

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor yang mempunyai peranan penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia, karena dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Usaha mikro sering disebut dengan usaha rumah tangga. Dengan adanya UMKM inilah pemerintah sangat terbantu dalam hal penciptaan lapangan kerja baru yang dapat mendukung pendapatan rumah tangga. Selain itu dibandingkan dengan usaha yang memiliki kapasitas lebih besar, UMKM juga memiliki fleksibilitas yang lebih tinggi. Dalam pengembangannya, UMKM sangat perlu mendapatkan perhatian yang lebih besar dari pemerintah maupun masyarakat agar UMKM dapat berkembang dengan efektif dan dapat bersaing dengan pelaku ekonomi lainnya. Sekarang ini batik merupakan salah satu produk unggulan yang dimiliki oleh setiap kabupaten dan kota di Jawa Tengah yang banyak dikelola oleh UMKM.

Pada kalangan UMKM Batik, rendahnya kemampuan wirausaha dan tingkat penguasaan teknologi menjadi *issue* yang sangat mengemuka saat ini. Secara parsial pengembangan UMKM Batik tidak memberikan banyak hasil yang maksimal terhadap peningkatan kinerja. Oleh karena itu, kebijakan bagi UMKM

bukan disebabkan oleh ukurannya yang kecil namun karena tingkat produktivitasnya yang masih rendah.

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia berupa wujud dari sebuah seni yang diwujudkan dalam motif kain. Dengan berkembangnya zaman, batik memiliki beragam inovasi yang dapat menjadikan suatu trend. Batik sekarang tidak hanya diminati oleh orang tua saja namun juga kalangan muda. Sejak abad XVII Batik sendiri sudah mulai dikenal oleh masyarakat, dan pada tahun 2009 Batik telah mendapat pengakuan sebagai *world heritage* dari badan PBB yaitu UNESCO. Dengan adanya pengakuan untuk batik tulis ini akan menjadi nilai tambah bagi pengembangan batik di Indonesia.

Para pemilik usaha dituntut untuk selalu melakukan inovasi agar pemilik usaha dapat menciptakan kinerja yang berkelanjutan. Menghadapai persaingan di pasar global, para UMKM harus dapat bersaing dengan basis teknologi, inovasi, kreativitas dan imajinasi tidak hanya mengandalkan harga dan kualitas saja (Esti dan Suryani, 2008). Kinerja yang berkelanjutan dapat dicapai apabila pemilik usaha dapat melakukan inovasi secara terus-menerus sesuai dengan dinamika lingkungan (Suzana, 2014).

Pengembangan inovasi yang efektif, dengan segala keterbatasannya, para pemilik UMKM dituntut untuk mampu membangun jejaring kolaborasi yang baik dengan sumber daya yang memadai baik dibidang sumber daya manusia, keuangan maupun teknologi. Kreatifitas dan inovasi sangat dibutuhkan oleh UMKM agar mereka mampu bersaing ditengah perkembangan lingkungan yang sangat cepat terutama dibidang teknologi. Mulyana (2016) menjelaskan bahwa

peningkatan kinerja bagi pemilik usaha dapat dilakukan dengan membangun jejaring kolaborasi yang baik dan mengembangkan kapabilitas inovasi (kemasan, produk, pasar dan proses) yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa variabel inovasi dapat didorong oleh variabel kolaborasi antara akademika, pemerintah, perusahaan dan masyarakat sipil yang kreatif sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Afonso, 2010). Penilaian kompetensi mitra jaringan eksternal yang meliputi universitas, perusahaan, dan pemerintah, strategi inovasi dapat ditentukan dengan merancang jejaring kolaborasi (Varrichio, 2012; Carayannis, 2009). Najib (2014) menjelaskan bahwa sumber pengembangan inovasi industri kreatif adalah melalui jejaring kolaborasi. Pengembangan inovasi juga dapat membangun sinergi melalui jejaring kolaborasi (Ziemer, 2009). Studi lain menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan kinerja kerjasama dengan pelanggan dapat ditingkatkan melalui *collaborative communication* (Chen, 2013), dan secara signifikan orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis dimoderasi oleh *networks capability* (Zhang, 2012). Namun dalam studi lain menunjukkan hasil yang berbeda, bahwa tidak ada pengaruh antara kinerja organisasi terhadap *collaborative network size* (Ofem, 2014), demikian juga dalam penelitian Zeng (2010) menunjukkan bahwa kinerja inovasi tidak dapat ditingkatkan melalui kerjasama intern perusahaan kecil dengan pemerintah.

UMKM juga membutuhkan penelitian untuk menemukan sejauh mana pengaruh antara variabel jaringan kolaborasi dan kapabilitas inovasi terhadap

kinerja. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UMKM untuk mengembangkan usahanya.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis merumuskan suatu permasalahan, yaitu : Bagaimana meningkatkan kinerja UMKM Batik di Semarang dan Kendal melalui jaringan kolaborasi dan kapabilitas inovasi?

Kemudian, pertanyaan penelitian (*question research*) yang muncul adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh jejaring kolaborasi terhadap kapabilitas inovasi?
2. Bagaimana pengaruh jejaring kolaborasi terhadap kinerja?
3. Bagaimana pengaruh kapabilitas inovasi terhadap kinerja?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

1. Untuk mendiskripsikan dan menggambarkan keterkaitan jejaring kolaborasi terhadap kapabilitas inovasi.
2. Untuk mendiskripsikan dan menggambarkan keterkaitan jejaring kolaborasi terhadap kinerja.
3. Untuk mendiskripsikan dan menggambarkan keterkaitan kapabilitas inovasi terhadap kinerja.

1.4. Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya. Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain adalah untuk :

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya. Disamping itu juga diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen tentang jaringan kolaborasi.

2. Bagi Pemilik Usaha

Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi pemilik UKM berkaitan dengan pengembangan inovasi berkelanjutan melalui jaringan kolaborasi agar pemilik usaha dapat menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi pasar global saat ini.