

BAB I

LATAR BELAKANG

1.1. Latar Belakang Masalah

Globalisasi pasar, meningkatnya interpenetrasi ekonomi dan saling ketergantungan pelaku-pelaku ekonomi menuntut perusahaan-perusahaan untuk mendesain kembali dan memodifikasi strategi bersaingnya. Bisnis pada abad 21 akan semakin banyak menghadapi tantangan karena pelanggan lebih memandang kepada produk yang lebih *high-quality*, *lowcost*, dan bisnis tersebut diatas juga harus lebih *responsive* terhadap perubahan yang sangat cepat.

Pada banyak industri, perubahan sosial politik yang cepat (seperti AFTA, MRA) akan meningkatkan jumlah dan kekuatan pesaing-pesaing baru dari negara asing. Pesaing-pesaing baru ini semakin cakap dan lebih produktif karena manajer-manajer mereka lebih berpendidikan dan memiliki keahlian teknik serta ketidakjelasan lintas batas teknologi dan informasi menjadikan mereka dengan cepat mengakses cara-cara dan peralatan terkini. Kompleksitas dan tantangan yang dihadapi perusahaan menuntut perusahaan untuk memiliki strategi inovasi yang tepat sehingga mampu bersaing dengan kompetitor baik dari perusahaan nasional maupun bersaing dengan perusahaan multinasional.

Usaha kecil dan menengah (UKM) diyakini memiliki peran yang penting dan strategis, ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, jumlah

industri yang besar dan terdapat dalam setiap sektor ekonomi. Pada masa krisis ekonomi tahun 1998 hingga kini UKM berperan sebagai sektor ekonomi yang secara signifikan mampu menciptakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja baik langsung maupun tidak langsung. Data dari Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2011, persentase jumlah UKM dibandingkan total perusahaan mencapai 99,9%. Pada tahun yang sama, jumlah tenaga kerja yang terserap oleh UKM mencapai 99,4% dari total tenaga kerja. Selain itu sektor UKM juga memberi sumbangan besar bagi Produk Domestik Bruto (PDB) yaitu sebesar 59,3%. Data tersebut menunjukkan bahwa UKM memiliki peran sentral bagi perekonomian Indonesia, khususnya dalam menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan output.

Dalam dasawarsa terakhir, perkembangan lingkungan bisnis yang sangat dinamis mempengaruhi setiap perusahaan, baik perusahaan besar menengah, maupun perusahaan kecil. Perubahan teknologi dan variasi produk yang secara cepat adalah dua faktor yang mempengaruhi secara signifikan dari perkembangan bisnis, sehingga seringkali strategi unggulan yang dipilih sebelumnya tidak memadai lagi. Oleh karena itu pemilihan dan penentuan strategi baru diperlukan bagi perusahaan yang lebih kompetitif (Vanny, 2002).

Sejak dekade terakhir, sebagai akibat dari kompetisi internasional yang kuat, fragmentasi dan tuntutan pasar, serta teknologi yang berubah cukup cepat, inovasi telah menjadi salah satu faktor yang paling relevan

untuk perusahaan. Secara khusus, dan secara luas diakui bahwa inovasi berdampak pada kinerja keuangan (Hult, Hurley, & Knight, 2004). Oleh karena itu, tidak ada yang mengherankan bahwa pengaruh inovasi terhadap kinerja menjadi kajian yang menarik untuk diteliti.

Dalam penelitian Damanpour dan Evan, (1984; Schulz & Jobe, (2001) menemukan bahwa yang memungkinkan perusahaan untuk memperoleh keuntungan pada inovasi, adalah penjualan dan pertumbuhan perusahaan yang lebih tinggi (Bigliardi, 2013).

Peran inovasi dalam mendongkrak kinerja usaha meliputi seluruh aspek penting yang bisa memberikan nilai tambah pada daya saing perusahaan: proses, produk, pasar, manajemen, dan sebagainya (Swa, 2005). Ketakutan organisasi dalam menerapkan inovasi adalah besarnya biaya yang harus diinvestasikan. Ketakutan ini sebenarnya tidak beralasan sebab inovasi tidak harus dimulai dari yang canggih dan berbiaya besar tetapi yang lebih penting terlembaga, konsisten dan berkelanjutan.

Menurut Bigliardi (2013) menyatakan bahwa di antara kendala UKM, literatur daftar sumber daya yang terbatas dan kemampuan untuk melakukan kegiatan inovasi di rumah (Hausman, 2005), kontak eksternal yang lemah, pendidikan dan pelatihan terbelakang, dan lebih keterlibatan dalam keputusan operasional sebagai yang paling penting. UKM mengejar inovasi dapat mengambil manfaat dalam beberapa cara, pertama berpendapat bahwa inovasi adalah kesempatan bagi UKM untuk dapat terbebas dari kegiatan bisnis monopoli. Selain itu, menjadi UKM lebih gesit

daripada perusahaan yang lebih besar, sehingga mereka dapat bergerak lebih cepat dan memperoleh monopoli ini untuk jangka waktu yang lama.

Menurut Bigliardi (2013) inovasi dibagi menjadi 3 kategori yaitu inovasi pelanggan (*customers innovation*), inovasi pesaing (*competitors innovation*) dan inovasi teknologi (*Technology innovation*). Berdasarkan fenomena tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan obyek penelitian adalah perusahaan Bakpia di Pathok Yogyakarta yang tergabung dalam UKM (Usaha Kecil dan Menengah). UKM merupakan industri yang memiliki peranan penting dalam ikut serta menunjang pembangunan ekonomi daerah. Menjadi tanggung jawab kita bersama untuk membantu meningkatkan kegiatan usaha yang menjamin tercapainya iklim usaha industri yang baik dan berkesinambungan, sehingga judul penelitian ini adalah **“Pengaruh Inovasi Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada UKM Bakpia Pathok Yogyakarta)”**

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah inovasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
2. Apakah inovasi pesaing berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?
3. Apakah inovasi teknologi berpengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan?

4. Variabel manakah yang berpengaruh dominan diantara inovasi pelanggan, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi pelanggan terhadap kinerja keuangan perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi pesaing terhadap kinerja keuangan perusahaan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan.
4. Untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan diantara inovasi konsumen, inovasi pesaing dan inovasi teknologi terhadap kinerja keuangan perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

1. Perusahaan

Hasil dari kajian yang dikembangkan dalam penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukkan kepada perusahaan dalam mengelola meningkatkan inovasi perusahaan untuk mencapai kinerja yang lebih baik.

2. Peneliti

Sebagai bahan kajian dan pertimbangan penelitian konsep keunggulan pasar yang akan datang dengan mengembangkan konstruk penelitian tersebut sebagai masukan baik kepada peneliti dan pengamat dalam menjawab setiap persoalan dan secara sistematis menyusun langkah ilmiah yang efektif.

3. Akademisi

Memberikan tambahan informasi dan pengetahuan bagi ilmu manajemen strategik, terutama untuk mengkaji lebih lanjut faktor inovasi mempengaruhi kinerja UKM manufaktur.

