

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era revolusi industri 4.0 saat ini terdapat tantangan dan tekanan bagi perusahaan besar dan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memiliki kapabilitas dinamik dan strategi yang mampu menangkap peluang dan memperbaharui pasar. Sebagai sebuah organisasi bisnis yang bersifat mandiri, UMKM mempunyai peranan yang penting dalam pertumbuhan ekonomi dan industri suatu negara (Prasetyo & Wijaya, 2019). Disamping itu, UMKM mempunyai kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja (Mustikowati & Tysari, 2014). Studi empirik menunjukkan bahwa UMKM pada skala internasional merupakan sumber penciptaan lapangan pekerjaan (Bourletidis, 2013; Alayo et al, 2019).

Kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di negara maju maupun negara berkembang, termasuk Indonesia, mempunyai peranan yang signifikan dalam penanggulangan masalah pengangguran. Meskipun demikian, potensi yang dimiliki oleh UMKM belum diimbangi dengan kemampuan untuk bersaing. Daya saing yang rendah mengakibatkan posisi perusahaan tergeser hingga tidak aman dalam persaingan bisnis. Mustikowati & Tysari (2014) mengungkapkan suatu fakta bahwa daya saing yang rendah dari UMKM menyebabkan kelompok ini mengalami kesulitan dalam meningkatkan outputnya. (Shepherd & Wiklund, 2009).

Surakarta merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki sektor

industri yang berkembang pesat. Dari data Dinas Koperasi dan UKM Kota Surakarta, jumlah industri di Kota Surakarta tahun 2022 secara keseluruhan mencapai 3.098. Adapun jenis UMKM yang ada di Kota Surakarta meliputi: batik, *fashion*, makanan kemasan, *handicraft*, jasa, kuliner dan perdagangan. UMKM batik menjadi salah satu UMKM yang terkenal di Kota Surakarta, karena batik merupakan *icon* yang melekat di Kota Surakarta. Selama berpuluh-puluh tahun, batik telah menjadi napas dan sumber mata pencaharian bagi sebagian masyarakat di Kota Surakarta. Di tengah kondisi krisis ekonomi akibat pandemi covid-19 ini, UMKM batik Kota Surakarta masih mampu bertahan. Salah satu alasan UMKM tersebut dapat bertahan, yaitu jejaring komunitas lokal yang secara kolektif dapat bertindak sebagai unit yang lebih besar untuk daya tahan dan eksistensi yang lebih kuat dengan sumber daya bersama yang lebih besar (Prabawati, 2021). Dari hal tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan menggunakan objek UMKM batik Kota Surakarta.

UMKM yang baik merupakan UMKM yang memiliki kinerja usaha yang baik juga. Kinerja usaha berkaitan dengan hasil yang dicapai oleh perusahaan sebagai dampak dari strategi perusahaan. Menurut Silviasih et al. (2016), kinerja usaha adalah suatu prestasi yang telah dicapai perusahaan dengan memperhatikan berbagai indikator yang mempengaruhi yaitu pendapatan, profitabilitas, produktivitas, pengembangan pasar, struktur organisasi dan sistem manajemen. Tirtamahya (2018) mengatakan bahwa kinerja usaha adalah hasil dari serangkaian proses bisnis yang mana dengan pengorbanan berbagai

macamsumber daya, yaitu dapat dari sumber daya manusia dan juga keuangan perusahaan. Dengan demikian kinerja usaha merupakan hasil kerja yang telah dilakukan oleh suatu perusahaan.

Di dalam suatu perusahaan diperlukan sebuah inovasi produk yang akan memberikan suatu cita rasa yang baru terhadap produk yang sudah ada sebelumnya. Karena jika suatu produk memiliki suatu keunggulan, maka akan dilihat sebagai nilai tambah untuk konsumen. Inovasi pada produk dapat terjadi karena beberapa hal, diantaranya adanya *feedback* dari pelanggan, kombinasi dari produk yang sudah ada, dan penemuan yang benar - benar baru. Hal ini dilakukan untuk membuat bisnis agar lebih kompetitif sehingga nantinya akan meningkatkan keuntungan yang besar. Menurut Kotler dalam Rika Devi Kurniasari (2017) menambahkan bahwa inovasi tidak hanya terbatas pada pengembangan produk-produk atau jasa-jasa baru. Menurut Buchari dalam Rika Devi Kurniasari (2017) inovasi berarti mengamati konsumen untuk menemukan dan memuaskan konsumennya dengan memberikan produk yang baru. Inovasi produk sebagai solusi untuk perusahaan agar tetap terus menerus bertahan untuk menyesuaikan era mendatang. Oleh karena itu perusahaan dituntut untuk menciptakan pemikiran dan kreativitas baru untuk peningkatan layanan pada konsumen.

Didalam teori RBV (*Resource-Based View*) menyatakan bahwa strategi bisnis yang unggul dilakukan dengan mengalokasikan sumber daya kepada kebutuhan pasar pada saat kemampuan perusahaan pesaing tidak mencukupi sehingga akan memberikan hasil yang efektif bagi perusahaan. Teori RBV

akan lebih mudah bagi usaha kecil karna yang dibutuhkan adalah inovasi dalam pendayagunaan sumber daya internal yang dimiliki industri tersebut (Churiyah, 2013). Namun inovasi hanya mampu bertahan dalam lingkungan sengit akan persaingan, tapi tidak cukup mampu bertahan didalam kondisi pasar yang dinamis (Chau dan Witcher, 2008). Karena adanya perubahan lingkungan yang dinamis, maka lahirlah suatu konsep baru yang di perkenalkan oleh Teece dan Pisano pada tahun 1994 yang bernama kapabilitas dinamis (*dynamic capabilities*) yang merupakan pengembangan dari teori RBV (*Resource-Based View*).

Kapabilitas dinamik (*dynamic capabilities*) dapat menjadi strategi yang diambil untuk memengkan persaingan dan bertahan dalam turbulensi lingkungan bisnis. Kapabilitas dinamik (*dynamic capabilities*) pertama kali diperkenalkan oleh Teece dan Pisano pada tahun 1994. Menurut mereka kapabilitas dinamis (*dynamic capabilities*) berkaitan dengan kemampuan organisasi untuk menciptakan, membentuk kembali, mengasimilasi pengetahuan dan keterampilan agar tetap berdiri kuat dalam lingkungan persaingan yang selalu berubah-ubah dengan cepat sehingga dapat mengubah kemampuan mereka dalam mengatasi lingkungan yang dinamik (Zahra et al., 2006; Teece 2007; Ambrosini, 2009). Adapun dimensi-dimensi kapabilitas dinamik (*dynamic capabilities*) yaitu *adaptive capabilities*, *absorptive capabilities*, dan *innovative capabilities* (Wang dan Ahmed, 2007). Kapabilitas adaptif (*adaptive capabilities*) didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang pasar yang muncul.

Sedangkan kapabilitas absorptif (*absorptive capabilities*) merujuk kepada kemampuan perusahaan untuk menggali nilai informasi eksternal yang terbaru, menyesuaikannya (mengasimilasikan) dan menerapkannya. Dan dimensi yang terakhir adalah kapabilitas inovatif yang merupakan kemampuan yang mengacu pada kemampuan perusahaan dalam mengembangkan produk atau pasar melalui penyesuaian antara orientasi strategi inovatif dengan perilaku dan proses inovatif.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti ingin mengetahui tentang pengaruh komponen *dynamic capabilities*, di antaranya adalah *adaptive capability*, *absorptive capability* dan *innovative capability* terhadap kinerja UMKM dengan inovasi sebagai variabel intervening. Sehingga, peneliti menyusun skripsi ini dengan judul, **“Pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Kinerja Usaha Batik dengan Inovasi sebagai Variabel Intervening”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dalam penelitian ini perumusan masalah yang ingin dijabarkan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Inovasi?
2. Apakah terdapat pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha Batik?
3. Apakah terdapat pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Kinerja Usaha Batik?
4. Apakah terdapat pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Kinerja Usaha

Batik yang dimediasi Inovasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada di atas, tujuan penelitian ini dilakukan antara lain:

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Inovasi?
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha Batik?
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Kinerja Usaha Batik?
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh *Dynamic Capability* terhadap Kinerja Usaha Batik yang dimediasi Inovasi?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Sebagai bahan masukan untuk setiap perusahaan maupun sebagai sarana dalam meningkatkan kinerja UMKM dan dapat memahami lebih lanjut tentang orientasi wirausaha, kapabilitas jejaring usaha dan inovasi dalam menjalankan kinerja UMKM serta sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan di perusahaan dalam rangka memperbaiki kelemahan yang ada agar perusahaan akan semakin baik kinerjanya dan

dapat melakukan perubahan-perubahan yang positif sehingga tercapainya keberhasilan usaha yang optimal.

2. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan referensi yang bisa dipakai apabila penulis lain ingin dan tertarik membuat tulisan yang sama dengan penulis dan juga menjadi bahan bacaan untuk menambah wawasan pengetahuan khususnya mengenai masalah yang berkaitan dengan pengaruh kapabilitas dinamik terhadap kinerja UMKM batik di Kota Surakarta.