuan dan kreativitas mereka dengan efisiensi luar biasa untuk menciptakan nilai bagi bisnis itu sendiri. Dengan kata lain, ketepatan waktu dalam menerima dan mengirimkan informasi yang tepat kepada karyawan yang tepat akan menghasilkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Roberts, 2000).

Untuk mengembangkan usahanya, selain dengan pengetahuan yang berkaitan dengan manajemen, setiap UMKM harus dapat beradaptasi sesuai dengan fenomena-fenomena yang sedang terjadi. Mengikuti perkembangan zaman yang sedang terjadi

maka inovasi sangat diperlukan didalam UMKM. Menurut (Samsir *et al.*, 2017) saat ini lingkungan bisnis berubah dengan cepat. Inovasi produk menjadi kegiatan utama dan rutin bagi perusahaan, tidak hanya dalam operasional tetapi juga mencakup keuangan serta pemasaran.. Inovasi produk memainkan peran penting untuk mendobrak hambatan, meningkatkan perhatian dan dukungan pasar. Itulah sebabnya inovasi produk berkelanjutan adalah kunci sukses dalam jangka panjang (Samsir *et al.*, 2017). Di bidang bisnis, inovasi produk diperlukan karena bisnis benar-benar menghadapi persaingan ketat, situasinya sangat kompleks dan tidak pasti. Perusahaan yang melakukan inovasi produk berkelanjutan dipandang sebagai sumber keunggulan kompetitif.

Menurut (Samsir *et al.*, 2017) keunggulan kompetitif tumbuh dari nilai atau manfaat yang diberikan oleh perusahaan untuk pembeli. Mayoritas pelanggan lebih suka membeli produk dengan nilai yang lebih daripada ekspektasi. Namun, nilai tersebut juga akan dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Pembelian produk akan terjadi jika pelanggan mempertimbangkan harga produk yang sesuai dengan nilai yang ditawarkan. Dengan keunggulan kompetitif para pelaku usaha mencari posisi kompetitif yang menguntungkan dalam suatu industri, suatu bidang mendasar di mana persaingan ketat terjadi. Keunggulan kompetitif berkembang dari nilai yang dibuat oleh perusahaan kepada pelanggan atau pembeli. Keunggulan kompetitif menggambarkan bagaimana perusahaan memilih dan menerapkan strategi umum (biaya rendah, diferensiasi, dan fokus) untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif. Dengan kata lain, keunggulan kompetitif terkait dengan bagaimana perusahaan

menerapkan strategi dan prakteknya secara langsung. Memiliki dan mempertahankan keunggulan kompetitif bermanfaat untuk mencapai kinerja tinggi, dan mempertahankan eksistensi usaha kecil menengah tersebut.

Pada penelitian ini akan dilakukan pada UKM makanan dan minuman kekinian yang ada di Yogyakarta. Karena saat ini mulai banyak bermunculan makanan dan minuman baru dan populer yang digemari masyarakat. Seiring berjalannya waktu, makanan dan minuman kekinian tidak bertahan lama karena tergantikan dengan produk substitusi lain, kecuali terdapat inovasi baru dalam produk maupun penyajiannya. Berdasarkan hal tersebut maka judul penelitian pada penelitian ini yaitu “Pengaruh *Knowledge Management* terhadap Inovasi Produk Melalui Keunggulan kompetitif pada UMKM Makanan dan Minuman kekinian di Yogyakarta”.

Kekinian di KBBI adalah keadaan kini atau sekarang atau arti lainnya dari kata kekinian adalah mengikuti perkembangan zaman. Di penelitian ini kekinian juga bisa di artikan menjadi tren. Menurut Maryati (2010;129) menyatakan trend adalah suatu gerakan (kecenderungan) naik atau turun dalam jangka panjang, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu. Rata-rata perubahan tersebut bisa bertambah bisa berkurang. Jika rata-rata perubahan bertambah disebut trend positif atau trend mempunyai kecenderungan naik. Sebaliknya, jika rata-rata perubahan berkurang disebut trend negatif atau trend yang mempunyai kecenderungan menurun. Tren menunjukkan perubahan nilai suatu variabel yang relatif stabil perubahan populasi, perubahan harga, perubahan teknologi, dan peningkatan produktivitas. Tren

adalah Segala sesuatu yang sedang dibicarakan, Disukai atau bahkan digunakan oleh sebagian besar masyarakat pada saat tertentu.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah terdapat pengaruh Knowledge Management terhadap Inovasi Produk?
2. Apakah terdapat pengaruh Knowledge Management terhadap Keunggulan kompetitif?
3. Apakah terdapat pengaruh Inovasi Produk terhadap Keunggulan kompetitif?
4. Apakah terdapat pengaruh *Knowledge Management* terhadap Keunggulan kompetitif melalui Inovasi Produk sebagai variabel intervening?

1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap inovasi produk.
2. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan kompetitif.
4. Untuk mengetahui pengaruh *knowledge management* terhadap keunggulan kompetitif melalui inovasi produk sebagai variabel intervening.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini yaitu:

1. Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan, wawasan mengenai knowledge management, dan keunggulan kompetitif dan inovasi serta membandingkan teori yang sudah didapat dalam kelas di perkuliahan dengan situasi dan kondisi yang ada pada UMKM/*startup* usaha.

2. UMKM

Penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi UMKM Makanan dan Minuman di Yogyakarta untuk penerapan inovasi produk dengan memperhatikan faktor *knowledge management* sehingga akan berdampak pada keunggulan kompetitif.

