

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman milenium yang tengah berlangsung saat ini telah membawa perubahan besar dalam lingkungan bisnis dan juga persaingan antar pelaku usaha yang semakin ketat. Munculnya persaingan yang ketat ini membuat para pelaku usaha untuk melakukan aktivitas inovasi dalam menanggapi permintaan konsumen yang semakin beragam seperti produk yang memiliki kualitas lebih baik, sehingga setiap perusahaan harus memberikan standar keunggulan yang baik pula bagi setiap produknya. Persaingan global dan peningkatan produktivitas menjadi isu penting apabila ingin mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Salah satu perubahan yang dihadapi oleh pelaku usaha yaitu adanya perubahan teknologi karena dapat menentukan daya saing bagi setiap pelaku usaha. Perubahan teknologi memiliki peran penting dalam mendorong perubahan struktur industri serta mendorong terciptanya industri baru. Kemajuan teknologi membuat para pelaku usaha untuk berpikir agar dapat mengembangkan produk yang dihasilkan karena dengan kecanggihan teknologi akan meningkatkan tuntutan konsumen terhadap kemanfaatan suatu produk.

Dengan kemajuan teknologi yang tengah berlangsung saat ini

membawa pengaruh pada perubahan strategi dan ataupun tujuan bisnis yang dilakukan oleh pelaku usaha. Kelambanan dalam mengantisipasi laju teknologi akan berdampak pada ketertinggalan perusahaan dalam berinovasi dan tidak kompetitif. Untuk menghadapi kondisi tersebut pelaku usaha perlu menerapkan strategi yang lebih tepat agar menghasilkan suatu produk yang memiliki nilai unggul. Lingkungan yang berubah dengan cepat menuntut setiap pelaku usaha untuk senantiasa beradaptasi dengan pola perubahan yang terjadi agar tetap kompetitif. Kecepatan pertumbuhan inovasi dalam perusahaan menjadi suatu hal yang wajib diperlukan. Inovasi dipandang penting dalam meningkatkan kinerja perusahaan (Gunday *et al*, 2011). Sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menemukan strategi yang tepat untuk diterapkan dalam menghadapi persaingan dan keinginan pasar yang dinamis.

Persaingan yang semakin ketat dalam kemajuan teknologi menyebabkan suatu produk akan tumbuh dan berkembang sampai pada suatu titik, dimana produk akan sulit membedakan antara produk satu dengan yang lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut permasalahan ini juga dapat muncul pada usaha kecil menengah atau biasa disebut UKM (Usaha Kecil Menengah). Hal ini disebabkan karena masih belum efektifnya strategi yang diterapkan. UKM yang juga termasuk sebagai bagian dari perekonomian nasional harus memilih strategi yang tepat agar lebih kompetitif. Keunggulan bersaing berbasis pada aktivitas inovasi dan kinerja harus lebih diutamakan karena mempunyai daya tahan dan jangka waktu lebih panjang.

Schumpeter (dalam Lee *et al*, 2016) mengungkapkan bahwa Inovasi telah lama diakui sebagai salah satu kekuatan pendorong penting dalam meningkatkan kesejahteraan sosial, serta menjadi penting untuk kelangsungan hidup jangka panjang dan pertumbuhan perusahaan. Jimenez *et al* (2011) inovasi disebut juga sebagai salah satu alat atau modal utama suatu perusahaan untuk bisa bertahan lebih lama dalam dunia usaha. aktivitas inovasi merupakan komponen yang tak terpisahkan dari strategi perusahaan karena beberapa alasan seperti menerapkan proses manufaktur yang lebih produktif, selain itu untuk melakukan lebih baik di pasar, dan juga untuk mencari reputasi positif dalam persepsi pelanggan dan sebagai hasilnya untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Bagi pelaku usaha inovasi merupakan sebuah orientasi strategis untuk mengatasi masalah yang mereka hadapi dengan berjuang untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Schumpeter (dalam Lee *et al*, 2016) memperkenalkan inovasi secara terpusat dalam teori pembangunan dan menekankan pentingnya inovasi untuk berkompetisi dan juga berpendapat bahwa perusahaan wirausaha mendapatkan sewa melalui tindakan inovatif, dan kegiatan inovasi berkelanjutan membantu perusahaan memperoleh kesuksesan jangka panjang.

Gunday *et al* (2011) menyatakan bahwa kinerja inovatif adalah kombinasi dari pencapaian perusahaan secara keseluruhan sebagai hasil dari upaya pembaharuan dan peningkatan yang dilakukan dengan mempertimbangkan berbagai aspek inovasi perusahaan, yaitu proses, produk,

struktur organisasi, dan lain-lain. Oleh karena itu kinerja inovatif adalah konstruksi gabungan berdasarkan pada berbagai indikator kinerja yang berkaitan, misalnya, dengan paten baru, pengumuman produk baru, proyek baru, proses baru dan pengaturan organisasi baru. (Hagedoorn *et al* 2003).

Ada tujuh dimensi kinerja inovatif, yaitu : kemampuan untuk memperkenalkan produk dan layanan baru ke pasar sebelum pesaing, persentase produk baru dalam portofolio produk yang ada, jumlah proyek produk dan layanan baru, inovasi diperkenalkan untuk proses dan metode kerja, kualitas produk dan layanan baru diperkenalkan, jumlah inovasi di bawah perlindungan kekayaan intelektual, memperbarui sistem administrasi dan pola pikir yang sejalan dengan lingkungan perusahaan. (Gunday *et al* 2011)

Menurut Murphy (dalam Atalay *et al*, 2013) Kinerja perusahaan yang terdiri dari kinerja produksi sebagai proses memperkenalkan teknologi baru yang dapat di jadikan sebagai alat untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan. Jenis inovasi ini mencerminkan perubahan dalam produk yang ditawarkan perusahaan di pasar. Kemudian kinerja pasar juga didefinisikan sebagai usaha pengukuran tingkat kinerja yang meliputi omzet penjualan, jumlah pelanggan, keuntungan, dan pertumbuhan penjualan. Dapat dikatakan kondisi kinerja pasar dikatakan baik jika terjadi peningkatan volume penjualan dari tahun sebelumnya, terjadi tingkat pertumbuhan pelanggan yang lebih tinggi dari pesaing, serta memiliki porsi pasar yang lebih luas. Selain itu kinerja keuangan berada di pusat wilayah efektifitas

keorganisasian, ukuran kinerja ini dinilai sangat penting, namun tidak cukup untuk mendefinisikan efektifitas secara keseluruhan. Indikator yang terdapat dalam kinerja perusahaan terdiri dari: a. Hasil-hasil fungsi pekerjaan; b. Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap prestasi karyawan/pegawai seperti: motivasi, kecakapan, persepsi peranan, dan sebagainya; c. Pencapaian tujuan organisasi; dan d. Periode waktu tertentu.

Penelitian yang dilakukan oleh Jimenez *et al* (2011) menemukan bahwa Kemampuan Inovasi mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kinerja Bisnis, dengan kemampuan inovasi yang ada maka perusahaan bisa dengan mudah mendapatkan keunggulan bersaing serta bisa membantu mereka dalam memenangkan persaingan bisnis dan meningkatkan kinerja bisnis perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian yang akan digunakan oleh penulis dalam membuat penelitian ini adalah skripsi modifikasi yang menggunakan *Struktural Equation Modeling* (SEM) dimana acuan utamanya berasal dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Tuan Nham *et al* (2016) dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Usaha kreatif UKM terbukti dapat dijadikan sebagai andalan pembangunan ekonomi di Indonesia untuk masa sekarang dan yang akan datang, akan tetapi tetap harus didukung dengan kebijakan-kebijakan yang kondusif seperti penerapan aktivitas inovasi yang dapat berpengaruh terhadap kinerja inovatif, dan juga kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Maka penelitian ini bermaksud untuk menguji kembali dengan alat analisis yang berbeda dengan

jurnal acuan utama mengenai apakah hasilnya akan sama atau sebaliknya. Oleh karena itu penulis termotivasi untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Aktivitas Inovasi Terhadap Kinerja Inovatif dan Kinerja Perusahaan pada UKM kerajinan Batik di Yogyakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, yaitu mengenai pentingnya inovasi terhadap kinerja perusahaan, maka penulis mencoba mengangkat permasalahan sebagai berikut:

- a. Apakah aktivitas inovasi berpengaruh terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- b. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- c. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?
- d. Apakah kinerja inovatif berpengaruh terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada permasalahan yang telah diungkapkan sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Menganalisa pengaruh aktivitas inovasi terhadap kinerja inovatif pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- b. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja produksi pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- c. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja pasar pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.
- d. Menganalisa pengaruh kinerja inovatif terhadap kinerja keuangan pada usaha kecil menengah (UKM) kerajinan batik di Yogyakarta.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian skripsi ini diantaranya:

- a. Bagi penulis

Hasil penelitian ini dijadikan sebagai sarana untuk menambah ilmu pengetahuan, memberi wawasan serta mampu menerapkan teori yang diperoleh selama duduk dibangku perkuliahan dalam melakukan praktik nyata.

- b. Bagi akademisi

Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu pengertian yang luas tentang aktivitas inovasi dan dapat menjadi bahan pertimbangan untuk