

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pentingnya peran UMKM dalam pembangunan perekonomian Indonesia usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan pelaku bisnis yang bergerak pada berbagai bidang usaha, yang menyentuh kepentingan masyarakat. Keberadaan UMKM di negara-negara berkembang dapat dikatakan sebagai tulang punggung perekonomian, misalnya Indonesia (Alliyabenings, 2016). Keberadaan UMKM terbukti telah mampu menggerakkan roda perekonomian bangsa dan mengurangi jumlah pengangguran yang ada. Menurut Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM adalah sebagai berikut :

1. Mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan / atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria Usaha Mikro sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.
2. Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria Usaha Kecil sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang ini.
3. Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau

hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam Undang-Undang ini.

Salah satu upaya peningkatan dan pengembangan UMKM dalam perekonomian nasional dilakukan dengan mendorong pemberian kredit modal usaha kepada UMKM. Menurut Arita Anomasari (2013) menjelaskan bahwa dari sudut perbankan, pemberian kredit kepada UMKM menguntungkan bagi bank yang bersangkutan. Pertama, tingkat kemacetannya relatif kecil. Hal ini terutama disebabkan oleh tingkat kepatuhan nasabah usaha kecil yang lebih tinggi dibandingkan nasabah usaha besar. Kedua, pemberian kredit kepada UMKM mendorong penyebaran risiko, karena penyaluran kredit kepada usaha kecil dengan nilai nominal kredit yang kecil memungkinkan bank untuk memperbanyak jumlah nasabahnya, sehingga pemberian kredit tidak terkonsentrasi pada satu kelompok atau sektor usaha tertentu.

Namun dari beberapa hal yang melatarbelakangi seperti tersebut di atas, masih belum cukup menjadi landasan keyakinan bahwa pelaku UMKM akan mendapatkan kemudahan dalam hal pengajuan fasilitas kredit modal usaha ke lembaga-lembaga pemberi kredit baik perbankan maupun non perbankan. Hingga saat ini masih banyak pelaku UMKM yang mengalami permasalahan dalam hal pengajuan kredit usaha. Selanjutnya menjelaskan hambatan yang muncul adalah jaringan kerja sama yang masih terbatas, rendahnya intensitas pemberdayaan, pelatihan, pengembangan dan pendampingan UMKM serta masih lemahnya peranan Bank Indonesia dalam memediasi perbankan guna menyalurkan kredit kepada UMKM. Kemudian aspek lain adalah peluang pasar yang potensial dan mampu menyerap tenaga kerja yang cukup besar dan fleksibilitas usaha yang cukup tinggi (Alliyabenings, 2016).

Oleh karena itu, untuk membenahi penanganan UMKM, sekiranya pemerintah Indonesia perlu dengan serius melakukan program-program pembinaan, agar UMKM dapat melakukan tugasnya dengan baik dan memberikan potensi secara maksimal untuk perekonomian Indonesia. Maka dari itu, ke depannya, diharapkan bahwa kebijakan pemerintah akan lebih kondusif lagi dalam memperluas peran UMKM dalam perekonomian Indonesia. Contohnya, memberdayakan UMKM antara pengusaha besar dan pengusaha kecil serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM). Dalam pengembangannya, penggabungan lingkungan internal dan peluang global yang disinergikan dengan pasar bebas dan era otonomi daerah (Arita, 2013). Meski para pelaku UMKM ini memiliki beberapa keterbatasan namun pada kenyataannya mereka mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan lain dengan kondisi yang kompetitif.

UMKM dalam meningkatkan pertumbuhan perusahaan masih sangat tergantung dari kinerja pemiliknya dan inovasi.

Kinerja inovatif merupakan pelaksanaan tugas yang disertai dengan penerapan hal-hal baru dalam upaya meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan. Hasil studi Ergun et al (2004) menemukan bahwa variabel proaktif *berpengaruh* terhadap kinerja inovatif, Namun studi Halim et al (2015) menunjukkan bahwa variabel proaktif *tidak berpengaruh* terhadap kinerja inovatif.

Kemudian aspek penting lain yang mempengaruhi kinerja inovatif adalah modal sosial atau jejaring. Hasil studi Sheng (2007) menyimpulkan bahwa kinerja inovasi dipengaruhi oleh sumber daya jejaring. Pennings (1998) menegaskan bahwa salah satu sumber daya organisasional yang penting adalah modal sosial (*social capital*) yang merupakan pengalaman menjalin hubungan dengan organisasi lain. Hubungan antara perusahaan akan terus tumbuh dari nilai interaksi sosial. Sumber daya dan kemampuan organisasional yang diperoleh dari hubungan-hubungan merupakan sumber kekuatan atau kekuasaan bagi perusahaan (Tsai, 2005).

Namun demikian hasil studi Widodo (2015) menyimpulkan bahwa Usaha Kecil Menengah (UKM) Batik inovasi yang dilakukan bersifat follower, artinya produk muncul di wilayah lain yang relatif baru, kemudian sedikit modifikasi. Kemudian Sheng (2007) menyatakan bahwa perusahaan perseorangan jarang sekali atau terdapat keterbatasan mencapai *organizational Innovativeness* dan UMKM seringkali tidak mampu mencapai *performance innovativeness*.

Penelitian ini akan dilakukan di kota Semarang pada UMKM yang bergerak di industry batik. Dahulu kota Semarang pernah jaya di bidang usaha batik, sama seperti kota Solo dan Pekalongan. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya sebutan kampung batik di Kota Semarang. Namun sangat disayangkan usaha batik di Kota Semarang saat ini mengalami kepunahan. Hal ini berakibat hilangnya seni budaya yang dimiliki oleh kota Semarang, juga lepasnya kesempatan meraih keuntungan dari maraknya bisnis batik yang saat ini mulai laku keras (Ariati. 2015). Batik Semarang merupakan salah satu warisan budaya bangsa Indonesia, yang sempat hilang pada era penjajahan Jepang. Pengembangan budaya batik Semarang mulai kembali digalakan Pemerintah kota Semarang sejak tahun 2006 sebagai identitas daerah Semarang melalui program pelestarian batik Semarang.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan riset gap studi Hasil studi Ergun *et al* (2004) proaktif *berpengaruh* terhadap kinerja inovatif, Namun hasil studi Halim *et al* (2015) menunjukkan bahwa proaktif *tidak berpengaruh* terhadap kinerja inovatif. Kemudian juga fenomena bisnis yang ada di UMKM kota Semarang memiliki kinerja inovasi tidak optimal. Maka rumusan masalah studi pada penelitian ini adalah " Bagaimana model peningkatan kinerja inovatif yang berbasis pada kualitas jejaring dan proaktif UMKM Batik di kota Semarang. Kemudian pertanyaan penelitian (*question research*) yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh proaktif dan kualitas jejaring terhadap kinerja inovatif.
2. Bagaimana model peningkatan kinerja inovatif yang berbasis pada kualitas jejaring dan proaktif.

1.3. Tujuan Penelitian

1. Mendiskripsikan dan menganalisis keterkaitan proaktif dan kualitas jejaring terhadap kinerja inovatif
2. Menyusun model pengembangan peningkatan kinerja inovatif yang berbasis pada kualitas jejaring dan proaktif.

1.4. Manfaat

1. Manfaat teoritis memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu Manajemen khususnya manajemen sumber daya manusia tentang peningkatan kinerja inovatif
2. Manfaat praktis menjadi sumber informasi dan referensi bagi UMKM dalam upaya peningkatan kinerja inovatif.