

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah atau yang sering disebut UMKM menopang 60% perekonomian Indonesia (Putra, 2018), menurut data dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia perkembangan data dari tahun 2016-2017 jumlah unit usaha UMKM berjumlah 61.656.547 dan naik pada tahun 2017 menjadi 62.928.077 unit usaha dengan kenaikan sebesar 2,06%. Dari banyaknya jumlah UMKM yang berkembang, sebesar 70% diantaranya terdiri dari UMKM jenis makanan dan minuman (Presidenri.go.id, 2016) yang artinya pada sektor ini UMKM makanan dan minuman menjadi sektor industri yang memiliki potensi yang besar. Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri terdapat kurang lebih seribu UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman (Assidiq, 2018). Berdasarkan fakta perkembangan sektor industri berbasis UMKM di atas yang menunjukkan suatu bidang usaha pasti akan banyak usaha sejenis yang bermunculan, misal hal ini juga terjadi pada industri makanan dan minuman yang mengakibatkan adanya persaingan bisnis yang semakin kompetitif membutuhkan adanya inovasi untuk menciptakan produk baru.

Salah satu produk makanan dan minuman yang kini memiliki peluang usaha tinggi yaitu berupa minuman kekinian, minuman kekinian ini diantaranya yaitu ada *thai tea*, *bubble tea*, *cheese tea*, dan masih banyak lagi hingga produk minuman kopi yang diolah dengan berbagai varian rasa. Di era milenial, menikmati minuman

dengan berbagai varian dan jenis ini sudah tidak bisa dipisahkan dengan gaya hidup. Dengan kondisi seperti ini, tentunya hal ini menjadi peluang yang cukup besar bagi pelaku usaha untuk mengembangkan berbagai varian minuman dan mengembangkan secara terus menerus di pasar lokal. Dalam menciptakan inovasi produk, perusahaan membutuhkan *absorptive capacity* sehingga dapat meningkatkan inovasi produk, *absorptive capacity* pertama kali muncul pada tahun 1980an dalam sebuah studi dalam suatu organisasi yang ditekankan mengenai peran dan aplikasi tentang pengetahuan baru yang dimainkan dalam persaingan bisnis. Tidak hanya itu, menurut komersial Hutabarat dan Pandin (2014) *absorptive capacity* merupakan kemampuan perusahaan untuk mengenali nilai informasi eksternal baru dan menerapkannya pada tujuan.

Selain itu proses inovasi dipengaruhi dengan kolaborasi jaringan inovasi, kolaborasi jaringan inovasi adalah interaksi antara perusahaan dengan kolaborator lainnya, yaitu pemasok, *customer*, pesaing, dan organisasi penelitian dengan tujuan untuk mengembangkan produk baru. Kolaborasi jaringan inovasi juga dikenal dengan tujuan untuk improvisasi distribusi, produk yang lebih luas dan meningkat (Najafi-Tavani *et al.*, 2018). *Absorptive capacity* dan kolaborasi jaringan inovasi diharapkan dapat berpengaruh terhadap proses dan produk inovasi. Proses dan produk inovasi merupakan hal yang penting dalam pengembangan usaha perusahaan. Produk inovasi merefleksikan kemampuan sebuah perusahaan untuk mengenalkan produk sebagai bentuk upaya untuk memuaskan kebutuhan konsumen atau pasar (Damanpour, 1991) (Mitrenga *et al.*, 2017). Kemampuan inovasi produk memungkinkan perusahaan untuk secara efektif mengubah sumber

daya mereka menjadi penawaran inovatif yang sangat berbeda dari penawaran serupa lainnya di pasar, dan lebih baik dalam hal kualitas, dan juga lebih menarik bagi konsumen. Proses inovasi merujuk pada pengembangan sebuah produk baru atau perubahan yang signifikan dan meningkat (Camison dan Villar-Lopez, 2014). Dengan adanya proses dan produk inovasi diharapkan dapat menciptakan *new product performance* (*new product performance*), *new product performance* merupakan sebuah ilmu yang menrefleksikan dimensi-dimensi dari tingkat pasar, output keuangan, penerimaan oleh konsumen dan pengukuran tingkat kepuasan terhadap keberhasilan produk baru (Langerak *et al.*, 2004).

Berdasarkan hal tersebut maka, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“Pengaruh *Absorptive Capacity* dan Kolaborasi Jaringan Inovasi Terhadap *New Product Performance* Pada UMKM Minuman di Yogyakarta”

الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap Kapabilitas Inovasi Produk?
2. Apakah terdapat pengaruh Kolaborasi Jaringan Inovasi terhadap Kapabilitas Proses Inovasi?
3. Apakah terdapat pengaruh Kapabilitas Inovasi Produk terhadap *New Product Performance*?
4. Apakah terdapat pengaruh Kapabilitas Proses Inovasi terhadap *New Product Performance*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Absorptive Capacity* terhadap Kapabilitas Inovasi Produk
2. Untuk mengetahui pengaruh Kolaborasi Jaringan Inovasi terhadap Kapabilitas Proses Inovasi
3. Untuk mengetahui pengaruh Kapabilitas Inovasi Produk terhadap *New Product Performance*
4. Untuk mengetahui pengaruh Kapabilitas Proses Inovasi terhadap *New Product Performance*

1.4 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian

Penelitian ini dapat digunakan sebagai penerapan pembelajaran terkait pengaruh *Absorptive Capacity* dan Kolaborasi Jaringan Inovasi Terhadap *New Product Performance*.

2. UMKM

Penelitian ini dapat dijadikan acuan bagi UMKM minuman di Yogyakarta untuk pengembangan produk baru dengan memperhatikan faktor *Absorptive Capacity* dan Kolaborasi Jaringan Inovasi.

