

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Peran Usaha Kecil Menengah (UKM) dalam sebuah negara merupakan hal yang sangat vital. Bahkan, dalam sebuah penelitian mengungkapkan bahwa UKM merupakan pendorong utama dalam memajukan ekonomi dalam sebuah negara. Industri kreatif mendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang saat ini di dominasi oleh para anak muda yang kreatif (Abdurofiq, 2015). Peran penting UKM diantaranya adalah membuka lapangan pekerjaan, meningkatkan taraf hidup masyarakat dan meningkatkan devisa negara melalui ekspor (Aji, Winarno, & Santosa, 2015). Sehingga, sudah seyogyanya agar pemerintah mulai memikirkan cara dan metode yang tepat dalam memajukan UKM.

Saat ini selain meningkatkan pelaku dalam UKM, tentu saja harus mempertahankan UKM yang telah ada. Menurut Soto-acosta, Popa, Palacios-marqués, Popa, & Palacios-marqués (2015) ekonomi saat ini yang ditandai oleh percepatan perubahan teknologi, globalisasi dan intensitas persaingan telah memberikan tekanan yang semakin besar pada pengelolaan usaha kecil dan menengah (UKM), terutama manufaktur UKM yang saat ini harus bersaing secara global. Bahkan *Small Business Administration (SBA)* Amerika Serikat menemukan bahwa 24 persen dari semua bisnis baru di Amerika Serikat gagal dalam dua tahun, dan 63 persen gagal dalam enam tahun (Terziovski, 2010).

Dari banyaknya jurnal yang telah meneliti tentang UKM, masih sedikitnya pengusaha yang memanfaatkan penggunaan teknologi informasi dalam mengembangkan usahanya, baik itu untuk mengelolah informasi tentang bisnis yang digelutinya, juga dalam metode pemasaran yang seharusnya di era ini telah berani melakukan penawaran produk secara online. Aisyah, Nugroho, & Sagoro (2014) mengemukakan bahwa baru 20% UKM di Indonesia yang menggunakan komputer dalam proses bisnis mereka. Di dalam penjelasan yang lebih lanjut, Aisyah et al. (2014) menjabarkan bahwa UKM di Indonesia belum mengadopsi komputer karena mereka tidak merasa membutuhkan komputer untuk menjalankan bisnis mereka (82.2%), kurangnya dukungan finansial (41.1%), dan kurangnya kemampuan dalam mengoperasikan komputer (4.1%). Padahal dari hasil penelitian bahwa setidaknya 58,2% dari pelaku UKM telah mampu menggunakan komputer dengan baik .

Hal serupa terjadi pada pelaku UKM yang berada di DIY dan Jateng, pelaku UKM yang melakukan penjualan di DIY dan Jateng masih memiliki beberapa kendala dengan penggunaan teknologi juga dalam mengelolah manajemen nya khususnya pada informasi yang telah di terima. Saat ini baru sekitar 10 persen UKM di DIY yang memanfaatkan teknologi informasi (Aji et al., 2015). Padahal Kemampuan TI memungkinkan perusahaan untuk berkolaborasi secara strategis dengan mitra bisnis secara efisien dan efektif (Bi, Davison, & Smyrnios, 2018). Manajemen informasi yang baik dan penggunaan informasi teknologi yang tepat dapat mempermudah jalan seorang

pelaku bisnis dalam memprediksi keinginan dan kebutuhan serta dapat memuaskan pelanggan untuk dapat loyal dengan produk yang kita tekuni.

Selain teknologi dan informasi, dalam mengembangkan sebuah bisnis juga diperlukan sebuah inovasi secara terus menerus. Dengan semakin banyaknya pelaku bisnis, juga tidak ada nya batasan secara demografi untuk pasar saat ini, dibutuhkan perubahan secara terus menerus baik dalam produk maupun dalam proses pemasaran sebuah produk. Pasar bebas merupakan dampak yang mengikuti globalisasi negara-negara ASEAN, dimana masyarakat ASEAN didorong untuk melakukan interaksi dan transaksi secara luas dalam berbagai bidang strategis (Abdurofiq, 2015). Hal ini dikarenakan banyak nya kompetitor yang telah berkecimpung dalam industri yang sama, juga semakin banyaknya produk substitusi yang dapat memenuhi keinginan konsumen.

Beberapa pendapat tentang inovasi yaitu, inovasi sebagai generasi, pengembangan, dan adopsi oleh sebuah firma ide baru atau perilaku baru yang mencakup produk, layanan, perangkat, proses teknologi, struktur organisasi, sistem administrasi, rencana, kebijakan dan program (Lyver & Lu, 2018) , selanjutnya kemampuan inovasi tidak hanya membutuhkan kerangka kerja yang dikembangkan dengan baik, tetapi juga melibatkan pengidentifikasian titik-titik lemah dan peningkatannya untuk mengkonsolidasikan kemampuan (Cho, Park, Son, & Lee, 2017). Castela & Marques (2017) mendefinisikan kemampuan inovasi sebagai konsep teoritis yang merujuk pada tindakan yang dapat diambil untuk meningkatkan kinerja UKM.

Inovasi merupakan kata kunci dalam keberhasilan sebuah organisasi. Begitu banyak perusahaan raksasa yang kita ketahui yang akhirnya tumbang dalam kompetisi bisnis karena begitu nyaman dengan kegiatan saat ini sehingga menutup diri akan berinovasi. Kita mengambil contoh seperti perusahaan raksasa Nokia ataupun Kodak yang akhirnya harus tersingkir dari persaingan bisnis. Begitupun yang telah dijelaskan di atas, masih banyaknya pelaku UKM yang akhirnya harus gulung tikar pada tahun pertama dikarenakan kurangnya kesadaran akan berinovasi.

Penulis melihat kemampuan sebuah perusahaan untuk berinovasi dengan mempertimbangkan kemampuan sebuah bisnis UKM dalam memanfaatkan kemampuan informasi teknologi. Dengan komersialisasi teknologi, yang menunjukkan bahwa UKM dapat meningkatkan laba mereka dengan mendorong karyawan untuk belajar secara berkelanjutan dan memanfaatkan secara efektif akumulasi kemampuan belajar mereka untuk membawa produk ke pasar dalam cara yang tepat waktu (Park, 2014). Penggunaan IT sebagai bagian yang sangat mendukung dalam berinovasi dalam pengembangan kinerja bisnis.

Selain itu, pengelolaan pengetahuan juga menjadi faktor utama dalam berinovasi, tentu saja absorptive dalam mengelolah informasi-informasi untuk dapat dimanfaatkan sebagai dasar melakukan inovasi. Kemampuan pengetahuan yang berkembang dengan baik tentu memfasilitasi bisnis untuk membuat perusahaan lincah dan menumbuhkan kemampuannya untuk dengan

mudah mengidentifikasi dan menanggapi perubahan yang belum pernah terjadi sebelumnya dalam lingkungan bisnis (Panda, & Rath, 2019).

Pada penelitian ini, kami menghubungkan pemanfaatan informasi teknologi dan kemampuan absorptive informasi DIY dan Jateng. Besarnya peluang akan sumber daya dan banyaknya pelaku bisnis di kedua wilayah tersebut seharusnya dapat dimanfaatkan dengan baik dan dapat dikembangkan. Sehingga pelaku industri kreatif di kedua wilayah tersebut dapat meningkatkan pendapatan dan dapat menyerap lebih banyak SDM dalam bisnisnya tersebut.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan di atas, penulis merasa perlu dilakukan penelitian lebih mendalam tentang “inovasi sebagai mediasi untuk meningkatkan kinerja bisnis dengan anteseden kemampuan teknologi dan kapasitas absorptive pada UKM di provinsi DIY dan Jateng”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan yang telah diuraikan pada latar belakang masalah di atas, maka dapat disimpulkan beberapa pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana inovasi dalam mempengaruhi kinerja bisnis ?
2. Bagaimana kemampuan informasi teknologi dalam mempengaruhi kinerja bisnis ?
3. Bagaimana kapasitas absorptive dalam mempengaruhi kinerja bisnis ?
4. Bagaimana inovasi memediasi kemampuan teknologi informasi, dan kapasitas absorptive dalam mempengaruhi kinerja bisnis ?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan menganalisis inovasi dalam mempengaruhi kinerja bisnis.
2. Untuk menguji dan menganalisis kemampuan informasi teknologi dalam mempengaruhi kinerja bisnis.
3. Untuk menguji dan menganalisis kapasitas absorptive dalam mempengaruhi kinerja bisnis.
4. Untuk menguji dan menganalisis inovasi memediasi kemampuan teknologi informasi dan kapasitas absorptive dalam mempengaruhi kinerja bisnis.

### **D. Batasan Penelitian**

Agar penelitian ini terarah dan tidak terjadi perluasan, maka diperlukan sebuah batasan yang membatasi ruang lingkup penelitian. Penulis melakukan batasan yaitu:

1. Subjek dalam penelitian ini merupakan pelaku UKM kerajinan kreatif dalam lingkup provinsi DIY dan Jateng.
2. Pelaku UKM kerajinan kreatif yang dimaksud adalah UKM yang berorientasi pada ekspor.
3. Absorptive yang dimaksud adalah pengelolaan informasi dari stakeholder yang terlibat.

4. Kemampuan TI berfokus pada penggunaan sistem informasi dalam mensupport bisnis.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Dalam penelitian ini diharapkan memberikan banyak manfaat baik bagi penulis sebagai peneliti, maupun pelaku usaha bisnis (praktisi) sebagai pelaku dalam usaha bisnis tersebut. Manfaat penelitian yang diharapkan yaitu :

1. Manfaat bagi peneliti

Peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari dan akan menjadi bekal buat kedepannya saat terlibat dalam kegiatan bisnis.

2. Manfaat bagi praktisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan terhadap pelaku bisnis yang melakukan kegiatan-kegiatan bisnis yang terkait.

#### **F. Orisinalitas Penelitian**

Penelitian ini diambil berdasarkan pengamatan yang dilihat dan kajian kepustakaan oleh penulis dan fenomena yang terjadi dilingkup bisnis DIY dan Jateng.

Berdasarkan penelusuran pustaka, bahwa telah banyak dilakukan penelitian terkait kinerja bisnis, penulis melakukan penelitian kembali dengan menggabungkan variabel kemampuan teknologi informasi dan kapasitas absorptive sebagai variabel independen, dan inovasi sebagai variabel mediasi dari kedua variabel dalam mempengaruhi kinerja bisnis.

Berdasarkan pengamatan, bahwa kemampuan teknologi informasi dan kapasitas absorptive masih terjadi perbedaan pendapat dalam mempengaruhi kinerja bisnis, sehingga inovasi dimasukkan sebagai variabel yang memediasi kedua variabel tersebut sebagai sebuah pembaharuan. Subyek penelitian ini adalah para pelaku UKM industri kreatif di provinsi DI Yogyakarta dan Jateng.