

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang Masalah

Saat ini telah memasuki era globalisasi, dimana selera dan permintaan setiap orang didunia menjadi homogen, karena meningkatnya akses informasi dan komunikasi internasional tentang produk dan layanan serta adanya peningkatan akses ke transportasi (Hammond & Grosse, 2003). Dengan berkembangnya globalisasi membuat respons perusahaan terhadap peluang dan ancaman menjadi semakin kompetitif, globalisasi meningkatkan persaingan yang dapat memengaruhi setiap orang, serta cenderung membuat bisnis yang kuat menjadi lebih kuat melalui sumber daya global dan penjualan, sebaliknya juga dapat membuat bisnis yang lemah semakin menjadi lemah melalui kompetisi (Gabrielsson dkk., 2006; Ndubisi, 2014; Slywotzky dkk., 2006). Globalisasi mengharuskan perusahaan untuk mengembangkan strategi bisnis yang tepat untuk memperbaiki posisi pasar, meningkatkan daya tawar, dan berurusan dengan ketidakpastian (Ndubisi, 2014; Schwab dkk., 2019).

Dengan adanya perkembangan bisnis diperlukan adanya sistem pengukuran kinerja suatu organisasi sebagai tindakan dan upaya seorang manajer, penting bagi para manajer untuk memiliki keterampilan untuk meningkatkan kinerja dalam organisasi dan mengurangi kegagalan (Madanchian & Taherdoost, 2019; Vij & Bedi, 2016). Oleh sebab itu, pengukuran kinerja memainkan peran penting dalam menerjemahkan strategi organisasi menjadi perilaku dan hasil yang diharapkan (Bourne dkk., 2003; Chenhall & Langfield-Smith, 1998; R.S. Kaplan & Norton, 2001; Lillis, 2002; Silvestro, 2014). Tujuan diadakannya pengukuran adalah untuk menggali informasi mengenai keadaan tentang proses dan produk perusahaan, serta memungkinkan organisasi untuk belajar dari masa lalu agar dapat meningkatkan kinerjanya (González dkk., 2010; L. dkk., 2014). Untuk menerapkan

manajemen organisasi, pendekatan *resources-based view* menjadi hal yang penting karena menjadi dasar pemikiran perusahaan untuk dapat memberikan keunggulan kompetitif (Andersén, 2010; Clulow dkk., 2007; Wright dkk., 2001).

Penting untuk menyelidiki bagaimana perusahaan menanggapi tekanan persaingan ketika dihadapkan dengan sejumlah besar pesaing (Liu & Atuahene-Gima, 2018; Tyler dkk., 2018). Persaingan yang ketat dimulai ketika perusahaan memperkenalkan produk baru ke pasar untuk mengambil peluang pasar atau memenuhi kebutuhan pelanggan di lingkungan yang kompleks akan menjadikan tantangan bagi perusahaan, hal ini terjadi karena lingkungan bisnis telah mengalami perubahan yang ditandai oleh ketidakpastian lingkungan dan intensitas pertumbuhan persaingan yang meningkat (Anning-Dorson, 2016; Liu & Atuahene-Gima, 2018; Purnama & Subroto, 2016). Maka perusahaan perlu untuk menyelidiki keberlanjutan perusahaannya dengan mengamati posisi kompetitif (Gomes dkk., 2018).

Berdasarkan penelitian dari J. Schumpeter (1942), studi teoritis dan empiris telah mengkesplorasi hubungan persaingan pasar antara produk dan inovasi. Bagaimanapun adanya tekanan persaingan mempengaruhi kinerja perusahaan adalah masalah penting. Seringkali, pendekatan yang berbeda menghasilkan hasil yang tidak konsisten. Penelitian Tyler dkk. (2018) mengatakan bahwa UKM merespons kinerja secara berbeda terhadap tekanan persaingan yang dirasakan yaitu peluang atau ancaman kompetitif, persepsi manajer tentang tekanan persaingan positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan praktik lingkungan. Sedangkan, penelitian Purnama dan Subroto (2016) mengatakan bahwa dampak intensitas persaingan signifikan positif pada investasi teknologi informasi, tetapi intensitas persaingan berdampak signifikan negatif terhadap kinerja bisnis. Karena adanya ketidak konsistenan ini, maka peneliti menambahkan variabel mediasi yaitu kemampuan inovasi.

Inovasi adalah salah satu faktor yang memengaruhi kemajuan kompetitif perusahaan, inovasi dapat dicapai dengan mengelola umpan balik menjadi pengetahuan baru (Ruiz-Ortega dkk., 2016; Sousa, 2006). Karena pada dasarnya perusahaan kecil yang memiliki kemampuan untuk menghasilkan barang atau jasa

untuk menerapkan cara baru dalam produksi yang akan mendapatkan keunggulan kompetitif serta meningkatkan internasionalisasi/pertumbuhan untuk menghentikan kekacauan industri (Loewe & Chen, 2007; Saridakis dkk., 2019). Dengan inovasi membantu perusahaan kecil untuk bersaing di pasar dan mendapatkan keuntungan akses ke pasar internasional, akibatnya inovasi menjadi sebuah keharusan yang tidak dapat dihindarkan lagi (Loewe & Chen, 2007; Saridakis dkk., 2019)

Inovasi adalah inti dari strategi bisnis yang berupa proses dalam menghubungkan ide-ide baru dengan proses produk atau jasa yang mengharuskan organisasi untuk belajar dari pengalaman serta mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar (Alinejad & Anvari, 2016; Loewe & Chen, 2007; Varadarajan, 2018). Inovasi semakin diakui karena memiliki kontribusi penting untuk keberhasilan organisasi, kinerja dan kelangsungan hidup organisasi, serta menciptakan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Anning-Dorson, 2016; Baregheh dkk., 2012). Karena inovasi sangat bervariasi dalam sifatnya, maka yang menjadi masalah utama adalah cara untuk mendapatkan upaya inovasi dengan kemungkinan keberhasilan yang tinggi (Baregheh dkk., 2012; Loewe & Chen, 2007).

Inovasi dipengaruhi oleh adanya tekanan persaingan (Ruiz-Ortega dkk., 2016). Penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh tekanan persaingan terhadap inovasi. Berdasarkan penelitian Distanont dan Khongmalai (2018) mengatakan bahwa inovasi meningkatkan keunggulan dalam bersaing melalui faktor eksternal. Sedangkan, penelitian Ghosh dkk. (2017) mengatakan bahwa persaingan yang terintensifikasi dapat menurunkan inovasi tambahan.

Inovasi meningkatkan peluang untuk meningkatkan kinerja perusahaan, mendorong perusahaan untuk meningkatkan kecenderungan untuk sukses di pasar (Anning-Dorson, 2016). Penelitian terdahulu telah meneliti pengaruh inovasi terhadap kinerja bisnis. Berdasarkan penelitian Ulubeyli dkk. (2018) mengatakan bahwa inovasi yang berdasarkan tekanan persaingan dapat mengarah ke keberlanjutan perusahaan kecuali, jika menggunakan strategi *cost leadership* tidak berdampak pada keberlanjutan perusahaan. Sedangkan, penelitian Hamelink dan

Opendakker (2019) mengatakan bahwa inovasi model bisnis memengaruhi kinerja perusahaan.

Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal model dan modifikasi pengukuran. Penelitian Purnama dan Subroto (2016) menggunakan model mediasi investasi teknologi informasi dalam menjelaskan pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja. Penelitian ini menggunakan model mediasi kemampuan inovasi dalam pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis. Variabel kemampuan inovasi diukur dengan inovasi organisasi, proses, produk atau jasa, pemasaran, serta hubungan. Selain itu, penelitian ini memodifikasi pengukuran. Penelitian Purnama dan Subroto (2016) mengukur variabel tekanan persaingan dengan jumlah persaingan perusahaan sejenis, persaingan produk, dan persaingan pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan variabel tekanan persaingan yang diukur dengan kompetisi produk, kompetisi pangsa pasar, perusahaan sejenis, perubahan teknologi, persaingan harga, peraturan dan kebijakan pemerintah, serta promosi dan distribusi saluran. Penelitian Purnama dan Subroto (2016) mengukur variabel kinerja bisnis dengan peningkatan keunggulan kompetitif, peningkatan kinerja keuangan, peningkatan profitabilitas, dan peningkatan pangsa pasar. Penelitian ini menggunakan variabel kinerja bisnis yang diukur dengan kinerja keuangan dan kinerja nonkeuangan yang mencakup pelanggan, proses bisnis internal, pertumbuhan dan pembelajaran. Penelitian ini akan berfokus pada UMKM di Jawa Timur.

Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) telah memainkan peran yang sangat penting dalam masa transformasi ekonomi, karena UMKM merupakan kontributor ketenagakerjaan terbesar di negara-negara berkembang, terhitung mencapai 80-85 persen (Carey, 2015; Hashi & Krasniqi, 2011; Pfeffermann, 2016). Karena UMKM lebih menekankan pada *social capital* sebagai sumber daya yang berharga, maka pertumbuhan UMKM menjadi lebih rentan terhadap adanya lingkungan eksternal yaitu perubahan pasar yang tidak menguntungkan, padahal UMKM berkontribusi untuk pertumbuhan negara dan pembangunan ekonomi (Hashi & Krasniqi, 2011; Madanchian & Taherdoost, 2019). Semakin berkembangnya industri UMKM menjadikan UMKM sebagai roda perekonomian

negara. Munculnya berbagai macam industri seperti industri makanan, kerajinan, furnitur dan tekstil telah memberikan warna bagi perekonomian Indonesia (Ratnawati dkk., 2018). Berdasarkan berita dari www.merdeka.com, menyebutkan bahwa hasil binaan UMKM Jawa Timur mendominasi pangsa pasar internasional.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh mediasi kemampuan inovasi dalam pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis pada UMKM di Jawa Timur. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh tersebut serta diharapkan dapat berkontribusi pada penelitian sebelumnya. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan kinerja UMKM agar dapat meningkatkan daya saing dengan cara berinovasi di era kompetitif saat ini.

1.2 Kesenjangan Penelitian

Berdasarkan penelitian dari J. Schumpeter (1942), studi teoritis dan empiris telah mengkesplorasi hubungan persaingan pasar antara produk dan inovasi. Bagaimanapun adanya tekanan persaingan mempengaruhi kinerja perusahaan adalah masalah penting. Seringkali, pendekatan yang berbeda menghasilkan hasil yang tidak konsisten.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa tekanan persaingan mempengaruhi kinerja bisnis. Penelitian Tyler dkk. (2018) mengatakan bahwa UKM merespons kinerja secara berbeda terhadap tekanan persaingan yang dirasakan yaitu peluang atau ancaman kompetitif, persepsi manajer tentang tekanan persaingan positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan dan praktik lingkungan. Penelitian Alinejad dan Anvari (2016) mengatakan bahwa intensitas persaingan positif dan signifikan terhadap kinerja organisasi.

Namun, terdapat penelitian terdahulu yang mengatakan bahwa tekanan persaingan signifikan negatif terhadap kinerja bisnis. Penelitian Purnama dan Subroto (2016) mengatakan bahwa dampak intensitas persaingan signifikan positif pada investasi teknologi informasi, tetapi intensitas persaingan berdampak signifikan negatif terhadap kinerja bisnis. Karena adanya ketidak konsistenan ini, maka peneliti menambahkan variabel mediasi yaitu kemampuan inovasi.

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian yang dapat dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh bukti empiris pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis.
2. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung tekanan kompetitif terhadap kinerja bisnis dengan kemampuan inovasi sebagai variabel mediasi.

1.4 Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif eksplanatoris. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh dari kuesioner. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala Likert. Angka 1 sampai 5 digunakan untuk menggambarkan tingkat persetujuan responden atas pernyataan-pernyataan di dalam kuesioner. Populasi penelitian ini adalah seluruh UMKM di Jawa Timur. Data UMKM di Jawa Timur diperoleh dari Dinas Koperasi dan UKM Jawa Timur. Jumlah populasi yang tercatat di Dinas Koperasi dan UKM di Jawa Timur sebesar 1.104. Namun, populasi secara pasti UMKM di Jawa Timur tidak diketahui. Sebanyak 181 sampel UMKM telah berhasil dikumpulkan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kemudian data tersebut diolah menggunakan Partial Least Square Structural Equation Model (PLS SEM).

1.5 Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tekanan persaingan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Tekanan persaingan memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kemampuan inovasi. Kemampuan inovasi memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis. Kemampuan inovasi memediasi penuh pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis.

1.6 Kontribusi Riset

Kontribusi dari penelitian ini adalah :

1.6.1 Kontribusi Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan pengembangan teori dan pengetahuan di bidang akuntansi manajemen, mengenai inovasi yang berdasarkan tekanan persaingan dalam meningkatkan kinerja bisnis UMKM.

1.6.2 Kontribusi Secara Praktis

1. Bagi UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan bagi UMKM sebagai langkah untuk meningkatkan kinerja bisnis walaupun terdapat tekanan kompetitif dengan cara melaksanakan inovasi.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian mendatang mengenai peran tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang masalah penelitian yang berawal dari adanya globalisasi. Globalisasi membuat perusahaan mengalami adanya tekanan dalam bersaing sehingga menyebabkan perusahaan perlu strategi untuk meningkatkan kinerjanya. Karena adanya kesenjangan penelitian maka peneliti menambahkan variabel mediasi yaitu kemampuan inovasi. Inovasi dipengaruhi oleh tekanan persaingan dan inovasi meningkatkan peluang untuk meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini melanjutkan penelitian terdahulu dengan beberapa perbedaan yaitu model mediasi kemampuan inovasi dan model pengukurannya. Fokus dari penelitian ini adalah UMKM di Jawa Timur.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan konsep dan teori yang berhubungan dengan judul serta permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian. Dasar Teori yang digunakan yaitu Teori *Resource-Based View* dan Teori *Entrepreneurship*, serta terdapat

beberapa penelitian terdahulu. Bab ini juga menguraikan pengembangan hipotesis penelitian yaitu tekanan persaingan berpengaruh terhadap kinerja bisnis, tekanan persaingan berpengaruh terhadap kemampuan inovasi, kemampuan inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis, dan kemampuan inovasi memediasi pengaruh tekanan persaingan terhadap kinerja bisnis UMKM di Jawa Timur.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan model empiris serta metode penelitian yang digunakan oleh penulis. Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif eksplanatoris yang menggunakan data primer yaitu kuesioner dengan skala Likert 1-5. Populasi penelitian ini adalah UMKM di Jawa Timur dengan menggunakan metode *purposive sampling*, diperoleh sampel sebanyak 181 responden dengan metode survey secara *online* dan *offline*. Teknik analisis data yang digunakan adalah statistika deskriptif, *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM PLS) dan *Common Method Bias*. Bab ini juga menguraikan definisi operasional variabel.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas gambaran secara umum dengan karakteristik responden UMKM, deskripsi hasil statistik variabel penelitian yang telah diidentifikasi, analisis model yang digunakan dalam penelitian yaitu analisis model pengukuran dan analisis model struktural serta pembahasan pengujian hipotesis untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan. Analisis model pengukuran meliputi uji validitas, uji reliabilitas, serta *Common Method Bias*. Analisis model struktural meliputi uji pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi ringkasan hasil hipotesis penelitian, kesimpulan penelitian, implikasi penelitian secara teoritis dan secara praktis, serta keterbatasan dan saran yang ditujukan baik kepada UMKM maupun penelitian selanjutnya. Penelitian ini

memberikan pemahaman kepada UMKM bahwa UMKM harus mengetahui kinerja bisnis lebih baik dengan tekanan persaingan dan kemampuan inovasi.