

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan bagian penting dalam sistem perekonomian nasional, mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan nasional serta menghasilkan pendapatan devisa negara meningkat Pendapatan memperkuat struktur perekonomian nasional (Ginting et al., 2019a).

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mempunyai pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.

Indonesia memiliki berbagai asal daya yang melimpah, dengan asal daya alam ataupun asal daya manusianya. Tetapi dengan segala kekayaan melimpah yang sudah dimiliki Indonesia dari jaman dahulu kala, Indonesia masih belum bisa menjadi negara maju. Dalam era globalisasi sekarang ini, dunia bisnis menghadapi lingkungan yang cenderung persaingan semakin ketat antara pelaku usaha dengan juga para pelaku usaha lainnya yang juga memproduksi produk sejenis (Sartika & Handayani, 2021).

Di Jawa Barat pertumbuhan UMKM sangat memiliki yang cukup signifikan dari tahun 2019 hingga 2023. Menurut [opendata.jabarprov.go.id](http://opendata.jabarprov.go.id), ditahun 2019 memiliki proyeksi jumlah UMKM sebesar 5.549.429 dan ditahun 2023 memiliki

proyeksi jumlah UMKM sebesar 7.055.660, ada kenaikan sebesar 1.506.231 dari 2019 ke 2023. Hal yang sama terjadi di ibu kota Provinsi Jawa Barat yaitu Kota Bandung yang memiliki pertumbuhan UMKM dengan jumlah yang signifikan seperti yang ada di table berikut

**Tabel 1.1 Proyeksi Jumlah UMKM di Kota Bandung**

NO	Proyeksi Jumlah UMKM	Tahun
1	343938	2016
2	365218	2017
3	387815	2018
4	411810	2019
5	437290	2020
6	464346	2021
7	493076	2022
8	523584	2023

*Sumber: opendata.jabarprov.go.id*

Berdasarkan Tabel 1.1 jumlah UMKM di Kota Bandung diproyeksikan memiliki pertumbuhan yang terus meningkat tiap tahunnya dari 2016 sampai 2023 yang terdiri dari beberapa sektor seperti furnitur, barang logam, tekstik, pakaian jadi, anyaman, makanan, dan lain lain.

Kota Bandung memiliki umkm Pangan dengan produk yang dihasilkan sangat beragam. Keberagaman produk yang dihasilkan menjadi daya tarik pelanggan (Ginting et al., 2019a). Di tahun 2021 sektor makanan menurut bandungkota.bps.go.id memiliki jumlah terbanyak sebesar 1.777 dibandingkan sektor lain. Jumlah UMKM yang semakin banyak menyebabkan para pelaku usaha harus melakukan inovasi dan memiliki daya saing yang tinggi agar dapat bersaing dengan pesaing agar dapat bertahan dipasar (Syahgita, 2022).

Daya saing menurut KBBI yaitu dibagi menjadi dua kata yaitu daya adalah kemampuan melakukan sesuatu atau kemampuan bertindak dan saing adalah kemampuan makhluk hidup untuk dapat tumbuh (berkembang) secara normal di antara makhluk hidup lainnya sebagai pesaing dalam satu habitat (dalam satu bidang usaha dan sebagainya), daya saing menurut Hutahayan & Yufra (2019) yaitu kemampuan dari perusahaan untuk menjaga dan menang kompetisi dengan bisnis.

Meskipun UMKM dilihat seolah memiliki beberapa keunggulan seperti mempercepat pemerataan pertumbuhan ekonomi dengan memberikan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, namun juga terdapat keterbatasan-keterbatasan. Seperti sulitnya bersaing dipasaran dan tidak memiliki daya saing, hal ini yang menjadikan UMKM menghadapi kesulitan untuk berkembang (Ginting et al., 2019).

Ada beberapa kesulitan yang dialami oleh UMKM yaitu kurang permodalan, kesulitan dalam pemasaran, SDM terbatas dan mutunya rendah, rendahnya mutu teknologi, dan lain lain (Ginting et al., 2019a).

Peneliti melakukan survey awal tentang daya saing UMKM Pangan di Kota Bandung. Dalam proses survei tersebut peneliti memiliki sebanyak 33 responden dalam mendukung penelitian yang disajikan dalam table berikut ini:

**Tabel 1.2 Survey awal tentang daya saing**

Survei Awal Tentang Daya Saing					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
1	Apakah Harga Produk Anda Dapat Bersaing Dengan Kompetitor	29	88%	4	12%
2	Apakah Kualitas Produk Anda Memiliki Daya Tahan Yang Baik Dibandingkan Kompetitor	25	76%	8	24%
3	Apakah Produk Anda Dapat Dengan Mudah Adaptasi Di Pasar	10	30%	23	70%

*Sumber: Kuesioner (Data Diolah), 2024*

Berdasarkan hasil Survei awal terhadap 33 reponden tentang Daya Saing terdapat permasalahan di point ke 3 yaitu “Apakah Produk Anda Dapat Dengan Mudah Adaptasi Di Pasar” terdapat 70% yang menjawab “Tidak” dan 30% yang menjawab “Ya” diduga para pelaku usaha menghadapi kesulitan untuk beradaptasi dengan pasar

Menurut Syahgita (2022) selain daya saing, suatu perusahaan dipengaruhi oleh inovasi. Sebuah inovasi akan mendorong perusahaan untuk lebih kompetitif dan dapat memberi batasan bagi perusahaan baru maupun perusahaan lainnya untuk ikut serta dalam pasar (Ardyanti, 2022). Mengembangkan dan meluncurkan produk baru yang inovatif ke pasar lebih cepat dibandingkan pesaing adalah kunci untuk memperoleh keunggulan kompetitif maka diperlukanya kecepatan inovasi (Hutahayan & Yufra, 2019).

Agar perusahaan dapat menciptakan keunggulan kompetitif maka diperlukanya kecepatan inovasi. Penelitian sebelumnya menemukan bahwa kecepatan inovasi berkorelasi positif dengan daya saing. Hal ini memungkinkan

UMKM bersaing dengan perusahaan sejenis di industrinya. Oleh karena itu, kecepatan inovasi sangat penting dalam kondisi daya saing bisnis tinggi dan siklus hidup produk menjadi lebih pendek (Djumilah et al., 2017).

**Tabel 1.3 Survei Awal Tentang Kecepatan Inovasi**

Survei Awal Tentang Kecepatan Inovasi					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
1	Apakah anda Merealisasikan Ide Inovasi Lebih Cepat Dari Yang Direncanakan	8	24,24%	25	75,76%
2	Apakah Anda Meluncurkan Produk Baru Ke Pasar Sesuai Rencana	21	64%	12	36%
3	Apakah anda Melakukan Inovasi Produk Lebih Cepat Dibandingkan Sebelumnya Selama Beberapa Tahun Terakhir	19	58%	14	42%

Sumber: Kuesioner (Data Diolah), 2024

Berdasarkan hasil survey yang ditampilkan pada tabel 1.3 survey awal mengenai kecepatan inovasi, terdapat permasalahan dipoint pertama yaitu “apakah anda merealisasikan ide inovasi lebih cepat dari yang direncanakan” dengan jawaban “Tidak” Sebesar 25% dan jawaban “Ya” Sebesar 8%. Hal ini diduga UMKM Pangan mengalami kendala untuk pengembangan produk, bisa dari faktor biaya, kualitas sdm, dan teknologi yang ada.

Suatu inovasi semakin tergantikan oleh inovasi yang mengakibatkan *Creative Destruction* dari pesaing atau bahkan dari bisnis itu sendiri (Taneo et al., 2020). *Creative Destruction* dilakukan untuk menciptakan keunggulan kompetitif dan batasan/penghalang untuk perusahaan baru masuk serta memperluas jarak dengan

usaha sejenis (Kivimaa & Kern, 2016). *Creative Destruction* adalah pengembangan teknik, model bisnis, teknologi, dan pasar baru yang dapat mengganggu posisi bisnis atau produk yang sudah ada

Faktor lain yang dapat mempengaruhi UMKM dalam daya saing yang terjadi dipasar selain dari percepatannya inovasi dapat dipengaruhi juga melalui *Creative Destruction*, peneliti melakukan survey mengenai *Creative Destruction* dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.4 Survei Awal Tentang *Creative Destruction***

Survei Awal Tentang <i>Creative Destruction</i>					
No	Pertanyaan	Ya		Tidak	
		Responden	%	Responden	%
<b>Berdasarkan Meningkatkan Kompetensi</b>					
1	Apakah Anda Mampu Menghasilkan Produk Dengan Biaya Lebih Efisien	27	82%	6	18%
2	Apakah Anda Mampu Menghasilkan Produk Dengan Kualitas Lebih Baik	32	97%	1	3%
3	Apakah Anda Memiliki Para Pekerja Yang Makin Lama Makin Terampil Bekerja	15	45%	18	55%
<b>Berdasarkan Inovasi</b>					
4	Apakah Kemasan Produk Anda Lebih Unggul Dari Kemasan Produk Pesaing	22	67%	11	33%
5	Apakah Anda Memberikan Layanan Terbaik Kepada Pelanggan	33	100%	0	0%
6	Apakah Anda Sesalu Mengembangkan Jaringan Pasar (Pemasok, Usaha)	29	88%	4	12%

Sumber: Kuesioner (Data Diolah), 2024

Berdasarkan survei awal tentang *Creative Destruction* mendapatkan permasalahan di point ke 3 yaitu “apakah anda memiliki para pekerja yang makin lama makin terampil bekerja” dengan jawaban “Tidak” sebesar 55% dan jawaban “Ya” sebesar 15%. Hal ini di duga kualitas sdm yang menurun karena kejenuhan bekerja, Menurut (Susilo, 2012) Masalah yang dihadapi oleh UMKM adalah rendahnya produktivitas Hal tersebut berkaitan dengan rendahnya kualitas sumberdaya manusia, rendahnya kompetensi kewirausahaan

Untuk memiliki daya saing yang diperlukan UMKM belum tentu faktor-faktor yang dijelaskan diatas mempunyai pengaruh dalam menciptakan daya saing UMKM Pangan di Bandung. Berdasarkan uraian diatas maka perlu diadakannya penelitian yang lebih untuk diteliti, maka peneliti tertatik untuk melakukan penelitian yang berjudul “PENGARUH KECEPATAN INOVASI TERHADAP DAYA SAING DENGAN *CREATIVE DESTRUCTION* SEBAGAI MEDIATOR PADA UMKM PANGAN DI KOTA BANDUNG.”

## **1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah**

### **1.2.1 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti menemukan beberapa identifikasi masalah yang menjadi acuan dalma penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Sebagian UMKM Pangan di Kota Bandung kesulitan untuk beradptasi dengan pasar
2. Sebagian UMKM Pangan di Kota Bandung tidak melakukan ide inovasi dengan cepat.

1. Sebagian UMKM Pangan di Kota Bandung tidak mendapatkan kualitas perkerja yang baik

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalahnya yaitu:

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai kecepatan inovasi pada UMKM Pangan di Kota Bandung
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
3. Bagaimana tanggapan responden mengenai *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung
4. Seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung
5. Seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
6. Seberapa besar pengaruh *Creative Destruction* terhadap daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
7. Seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing melalui *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung

### **1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian**

#### **1.3.1 Maksud Penelitian**

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memperoleh informasi mengenai Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap

Daya Saing Dengan *Creative Destruction* Sebagai Mediator Pada Umkm Pangan Di Kota Bandung.

### 1.3.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kecepatan inovasi pada UMKM pangan di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung
4. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung
5. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
6. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh *Creative Destruction* terhadap daya saing pada UMKM pangan di Kota Bandung
7. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai seberapa besar pengaruh kecepatan inovasi terhadap daya saing melalui *Creative Destruction* pada UMKM pangan di Kota Bandung

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

### **1.4.1 Kegunaan Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak para pelaku usaha yang diteliti dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai masukan informasi untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi serta jalan keluar atas permasalahan yang berhubungan dengan Analisis Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM melalui *Creative Destruction* Pada UMKM pangan di Kota Bandung.

#### **b. Bagi Pihak Terkait**

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai informasi tambahan bagi pihak yang memiliki permasalahan dengan lingkup yang sama dalam hal Analisis Pengaruh Kecepatan Inovasi Terhadap Daya Saing UMKM melalui *Creative Destruction* Pada UMKM pangan di Kota Bandung.

#### **c. Bagi Pihak Lain**

Hasil Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan bagi para pelaku usaha yang bergerak dibidang yang serupa dan bagi peusahaan atau pelaku usaha yang ingin usahanya tetap bersaing dari kompetitor lainnya.

## 1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian

### 1.5.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melaksanakan penelitian pada UMKM Pangan di Kota Bandung.

### 1.5.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan April 2024 sampai dengan Juni 2024.

Adapun jadwal penelitian peneliti sebagai berikut :

**Tabel 1.5 Waktu Penelitian**

No	Uraian	Bulan																							
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	3	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Survey Tempat Penelitian	■	■	■	■	■																			
2	Melakukan Penelitian					■	■	■	■	■															
3	Mencari data						■	■	■	■															
4	Membuat Proposal						■	■	■	■	■														
5	Seminar												■												
6	Revisi												■	■											
7	Penelitian Lapangan									■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
8	Bimbingan					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■			
9	Sidang																					■	■	■	■