

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu bagian terpenting dalam perekonomian pada suatu negara, termasuk di Indonesia. Ketika krisis moneter yang melanda pada tahun 1998 dan terjadinya fluktuasi nilai tukar, perusahaan berskala besar yang secara umum selalu berurusan dengan mata uang asing adalah yang paling berpotensi mengalami imbas krisis, sedangkan usaha yang berskala kecil dan menengah yang tidak terlalu bergantung pada modal besar atau mata uang asing relatif lebih mampu bertahan dibandingkan perusahaan besar, sehingga jelas terlihat bahwa baik pada masa krisis moneter maupun masa pemulihan perekonomian Indonesia saat ini, UMKM memiliki peranan yang sangat strategis.

Tabel 1.1  
*GEI Score Asia-Pacific*

| <i>Regional Asia-Pacific</i> |           |           |           |
|------------------------------|-----------|-----------|-----------|
| No.                          | Negara    | GEI Score | Peringkat |
| 1                            | Indonesia | 21%       | 21        |
| 2                            | Malaysia  | 33%       | 33        |
| 3                            | Singapura | 53%       | 53        |

*Global Entrepreneurship Index* (GEI) sudah banyak digunakan sebagai indikator untuk mengukur kesehatan dari ekosistem *entrepreneurship* dalam suatu negara (GEI, 2018). GEI mengukur kualitas dari *entrepreneurship* dan juga sejauh mana ekosistem sekitar *entrepreneurship* dapat berguna untuk

membantu *entrepreneur* (GEI, 2018), sehingga berdasarkan hal tersebut, GEI dapat dijadikan acuan untuk melihat bagaimana perkembangan ekosistem *entrepreneurship* di suatu negara, serta membandingkannya dengan perkembangan di negara lain, sedangkan berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa GEI skor yang dimiliki Indonesia berada di jajaran bawah di regional *Asia-Pacific*, yaitu pada peringkat 21 dari total 28 negara yang terdaftar dengan GEI skor sebesar 21%, dan skor tersebut masih terhitung rendah apabila dibandingkan dengan Malaysia yang berada pada peringkat 11 (33%) maupun dengan Singapura yang berada pada peringkat 5 (53%).

Pada tahun 2017, jumlah usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia mencapai 62,9 juta dan mampu menyerap tenaga kerja sebesar 97% dari total tenaga kerja yang ada saat itu di Indonesia (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia, 2017). Hal ini menjadi sebuah bukti bahwa kesempatan kerja yang diciptakan oleh kelompok UMKM jauh lebih banyak dibandingkan tenaga kerja yang dapat diserap oleh usaha berskala besar. Selain itu, pelaku UMKM juga memiliki peranan yang penting dalam memajukan perekonomian Indonesia dengan memberikan kontribusi yang tinggi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia. Pada kurun waktu tahun 2016-2017 jumlah PDB UMKM terdapat peningkatan sebesar 9,92% dari Rp 7.009.283 Milyar pada tahun 2016 menjadi Rp 7.704.635 Milyar pada tahun 2017. Apabila dibandingkan dengan usaha berskala besar yang memiliki sumbangan PDB sebesar Rp 5.136.223 Milyar, maka UMKM

dapat dinyatakan memiliki sumbangan PDB yang lebih besar dibandingkan dengan usaha skala besar.

Tabel 1.2  
Data Pertumbuhan Jumlah UMKM 2012-2017

| <b>Tahun</b> | <b>Jumlah UMKM</b> | <b>Pertumbuhan</b> | <b>Persentase Pertumbuhan</b> |
|--------------|--------------------|--------------------|-------------------------------|
| 2012         | 55.206.444         | -                  | -                             |
| 2013         | 56.534.592         | 1.328.148          | 2,406                         |
| 2014         | 57.895.721         | 1.361.129          | 2,408                         |
| 2015         | 59.262.772         | 1.367.051          | 2,361                         |
| 2016         | 61.651.177         | 2.388.405          | 4,030                         |
| 2017         | 62.922.617         | 1.271.440          | 2,406                         |

(Sumber: Kementerian Koperasi Usaha Mikro Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2017)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa setiap tahun perkembangan jumlah UMKM di Indonesia semakin berkembang dan meningkat. Kendati jumlah UMKM yang semakin meningkat, UMKM terus menghadapi tantangan karena para pelaku UMKM bereaksi terhadap perubahan faktor lingkungan seperti munculnya pasar dan standar untuk kualitas produk yang lebih baik, kebutuhan terhadap waktu pengiriman yang lebih cepat dan kemitraan bisnis yang lebih erat (Gupta dan Cawthon dalam Setiawan, 2015). Selain itu, UMKM seringkali kalah bersaing dengan bisnis usaha yang lebih besar yang didukung dengan sumberdaya finansial, manusia, serta kemampuan manajerial yang lebih baik.

Menurut Casson et al (2006), jumlah wirausaha termasuk UMKM diyakini dapat berperan sebagai roda penggerak pertumbuhan ekonomi, serta inovator dalam pengembangan ekonomi. Tingginya persentase jumlah wirausaha di suatu negara maka perekonomian negara tersebut akan tumbuh dengan baik.

Kuncoro (2006) mengemukakan bahwa UMKM di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen. Selain itu, kondisi di atas akan lebih terasa pada jenis usaha berskala mikro dan kecil, jika dibandingkan dengan usaha berskala menengah atau besar, hal dikarenakan beberapa hal seperti lemahnya manajemen, dana, kemampuan untuk melakukan pemasaran, dan kurangnya daya saing dari pelaku usaha mikro dan kecil. (Indarti & Anton, 2014).

Hal tersebut mengarah pada rendahnya kapasitas inovasi yang dimiliki. Inovasi menjadi salah satu karakter yang menonjol pada kewirausahaan (Drucker, 1985), serta inovasi dipandang sebagai faktor kunci bagi keberlangsungan dan daya saing sebuah negara atau organisasi. Menurut Ancok (2012), dalam konteks kewirausahaan, perilaku inovatif adalah perilaku dalam mengkreasikan dan mengkombinasikan sesuatu yang baru, apakah dalam bentuk produk atau jasa yang mampu memberikan nilai tambah sosial dan ekonomis. Perilaku tersebut terdiri atas menghasilkan ide, mendiskusikan ide, dan merealisasikan ide dalam bentuk produk atau jasa.

Schumpeter (1934) berargumen bahwa inovasi menunjukkan pergerakan perkembangan ekonomi yang dinamis dan mengatakan bahwa ekspansi ekonomi dapat dilakukan melalui tahap *recession* dan siklus kemakmuran yang saling bertukar. Jika dibandingkan dengan jaman Schumpeter, prospek ekonomi saat ini sudah berubah dan menurut beberapa ahli, inovasi saat ini

tidak dapat diabaikan lagi demi mengembangkan suatu perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan (Beckheikh et al., 2006). Pertumbuhan ekonomi negara yang pesat dapat menjadi yang pertama dan paling banyak dikaitkan atau merupakan kontribusi dari inovasi itu sendiri.

Inovasi adalah faktor yang vital dan berhubungan erat dengan perubahan lingkungan yang dinamis, pertumbuhan ekonomi, dan hidup dari semua perusahaan. Definisi dari inovasi telah banyak dipaparkan oleh para ahli, namun definisi-definisi tersebut memiliki pemikiran yang sama di mana inovasi adalah aktivitas menciptakan sesuatu yang baru, termasuk produk, jasa, ataupun ide dan inovasi merupakan faktor yang menguntungkan bagi perekonomian dan perusahaan. Berdasarkan fakta tersebut, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa inovasi merupakan suatu keharusan dalam perkembangan ekonomi saat ini yang tidak menentu, oleh karena itu seorang pemimpin sangat dibutuhkan untuk berkomitmen menyatukan budaya perusahaan dan kreativitas untuk berinovasi. Target utama dari perusahaan yang modern saat ini adalah dapat memberikan motivasi kepada karyawan untuk dapat berinovasi (Slåtten, 2014).

*Product innovation* dalam wirausaha membuka peluang diversifikasi produk dan pangsa pasar. Lingkungan bisnis yang kompetitif dan dinamis menuntut wirausaha untuk selalu adaptif dan mencari terobosan terbaru. Karakter cepat puas diri akan membawa bisnis menuju kemunduran. Maka, inovasi adalah jawaban untuk wirausaha yang sukses. Adapun ciri – ciri yang dapat menunjukkan bahwa sebuah perusahaan melakukan inovasi produk

adalah mendukung munculnya gagasan produk baru, mendukung kreativitas bagi munculnya produk baru.

Pemimpin harus memperhatikan cara untuk memelihara kreativitas di lingkungan karyawan melalui pandangan yang memberikan hasil inovatif (Jaiswal and Dhar, 2015). Chan (2010) mengatakan bahwa kepemimpinan akan menciptakan entusiasme, memberikan arah kepada *follower* dengan visi yang jelas dan *empowerment* untuk mencapai pencapaian yang tinggi.

Pada perindustrian yang sedang dalam kondisi volatil maupun stabil, perusahaan dituntut untuk dapat terus memberikan jasa atau produk dengan harapan untuk tetap dapat memanfaatkan semua *opportunity* yang didapatkan secara konstan. Dalam pernyataan ini, sikap dan perilaku seorang *entrepreneur* harus diterapkan di setiap tingkatan perusahaan. Karakteristik ini umumnya ditemukan pada diri seorang *leader* maupun *entrepreneur* yang mampu bekerja di lingkungan yang berubah dengan cepat dan dinamis, sehingga berdasarkan pernyataan tersebut, menunjukkan suatu gaya kepemimpinan yang baru, yaitu *entrepreneurial leadership* (Fernald, George, & Ayman, 2005).

Kepemimpinan, bagi seorang wirausaha, adalah modal yang sama pentingnya dengan kepercayaan dan kreativitas. Kreativitas yang tinggi membuat wirausaha lebih inovatif dan adaptif. Sebuah usaha yang dibangun tanpa kepemimpinan yang kuat hanya akan menjadi usaha kecil yang stagnan (tidak berkembang). Konsep *entrepreneurial leadership* memberikan tekanan untuk perilaku yang *opportunity-oriented*. Perilaku tersebut merupakan kunci

bagi *leader* maupun *follower* untuk memahami *entrepreneurial leadership*. *Entrepreneurial leader* akan meningkatkan kepercayaan para *follower* dengan *entrepreneurial abilities* dan *skill* mereka masing-masing dan meningkatkan semangat mereka terhadap inovasi dan kreatifitas.

*Entrepreneurial leadership* merupakan faktor penting yang mempengaruhi kinerja perusahaan. Oleh karena itu, pada persaingan global saat ini yang ketat dan memiliki lingkungan yang dinamis, pemimpin suatu perusahaan dan khususnya pemilik bisnis UKM harus memiliki kualitas seorang *entrepreneurial leadership* demi bertahan, menghadapi persaingan, dan mengembangkan perusahaan mereka (Karcioglu & Yucel, 2004).

Beberapa penelitian mengenai *Entrepreneurial Leadership* seperti menurut Currie, et al (2008) dalam jurnal berjudul “*innovation, proactive, and vision are three integrated dimension between leadership and entrepreneurship.*” Mengatakan *product innovation* dan *entrepreneurial leadership* adalah proses yang holistik, hidup saling melengkapi. Menurut Shane & Venkataraman (2000) dalam jurnal berjudul “*Entrepreneurial Leadership: Developing a Cross-cultural Construct.*” Mengatakan *entrepreneurial leadership* dan *product innovation* memiliki hubungan yang sangat erat dalam menciptakan suatu produk yang unggul. Menurut Mehrad, et al (2011) mengatakan, bahwa *entrepreneurial leadership* terlihat nyata pada produk dan proses inovasi. Mendeskripsikan *entrepreneurial leadership* sebagai sebuah proses praktek dan aktivitas pengambilan keputusan yang menuju entri (pengembangan produk) baru.

*Entrepreneurial leadership* itu sendiri memiliki beberapa dimensi-dimensi, antara lain: *Able to motivate, Visionary, Proactive, innovativeness, Risk taking, Achievement oriented, Persistence* yang dapat digunakan untuk mengukur *entrepreneurial leadership* itu sendiri. Sedangkan dimensi dari *product innovation* adalah *radical innovation* dan *incremental Innovation*.

Penelitian ini akan berfokus pada pelaku UMKM berskala mikro saja, demi penelitian yang lebih dalam mengenai usaha berskala mikro, karena skala usaha mikro tidak dapat disamakan dengan usaha berskala kecil maupun menengah, sehingga apabila penelitian dilakukan usaha berskala mikro, maka salah satu dimensi yang terdapat pada variabel *product innovation* menjadi kurang relevan jika dikaitkan dengan UMKM berskala mikro, yaitu *radical innovation*. Hal ini dikarenakan, penemuan Herbig (1994) menunjukkan hasil yang mengemukakan bahwa kondisi/lingkungan yang disukai oleh *radical innovation* berbeda dengan kondisi yang disukai oleh *incremental innovation*. Karena pada dasarnya *radical innovation* merepresentasikan fungsi atau teknologi yang baru yang tidak pernah teridentifikasi sebelumnya, serta membutuhkan sumber daya yang cukup besar untuk dapat diimplementasikan. Sehingga *radical innovation* kurang cocok untuk diterapkan dalam usaha berskala mikro.

Bagi para *entrepreneur* baru yang memulai bisnis, merupakan tugas yang baru dan sulit untuk mengelola bisnis dan karyawan sekaligus, dan pada umumnya hal tersebut sering ditemukan pada jenis bisnis usaha skala mikro, jika dibandingkan dengan usaha berskala kecil maupun menengah, karena hal

tersebut meliputi pengembangan sumber daya manusia dan mempengaruhi motivasi, komitmen, kreativitas, dan produktivitas dari karyawan (Kempster & Cope, 2010). Selain itu, kebanyakan *entrepreneur* memiliki pengalaman yang heterogen mengenai *leadership*, dan kebanyakan tidak pernah menerima *training leadership* sebelumnya atau belum mengenal *leadership* ketika memulai bisnis. Oleh karena itu, *entrepreneur* tidak diuntungkan apabila dibandingkan dengan manajer di perusahaan yang sudah mapan, karena mereka tidak dapat menyediakan gaji yang tinggi, keselamatan dan keamanan kerja yang tinggi, atau peluang karir yang pasti (Barrett & Mayson, 2008b; Degeest et al., 2015; Leung, 2003). Namun hal ini merupakan tugas yang menantang bagi *entrepreneur* karena mereka seringkali tidak dapat menyediakan *benefit* dan fasilitas seperti yang diberikan oleh perusahaan-perusahaan yang sudah mapan (Cardon & Stevens, 2004).

Lingkungan kerja pada *entrepreneurial firm* seperti pada bisnis usaha mikro, kecil dan menengah (*informal*) berbeda dengan lingkungan kerja yang dimiliki oleh perusahaan yang sudah mapan (*established firm*). Oleh karena itu, *entrepreneur* harus dapat menggunakan pendekatan manajemen sumber daya manusia yang berbeda. Pada umumnya lingkungan kerja di perusahaan wirausaha sangat dinamis dan kompleks karena proses atau kegiatan pada perusahaan wirausaha dapat digambarkan dengan reaktivitas dan informalitas (Barrett & Mayson, 2008a; Marlow, Taylor & Thompson, 2010).

*Entrepreneurial leadership* juga relevan dengan bisnis kecil dan baru, karena *entrepreneur* tidak dapat dengan lancar mengembangkan bisnis baru

tanpa menunjukkan perilaku *leadership* yang efektif (Baumol, 1968; Cogliser and Brigham, 2004). Selain itu, dengan dimulainya bisnis baru, seorang *entrepreneur* diharuskan untuk memimpin tanpa adanya *standard operating procedure* (SOP), praktek manajemen, atau struktur organisasi yang dapat dijadikan sebagai panduan (Hmieleski and Ensley, 2007). Perusahaan yang baru pada umumnya tidak memiliki *human resource department* (HRD), sehingga tanggung jawab pengembangan karyawan akan diserahkan sepenuhnya kepada pendiri bisnis (Banks, Bures, & Chapion, 1987; Fox, 2013; Katz & Welborune, 2002).

Latar belakang dari penelitian ini adalah UMKM seringkali kalah bersaing dengan bisnis usaha yang lebih besar yang memang didukung dengan sumberdaya finansial, manusia, serta kemampuan manajerial yang lebih baik, sehingga salah satu cara agar UMKM dapat bersaing dengan perusahaan yang lebih besar adalah melalui inovasi. Namun, UMKM di Indonesia secara kualitas sulit berkembang di pasar karena menghadapi beberapa masalah internal, seperti rendahnya kualitas sumber daya manusia, rendahnya penguasaan teknologi dan manajemen, sehingga menyebabkan rendahnya kualitas inovasi yang dimiliki.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tesis dengan judul “Analisa Pengaruh *Entrepreneurial Leadership* Terhadap *Product Innovation* Pada UMKM di Bandung”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka perumusan masalah untuk penelitian ini adalah, sebagai berikut:

“Seberapa besar pengaruh *entrepreneurial leadership* terhadap *product innovation* pada usaha berskala mikro?”

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah disusun, maka tujuan penelitian tesis ini adalah, sebagai berikut:

“Menganalisis besarnya pengaruh *entrepreneurial leadership* terhadap *product innovation* pada usaha mikro.”

## 1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan, sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan bidang kewirausahaan dan memberikan masukan-masukan mengenai *entrepreneurial leadership* dan apa saja dimensi-dimensi yang dapat mempengaruhi *product innovation*, sehingga dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya

- Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan masukan kepada UMKM atau praktisi bisnis usaha mengenai peran seorang *entrepreneurial leadership* serta mempraktekkan dimensi-dimensi yang terdapat di dalamnya untuk diterapkan di kondisi perekonomian saat ini yang berkembang dengan cepat dan dinamis demi memajukan perkembangan ekonomi di Indonesia.

