

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil umum Kamar Dagang dan Industri kota Bandung

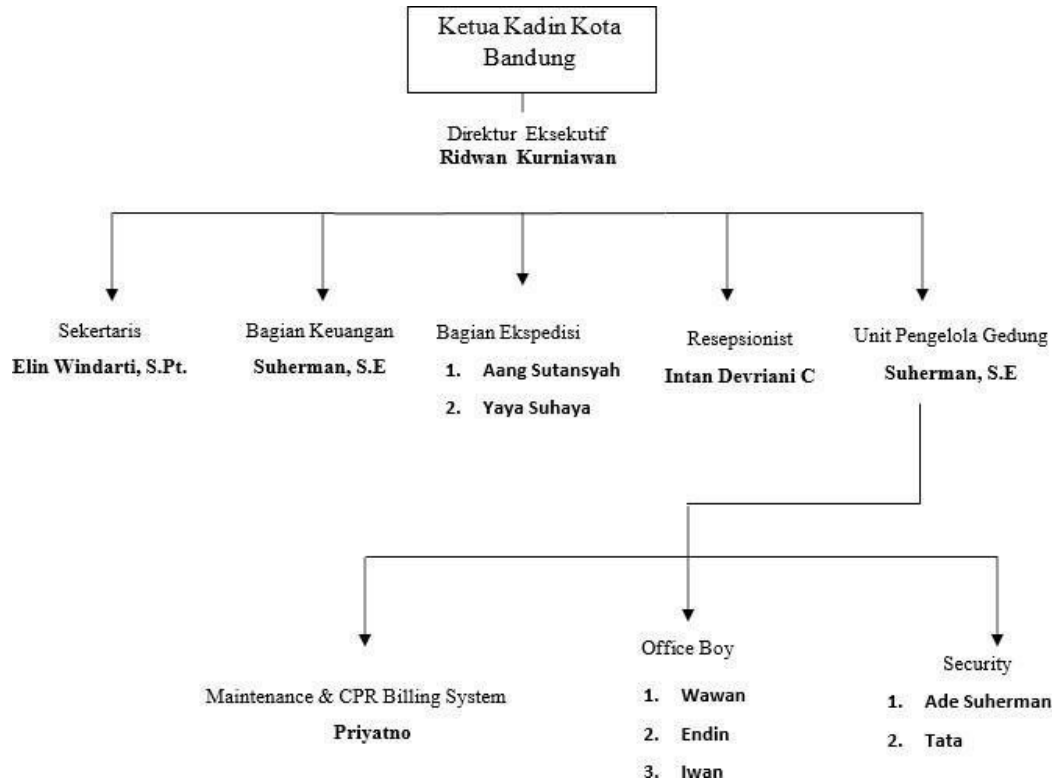
Kadin merupakan wadah bagi para pengusaha yang bergerak dalam bidang perekonomian yang bertujuan untuk membina dan mengembangkan kemampuan, kegiatan dan kepentingan pengusaha Indonesia di bidang usaha Negara, usaha koperasi dan swasta. Menciptakan dan mengembangkan para pengusaha Indonesia sehingga dapat berperan secara efektif dalam pengembangan usahanya.

Kadin didirikan berdasarkan Undang-Undang No 1 Tahun 1987 tentang Kamar Dagang dan Industri, serta diperkuat kedudukannya dengan keputusan Presiden (Keppres) RI No 14 Tahun 2004 tentang persetujuan AD/ART Kamar Dagang dan Industri. Kadin berperan sebagai pembinaan serta untuk meningkatkan kemampuan profesi pengusaha Indonesia dalam kedudukannya sebagai pelaku ekonomi nasional serta Kadin merupakan wadah untuk berkomunikasi dan konsultasi antar pengusaha Indonesia dan Pemerintah mengenai hal-hal yang berkaitan dengan perdagangan, perindustrian dan jasa. Kadin kota Bandung didirikan oleh pengusaha yang ada dilingkungan asosiasi maupun perhimpunan.

Saat ini Kadin kota Bandung memiliki banyak UMKM yang bergerak didalamnya serta memiliki banyak sebaran yang sudah tersebar luas, Kadin kota Bandung telah mencatat sejumlah usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang berada di kota Bandung kurang lebihnya ada sejumlah 767 pelaku usaha yang bergerak didalamnya dari berbagai bidang usaha seperti: *fashion*, *kuliner*, hingga jasa pun sudah termasuk didalamnya, dengan banyaknya UMKM saat ini menunjukkan bahwa kota Bandung sangat mendukung adanya para pelaku U

1.1.2 Struktur Organisasi

Kamar Dagang Industri Kota Bandung (Kadin) memiliki struktur organisasi sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Struktur Organisasi Kadin Kota Bandung

Sumber: Kadin Kota Bandung

1.1.3 Visi dan Misi

1.1.3.1 Visi

Pengembangan Peran Dan Fungsi Kadin Sebagai Penggerak Ekonomi Nasional Yang Berkelanjutan

1.1.3.2 Misi

1. Memfasilitasi pengembangan bisnis di Kota Bandung, menuju pengembanganlingkup usaha yang lebih besar
2. Mengembangkan kerja sama yang sinergis antar pengusaha di Kota Bandung untuk meningkatkan peran aktif dalam pengembangan ekonomi di Kota Bandung.

3. Menjadikan Kadin Kota Bandung sebagai mitra pemerintah dalam melaksanakan pembangunan ekonomi kota

1.2 Latar Belakang Penelitian

Saat ini kota Bandung telah memiliki banyak UMKM di dalamnya serta UMKM saat ini merupakan salah satu faktor utama dalam suatu usaha yang sangat berperan penting untuk pertumbuhan ekonomi khususnya di Indonesia. Saat ini Sebagian dari penduduk Indonesia masih mengalami Pendidikan yang cukup rendah serta penduduk yang mengalami Pendidikan yang rendah tersebut menggantungkan hidupnya pada usaha mikro dan kecil ini. Maka dari itu UMKM itu sendiri sangat memiliki peran yang penting dalam pembangunan nasional, selain itu UMKM juga memiliki peran penting serta dapat berkontribusi dalam penyediaan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Usaha, Mikro, Kecil, Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak bagi perekonomian khususnya di Kota Bandung. Stel, et al, (2004) berpendapat bahwa UMKM memiliki peran penting diantaranya menghadirkan lapangan pekerjaan, menghadirkan pendapatan yang merata di masyarakat serta mampu mendorong perekonomian secara komprehensif.

Menurut Undang-Undang No. 20 Pasal 1 Tahun 2008 tentang UMKM ialah:

1. Usaha Mikro merupakan bentuk usaha ekonomi yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan bagi tempat usahanya, sedangkan hasil dari penjualan tahunan paling banyak mencapai Rp.300.000.000 (tiga ratus juta rupiah)
2. Usaha Kecil merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri atau badan usaha yang bukan anak perusahaan dan cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Menengah atau Usaha Besar yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000 (lima puluh juta rupiah)

sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000 (dua milyar lima ratus rupiah)

3. Usaha Menengah merupakan bentuk usaha ekonomi yang berdiri sendiri, baik dilakukan oleh perorangan maupun badan usaha yang bukan menjadi dari anak atau bahkan cabang perusahaan yang menjadi bagian dari Usaha Kecil atau Usaha Besar dengan kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan Rp.10.000.000.000 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat dan memiliki hasil dari penjualan tahunan mencapai Rp.50.000.000 (limapuluh milyar rupiah).

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi UMKM datanya menyebutkan bahwa salah satu kelompok usaha adalah salah satu penyangga utama yang berdampak pada banyaknya tenaga kerja, secara keseluruhan sector tersebut ditunjukkan bahwa usaha dengan skala kecil di Indonesia porsi sebanyak 99%. Dengan begitu hampir dari seluruh usaha dengan berskala kecil yang menguasai seluruh usaha di Indonesia dan hanya 1% usaha yang berskala menengah maupun usaha besar (Wahyudin, 2013).

UMKM termasuk kedalam unit usaha yang lebih banyak tersebar jumlahnya dibandingkan dengan usaha skala besar yang menyerap tenaga kerja dan memiliki keunggulan dalam bersaing. UMKM memiliki peran pada pertumbuhan dan ekonomi pada suatu negara dianggap paling penting dan juga sangat berkontribusi besar bagi perekonomian suatu negara maupun pada suatu daerah. Pada dasarnya UMKM dalam pertumbuhan ekonomi pada suatu negara yang tentunya sangat berkaitan dengan bagaimana peran berwirausaha didalamnya serta pelaku usahanya. Indonesia saat ini perkembangan umkm nya sangat tinggi dapat dilihat dari tabel data BPS berikut ini pada tahun 2017-2018.

Tabel 1. 1Perkembangan Data Usaha UMKM

No	INDIKATOR	SATUAN	TAHU	PERKEMBANGAN			
			N	TAHUN 2017-2018			
			2018	Jumlah	Pangsa	Jumlah	%
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
1	Unit Usaha	(Unit)	62.928.077			1.271.529	2,02
	Usaha Mikro, Kecil dan Menengah	(Unit)	62.922.617	99,99		1.271.480	2,02
	- Usaha Mikro (UM)	(Unit)	62.106.900	98,70		1.243.322	2,00
	- Usaha Kecil (UK)	(Unit)	757.090	1,22		26.043	3,44
	- Usaha Menengah (UM)	(Unit)	58.627	0,09		2.075	3,54
	Usaha Besar (UB)	(Unit)	5.460	0,01		90	1,64

Sumber : Kementerian Koperasi dan UKM (2019)

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa UMKM di Indonesia ini mengalami perkembangan dari tahun 2017-2018 mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Dengan begitu jika banyak nya UMKM di Indonesia ini semakin banyak pula masyarakat yang ingin menjadi pengusaha baru.

Berdasarkan Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM memiliki peran yang sangat signifikan pada perekonomian Indonesia yaitu sebagai berikut:

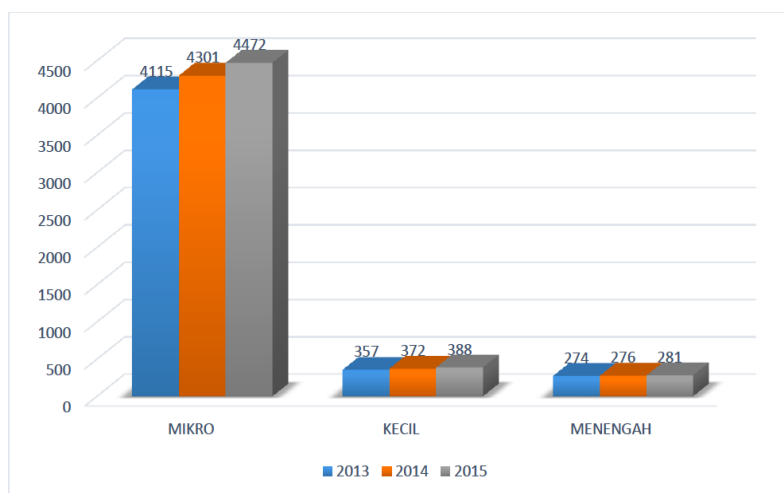
1. UMKM telah berkontribusi terhadap PDB yaitu 61,97% diambil dari total keseluruhan atau sama dengan Rp.8.500 triliun
2. Tenaga kerja yang diserap dalam jumlah yang besar yaitu sebesar 97%. Dengan banyaknya UMKM di Indonesia ini sangat signifikan nilainya dengan banyaknya lapangan pekerjaan di Indonesia ini, maka dari itu UMKM sangat berperan penting dalam perekonomian di Indonesia ini.

3. Menurut Tambunan dalam bukunya yang berjudul Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia yang berisi, UMKM sangat membantu lapangan pekerjaan yang memiliki tingkat pendidikan yang rendah.

4. Dalam keadaan krisis ekonomi, UMKM dapat bertahan ditengah pandemic Covid-19 saat ini.

(Sumber: kemenkopukm.go.id,2022)

Kota Bandung merupakan salah satu kota yang memiliki pengaruh besar pada suatu UMKM. Berikut ini merupakan data dari wirausaha Kota Bandung sebagai berikut:



Gambar 1. 2Jumlah Wirausaha Kota Bandung 2013-2015

Menurut data yang telah disajikan di atas, UMKM di Kota Bandung pada tahun 2015 berjumlah 5.141 unit, jika dilihat dari angka pertumbuhannya, usaha mikro memiliki pertumbuhan yang paling signifikan.

Semakin meningkatnya jumlah UMKM di setiap tahunnya serta kondisi persaingan yang semakin ketat, maka para UMKM harus mampu untuk bertahan hidup serta harus dapat berkembang. Akan tetapi para UMKM mempunyai siklus produktif relative pendek dan sangat ditentukan oleh selera konsumen, sehingga mengharuskan setiap pelaku bisnis untuk memahami kebutuhan dan keinginan konsumen, serta selalu mengembangkan inovasi-inovasi baru dari para wirausaha sehingga bisnis tersebut dapat meningkatkan nilai jual serta dapat berkembang lebih pesat.

Oleh karena itu salah satu cara efektif tidak hanya untuk mempertahankan usaha tetapi juga meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi secara terus menerus, salah satu hal penting yang perlu dilakukan oleh setiap UMKM adalah dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk, serta harus tepat dalam berkomunikasi kepada konsumen. Dengan melakukan inovasi, perusahaan diharapkan dapat menciptakan inovasi-inovasi yang benar-benar baru atau lain dari sebelumnya atau memperbaharui produk yang telah ada sebelumnya.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah tidak asing lagi dalam dunia perekonomian, UMKM merupakan bagian terpenting dalam perekonomian Indonesia karena bisa dikatakan telah menjadi motor penggerak terbesar perekonomian ketika krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, UMKM ini yang justru dapat bertahan diantara perusahaan-perusahaan besar lainnya yang runtuh. Menurut Tohar (2000) dalam bukunya berjudul *Membuka Usaha Kecil* mengatakan, UMKM merupakan potensi bisnis yang sangat digalakkan oleh pemerintah karena semakin banyak masyarakat berwirausaha maka semakin baik dan kokohnya perekonomian suatu daerah karena sumber daya lokal, pekerja lokal, dan pembiayaan lokal dapat terserap dan bermanfaat secara optimal. Maka dari itu, kita tidak bisa memandang remeh UMKM. Jika UMKM bisa dikembangkan dengan penuh inovasi dan didukung oleh pihak terkait termasuk pemerintah pasti UMKM bisa berperan aktif dalam pembangunan ekonomi nasional.

Dalam upaya pembangunan ekonomi nasional masyarakat dituntut untuk mampu mengembangkan segala potensi yang ada pada diri sendiri dan juga yang ada pada daerah masing-masing agar dapat memberikan manfaat bagi pemenuhan kebutuhan hidup mereka. Menurut Rustan (Pembangunan Ekonomi :2019) pembangunan ekonomi merupakan sebuah proses kenaikan dari pendapatan total serta pendapatan perkapita memperhitungkan dengan adanya penambahan penduduk juga disertai perubahan fundamental dari struktur ekonomi sebuah negara serta pemerataan pendapatan untuk para penduduk dari suatu negara. Setiap provinsi pasti memiliki sumber daya alam unggulan yang menjadi salah satu sumber penghasilan atau pekerjaan

masyarakat daerah tersebut. Salah satunya adalah Kota Bandung, Bandung sangat terkenal dengan *fashion* serta kuliner lokalnya. Tidak sedikit pula masyarakat yang melihat kesempatan tersebut dan membuat usaha dalam bidang kuliner di Kota Bandung. Dimana Kota Bandung terkenal dengan Seblak, Batagor, Kicimpring serta bidangnya. Hal ini dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membangun UMKM sebagai lahan penghasilan dan pekerjaan masyarakat sekitar. Keberadaan UMKM

ini telah membuktikan perannya dalam perekonomian nasional yang juga menjadi indikator atas partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi.

Berkembangnya UMKM merupakan suatu proses yang sangat baik untuk mengiringi suatu bangsa menuju kesejahteraan. Dengan semakin berkembangnya UMKM dapat memperluas lapangan pekerjaan, dan mengoptimalkan pemanfaatan potensi sumber daya alam maupun sumber daya manusia sehingga berpengaruh terhadap peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Tidak sedikit UMKM di Kota Bandung yang dikenal oleh masyarakat Indonesia, salah satunya adalah Jari Hitam Ecoprint (kerajinan tangan), Hijau Daun Indonesia (tanaman hias), bobokosnack (makanan), Antidote Reseau (Fashion). Dalam hal ini UMKM ini juga terbukti menjadi tambahan sumber penghasilan keluarga, UMKM juga dapat memberdayakan masyarakat sekitar dan pihak-pihak yang terkait seperti distributor, pemasok bahan dan pedagang lainnya. Disamping pertumbuhan bisnis di Kota Bandung yang baik, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi khususnya pada kemajuan inovasi serta sumber daya manusia yang kurang memadai. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian pada tahun 2016 menyebutkan bahwa permasalahan yang dihadapi berupa kurangnya inovasi untuk mengembangkan usahanya mereka.

Dari UMKM yang sudah peneliti sebutkan di atas, peneliti sudah melakukan wawancara pada salah satu UMKM yang sudah disebutkan di atas yaitu Antidote Reseau, salah satu faktor yang menghambat dalam melakukan usaha mereka tidak adanya inovasi yang baru dalam segi inovasi. Permasalahan inovasi yang dihadapi adalah barang yang hanya itu-itulah saja

serta kurangnya inovasi pada media sosial. Hal tersebut berdampak pada jumlah pemasukan dan jumlah pembelian pada produk Antidote Reseu. Peneliti rasa perlunya inovasi yang baru pada Antidote Reseu serta pada UMKM yang mengalami masalah yang sama, guna menambah penghasilan serta pembelian.

Proses Inovasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah pernah dilakukan penelitian oleh Svenpri Chandra pada tahun 2021, pada penelitian terdahulu yang sudah dilakukan oleh Chandra hanya UMKM yang bergerak dibidang makanan, tetapi pada penelitian ini peneliti akan melakukan penelitian di seluruh bidang UMKM yang dibawah binaan Kamar Dagang dan Industri Kota Bandung. Peneliti melakukan penelitian ini guna membantu para UMKM dibawah binaan KADIN Kota Bandung, bahwa pentingnya Inovasi dalam suatu bisnis. Jika inovasi terus dilakukan akan berdampak pada perkembangan bisnis. Menurut mengemukakan definisi dari inovasi merupakan kemampuan mengaplikasikan solusi yang kreatif terhadap permasalahan dan peluang yang ada untuk lebih memakmurkan kehidupan masyarakat menurut Harvard Theodore Levitt dalam Suryana (2014:43).

Demi menambah sumber penghasilan bagi masyarakat, pada zaman ini diperlukan inovasi yang tentunya agar usaha dalam menjalankan bisnis bisa bersaing. Menurut Seller (2006) Inovasi sebagai fokus utama pada inovasi yaitu suatu pencapaian pada gagasan yang baru serta dapat diimplementasikan kedalam produk yang baru maupun proses baru. Yang bertujuan untuk memberikan *value* pada pelanggan untuk yang lebih baik dalam memberikan *value* yang lebih baik tentunya inovasi pada produk juga harus didukung. Tidak mudah dalam membuat inovasi proses pada usaha, tentunya kita juga harus melewati berbagai macam proses dalam melakukan inovasi, pada tahap ini pula kita bisa mengukur apakah inovasi yang akan dilakukan bisa berdampak besar atau tidak.

Inovasi proses merupakan salah satu bentuk inovasi yang berkaitan dengan keterbukaan (Reichstein & Salter, 2006). Inovasi proses fokus pada bagaimana produk / jasa yang ada diproduksi (Edquist et al., 2001). Inovasi proses juga menjadi pendorong kinerja perusahaan dan sarana strategis

penting untuk meningkatkan posisi kompetitif perusahaan (Reichstein & Salter, 2006). Inovasi proses didefinisikan sebagai elemen baru yang diperkenalkan dalam masukan organisasi, spesifikasi tugas, pekerjaan dan mekanisme aliran informasi, dan peralatan yang digunakan untuk menghasilkan suatu produk atau membuat layanan, dengan tujuan mencapai biaya yang lebih rendah ataupun kualitas produk yang lebih tinggi (Utterback & Abernathy, 1975; Damanpour, 1984). Ada beberapa tahapan dalam melakukan inovasi proses yaitu: Mengidentifikasi proses untuk inovasi (Davenport, 1993 ; Aydinly, 2009). Mengidentifikasi perubahan enablers

(Bradley, 2010 ; Davenport, 1993), Mengembangkan visi, Memahami proses yang telah ada, Mendesain dan mengimplementasi prototipe proses yang baru (Goksoy, 2012; Davenport, 1993). Dengan banyaknya UMKM yang ada di kota Bandung ini lah peneliti ingin mengetahui apakah proses Inovasi yang sudah dilakukan oleh UMKM di kota Bandung memiliki dampak atau tidak pada usahanya. Hal inilah yang akhirnya menjadi satu pertanyaan penelitian terhadap **“PENGARUH PROSES INOVASI TERHADAP USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI BAWAH BINAAN KAMAR DAGANG**

INDUSTRI KOTA BANDUNG” dikarenakan

peneliti ingin mengetahui apa saja yang menjadi pengaruh pada Entrepreneurs/kewirausahaan terhadap inovasi.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti jelaskan sebelumnya terkait dengan pentingnya suatu inovasi terhadap UMKM. Maka peneliti mengangkat permasalahan antara lain:

Berdasarkan hal tersebut, maka pertanyaan yang akan diteliti oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh *Centralized decision-making* terhadap inovasi?
2. Seberapa besar pengaruh *Entrepreneur Knowledge* terhadap inovasi?
3. Seberapa besar pengaruh *Collective entrepreneurship* terhadap inovasi?
4. Seberapa besar pengaruh *Collaboration* terhadap inovasi?

5. Seberapa besar pengaruh *Communication* terhadap inovasi?

6. Seberapa besar pengaruh *Centralized decision-making* Terhadap *Collaboration*?
7. Seberapa besar pengaruh *Centralized decision-making* terhadap *Communication*?
8. Seberapa besar pengaruh *Collaboration* terhadap *Entrepreneur Knowledge*?
9. Seberapa besar pengaruh *Communication* terhadap *Entrepreneur Knowledge*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, dibawah ini merupakan tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui pengaruh *Centralized decision-making* terhadap inovasi
2. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneur knowledge* terhadap inovasi
3. Untuk mengetahui pengaruh *Collective entrepreneurship* terhadap inovasi
4. Untuk mengetahui pengaruh *Collaboration* terhadap inovasi
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Communication* terhadap inovasi
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Centralized decision-making* terhadap *Collaboration*
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Centralized decision-making* terhadap *Communication*
8. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Collaboration* terhadap *Entrepreneur knowledge*
9. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *Communication* terhadap *Entrepreneur knowledge*

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat dengan baik secara praktis maupun teoritis, Adapun manfaat yang diharapkan penulis setelah melakukan penelitian ini

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi terhadap pengembangan pengetahuan tentang bagaimana pengaruh nya proses inovasi yang dilakukan oleh para UMKM di Kota Bandung.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan panduan bagi Kamar Dagang dan Industri Kota Bandung dalam mengetahui apa saja yang menjadi pengaruh pada proses inovasi terhadap UMKM di Kota Bandung
2. Diharapkan hasil penelitian ini digunakan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan mengambil topik serupa dengan objek yang sama secara lebih mendalam yaitu dengan pendekatan kuantitatif.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pada penulisan tugas akhir ini penulis telah mencantumkan sistematika pada penulisan beserta penjelasan yang dapat memberikan gambaran mengenai isi dari setiap bab yang ada dalam penelitian ini, secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas tentang penjelasan secara umum dan ringkas yang menggambarkan dengan tepat isi dari penelitian ini. Isi bab ini meliputi: Objek penelitian, Gambaran umum, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang digunakan disertai dengan penelitian terdahulu dan juga dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai pendekatan metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian. Meliputi : Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Populasi dan Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan dari penelitian serta disajikan dalam berbagai sub judul.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, dan saranyang berkaitan dengan apa manfaat penelitian ini.