

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

UMKM menjadi salah satu terobosan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat untuk mencapai kesejahteraan hidup yang memadai. Usaha kecil menengah menjadi penopang perekonomian Indonesia, karena membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat. Kemandirian masyarakat seperti para pelaku bisnis UMKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah. Perubahan yang begitu cepat dalam era ini menuntut kita untuk melakukan langkah-langkah untuk menciptakan hal baru serta mempunyai strategi dan pengetahuan untuk bersaing, tetapi akhir-akhir ini UMKM mengalami ketidakstabilan yang disebabkan oleh adanya virus *covid-19*.

Undang-undang nomor 20 tahun 2008 tentang usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) didefinisikan sebagai usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro. Sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, kriteria untuk usaha kecil adalah 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. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang

perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan.

Perkembangan dunia usaha yang sangat pesat seperti sekarang ini, menjadikan banyak sekali bermunculan produk-produk yang mempunyai kelebihan dan keunikannya sendiri. Akibatnya pelanggan jadi mempunyai banyak pilihan dalam menggunakan produk yang ditawarkan oleh produsen salah satunya produk pakaian jadi.

**TABEL 1.1**  
**PERTUMBUHAN PRODUKSI PAKAIAN JADI DI JAWA TENGAH**  
**PADA TAHUN 2016-2019**

Tahun	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Jumlah
2016	12,42	12,14	9,16	5,92	<b>39,64</b>
2017	-6,75	-4,92	-4,57	-2,09	<b>-18,33</b>
2018	2,01	5,89	-0,50	0,89	<b>8,29</b>
2019	-0,96	-12,12	-9,22	-11,65	<b>-33,95</b>

Sumber: BPS Jawa Tengah, 2019

Tabel 1.1 menunjukkan usaha mikro-kecil produksi pakaian jadi selama empat tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang fluktuatif, tertinggi terjadi pada tahun 2016 dengan pertumbuhan sebesar 39,64 % dan terendah terjadi pada tahun 2019 dengan pertumbuhan sebesar -33,95 %.

Perspektif dunia mengakui bahwa usaha mikro, kecil, menengah (UMKM) memegang peranan yang sangat penting dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, baik dinegara berkembang maupun di negara maju. Jumlah UMKM di

Indonesia sendiri pada tahun 2018 mencapai angka 58.97 juta unit. Kelemahan UMKM di Indonesia khususnya di Kota Semarang, Demak dan Kudus adalah pada aspek daya saing, baik daya saing harga maupun diferensiasi, hal ini disebabkan oleh latar belakang UMKM yang masih mengandalkan manajemen keluarga dalam pengembangan bisnisnya. Kondisi inilah yang menyebabkan pola pengelolaan UMKM masih sangat tradisional dan mengandalkan hubungan kekerabatan. Untuk menjadi UMKM yang kompeten, maka harus diubah pola pengembangan UMKM dari tradisional ke profesional. Mengubah pola pengembangan UMKM dari tradisional ke profesional secara langsung maupun tidak langsung dapat mempengaruhi *business performance* yaitu dengan cara mengandalkan evaluasi kinerja secara konvensional, diubah menjadi penilaian kinerja berbasis teknologi informasi.

Laitinen (2002) mendefinisikan *business performance* sebagai kemampuan untuk menghasilkan sesuatu dengan bertujuan untuk bertahan hidup, berkembang, dan membuat keuntungan. Penelitian yang dilakukan oleh Liu, Ke, Wei, & Hua, (2013) menunjukkan bahwa *absortive capability* merupakan sumber yang penting bagi *business performance*. Sebuah perusahaan yang memiliki *absortive capability* yang tinggi memungkinkan untuk memanfaatkan pengetahuan baru yang di dapat dari sumber eksternal (misalnya, pelanggan, pemasok, pesaing, dan mitra kerja) dan dapat menerapkan pengetahuan baru dengan mengidentifikasi peluang bisnis di pasar.

Kemajuan pesat dalam *technology information* (TI) mengharuskan tenaga ahli TI selalu memperbarui keterampilan mereka (Lee et al., 2010). Dalam keadaan

ini, perusahaan harus menyadari semakin pentingnya menggunakan TI untuk mengembangkan kinerja untuk mendorong interaksi di antara anggota organisasi (Griffith et al. 2003). Lee et al., 2019 mengatakan perusahaan yang mempunyai teknologi informasi unggul diantara perusahaan lain dan mereka yang memperhitungkan perusahaan dari kegiatan teknologi informasi seperti pengembangan produk baru dan aplikasi lebih unggul daripada perusahaan lainnya.

Menurut Jeong, Pae, & Zhou (2006) penyebaran cepat terjadi pada teknologi baru dapat memperpendek siklus hidup produk dan meningkatkan persaingan, itu menunjukkan bahwa keberhasilan perusahaan semakin tergantung pada keahlian teknologi dan inovasi baru. Oleh karena itu, selain fokus pelanggan, perusahaan juga perlu memahami perkembangan teknologi terbaru untuk tetap kompetitif. Perusahaan harus mendorong kerjasama intra-organisasi dan integrasi untuk jaminan kelancaran arus pengetahuan dan fleksibilitas untuk mengatasi permasalahan pelanggan (Salojärvi et al., 2015).

Peneliti terdahulu yang sudah mengkaji tentang bagaimana pengaruh *technology information* terhadap *business performance*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *technology information* mampu meningkatkan *business performance* (Bharadwaj, 2000; Stoel & Muhanna, 2009), tetapi studi lain menunjukkan hasil yang berbeda bahwa *technology information* tidak mampu meningkatkan *business performance* (Santhanam & Hartono, 2003; Strassman, 1997).

Berdasarkan hasil penelitian yang berbeda-beda tersebut, maka perlu diadakan penelitian lebih lanjut dengan menempatkan *absorptive capability* sebagai variabel intervening diharapkan dapat mengatasi kesenjangan hasil penelitian terdahulu. Peneliti ingin menganalisis pengaruh dari *technology information* dan *customer relationship capability* pada *business performance* dengan *absorptive capability* sebagai variable intervening.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan *business performance* bagi UMKM pakaian jadi. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *technology information* terhadap *absorptive capability*?
2. Bagaimana pengaruh *customer relationship capability* terhadap *absorptive capability*?
3. Bagaimana pengaruh *technology information* terhadap *business performance*?
4. Bagaimana pengaruh *customer relationship capability* terhadap *business performance*?
5. Bagaimana pengaruh *absorptive capability* terhadap *business performance*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *technology information* terhadap *absorptive capability*.
2. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *customer relationship capability* terhadap *absorptive capability*.
3. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis pengaruh *technology information* terhadap *business performance*.
4. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis *customer relationship capability* terhadap *business performance*.
5. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis *absorptive capability* terhadap *business performance*.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat teoritis**

Berdasarkan hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan menjadi panduan bagi pengembangan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan *technology information*, *customer relationship capability*, *absorptive capability* dan *business performance*.

##### **2. Manfaat Praktisi**

Diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam meningkatkan strategi untuk mencapai keputusan pembelian dan sebagai masukan atau saran untuk para praktisi manajemen dalam menjalankan bisnisnya.