

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah sebuah provinsi yang dikenal swisata dalam berbagai bidang seperti wisata budaya, wisata kuliner dan wisata belanja. Oleh karena itu tidak heran jika Yogyakarta menjadi kota tujuan wisata favorit para wisatawan. Menurut data dari BPS (Badan Pusat Statistik) Kota Yogyakarta wisatawan yang mengunjungi Yogyakarta pada tahun 2017 tercatat sebanyak 3,89 juta wisatawan yang terdiri dari wisatawan asing sebanyak 11,12% dan wisatawan lokal atau domestic sebanyak 88,88%. Dengan potensi wisata yang besar, diharapkan hal tersebut dapat meningkatkan pendapatan daerah.

Dengan banyaknya wisatawan yang datang ke Yogyakarta hal ini lalu dimanfaatkan oleh warga lokal untuk mendirikan usaha kecil untuk memperoleh keuntungan. Diantaranya adalah berjualan oleh oleh makanan khas jogja, pakaian bernuansa jogja dan kerajinan khas jogja. Produk produk tersebut banyak dijual di Yogyakarta karena menjadi incaran para wisatawan dari luar Yogyakarta. Biasanya para wisatawan menjadikan produk produk tersebut sebagai oleh oleh.

Usaha Mikro menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (selanjutnya akan disebut dengan UU UMKM),

dijelaskan dalam Pasal 1 angka 1 bahwa yang dimaksud dengan Usaha Mikro adalah usaha produktif milik orang atau perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan sebagaimana diatur dalam UU UMKM. Dijelaskan lebih lanjut dalam Pasal 6 ayat (1) UU UMKM, kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

- a. memiliki kekayaan paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- b. memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM memiliki peranan yang penting dalam perekonomian suatu negara maupun daerah. Pada tahun 2016 kontribusi sektor UMKM terhadap produk domestik bruto (PDB) semakin meningkat dalam 5 tahun terakhir. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (UKM) mencatat kontribusi sektor UMKM meningkat dari 57,84% menjadi 60,34%. Selain itu hal penting lainnya adalah UMKM memiliki sifat yang lebih fleksibel di banding dengan usaha dengan kapasitas yang lebih besar.

Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah sektor industri kreatif berbetuk Usaha Kecil Menengah dan Mikro (UMKM) di Indonesia pada tahun 2013 dalam 5 tahun terakhir mengalami peningkatan dari 51.409.612 hingga 57.895.721 (BPS, 2016) dan pada tahun 2018 Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BPPN) , Badan Pusat Statistik (BPS) , dan United Nation Population Fund,

memprediksi jumlah pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia pada 2018 sebanyak 58,97 juta orang.

Melonjaknya jumlah UMKM yang tumbuh dan berkembang di Indonesia menyebabkan meningkatnya persaingan yang cukup ketat terhadap para pelaku UMKM. Perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan kinerja operasionalnya agar dapat terus bersaing dan mengikuti perkembangan industri. Perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan tersebut dengan memiliki komitmen organisasi untuk dapat bersaing dan tetap bertahan. Organization commitment adalah kondisi di mana seorang karyawan berada di dalam organisasi tertentu dengan tujuan dan keinginan untuk mempertahankan status keanggotaan dalam organisasi tersebut. Komitmen organisasi, menurut Chen (2006), menggambarkan bagaimana seorang karyawan merasa memiliki perusahaan. Dengan kata lain, itu adalah bagaimana karyawan puas dengan pekerjaan yang diberikan secara eksplisit, dan organisasi memberikan tanggapan yang sama kepada semua karyawan.

Sedangkan menurut Weng et al., (2010) menggambarkan bahwa komitmen organisasi sebagai kondisi psikologis yang mencirikan hubungan karyawan dengan organisasi atau implikasinya mempengaruhi apakah karyawan akan mempertahankan pekerjaan atau tidak. Komitmen organisasi menilai sejauh mana organisasi memiliki komitmen, yang diukur dengan tiga indikator, yaitu komitmen afektif, komitmen kontinuitas, dan komitmen normatif.

Selain komitmen organisasi perusahaan juga harus memiliki perencanaan, Robbins dan Coulter (2002) mendefinisikan perencanaan sebagai sebuah proses yang dimulai dari penetapan tujuan organisasi, menentukan strategi untuk pencapaian tujuan organisasi tersebut secara menyeluruh, serta merumuskan sistem perencanaan yang menyeluruh untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan seluruh pekerjaan organisasi hingga tercapainya tujuan organisasi. Adapun menurut Sjamsulbachri (2004:15) perencanaan merupakan proses dalam menentukan tujuan yang ingin dicapai dan strategi apa yang akan digunakan dalam usaha pencapaian tersebut.

Di sisi lain, kemampuan berinovasi adalah kemampuan untuk menyesuaikan atau mengubah ide-ide baru menjadi produk atau proses baru. Hartini (2012). Menurut Soekarnoputri (2002) Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan dan / atau rekayasa yang bertujuan mengembangkan nilai baru. Dalam konteks ilmiah, inovasi adalah cara baru untuk mengubah sains dan teknologi yang ada menjadi produk atau proses produksi. Dalam konteks pemerintahan, kebijakan inovasi dapat ditemukan di berbagai tingkat seperti industri atau kantor perdagangan, tingkat provinsi, dan tingkat internasional di bawah kementerian industri. Didalam inovasi terdapat inovasi produk dan inovasi proses. Produk adalah pengenalan produk baru ke pasar (Najib & Kiminami, 2011; Hartini, 2012).

Inovasi produk adalah tindakan untuk menciptakan produk baru sesuai dengan kebutuhan pasar. (Walker et al., 2011). Menurut White & Bruton (2007), inovasi

produk adalah perubahan produk, yang didahului oleh proses penelitian dan pengembangan di perusahaan. Inovasi produk adalah pengenalan dan pengembangan jenis barang atau layanan baru yang melengkapi kekurangan produk sebelumnya dengan lebih menekankan pada kualitas (Atalay et al., 2013). Sedangkan inovasi proses adalah tindakan untuk memperkenalkan proses produksi baru atau aktivitas harian baru (Najib & Kiminami, 2011). Proses inovasi adalah metode produksi baru dengan mengadopsi teknologi baru di seluruh proses rantai nilai termasuk manufaktur, pemrosesan data dan distribusi (Ismail & Mamat, 2012). Inovasi proses menggambarkan perubahan dalam cara organisasi menghasilkan produk dan layanan (Hartini, 2012).

Dengan adanya komitmen perusahaan, perencanaan yang baik dan inovasi, maka akan melancarkan kinerja operasional perusahaan. Kinerja operasional adalah cara yang digunakan oleh perusahaan untuk mengukur kinerjanya menggunakan manfaat keuangan dan non-keuangan / manfaat operasional (Ya'kob & Jusoh, 2016; Ramakrishnan et al., 2015; Rasula et al., 2012). Kinerja operasional dapat diukur melalui dua aspek; kinerja keuangan dan kinerja pasar. Kinerja keuangan terkait dengan kinerja perusahaan yang terkait dengan profitabilitas seperti penjualan, laba, dan margin keuntungan. Kinerja pasar terkait dengan kinerja di pasar diukur dengan pangsa pasar, rasio laba dan kepuasan pelanggan (Salim & Sulaiman, 2011).

Yogyakarta merupakan kota yang memiliki banyak penduduk berprofesi sebagai pelaku UMKM. Bantul adalah salah satu Kabupaten yang penduduknya merupakan

para pelaku usaha kecil dan menengah. Salah satu contohnya adalah Pusat sentra industri kerajinan Gerabah Kasongan Bantul yang merupakan salah satu tempat yang memiliki potensi tinggi dalam persaingan. Kerajinan gerabah di Bantul sudah mulai ada sejak tahun 1970-an. Kerajinan yang dihasilkan banyak diminati oleh para wisatawan. Dengan adanya persaingan yang tinggi dan semakin ketat, komitmen organisasi, perencanaan dan inovasi harus benar-benar diperhatikan. Hal ini dilakukan agar menghasilkan kinerja operasional yang optimal dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan para pesaing.

Berdasarkan uraian diatas maka judul penelitian pada penelitian ini yaitu “Pengaruh Komitmen Organisasi, Planning, Inovasi Proses, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Operasional pada UMKM Gerabah di Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis akan mengemukakan pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu pentingnya peningkatan kinerja operasional untuk dapat tetap bersaing dan memiliki keunggulan yang perlu dilakukan oleh UMKM Gerabah di Yogyakarta.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh Komitmen Organisasi terhadap Kinerja Operasional?
2. Apakah terdapat pengaruh *planning* terhadap Kinerja Operasional?
3. Apakah terdapat pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional?

4. Apakah terdapat pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh komitmen organisasi terhadap Kinerja Operasional
2. Untuk mengetahui pengaruh *planning* terhadap Kinerja Operasional
3. Untuk mengetahui pengaruh pengaruh inovasi proses terhadap kinerja operasional
4. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja operasional

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari dan menerapkan pembelajaran terkait Komitmen Organisasi, *Planning*, Inovasi Proses dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Operasional

2. Secara Praktis

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan atau UMKM yang akan melakukan, menerapkan Komitmen Organisasi, *Planning*, Inovasi Proses dan Inovasi Produk

3. Bagi Peneliti

Sebagai bentuk nyata dan hasil dari proses pembelajaran selama proses perkuliahan di Universitas Islam Indonesia dalam bidang manajemen khususnya bidang operasional