

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Inovasi merupakan satu kata yang sudah tidak asing lagi bagi telinga kita yang merupakan satu kata kunci bagi kalangan dunia usaha. Di era baru millennium ini, di mana pasar penjualan sudah mulai bergerak ke pasar pembeli, peran inovasi tampak semakin penting dan sangat menentukan untuk bisa memenangkan persaingan. Sedangkan pada abad dua puluh satu, yang bisa di katakana sebagai era globalisasi yang sesungguhnya, peran inovasi tentunya akan lebih penting dan menentukan lagi, meskipun formatnya agak sedikit berbeda karena adanya pergeseran pasar dari pasar local dan regional ke pasar global. Seperti telah di ketahui bahwa pasar global tidak hanya menghasilkn persaingan yang lebih ketat tetapi juga lebih tidak berpola dan kompleks dengan di warnai perkembangan teknologi informasi yang pesat , sebagai pasar persaingan sempurna.

Larsen, P and Lewis, A, (2007) menyatakan bahwa salah satu karakter yang sangat penting dari wirausahawan adalah kemampuannya berinovasi. Tanpa adanya inovasi perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Hal ini disebabkan kebutuhan, keinginan, dan permintaan pelanggan berubah-ubah. Pelanggan tidak selamanya akan mengkonsumsi produk yang sama. Pelanggan akan mencari produk lain dari perusahaan lain yang dirasakan dapat memuaskan

kebutuhan mereka. Untuk itulah diperlukan adanya inovasi terus menerus jika perusahaan akan berlangsung lebih lanjut dan tetap berdiri dengan usahanya. Inovasi adalah sesuatu yang berkenaan dengan barang, jasa atau ide yang dirasakan baru oleh seseorang. Meskipun ide tersebut telah lama ada tetapi ini dapat dikatakan suatu inovasi bagi orang yang baru melihat atau merasakannya. Dalam melakukan inovasi perlu memperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut: a. Menganalisis peluang, b. Apa yang harus dilakukan untuk memuaskan peluang, c. Sederhana dan terarah, d. Dimulai dari yang kecil, dan e. Kepemimpinan. Hills (2008) mendefinisikan inovasi sebagai ide, praktek atau obyek yang dianggap baru oleh seorang individu atau unit pengguna lainnya. Suryana (2003) inovasi yaitu: sebagai kemampuan untuk menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan.

Dalam kegiatan berinovasi perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut tidak terlepas dari kinerja operasional, dimana kinerja operasional merupakan kegiatan sumber daya yang memiliki pengaruh bagi perusahaan dalam pencapaian prestasi dan kinerja perusahaan. Pencapaian prestasi dan kinerja perusahaan dapat diukur melalui kinerja keuangan dan kinerja operasional, kinerja keuangan dapat diukur melalui kondisi keuangan perusahaan dari tahun ketahun. Sementara kinerja operasional dapat diukur melalui kondisi

capaian dalam pengoperasionalan perusahaan. Capaian kinerja operasional yang baik diperluka dukungan dari kinerja organisasional, yang mana kinerja organisasional merupakan *competitive advantage* yang bukan merupakan tujuan akhir, melainkan alat untuk mencapai tujuan organisasi, yaitu kinerja organisasi yang menghasilkan *keuntungan (profit)* yang relatif tinggi (Ferdinand, 2013). Berjalan atau tidaknya kegiatan inovasi sangat ditentukan oleh kemampuan sumber daya manusia dan inovasi yang dimiliki dalam perusahaan untuk melaksanakannya seperti inovasi proses, inovasi produk, inovasi pemasaran dan inovasi organisasi.

Kemampuan inovasi merupakan kemampuan organisasi untuk mengadopsi atau mengimplementasikan gagasan baru, proses dan produk baru (Hurley & Hult, 1998). Martinez, et al (2011) menyebutkan bahwa kemampuan inovasi adalah menghasilkan ide-ide baru dan ilmu untuk mendapat keuntungan dari peluang pasar. Sedangkan kemampuan inovasi produk menurut Wonglimpiyarat (2010) adalah kemampuan untuk membawa pengetahuan baru atau teknologi untuk mengembangkan produk baru. Kemampuan berinovasi mutlak sangat diperlukan dalam sebuah bisnis yang memiliki banyak pesaing (competitors) dan rentan akan kejenuhan.

Dalam penelitian Psomas (2015) menemukan bahwa kemampuan invasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan kinerja operasional perusahaan. Sementara Psomas

Kafetzopoulos (2015) menemukan bahwa kemampuan inovasi secara langsung berpengaruh terhadap kualitas produk dan kinerja operasional. Meskipun tidak berpengaruh secara langsung terhadap kinerja keuangan pada perusahaan manufaktur namun kemampuan inovasi berpengaruh tidak langsung terhadap melalui kinerja perasional. Dengan demikian, kemampuan inovasi merupakan peluang bagi perusahaan manufaktur untuk meningkatkan kinerjanya.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kinerja operasional adalah satu hal yang selalu ada di perusahaan. Kinerja operasional adalah sekumpulan kegiatan sumber daya yang memiliki pengaruh di dalam perusahaan dalam menciptakan atau meningkatkan keunggulan kompetitif. Kinerja (Rahadi, 2012). Operasional yang maksimal dapat dijelaskan dengan

beberapa indikator seperti biaya produksi yang rendah, menghasilkan produk yang berkualitas, dan menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi perusahaan. Di dalam penelitian ini, kinerja operasional adalah variabel mediasi yang menguji pengaruh penerapan kemampuan inovasi terhadap kualitas produk.

Ketokivi dan Schroeder (2004) menjelaskan bahwa Kinerja operasional biasanya diukur sebagai komposit dari beberapa dimensi kinerja. Naser *et al* (2004) dan mencerminkan kinerja operasi internal perusahaan dalam hal kualitas produk/proses, efisiensi dan produktivitas. Dalam penelitian ini, Faktor "kinerja operasional" diukur melalui produktivitas, efisiensi dan efektivitas perusahaan.

Berbeda dari batik kebanyakan yang memang merupakan warisan keratonan maupun cerminan sejarah, batik jumputan tercipta dari kreativitas pengrajin yang tidak pernah berhenti berinovasi.

Batik jumputan adalah jenis batik yang dikerjakan dengan teknik ikat celup untuk menciptakan gradasi warna yang menarik. Tidak ditulis dengan malam seperti kain batik pada umumnya, kain akan diikat lalu dicelupkan ke dalam warna. Teknik celup rintang, yakni menggunakan tali untuk menghalangi bagian tertentu pada kain agar tidak menyerap warna sehingga terbentuklah sebuah motif.

Meski hanya memakai teknik celup, namun dengan kreasi dan proses pewarnaan yang dilakukan oleh pengrajin, maka hasil akhir yang didapat pun motif yang berbeda-beda, berwarna-warni, dan

indah. Belum lagi, jumputan, atau yang juga dikenal dengan sebutan *tie dye*, sedang menjadi tren. Tentu saja, batik jumputan sangat menarik untuk dipakai sebagai salah satu *fashion statement* baik di kalangan umum maupun media sosial.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka saya tertarik menulis penelitian tentang kemampuan inovasi yang berpengaruh terhadap kualitas produk dan kinerja operasional dengan mengajukan judul **“Pengaruh Kemampuan Inovasi Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada UKM Batik Jumputan di Yogyakarta)”**.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kemampuan inovasi (*innovation capability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk (*product quality*)?
2. Apakah kemampuan inovasi (*innovation capability*) memiliki pengaruh yang signifikan kinerja operasional (*operational performance*)?
3. Apakah kinerja operasional (*operational performance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk (*product quality*)?
4. Apakah kinerja operasional (*operational performance*) mampu memediasi pengaruh kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kualitas produk (*product quality*) ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kemampuan inovasi (*innovation capability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk (*product quality*)
2. Untuk mengetahui kemampuan inovasi (*innovation capability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja operasional (*operational performance*)
3. Untuk mengetahui kinerja operasional (*operational performance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kualitas produk (*product quality*)
4. Untuk mengetahui kinerja operasional (*operational performance*) yang memediasi pengaruh kemampuan inovasi (*innovation capability*) terhadap kualitas produk (*product quality*).

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini bagi:

1. Usaha kecil menengah Batik Jumputan di Yogyakarta
Penelitian ini diharapkan mampu memberikan solusi bagi UKM dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang menentukan keberhasilan UKM dalam mengimplementasikan produk yang berkualitas tinggi dan kinerja UKM Batik Jumputan yang baik. Sehingga UKM memiliki daya saing yang lebih dibandingkan para pesaing sejenis. Dan juga menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan.

2. Pemerintah Daerah

Mampu memberikan jawaban kepada jajaran dinas terkait mengenai cara peningkatan produk Batik Jumputan yang dihasilkan dan kinerja UKM Batik Jumputan yang baik sehingga meningkatkan pendapatan UKM dan menambah pendapatan daerah. Selain itu juga mampu meningkatkan citra UKM Batik Jumputan yang ada di Yogyakarta dan sekitarnya.

3. Peneliti

Peneliti mampu memahami secara langsung implementasi dari kemampuan inovasi dalam UKM Batik Jumputan dan mengetahui dampak dari penerapan kemampuan inovasi perusahaan terhadap hasil produk yang lebih berkualitas, kinerja operasional lebih baik dan kinerja keuangan yang juga lebih baik pada UKM Batik Jumputan di Yogyakarta dan sekitarnya.

4. Penelitian yang akan datang

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti yang akan datang yang tertarik melakukan penelitian mengenai kemampuan inovasi perusahaan terhadap kualitas produk dan kinerja operasional dan menjadi salah satu rujukan dalam mempertimbangkan keputusan.