

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Aktivitas manajemen operasional berada didalam sebuah lingkungan yang dinamis (Heizer dan Render, 2015). Lingkungan tersebut merupakan hasil dari globalisasi yang menciptakan berbagai tantangan. Berbagai tantangan dapat berupa persaingan perdagangan yang semakin luas, proses transfer ide yang semakin kompleks dan produk yang semakin inovatif. Untuk bisa terus bersaing di lingkungan tersebut, para pelaku usaha dapat menginvestasikan hartanya pada pengembangan teknologi atau pengetahuan dibidang pengembangan maupun penciptaan produk baru ( Brettel, 2011).

Inovasi yang dilakukan perusahaan merupakan salah satu cara untuk meningkatkan performa produk baru dari suatu perusahaan (Najafi et al, 2018). Inovasi didefinisikan sebagai perubahan dan proses dari berbagai macam modifikasi yang menghasilkan produk inovatif, pelayanan atau jasa inovatif dan hasil inovatif lainnya (Valeryevna et al, 2015). Dalam hal ini, perubahan dan prosesnya melibatkan ide – ide yang dapat menambahkan maupun menciptakan nilai dari kegiatan yang telah dilakukan. Ide – ide yang diterapkan dengan melibatkan lingkungan bisnis internal dan eksternal tentu dapat menunjang keberhasilan dalam peluncuran produk maupun jasa di pasaran.

Inovasi bermanfaat untuk meningkatkan efektifitas transformasi suatu produk dari yang terlihat umum di pasar menjadi sebuah produk yang lebih berkualitas dan dapat menarik perhatian konsumen (Najafi et al, 2018). Selain itu, manfaat dari inovasi menurut Hsun Ho dan Wu (2011) diantaranya meningkatkan kualitas hidup melalui

penemuan baru yang dapat mempermudah pemenuhan kebutuhan hidup, dapat meningkatkan profit dari suatu organisasi, meningkatkan kreatifitas yang berguna untuk penciptaan sesuatu hal yang baru dan membuat sesuatu perbedaan di lingkungan. Untuk dapat meningkatkan performa produk, perusahaan membutuhkan kemampuan inovasi yang baik (Camison dan Villar-Lopez, 2012)

Kemampuan inovasi menurut Camison dan Villar-Lopez (2012) yaitu kemampuan perusahaan untuk melakukan fungsi teknis dan intensitas kegiatan yang relevan bagi perusahaan termasuk kemampuan untuk mengembangkan produk dan proses serta menggunakan fasilitas secara efektif. Kemampuan inovasi dibagi menjadi dua yaitu inovasi proses dan inovasi produk. Semakin baik kemampuan inovasi yang dapat dilakukan pelaku usaha, semakin baik juga performa produk baru yang dimiliki. Setiap perusahaan maupun organisasi bisnis memiliki tingkat kemampuan inovasi yang berbeda. Tingkatan tersebut tergantung cara yang dilakukan masing - masing perusahaan untuk mengembangkan kemampuan inovasi yang dimiliki.

Pelaku usaha dapat mengembangkan kemampuan inovasinya dengan cara berkolaborasi dengan pihak eksternal. Moller dan Halinen (2017) menyebutkan terdapat *strategic net* didalam kerja sama bisnis. *Strategic net* atau *strategic network* merupakan strategi yang melibatkan beberapa pihak termasuk pihak eksternal untuk menyutujui tujuan bersama serta menentukan peran masing -masing pihak didalam kerjasama bisnisnya. Maksud dari kolaborasi dengan pihak eksternal yaitu interaksi dengan pihak lain seperti pemasok, konsumen, kompetitor dan organisasi riset dengan tujuan untuk meningkatkan performa produk baru (Najafi et al, 2018). Pelaku usaha atau perusahaan dapat meningkatkan kemampuan inovasi dengan bekerja sama dengan pihak tersebut. Brettel dan Cleven (2011) mendefinisikan kolaborasi jaringan sebagai bagian dari sumber pengetahuan serta informasi yang tidak didapatkan dari dalam

perusahaan. Kolaborasi yang dimaksudkan melibatkan pemasok, konsumen, pesaing, universitas dan *independent expert*.

Kolaborasi dengan pihak eksternal diperlukan agar dapat memperluas wawasan pelaku usaha dalam hal pengembangan produk baru (Najafi et al, 2018). Informasi dari pihak eksternal yang digabungkan dengan riset internal tentu dapat menjadi salah satu senjata pelaku usaha untuk mendapatkan produk yang bernilai tinggi. Hasil dari kolaborasi yang berupa informasi tersebut juga berguna untuk bahan evaluasi jika ada sistem internal yang salah. Kolaborasi dengan pihak eksternal memang memiliki manfaat yang cukup baik. Namun, informasi yang didapatkan dari hasil kolaborasi perlu disaring agar dapat sesuai dengan kondisi usaha.

Berbagai informasi yang didapatkan perusahaan belum tentu semuanya dapat berpengaruh positif bagi kinerja bisnis. Oleh karena itu, perusahaan perlu meningkatkan kemampuan dalam mencari, memilah dan memahami informasi dari dalam maupun luar perusahaan atau yang disebut dengan *absorptive capacity* (Najafi et al, 2018). Tsai (2009) beranggapan bahwa *absorptive capacity* merupakan kemampuan perusahaan untuk mengenali, memilah dan menerapkan informasi dari luar perusahaan. Hasil dari pengolahan informasi tersebut bertujuan untuk meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Tu et al (2006) menyebutkan bahwa *absorptive capacity* dianggap sebagai basis pengetahuan perusahaan untuk memindai lingkungan dan melancarkan proses komunikasi perusahaan.

Perusahaan yang memiliki tingkat *absorptive capacity* yang tinggi biasanya memiliki pengetahuan atau wawasan yang luas sehingga dapat mengoptimalkan proses transfer informasi dengan pihak eksternal (Tsai, 2009). Semakin baik tingkat *absorptive capacity* perusahaan, semakin baik juga proses interaksi dengan pihak

eksternal yang nantinya akan berdampak positif bagi kemampuan inovasi. Maka dari itu perusahaan perlu meningkatkan *absorptive capacity* agar dapat memperoleh informasi yang tepat bagi kegiatan bisnisnya.

Pengaruh dari lingkungan bisnis yang semakin dinamis berdampak juga didalam negeri khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Data dari Kementrian Koperasi (2017) menunjukkan bahwa terjadi pertumbuhan jumlah UMKM dari tahun 2015. Pada tahun 2017, jumlah dari UKM sudah mencapai 238.619 unit. Untuk persebarannya di tiap kabupaten yaitu 18% di Sleman, 14% di Yogyakarta, 20% di Kulon Progo, 26% di Bantul dan 22% di Gunung Kidul. Dari semua kriteria UMKM tersebut, usaha mikro dan kecil memiliki persentase yang lebih tinggi dari usaha lainnya. Dengan meningkatnya pertumbuhan usaha mikro dan kecil di wilayah Yogyakarta membuat persaingan UKM menjadi lebih kompetitif.

Ada berbagai cara yang dapat digunakan perusahaan khususnya UKM yang berada di Yogyakarta untuk dapat meningkatkan performa produk yang mereka miliki. Cara yang dapat dilakukan menurut penelitian sebelumnya yang ditulis oleh Najafi (2018) adalah meningkatkan kemampuan inovasi melalui kolaborasi dengan pihak eksternal yang nantinya akan meningkatkan performa produk. Penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya meneliti berbagai macam perusahaan yang berada di berbagai negara.

Untuk dapat mengetahui dampak dari hasil penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, diperlukan penelitian langsung terhadap UKM yang berada di Yogyakarta. Maka dari itu, penelitian yang saya lakukan bertema tentang proses peningkatan performa produk melalui kolaborasi eksternal yang dilakukan UKM di Yogyakarta dan sekitarnya. Judul yang akan saya ambil yaitu “ANALISIS PENGARUH

# KOLABORASI EKSTERNAL TERHADAP PERFORMA PRODUK UKM di YOGYAKARTA”

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan yang ada di latar belakang, rumusan masalah yang diambil yaitu :

1. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi proses UKM di Yogyakarta melalui moderasi *absorptive capacity* ?
2. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi produk UKM di Yogyakarta melalui moderasi *absorptive capacity* ?
3. Apakah ada pengaruh antara kemampuan inovasi proses terhadap performa produk UKM di Yogyakarta ?
4. Apakah ada pengaruh antara kemampuan inovasi produk terhadap performa produk UKM di Yogyakarta ?
5. Apakah ada pengaruh antara *absorptive capacity* terhadap inovasi produk UKM di Yogyakarta ?
6. Apakah ada pengaruh antara *absorptive capacity* terhadap inovasi proses UKM di Yogyakarta ?
7. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap inovasi produk UKM di Yogyakarta ?
8. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap inovasi proses UKM di Yogyakarta ?

9. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap performa produk UKM di Yogyakarta melalui kemampuan inovasi produk sebagai variabel mediasi ?
10. Apakah ada pengaruh antara kolaborasi eksternal terhadap performa produk UKM di Yogyakarta melalui kemampuan inovasi proses sebagai variabel mediasi ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, tujuan dari penelitian ini yaitu :

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi proses UKM di Yogyakarta melalui moderasi *absorptive capacity*.
2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi produk UKM di Yogyakarta melalui moderasi *absorptive capacity*.
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemampuan inovasi produk terhadap performa produk UKM di Yogyakarta.
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kemampuan inovasi proses terhadap performa produk UKM di Yogyakarta.
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh *absorptive capacity* terhadap kemampuan inovasi produk UKM di Yogyakarta.
6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh *absorptive capacity* terhadap kemampuan inovasi proses UKM di Yogyakarta.

7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi produk UKM di Yogyakarta.
8. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh kolaborasi eksternal terhadap kemampuan inovasi proses UKM di Yogyakarta.
9. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh kolaborasi eksternal terhadap performa produk UKM di Yogyakarta melalui kemampuan inovasi produk sebagai variabel mediasi.
10. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh pengaruh kolaborasi eksternal terhadap performa produk UKM di Yogyakarta melalui kemampuan inovasi proses sebagai variabel mediasi.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ada, manfaat dari penelitian ini yaitu :

##### 1. Bagi Penulis

Manfaat dari penelitian ini yaitu sebagai sarana untuk menerapkan hasil pembelajaran yang telah didapat selama ini dan dapat dijadikan sebagai alat untuk menambah ilmu pengetahuan.

##### 2. Bagi UKM

Manfaat dari penelitian ini adalah hasil dari penelitian bisa dijadikan sebagai informasi tambahan bagi perusahaan untuk pengembangan bisnisnya. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga bisa menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan agar dapat meningkatkan kinerja bisnis untuk lebih baik lagi.

3. Bagi pihak lain

Manfaat bagi pihak lain adalah sebagai alat untuk menambah wawasan dibidang ekonomi sekaligus bisa dijadikan sebagai bahan diskusi.

