

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Selain sebagai ibukota provinsi Jawa Barat, Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat dan ketiga terbesar di Indonesia. Koordinat Kota Bandung adalah 6°55' Lintang Selatan dan 107°36' Bujur Timur. Luas wilayah Kota Bandung adalah 16.729,65 Ha. Peraturan Daerah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung Nomor 10 Tahun 1989 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung, yang merupakan kelanjutan dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1987 tentang Perubahan Batas Wilayah Kotamadya Daerah Tingkat II Bandung dengan Kabupaten Daerah Tingkat II Bandung, menjadi dasar perhitungan luas wilayah. Secara administratif, Kota Bandung berbatasan dengan beberapa wilayah Kabupaten/Kota yang berbeda: Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat berbatasan di sebelah Utara; Kota Cimahi berbatasan di sebelah Barat; Kabupaten Bandung berbatasan di sebelah Timur; dan Kabupaten Bandung berbatasan di sebelah Selatan (Bandung.go.id, 2024).

Terdapat 151 desa dan 30 kelurahan di Bandung. Dengan luas wilayah 9,58 km², Kecamatan Gedebage adalah yang terbesar, sedangkan Kecamatan Astanaanyar adalah yang terkecil, hanya seluas 2,89 km². Jumlah penduduk Kota Bandung secara keseluruhan adalah 2.452.179 jiwa pada tahun 2018, menurut data Badan Pusat Statistik Kota Bandung. Dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 0,01%, jumlah ini meningkat pada tahun 2019, menjadi 2.480.464 jiwa. Dengan 137.077 penduduk, Kecamatan Babakan Ciparay memiliki jumlah penduduk terbanyak. Di sisi lain, dengan jumlah penduduk 24.812 jiwa, Kecamatan Cinambo memiliki jumlah penduduk paling sedikit. Kecamatan Bojongloa Kaler merupakan kecamatan dengan kepadatan penduduk tertinggi, yaitu 39.572,76 jiwa per km².

10.166 UMKM terdaftar di Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah Kota Bandung. Data dibawah ini menunjukkan jumlah UMKM di Kota Bandung menurut jenis usaha yang terbagi menjadi *fashion*, *handicraft*, jasa, kuliner, perdagangan, dan lainnya pada tahun 2023.

Tabel 1.1 Persentase Jumlah UMKM Menurut Jenis Usaha di Kota Bandung

Jenis Usaha	Jumlah	Persentase
<i>Fashion</i>	1628	16%
<i>Handicraft</i>	686	7%
Jasa	1032	10%
Kuliner	4157	41%
Perdagangan	865	9%
Lainnya	1798	18%
Total	10166	100%

Sumber: Diskop UKM Kota Bandung, 2023

Dari total 10.166 data yang ada di Dinas koperasi dan UMKM Kota Bandung, terdapat 1628 jenis usaha *fashion* dengan persentase 16% dari total, Jenis usaha *Handicraft* berjumlah 686 dengan persentase 7%, sedangkan jenis usaha jasa berjumlah 1032 dengan persentase 10%, sementara itu jenis usaha terbesar jumlahnya yaitu kuliner dengan angka 4157 yang menyumbang 41%, sektor perdagangan memiliki jumlah 865 dengan 9%, jenis usaha terakhir yaitu lainnya dengan persentase 18% dengan jumlah 1798.

1.2 Latar Belakang

UMKM memiliki peran yang sangat signifikan terhadap perkembangan indikator ekonomi Indonesia. Sebanyak 99% dari semua bentuk usaha di Indonesia masuk dalam kategori UMKM. Kontribusi usaha ini terhadap Produk Domestik Bruto mencapai 60,5%, dan jumlah tenaga kerja yang terserap

menyentuh 96,9% dari keseluruhan angkatan kerja nasional. Tidak hanya menyerap tenaga kerja, tetapi juga memiliki keunggulan kompetitif dalam pasar. UMKM menjadi tulang punggung utama dalam menciptakan lapangan kerja dengan 99% dari seluruh usaha di Indonesia berada dalam skala kecil. Sehingga, Mayoritas sektor bisnis di Indonesia didominasi (sebesar 99%) oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) sedangkan hanya 1% yang merupakan usaha menengah atau besar (KemenkopUKM, 2024).

Berdasarkan data dari Kadin.id jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2023 mencapai sekitar 66 juta. Jumlah tersebut merupakan hasil dari peningkatan jumlah UMKM dari tahun-tahun sebelumnya. Tabel dibawah ini menggambarkan perkembangan UMKM dari tahun 2018 sampai dengan 2023.

Tabel 1.2. Jumlah dan Pertumbuhan UMKM di Indonesia Tahun 2018-2023

Tahun	2018	2019	2020	2021	2023
Jumlah UMKM (Juta)	64.19	65.47	64	65.46	66
Pertumbuhan%		1.98%	-2,24%	2.28%	1.52%

Sumber: Kadin.id, 2024

Berdasarkan tabel di atas, jumlah UMKM di Indonesia mengalami fluktuasi selama periode 2018-2023. Pada tahun 2019, jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 1,98%. Namun, pada tahun 2020, jumlah UMKM mengalami penurunan sebesar 2,24% akibat dampak pandemi COVID-19. Pada tahun 2021, jumlah UMKM kembali mengalami peningkatan sebesar 2,28%. Dan pada tahun 2023, jumlah UMKM mengalami peningkatan sebesar 1,52%. Meningkatnya jumlah pelaku UMKM di Indonesia mengakibatkan persaingan pasar yang semakin ketat. Dengan jumlah UMKM yang begitu besar, persaingan antara pelaku UMKM satu dengan yang lain terus meningkat. Perkembangan pesat UMKM di Indonesia memaksa para penggeraknya untuk melakukan inovasi terhadap usahanya guna tetap bersaing (Oktaviani, 2023)

Kontribusi UMKM terhadap perekonomian negara kita sangatlah penting. Namun, realitas di lapangan tidak seindah yang tercermin dalam data statistik. Banyak UMKM yang menghadapi berbagai tantangan dan hambatan. Pengusaha

UMKM masih harus menangani berbagai masalah, baik yang berasal dari dalam maupun luar organisasi (Bank Indonesia dan LPPI, 2015). Akibatnya, banyak UMKM yang tidak dapat berkembang dengan optimal atau bahkan mengalami kebangkrutan. Fakta menunjukkan bahwa kinerja UMKM di negara kita masih tertinggal jauh dibandingkan dengan perusahaan besar atau UMKM di negara-negara maju (Darnilawati, 2018).

UMKM di Indonesia masih menghadapi masalah dasar seperti lebih dari 40% umkm mengalami permasalahan pembiayaan, pemasaran, dan inovasi yang menghalangi mereka untuk mempercepat pertumbuhan bisnis secara signifikan. Selain itu, masalah mendasar lainnya adalah ide bisnis yang digunakan saat mendirikan UMKM seringkali sudah tertinggal dan telah didahului oleh bisnis pesaing yang sudah mapan. Ditambah lagi, terdapat ketidakmerataan sektor usaha serta ketiadaan standar kinerja UMKM yang bisa menjadi panduan dalam operasional mereka untuk mencapai target. Akibatnya, strategi bisnis dan operasional hanya mengikuti arus yang ada, menyebabkan pertumbuhan ekonomi UMKM menjadi stagnan (Azzahra & Wibawa, 2021).

Pada tahun 2022, Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM) mencatat jumlah UMKM Indonesia mencapai jumlah sebesar 8,71 juta unit. Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah UMKM terbesar, mencapai 1,49 juta unit usaha. Disusul oleh provinsi Jawa Tengah dengan jumlah 1,45 Juta unit usaha. Tingkat terbawah ditempati oleh Papua dengan jumlah UMKM sebanyak 3,9 ribu unit. Data dibawah ini akan menampilkan jumlah UMKM di Jawa Barat berdasarkan Kabupaten dan Kota yang diambil dari BPS Jabar.

Tabel 1.3. Jumlah UMKM Berdasarkan Kab/Kota di Jawa Barat Tahun 2022

Kabupaten/Kota	Jumlah(Unit)	Kabupaten/Kota	Jumlah(Unit)
Kab. Bogor	43138	Kab. Karawang	15410
Kab. Sukabumi	51307	Kab. Bekasi	19111
Kab. Cianjur	36331	Kab. Bandung Barat	20213

Kab. Bandung	41220	Pangandaran	32043
Kab. Garut	69365	Kota Bogor	4620
Kab. Tasikmalaya	77632	Kota Sukabumi	5787
Kab. Ciamis	30454	Kota Bandung	18174
Kab. Kuningan	11317	Kota Cirebon	4335
Kab. Cirebon	21939	Kota Bekasi	8971
Kab. Majalengka	33468	Kota Depok	11429
Kab. Sumedang	24739	Kota Cimahi	6087
Kab. Indramayu	18946	Kota Tasikmalaya	26706
Kab. Subang	16958	Kota Banjar	4609
Kab. Purwakarta	13486		

Sumber: Badan Pusat Statistik Jabar, 2022

Menurut informasi yang diperoleh dari lembaga statistik pusat Jawa Barat, Dapat dilihat dari tabel diatas kabupaten/kota yang memiliki jumlah UMKM yang terbanyak yaitu Kabupaten Tasikmalaya dengan jumlah 77.632, selanjutnya Kabupaten Garut dengan jumlah 69.365 unit, diikuti oleh Kabupaten Bogor dengan jumlah 43.128. Kota Bandung menurut data dari BPS hanya menempati urutan ke 16 jika dibandingkan dengan daerah di provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak UMKM sebesar 18.174 unit. Sedangkan jumlah UMKM paling sedikit di Jawa Barat yaitu di kota Cirebon dengan jumlah UMKM 4.335 unit. Dengan melihat jumlah UMKM dilihat dari Kabupaten atau Kota di Jawa Barat, Kota Bandung yang merupakan kota dengan kompleksitas lebih tinggi, tampak bahwa masih terdapat ketertinggalan yang dalam hal jumlah UMKM jika dibandingkan dengan Kabupaten atau Kota lainnya di Jawa Barat.

Salah satu kota besar di Indonesia adalah Bandung, yang memiliki populasi sebesar 2.510.103 jiwa, dimana 1.264.325 jiwa adalah laki-laki dan 1.245.778 jiwa adalah perempuan (BPS Kota Bandung, 2020). Bandung terkenal karena memiliki sejumlah keunggulan, salah satunya adalah kota ini berfungsi

sebagai pusat ekonomi, rumah bagi industri dan kantor pusat berbagai perusahaan regional Indonesia. Selain itu, Bandung adalah kota yang berkembang pesat dalam bidang pariwisata. Kehadiran UMKM memberikan dampak yang signifikan bagi Kota Bandung. Menurut Drs Atet Dedi Handiman, Kepala Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, UMKM Kota Bandung menyumbang hingga 80% dari PDB kota (Tribun Jabar, 2019).

Pada Tahun 2023 berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung, Jumlah UMKM di Kota Bandung mencapai 10.166 unit. Dari total tersebut, terbagi kedalam beberapa sektor usaha yaitu 1628 jenis usaha *fashion* Jenis usaha *Handicraft* berjumlah 686, jenis usaha jasa berjumlah 1032, jenis usaha kuliner 4157, sektor perdagangan memiliki jumlah 865 jenis usaha lainnya dengan jumlah 1798. Jumlah tersebut mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Pertumbuhan UMKM yang terjadi di Kota Bandung dari tahun 2016 sampai saat ini bisa dilihat dari tabel dibawah.

Tabel 1.4 Jumlah dan Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung

Tahun	Jumlah	Persentase Pertumbuhan
2016	5263	0%
2017	5413	2,85%
2018	5940	9,74%
2019	6300	6,06%
2020	6568	4,25%
2021	8418	28,17%
2022	9140	8,58%
2023	10166	11,23%

Sumber: Diskop UKM Kota Bandung, 2023

Data diatas merupakan jumlah dan pertumbuhan Usaha yang masuk dalam kelompok Mikro, Kecil, dan Menengah dan telah terdaftar di Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung. UMKM yang terdaftar pada Diskop UKM Kota Bandung selalu meningkat setiap tahun. Namun permasalahannya adalah tingkat persentase

pertumbuhan setiap tahunnya menunjukkan jumlah yang fluktuatif. Jumlah UMKM yang terdaftar pada tahun 2016 yaitu sebanyak 5263 unit. Pada tahun 2017 dan 2018 terjadi peningkatan sebesar 2,85% dan 9,74% secara berturut-turut dibandingkan dengan tahun sebelumnya, dengan jumlah masing-masing sebesar 5413 dan 5940 unit. Namun, pada tahun 2019 dan 2020, terjadi penurunan dalam tingkat pertumbuhan yaitu sebesar 6,06% dan 4,25%. Pada tahun 2021 setelah masa Covid tahun 2020 UMKM yang terdaftar mengalami pertumbuhan yang signifikan sebesar 28,17% dengan jumlah 8418 unit. Sedangkan di tahun 2022 kembali mengalami penurunan pertumbuhan ke angka 8,58%. Hingga tahun 2023 mengalami kenaikan 11,23% dari tahun sebelumnya sehingga jumlah UMKM di Kota Bandung yaitu sebanyak 10.166 unit.

UMKM di Kota Bandung perlu mengembangkan taktik strategis untuk memulihkan pertumbuhan bisnis mereka. Kepala Bidang Pemberdayaan dan Pengembangan UKM Kota Bandung Nuri Nuraeni berpendapat bahwa menciptakan inovasi dan pemasaran yang efektif adalah kendala terbesar yang dihadapi UKM di kota ini dalam upaya meningkatkan kinerja usaha (Jabarekspres, 2021). Dengan demikian, UMKM di Kota Bandung perlu mencari strategi untuk memperbaiki kinerjanya. Sehingga pada akhirnya terjadi peningkatan jumlah pelaku usaha dan mampu meningkatkan ekonomi Kota Bandung (Munawar et al., 2022).

Prestasi dalam dunia usaha sangat dipengaruhi oleh tingkat kecerdasan dan kemampuan kreativitas. Kreativitas tidak hanya diperlukan untuk mengatasi tantangan bisnis tetapi juga merupakan modal penting dalam menghadapi persaingan usaha. Ini menjadi elemen kritis dalam mencapai kesuksesan wirausaha, karena kemampuan untuk berinovasi sangat penting. Kreativitas dalam inovasi menjadi kunci untuk membedakan diri dari pesaing. Keunikan dan perbedaan memiliki potensi besar untuk mendorong kinerja usaha yang dimiliki (Cimbniaga, 2023). Pengusaha perlu mengutamakan fokus pada orientasi inovasi dengan menciptakan gagasan-gagasan baru atau ide-ide yang tidak biasa. Tujuannya adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi UMKM sehingga meningkatkan kinerja usaha (Potolau dan Safriansyah, 2021)

Kinerja mencerminkan gambaran atau pencapaian status suatu kegiatan atau program dalam mencapai sasaran atau tujuan sebuah organisasi. Keberhasilan kinerja, terutama dalam sektor keuangan, produksi, distribusi, dan pemasaran, menjadi prasyarat esensial bagi kelangsungan hidup UMKM. Peningkatan kinerja usaha dalam upaya menciptakan produk berkualitas akan terjadi dengan tingkat inovasi yang tinggi, baik dalam proses maupun produk. Keunggulan dalam mutu produk akan mendukung peningkatan daya saing perusahaan yang kemudian berdampak pada kinerja usaha (Hartini, 2012).

Penelitian yang dilakukan Hanifan (2023) dengan mewawancarai Antidote Reseu, sebuah UMKM di sektor fashion di Kota Bandung. Hasilnya menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam usaha mereka adalah kurangnya inovasi, baik dalam produk maupun pemasaran melalui media sosial. Keterbatasan inovasi ini berdampak negatif pada pendapatan dan penjualan produk Antidote Reseu.

Penelitian yang dilakukan Setiawardani (2022) membuktikan bahwa rata-rata yang dihasilkan oleh variabel inovasi termasuk ke dalam kategori “Cukup” yaitu bernilai 3,40. Hal ini menunjukkan bahwa setelah terjadinya pandemi COVID-19, inovasi yang dilakukan oleh pelaku UMKM di sektor kuliner Kota Bandung masih belum mencapai tingkat yang memuaskan. Pengamatan menunjukkan bahwa kurangnya inovasi dapat dikaitkan dengan dominasinya responden berpendidikan SMA/Sederajat. Hal ini dapat dijelaskan oleh kurangnya pengalaman, pengetahuan terbatas, dan kekurangan ide-ide baru yang belum menjadi fokus dalam pengelolaan bisnis mereka.

Rayhan (23 Tahun) selaku pemilik usaha Rayscoot Studio yang merupakan UMKM yang bergerak dalam bidang jasa desain, didirikan pada tahun 2020 di Kota Bandung (Wawancara, 29 Mei 2024), mengatakan bahwa awal mula mendirikan usaha tersebut dikarenakan hobi menggambar dan suka mengekspresikan diri. *Design* yang telah dibuat dijual melalui menjual desain melalui website, instagram dan beberapa *market place* lainnya. Untuk membuat design Rayhan mengatakan bahwa selalu melakukan inovasi produk dengan mengembangkan design sesuai dengan perkembangan tren, melakukan inovasi proses dengan memperbaiki alat-alat kerja, memasang iklan pada instagram dan

menggunakan website untuk melakukan inovasi pemasaran, sedangkan untuk inovasi organisasi melakukan kolaborasi dengan teman-teman mahasiswa untuk membuat desain ketika pesanan sedang tinggi. Rayhan mengatakan bahwa penjualan yang mereka alami cenderung naik setiap bulannya.

Fauzi (23 Tahun) selaku pemilik usaha mie galunggung di Kota Bandung (Wawancara, 28 Mei 2024), usaha tersebut berdiri tahun 2024 karena Fauzi merasa mahasiswa disekitar kampus UIN Bandung suka memakan mie. Awal mula bisnis ide muncul karena mencoba mie bangladesh di jakarta sehingga membuat Fauzi tertarik untuk membedah resep mie tersebut. Fauzi melakukan inovasi produk untuk membedakan dari pesaing dengan cara menyajikan mie dibakar dan dihidangkan dengan *hot plate*. Inovasi pemasaran juga dilakukan oleh Fauzi dengan membuat konten di instagram dan menyediakan metode pembayaran melalui QRIS. Inovasi proses dilakukan dengan mencoba bumbu-bumbu baru sehingga menghasilkan menu baru yang berbeda. Namun setelah melakukan banyak inovasi, Fauzi mengakui bahwa penghasilan dari penjualan mie tersebut belum sesuai dengan ekspektasinya karena penjualan belum dikategorikan banyak.

Farel (30 Tahun) selaku pemilik usaha aleri shop aksesoris di Kota Bandung (wawancara, 29 Mei 2024), dengan basis usaha konter Hp yang dijalankan oleh dirinya sendiri. Sejarah berdiri usaha tersebut karena mengalami putus sekolah SMA dan pergi merantau dari Kota Padang ke Kota Bandung pada tahun 2010, selama di Bandung bekerja di BIP untuk mengumpulkan modal hingga pada tahun 2016 membuka bisnis konter Hp. Untuk mempertahankan bisnis, Farel tidak melakukan inovasi dikarenakan usaha perdagangan. Ia hanya menyimpan hasil penjualan lalu membeli produk baru untuk dijual kembali. Hal itu ia lakukan dari tahun 2016 sampai saat ini. Penjualan yang dihasilkan setiap bulannya mengalami kenaikan dan penurunan, tetapi cenderung naik karena merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang tidak bisa ditinggalkan.

Fikri (22 Tahun) selaku pemilik usaha Mitra bersama abadi yang merupakan usaha rental mobil di Kota Bandung (wawancara, 28 Mei 2024). Usaha tersebut berdiri pada tahun 2018 yang didirikan fikri dengan saudaranya.

Awal mula berdiri usaha tersebut hanya memiliki 1 mobil untuk disewakan dan mengandalkan pemasaran melalui mulut ke mulut. Seiring dengan berkembangnya waktu usahanya makin berkembang, awal mulanya hanya ada beberapa konsumen namun sekarang sudah mempunyai konsumen di luar Kota Bandung bahkan di luar pulau Jawa. Fikri mengakui bahwa untuk menjalankan bisnis tersebut dia tidak melakukan inovasi apapun, hanya memberikan servis terbaik kepada konsumen berupa selalu melakukan servis rutin mobil dan menjaga kebersihan mobil. Sampai saat ini dengan banyaknya konsumen usaha tersebut sudah memiliki 4 mobil termasuk minibus dan van. Penghasilan yang didapatkan selalu mengalami kenaikan setiap tahunnya dan konsumen selalu bertambah banyak.

Asep (47 Tahun) selaku pemilik usaha kelapa muda di Kota Bandung (wawancara, 29 Mei 2024). Usaha tersebut berdiri pada tahun 2020 karena alih profesi dari jualan jaket ke kelapa muda karena pandemi covid-19. Dari tahun 2020 Pak Asep mengakui belum pernah melakukan inovasi dan ia merasa kesulitan untuk menginovasikan usahanya. Penghasilan dari penjualan kelapa muda menurut Pak Asep juga kurang sehingga hanya cukup buat makan sehari-hari. Penjualan juga mengalami penurunan di musim hujan.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas mengenai pengaruh inovasi memberikan dampak terhadap kinerja Usaha penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saleksa (2015) membahas mengenai Inovasi berdampak terhadap kinerja Usaha meubel di Kabupaten Bojonegoro, pada penelitian tersebut membahas tiga dimensi dari inovasi yaitu product innovation, proses innovation, market innovation. Selanjutnya, peneliti Dai et al. (2020) menjelajahi dampak inovasi terhadap kinerja usaha di sektor makanan dan minuman di Cimahi, Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor inovasi memiliki pengaruh utama terhadap kinerja berasal dari budaya inovasi, lebih besar daripada strategi inovasi, struktur formal, hubungan pelanggan dengan pemasok, dan kemampuan teknologi. Penelitian yang dilakukan oleh Sukriani (2022) Membahas tentang dampak inovasi dan kreativitas terhadap kinerja bisnis UMKM di bidang kuliner di Kota Pekanbaru. Penelitian tersebut menghasilkan inovasi dan kreativitas

secara bersamaan mempengaruhi kinerja bisnis UMKM di sektor kuliner di Kota Pekanbaru. nilai (R²) sebesar 51,4% menunjukkan bahwa lebih dari separuh keberhasilan usaha dapat diatribusikan kepada variabel inovasi dan kreativitas. Sementara itu, sebanyak 41,4% yang tersisa dipengaruhi oleh variabel-variabel lain selain faktor yang sedang diselidiki dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Karabulut (2015) menemukan hasil inovasi pemasaran memiliki pengaruh negatif terhadap pembelajaran dan kinerja usaha.

Pada penelitian ini akan menggunakan 4 dimensi dari orientasi inovasi dari (Ayinaddis, 2023) yang terdiri dari inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi organisasi. Beberapa aspek ini menjadi menarik untuk peneliti, menginvestigasi pengaruh dan hubungan yang ditimbulkan oleh orientasi inovasi terhadap kinerja usaha UMKM di Kota Bandung menjadi landasan utama dalam melaksanakan studi yang berjudul **“Pengaruh Orientasi Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Bandung”**

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembahasan dari latar belakang yang telah dibahas di atas UMKM memberikan kontribusi mencapai 60,5% Terhadap Produk Domestik Bruto, sedangkan persentase tenaga kerja yang terserap adalah sebanyak 96,9% dari keseluruhan tenaga kerja nasional. Pertumbuhan ekonomi dapat dipengaruhi oleh UMKM.

Kota Bandung yang merupakan ibu kota Provinsi Jawa Barat yang memiliki banyak potensi alam dan pariwisata menduduki peringkat 16 jika dibandingkan dengan Kota/Kabupaten lain di Jawa Barat. UMKM di Kota Bandung mengalami pertumbuhan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2023, namun pertumbuhan setiap tahunnya tidak stabil. Jumlah UMKM Kota Bandung yaitu sebanyak 10.166 Unit.

Setelah melakukan wawancara kepada lima pemilik usaha UMKM di Kota Bandung, didapatkan bahwa terdapat usaha yang melakukan inovasi secara optimal menghasilkan kinerja usaha yang bagus, terdapat juga usaha yang sudah mencoba melakukan inovasi secara berkala namun kinerja usaha tidak , terdapat

usaha yang tidak melakukan inovasi sedikitpun tetapi kinerja usaha tetap bagus, namun juga terdapat usaha yang tidak melakukan inovasi tetapi kinerja usaha tidak baik.

Dari fenomena yang ditemukan yaitu tidak semua yang melakukan inovasi memiliki kinerja usaha yang bagus dan tidak semua yang tidak melakukan inovasi memiliki kinerja usaha yang buruk. Dari kasus yang telah disebutkan diatas maka diharapkan mendapatkan jawaban dari apakah orientasi inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung. Empat dimensi dari orientasi inovasi yang meliputi inovasi produk, inovasi proses, inovasi pemasaran, inovasi organisasi. Berdasarkan penelitian Ayinaddis (2023) menunjukkan bahwa keempat dimensi tersebut memiliki hubungan positif dan signifikan dengan kinerja usaha. Karena adanya kesenjangan fenomena dengan hasil penelitian terdahulu maka membuat peneliti tertarik meneliti **PENGARUH ORIENTASI INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA PADA PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA BANDUNG**

1.4 Pertanyaan Penelitian

1. Seberapa besar inovasi produk memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?
2. Seberapa besar inovasi proses memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?
3. Seberapa besar inovasi pemasaran memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?
4. Seberapa besar inovasi organisasi memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?
5. Seberapa besar orientasi inovasi orientasi memiliki pengaruh terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi produk terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi proses terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung.

3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi pemasaran terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh inovasi organisasi terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh orientasi inovasi orientasi terhadap kinerja usaha pada pelaku UMKM di Kota Bandung?

1.6 Manfaat Penelitian

Diharapkan bahwa penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Berikut adalah beberapa contoh keuntungan yang diharapkan:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat, kontribusi, dan wawasan yang signifikan mengenai pengaruh dari orientasi inovasi terhadap kinerja usaha pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Selain itu, hasil penelitian ini akan menjadi landasan bagi penelitian lebih lanjut terkait topik ini.

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk mengevaluasi apakah orientasi inovasi berpengaruh terhadap performa bisnis pada UMKM yang dimiliki. Diharapkan UMKM juga dapat meraih pengetahuan dan manfaat yang berguna dari orientasi inovasi ini.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Dalam penyusunan karya akhir ini, penulis telah memasukkan struktur penulisan beserta deskripsi yang menjelaskan isi setiap bab dalam penelitian ini. Sistematika penulisan dapat dijabarkan secara ringkas sebagai berikut:

a. BAB I PENDAHULUAN

Ini berfungsi sebagai gambaran dan memberikan informasi yang singkat tetapi tepat untuk menjelaskan topik penelitian. Ini mencakup berbagai topik, seperti penjelasan tentang objek penelitian, background penelitian, metode untuk menciptakan masalah, tujuan penelitian, keuntungan dari penelitian, dan akhir dari struktur penulisan proyek.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini mencakup sintesis teori mulai dari yang bersifat umum hingga spesifik, termasuk tinjauan literatur sebelumnya. Tambahkan lagi, bagian ini melanjutkan dengan menjelaskan secara detail kerangka pemikiran penelitian dan, bila perlu, hipotesis penelitian juga disajikan dalam bagian ini.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian ini menyoroti pendekatan strategis, teknik, dan metode yang diterapkan dalam proses pengumpulan dan analisis data untuk menjawab pertanyaan penelitian. Jenis penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data akan dibahas dalam Bab III.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan deskripsi yang terorganisir tentang temuan penelitian dan interpretasinya, dengan mempertimbangkan rumusan masalah dan tujuan penelitian. Bab IV akan dibagi menjadi dua bagian: tinjauan umum dari temuan penelitian di bagian pertama dan diskusi dan analisis temuan oleh penulis di bagian kedua. Setiap tahap analisis dimulai dengan evaluasi data dan berkembang menjadi interpretasi dan kesimpulan. Dalam konteks pembahasan, perbandingan hasil dengan studi sebelumnya atau kerangka teoritis yang relevan merupakan hal yang penting untuk dipertimbangkan.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil akhir merupakan hasil dari usaha menjawab pertanyaan penelitian, yang kemudian dipresentasikan sebagai rekomendasi yang berkaitan dengan kegunaan temuan penelitian.