

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat penting dalam perekonomian nasional karena selain dapat membantu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pemerataan distribusi hasil pembangunan, adanya UMKM dapat mengurangi pengangguran akibat angkatan kerja yang tidak terserap dalam dunia kerja. Asian Development Bank (2001) mengatakan bahwa peran UMKM penting bagi restrukturisasi industri, karena UMKM memberikan kontribusi bagi penyerapan lapangan kerja dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM dapat meningkatkan perekonomian yang lebih baik dalam menyediakan jasa dan pembuatan variasi barang kebutuhan konsumen, UMKM dapat meningkatkan daya saing dari *marketplace* dan mencegah posisi monopolistik dari berbagai perusahaan besar dan UMKM bertindak sebagai tempat pengembangan kemampuan wirausaha dan inovasi.

Permasalahan usaha kecil pada bidang pemasaran terfokus pada tiga hal, yaitu permasalahan persaingan pasar dan produk, permasalahan akses terhadap informasi pasar dan permasalahan kelembagaan pendukung usaha kecil. Produk yang dihasilkan UMKM sering kali masih kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar, baik dari segi inovasi produk, kualitas produk, maupun distribusi produk. Persaingan antara sesama pelaku UMKM dan persaingan dengan usaha besar seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk

mengembangkan dan memperluas usahanya. Bahkan, persaingan usaha yang semakin kompetitif tidak jarang menjadi salah satu pemicu bangkrutnya usaha berskala kecil. Disamping itu, secara internal UMKM kurang mempunyai kemampuan manajerial dan keterampilan dan kurangnya permodalan dan pasar.

Ketika UMKM mampu menerapkan orientasi kewirausahaan dan inovasi, maka UMKM mampu menyusun strategi bisnis agar dapat digunakan sebagai alat untuk menghadapi persaingan. Strategi yang tepat sangat diperlukan bagi pengusaha UMKM, mengingat dalam mengembangkan usahanya UMKM dituntut memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan bisnisnya. Sebab orientasi kewirausahaan merupakan salah satu faktor penting yang dapat menentukan keberhasilan suatu bisnis (Gupta *et al.*, 2004). Orientasi kewirausahaan, seorang pengusaha dianggap memiliki peranan yang signifikan dalam kesuksesan suatu bisnis, sehingga bisnis tersebut dapat berkinerja dengan baik (Mahmood dan Hanafi, 2013; Zainol dan Ayadurai, 2011). Sebuah perusahaan yang memiliki konsep orientasi kewirausahaan akan cenderung melakukan usahanya lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang mengadopsi orientasi konservatif (Rauch *et al.*, 2009). Orientasi kewirausahaan dipandang memiliki kemampuan untuk meningkatkan kinerja sebuah perusahaan. Orientasi kewirausahaan merupakan komponen yang sangat penting dalam mengembangkan usahanya, hal tersebut terlihat dari pemilik dan pengelola dalam menjalankan usahanya sudah menunjukkan perilaku inovatif, proaktif dan berani dalam mengambil resiko. Inovasi akan meningkatkan nilai tambah dari suatu

produk serta menciptakan produk baru yang dapat memberikan solusi yang lebih baik bagi pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

Pengelolaan UMKM masih belum profesional, padahal UMKM merupakan basis dari karakter dan identitas bangsa, dengan memperkuat struktur industri berbasis tradisi dan budaya, kekayaan intelektual dan warisan budaya bangsa dapat dilestarikan sebagai sumber inspirasi untuk menghasilkan produk-produk inovatif baru bernilai tambah dan berdaya saing tinggi. Belum profesional menyebabkan terhambatnya perkembangan UMKM salah satunya adalah *knowledge management*. Menciptakan inovasi dalam sebuah organisasi, dibutuhkan penggunaan pengetahuan yang efisien atau disebut manajemen pengetahuan. Menurut Jashapara (2011) dalam Girniene (2013), ide-ide baru tidak cukup untuk menciptakan inovasi. Ide yang dihasilkan harus dikembangkan dan diintegrasikan dalam konteks proses, kegiatan, dan kebijakan organisasi. Inovasi yang sukses dimulai dengan ide yang tidak rasional namun dapat diubah menjadi bentuk pengetahuan yang tepat.

Manajemen pengetahuan sebagai sebuah proses yang membantu organisasi untuk menemukan, memilih, mengatur, menyebarkan, dan mentransfer informasi penting dan keahlian yang diperlukan untuk kegiatan (Zaied, *et al*, 2016). Manajemen pengetahuan dapat mendorong orientasi kewirausahaan, yang kemudian berpotensi meningkatkan daya saing melalui penciptaan inovasi (Dewi dan Pudjo, 2017).

Salah satu sektor industri yang dikembangkan dan mendapat skala prioritas dari Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Mojokerto adalah

sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal. Jumlah UMKM yang dibina oleh Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Mojokerto berjumlah 32 unit usaha, dengan jumlah UMKM yang tidak sedikit dapat dipastikan bahwa tingkat persaingan industri tas dan dompet semakin meningkat. Tidak semua UMKM tas dan dompet di Jabontegal Kabupaten Mojokerto mampu mendapatkan permintaan pembuatan tas dan dompet dalam jumlah yang banyak, hanya dua UMKM yang biasanya mendapatkan permintaan pembuatan tas dan dompet dalam jumlah yang banyak. Untuk menyelesaikan pekerjaan dilakukan pemborongan pekerjaan, artinya tidak semua pekerjaan di selesaikan oleh UMKM yang mendapatkan permintaan tetapi dibagikan kepada beberapa UMKM lain yang tidak mendapatkan permintaan.

Adanya pemborongan pekerjaan membuat kualitas tas dan dompet tidak merata sehingga tidak sesuai dengan pesanan bahkan lamanya pengerjaan juga tidak sesuai yang dijadwalkan. Ketidaksesuaian kualitas produk disebabkan tidak semua UMKM memiliki manajemen pengetahuan misalnya kualitas yang distandardisasi sehingga hasil dari tas dan dompet tidak sesuai dengan pesanan, hal ini yang membuat berkurangnya pesanan tas dan dompet dari sentra UMKM Jabontegal Mojokerto. Selain itu, pesaing tidak hanya datang dari UMKM dalam negeri saja, tetapi juga bisa datang dari industri tas dan dompet di luar negeri khususnya China. Oleh karena itu, upaya peningkatan keunggulan dan daya saing untuk UMKM menjadi semakin penting dan mendesak.

Berdasarkan temuan di lapangan, UMKM tas dan dompet di Jabontegal Kabupaten Mojokerto kurang melakukan inovasi atas produk tas dan dompet yang

dihasilkannya. Dibuktikan dengan UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto hanya mampu menerima permintaan pembuatan tas dan dompet dari pesanan, mereka tidak dapat berkreasi sendiri dalam membuat tas dan dompet yang menjadi ciri khas dari UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto. Dari sisi manajemen pengetahuan, pengetahuan UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto tentang bisnis maupun tentang produk sangat minim sekali. UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto kurang berani merubah manajemennya meski sudah mendapatkan pelatihan dan pengetahuan dari Disperindag Mojokerto. Hal tersebut dibuktikan dengan pangsa pasar hanya disekitar Mojokerto dan Surabaya. Pangsa pasar UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto belum meluas ke seluruh Jawa Timur maupun di Indonesia ataupun luar negeri. Dari sisi promosi, UMKM di Jabontegal Kabupaten Mojokerto kurang melakukan promosi, mereka hanya mengandalkan ruang pameran yang ada di wilayahnya sendiri dan di Disperindag maupun bazar-bazar yang di adakan oleh Disperindag Kabupaten Mojokerto.

UMKM dihadapkan pada permasalahan lain yaitu Sumber Daya Manusia yang memiliki kualifikasi baik dan berpengalaman. Sumber Daya Manusia berpengalaman cenderung memilih untuk bekerja di organisasi besar yang menjanjikan gaji dan bonus lebih tinggi dibanding UMKM. UMKM juga menghadapi masalah dalam mempertahankan Sumber Daya Manusia dengan keahlian khusus, karena terbatasnya kesempatan karir. UMKM seringkali hanya digunakan sebagai batu loncatan untuk dapat berpindah ke organisasi besar. Munculnya Sumber Daya Manusia berpengetahuan memberikan ancaman

tersendiri bagi UMKM, kecuali UMKM dapat menangkap, memodifikasikan, dan mentransfer pengetahuan ke seluruh organisasi (Ionela *et al.*, 2011).

Keberhasilan UMKM menuntut UMKM untuk dapat menggunakan pengetahuan secara efisien dan meningkatkan potensi inovasi, lebih cepat dibanding pesaingnya (Grant, 1996; Prusak, 2001). Oleh karenanya, penting bagi UMKM untuk dapat menerapkan manajemen pengetahuan guna menciptakan, mendukung, dan memperbaiki keunggulan bersaingnya (Astuti dan Ida, 2016).

Menurut Keeh *et al.* (2007) salah satu alasan inovasi sangat penting dikarenakan kemampuan inovatif dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus mempertahankan konsumen sebagai pelanggan. Agar tetap dapat bersaing, di industri kreatif diharapkan memiliki kemampuan melakukan inovasi secara terus menerus sesuai dengan permintaan pasar yang telah ada. Inovasi produk akan meningkatkan kemampuan UMKM dengan menciptakan produk yang lebih berkualitas melalui manajemen pengetahuan sehingga dampaknya akan meningkatkan daya saing. Oleh karena itu, manajemen pengetahuan berperan penting dalam industri kreatif khususnya UMKM agar berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Bertitik tolak dari fenomena yang terjadi di sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto, sehingga penelitian ini mengambil judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Inovasi dimediasi oleh Manajemen Pengetahuan pada Sentra UMKM Tas dan Dompet di Jabontegal Mojokerto”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dirumuskan permasalahan:

1. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto?
2. Apakah orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen pengetahuan pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto?
3. Apakah manajemen pengetahuan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto?
4. Apakah manajemen pengetahuan mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto.
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap manajemen pengetahuan pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto.
3. Untuk mengetahui pengaruh manajemen pengetahuan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto.
4. Untuk mengetahui manajemen pengetahuan mampu memediasi pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja inovasi pada Sentra UMKM tas dan dompet di Jabontegal Mojokerto.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan perencanaan pemecahan masalah tentang orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan kinerja inovasi.
2. Sebagai bahan referensi dan pembanding bagi semua pihak yang ingin mengetahui tentang pendalaman dan permasalahan orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan kinerja inovasi.

1.5. Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan penelitian ini dibagi menjadi lima bab yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah yang dihadapi perusahaan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan penjelasan mengenai sistematika penulisan.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori mengenai pengelolaan sumber daya manusia untuk mengadakan pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan khususnya mengenai teori orientasi kewirausahaan, manajemen pengetahuan dan kinerja inovasi, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode penelitian yang digunakan untuk menjawab hipotesis, meliputi pendekatan penelitian, definisi operasional variabel, jenis penelitian dan masalah yang akan diteliti, penjelasan tentang jenis dan sumber data, prosedur pengumpulan data, maupun teknik analisis.

BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran perusahaan sebagai subyek penelitian, termasuk didalamnya struktur organisasi. Bab ini juga menguraikan hasil-hasil penelitian yang didahului dengan deskripsi hasil penelitian dan dilanjutkan dengan pembahasan mengenai hasil penelitian berdasarkan temuan data dan fakta yang diperoleh di lapangan.

BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan kesimpulan yang ditarik berdasarkan pembahasan yang dilakukan dalam bab sebelumnya. Bagian terakhir adalah saran yang diajukan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi perusahaan