

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi saat ini telah menjadi pendorong utama dalam mengubah model bisnis yang inovatif, baik dalam hal produk, layanan, maupun proses bisnis (Miller & Lin, 2022). Sementara itu, perubahan dalam regulasi pemerintah, pergeseran preferensi konsumen, dan fluktuasi dalam landasan hukum telah menciptakan ketidakpastian yang mendorong organisasi untuk secara terus-menerus mengevaluasi dan menyesuaikan strategi mereka agar dapat bertahan dan berkembang dalam lingkungan yang berubah (Sadikin *et al.*, 2023).

Disamping itu, kompleksitas etika bisnis dan tanggung jawab sosial menjadi fokus utama dalam mengintegrasikan nilai-nilai yang berkelanjutan dalam model bisnis, sehingga dalam persaingan yang semakin intens perusahaan harus dapat mengidentifikasi peluang dan menghadapi tantangan dalam dinamika pasar yang terus berubah (Bromiley & Rau, 2022). Perkembangan teknologi ini tidak hanya menciptakan peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi, tetapi juga memberikan tantangan signifikan yang memerlukan respons yang cepat dan tepat. Kecepatan dalam mengadopsi teknologi baru bukan hanya menjadi keunggulan kompetitif, tetapi juga menjadi faktor krusial dalam menjaga daya saing organisasi di pasar yang terus berubah. Kurangnya adaptasi terhadap perubahan teknologi dapat mengakibatkan ketertinggalan yang berpotensi merugikan (Huebner & Flessa, 2022).

Terlebih pasca pandemi Covid-19 telah mengubah pola perilaku konsumen dalam berbagai hal, termasuk dalam tatanan jual beli. Banyak masyarakat yang beralih ke *platform* belanja *online* sebagai respons terhadap ketidakpastian ekonomi dan kekhawatiran akan kesehatan. Fenomena ini telah menciptakan tren baru dalam cara konsumen berbelanja, di mana transaksi *online* menjadi pilihan utama. Keberlanjutan penggunaan jual beli *online* tidak hanya mencakup kenyamanan dan

Azzam Tiar Busyeri, 2024

PERAN INNOVATION CAPABILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN STRATEGIC AGILITY TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE UMKM PADA SEKTOR MAKANAN/MINUMAN DI KOTA CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

keamanan, tetapi juga melibatkan peningkatan adopsi metode pembayaran *digital* serta penekanan pada aspek-aspek kesehatan dan kebersihan dalam memilih produk dan merek (Adawiyah *et al.*, 2023). Sehingga hal ini perlu di manfaatkan dengan baik oleh para pelaku usaha terutama sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sebagai kesempatan untuk mengembangkan dan memperluas pangsa pasar mereka (Rashin & Ghina, 2018).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang termasuk dalam skala usaha kecil atau terbatas dengan modal awal sedikit dan jumlah tenaga kerja yang masih terbatas (Alimudin *et al.*, 2019). UMKM memiliki andil dalam penyerapan tenaga kerja dan distribusi hasil-hasil pembangunan. Dalam kelangsungan hidupnya diperlukan upaya-upaya yang dapat menumbuhkan sumber daya ekonomi sehingga menambah iklim ekonomi dalam kehidupan masyarakat dan negara (Prayitno *et al.*, 2022). Sesuai dengan UUD 1945 pasal 33 ayat 4, UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Wardiningsih, 2022).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM di Indonesia saat ini mencapai 65,5 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai Rp.9.580 triliun. UMKM mampu menyerap hingga 89,2% dari total tenaga kerja, menyediakan 99% dari total lapangan kerja, menyumbang 14,17% dari total ekspor, dan menghimpun 58,18% dari total investasi (Irfan dkk, 2023). Meskipun indikator kontribusi UMKM terhadap pembentukan PDB dan tenaga kerja naik dari tahun sebelumnya, tetapi akses sektor UMKM ke rantai pasok produksi global sangat minim. Kontribusi UMKM di Indonesia terhadap rantai pasok hanya mencapai 0.8% (Kemenperin.go.id). Rendahnya kinerja yang dihasilkan UMKM di Indonesia disebabkan rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM) atau dengan kata lain rendahnya kompetensi kewirausahaan (Zhafira *et al.*, 2022). Hal ini ditunjukkan dengan masih rendahnya pengembangan dan penguasaan ilmu pelaku UMKM dibidang manajemen, organisasi, teknologi, pemasaran, dan kompetensi

lainnya yang diperlukan dalam mengelola usaha (Dhamayantie & Fauzan, 2017). Kendala lainnya yaitu belum ada keberanian dalam mengambil risiko untuk melakukan pencarian peluang yang berujung pada inovasi produk yang ditawarkannya. Hal ini dapat dilihat dari daya saing inovasi yang masih rendah dimana dari 137 negara yang disurvei *Global Competitiveness Report*, Indonesia menempati peringkat ke-87 artinya bahwa Tingkat Kesiapan Teknologi (*Technology Readliness Level*) mayoritas inovasi dari Indonesia masih berada pada skala 1-3. Kondisi tersebut membuat daya saing Indonesia di tingkat ASEAN juga masih kalah dari Singapura dan Malaysia (Chow & Utama, 2023).

Sementara itu dari data Kementerian Koperasi dan UKM berdasarkan provinsi di Indonesia, Jawa Barat menempati urutan pertama sebagai UMKM terbanyak mencapai 7.055.660 unit usaha dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PRDB) sebesar 57,17%, angka ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya dengan presentase sebesar 4,96% (Ummamah dkk, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa sektor UMKM di Jawa Barat memiliki peran yang semakin besar dalam pertumbuhan regional. Berikut merupakan pertumbuhan jumlah UMKM Kab/Kota di Provinsi Jawa Barat dari tahun 2022 s.d 2023 adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Jumlah UMKM Kab/Kota di Jawa Barat 2022-2023

No	Kab/Kota	2022	2023	Pertumbuhan
1	Kota Tasik	37.125	138.703	273,61%
2	Kabupaten Subang	86.437	258.457	199.01%
3	Kabupaten Bandung	224.956	537.801	140.03%
4	Kabupaten Indramayu	136.029	290.833	113.80%
5	Kota Depok	125.078	247.207	97.64%
6	Kabupaten Garut	200.304	394.496	96.95%
7	Kota Bandung	331.226	523.584	58.07%
8	Kota Cimahi	57.666	86.635	50.24%
9	Kabupaten Bekasi	273.887	351.720	28.42%
10	Kabupaten Ciamis	166.591	212.697	27.68%

Azzam Tiar Busyeri, 2024

PERAN INNOVATION CAPABILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN STRATEGIC AGILITY TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE UMKM PADA SEKTOR MAKANAN/MINUMAN DI KOTA CIMAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Kab/Kota	2022	2023	Pertumbuhan
11	Kabupaten Tasikmalaya	224.850	286.300	27.33%
12	Kabupaten Bogor	506.465	570.943	12.73%
13	Kabupaten Pangandaran	81.587	91.785	12.50%
14	Kabupaten Cirebon	359.563	384.544	6.95%
15	Kota Bogor	123.873	131.538	6.19%
16	Kota Sukabumi	57.319	60.865	6.19%
17	Kabupaten Cianjur	362.138	381.810	5.43%
18	Kabupaten Majalengka	243.397	238.762	-1.90%
19	Kabupaten Karawang	371.510	355.623	-4.28%
20	Kota Bekasi	334.902	309.116	-7.70%
21	Kabupaten Sukabumi	537.676	409.507	-23.84%
22	Kabupaten Sumedang	269.618	176.898	-34.39%
23	Kabupaten Bandung Barat	385.646	237.919	-38.31%
24	Kabupaten Purwakarta	291.105	132.816	-54.38%
25	Kota Banjar	130.621	39.422	-69.82%
26	Kabupaten Kuningan	493.076	144.445	-70.71%
27	Kota Cirebon	232.803	61.234	-73.70%

Sumber : Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2024

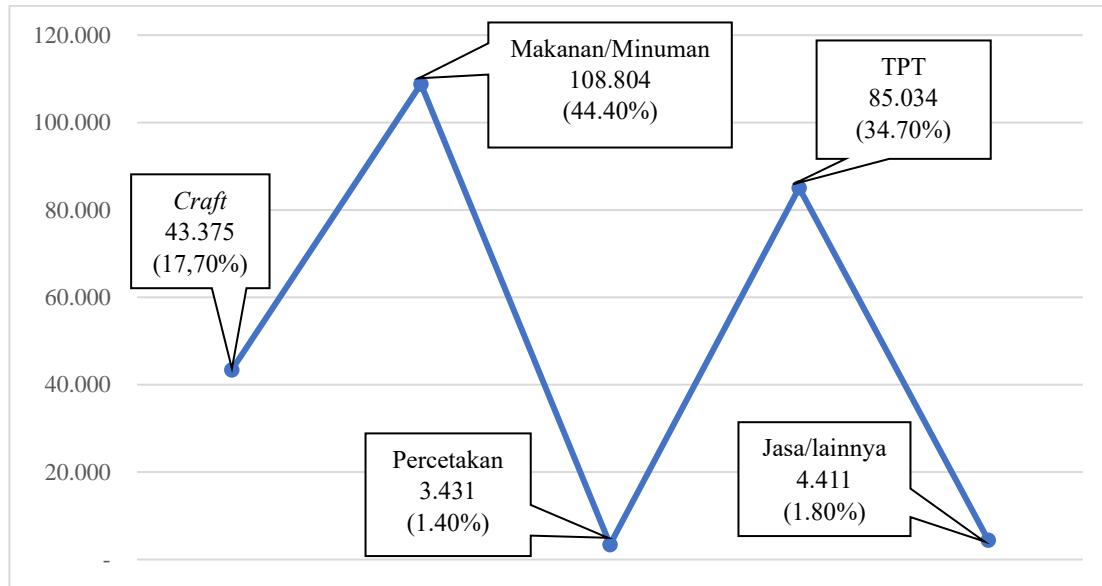
Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa Kota Cimahi merupakan salah satu kota yang mengalami pertumbuhan jumlah UMKM dari tahun 2022 ke 2023 dengan presentase sebesar 50.24%. Hal tersebut menunjukkan bahwa Kota Cimahi memiliki potensi yang strategis dimana produk UMKM yang menjadi ciri khas dan unggulan ditemukan banyak potensi yang dapat digali dan dioptimalkan diantaranya lingkungan alam dan lingkungan sosial budaya yang kondusif, fasilitas pembelajaran dan pengembangan usaha yang relatif bervariasi serta ketersediaan sumber daya lain berupa permodalan, pasar, dan informasi yang ada di sekitar wilayah Kota Cimahi. Segala potensi sarana tersebut dapat dikelola dan dimanfaatkan untuk meningkatkan kemampuan, pengetahuan, sikap dan keterampilan anggota kelompok dalam

Azzam Tiar Busyeri, 2024

PERAN INNOVATION CAPABILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN STRATEGIC AGILITY TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE UMKM PADA SEKTOR MAKANAN/MINUMAN DI KOTA CIMAHI

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

mengembangkan kemandirian usaha produktifnya. Adapun jumlah pelaku UMKM berdasarkan klaster adalah sebagai berikut.



Gambar 1.1 Pertumbuhan Pelaku UMKM Berdasarkan Klaster di Kota Cimahi dari Tahun 2019 s.d 2023

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Perindustrian Kota Cimahi, 2024

Berdasarkan Gambar 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa pertumbuhan pelaku UMKM di Kota Cimahi yang terus meningkat dari tahun 2019 s.d 2023 dan memiliki jumlah terbanyak yaitu dibidang usaha makanan/minuman sebanyak 108.804 unit usaha dengan presentase 44.40%. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya UMKM makanan/minuman disebabkan oleh pergeseran tren makanan serta pertumbuhan sektor pariwisata. Kedua faktor ini mendorong minat masyarakat untuk menjelajahi variasi kuliner, menjadikan UMKM kuliner sebagai magnet tersendiri. Kemajuan teknologi, terutama melalui media sosial mempermudah untuk mengakses informasi tentang kuliner sehingga membantu untuk menemukan dan mencoba makanan baru dengan lebih mudah. Meskipun dengan keberadaan UMKM makanan/minuman lebih mendominasi, namun pada kenyataannya UMKM makanan/minuman lebih rentan terpengaruhi oleh beberapa kendala seperti (1) kualitas dan kapasitas sumber daya yang belum memadai, (2) terbatasnya akses untuk mendapatkan modal, (3) produk yang

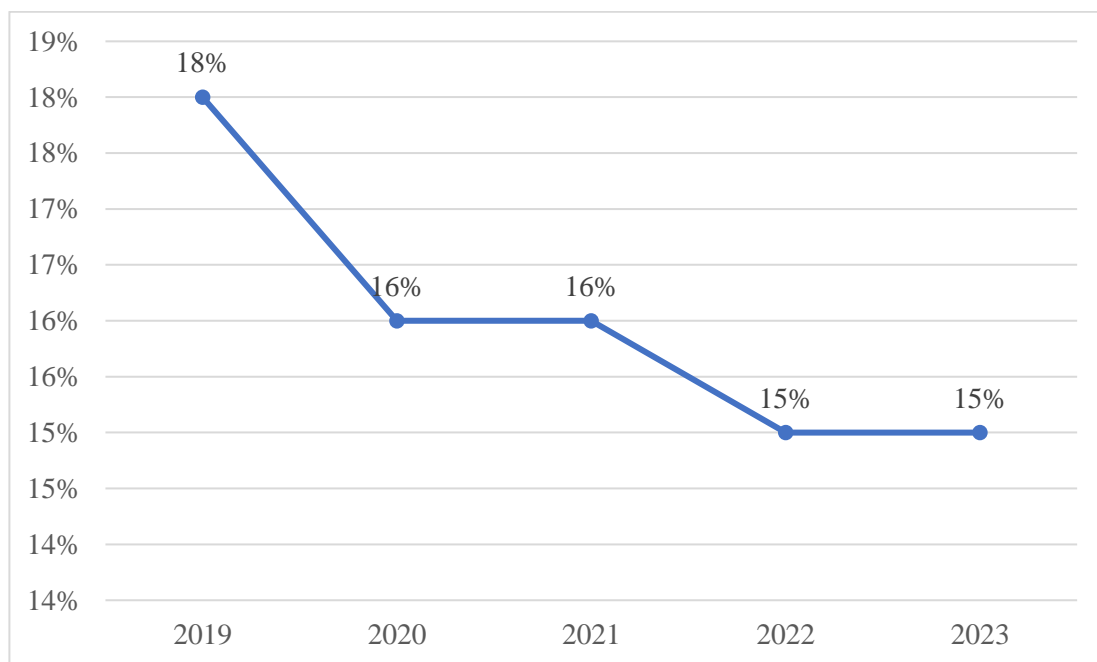
Azzam Tiar Busyeri, 2024

PERAN INNOVATION CAPABILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN STRATEGIC AGILITY TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE UMKM PADA SEKTOR MAKANAN/MINUMAN DI KOTA CIMAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kurang memiliki nilai jual, (4) terbatasnya akses untuk mendapatkan pasar lebih luas, dan (5) minimnya hubungan kemitraan antara UMKM dengan industri besar sehingga produknya hanya berputar pada pasar itu-itulah saja (Khasanah, 2023).

Berdasarkan data yang diperoleh dari Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Perindustrian Kota Cimahi diketahui omset penjualan dan aset UMKM terjadi fluktuatif dari tahun 2019 sampai dengan tahun 2023. Berikut merupakan presentase omset penjualan dan aset UMKM di Kota Cimahi.



Gambar 1.2 Presentase Omset Penjualan dan Aset UMKM di Kota Cimahi dari Tahun 2019 s.d 2023

Sumber : Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Perindustrian Kota Cimahi, 2024

Berdasarkan Gambar 1.2 di atas, dapat diketahui bahwa presentase omset penjualan dari tahun 2019 s.d 2023 terjadi fluktuatif. Hal ini disebabkan oleh dampak dari pandemi Covid-19 yang dimulai akhir tahun 2019. Pembatasan sosial dan penutupan bisnis pada tahun 2020 menyebabkan penurunan dalam penjualan, sementara pada tahun 2021 terjadi perubahan perilaku konsumen dan adanya ketidakpastian ekonomi. Sedangkan pada tahun 2022 dan 2023 mulai pulih seiring dengan pelonggaran pembatasan sosial dan meningkatnya aktivitas ekonomi, namun

Azzam Tiar Busyeri, 2024

PERAN INNOVATION CAPABILITY DALAM MEMEDIASI PENGARUH INTELLECTUAL CAPITAL DAN STRATEGIC AGILITY TERHADAP BUSINESS PERFORMANCE UMKM PADA SEKTOR MAKANAN/MINUMAN DI KOTA CIMAH

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

masih terjadi fluktuasi karena adanya perubahan harga bahan baku dan inflasi. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya penurunan omset penjualan dari tahun 2019 s.d 2023.

Sementara itu, berdasarkan hasil wawancara awal penulis dengan salah satu pegawai Dinas Perdagangan, Koperasi, dan Perindustrian Kota Cimahi menyebutkan terdapat beberapa kendala yang di hadapi oleh para UMKM diantaranya, (1) SDM yang ada pada UMKM klaster makanan dan minuman masih belum mempunyai pengetahuan dasar secara merata. Pengetahuan dasar ini meliputi pengetahuan dasar mengenai industri yang dijalankannya seperti bagaimana cara cara *packaging*, diversifikasi olahan, uji kadaluarsa, nilai gizi atau uji nutrisi, sertifikasi halal, pendaftaran Hak atas Kekayaan Intelektual (HKI) dan dasar-dasar dalam menjalankan bisnis seperti *budgeting*, menentukan harga pokok pasar (HPP), dan pemasaran. Keterbatasan pengetahuan ini dapat menyebabkan pasar yang terbatas dan pendapatan yang stagnan sehingga menghambat kemajuan bisnis. Selain itu (2) kurangnya kemandirian pelaku UMKM dalam berwirausaha. Kurangnya kemandirian pelaku UMKM dalam berwirausaha disebabkan oleh faktor-faktor seperti keterbatasan pengetahuan dan keterampilan, sumber daya yang terbatas, ketidakpastian dan risiko, serta kurangnya dukungan dan jaringan bisnis. Hal ini mengakibatkan rendahnya tingkat inisiatif, kreativitas, dan keberanian untuk mengambil risiko yang diperlukan dalam mengembangkan bisnis mereka, sehingga menghambat pertumbuhan dan perkembangan usaha UMKM serta kontribusi mereka terhadap ekonomi. Adapun permasalahan UMKM yang utama adalah (3) masih kurangnya penguasaan dalam penggunaan teknologi/digitalisasi dalam pengoperasian atau pengembangan bisnis usahanya, terutama terkait dengan media digital atau *e-marketing*.

Oleh karena itu, dalam mengatasi permasalahan kinerja tersebut penting bagi para pelaku UMKM untuk memiliki nilai tambah yang menunjukkan bahwa kinerja bisnis mereka unggul di bandingkan dengan pesaing lainnya (Sutaguna *et al.*, 2023). Dalam upaya menciptakan nilai tambah, banyak faktor yang mempengaruhi kinerja

bisnis diantaranya *intellectual capital*, *strategic agility*, dan *innovation capability* (Rumini *et al.*, 2019; Pranowo *et al.*, 2020; AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Aljuboori *et al.*, 2021; Rafi *et al.*, 2022; Kusumawardani *et al.*, 2023; Karadag *et al.*, 2023).

Intellectual capital merupakan komponen berharga dari sumber daya perusahaan yang mencakup keahlian karyawan, keterampilan, pelatihan bisnis, dan segala bentuk kepemilikan informasi yang dimiliki perusahaan (Chandra, 2021). Malkawi, Omari, & Halasa (2018) dan Sari (2020) menekankan bahwa *intellectual capital* berperan sebagai aset tidak berwujud yang dapat meningkatkan nilai produk atau layanan, menciptakan peluang inovasi, dan memberikan keunggulan kompetitif. Dengan mengoptimalkan aset non-fisik seperti pengetahuan, keahlian, dan hubungan dengan pelanggan, UMKM dapat mencapai daya saing yang lebih baik dalam pasar yang terus berubah (Abbas *et al.*, 2022). Lebih jauh lagi, pemanfaatan *intellectual capital* memungkinkan UMKM untuk merancang strategi usaha yang adaptif dan responsif terhadap perubahan pasar, memastikan ketahanan bisnis dalam menghadapi tantangan, serta membuka potensi pertumbuhan dan peningkatan kinerja finansial yang signifikan. Oleh karena itu, efektivitas dalam mengelola *intellectual capital* dapat menjadi kunci utama dalam meningkatkan kinerja UMKM dalam jangka panjang (Abualoush *et al.*, 2018).

Selain *intellectual capital*, faktor lain yang mempengaruhi kinerja bisnis yaitu *strategic agility* (AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Rafi *et al.*, 2022). *Strategic agility* mengacu pada serangkaian aktivitas yang diterapkan oleh organisasi untuk menambah nilai dalam lingkungan bisnis yang bergejolak dan tidak dapat diperkirakan (Chan *et al.*, 2019). Menurut Sampath dan Krishnamoorthy (2017) *strategic agility* sebagai meta-kapabilitas terkait dengan penugasan sumber daya yang tepat untuk meningkatkan kompetensi khusus di antara fungsi-fungsi organisasi sejalan dengan menjaga ketangkasan untuk memastikan keseimbangan kompetensi dari waktu ke waktu. Sementara itu Doz (2020) menegaskan bahwa *strategic agility* membantu organisasi dalam menghindari perangkap kekakuan dan terlalu fokus pada keterikatan

eksternal dengan melarang resesi organisasi dan berorientasi pada fleksibilitas operasional yang lebih banyak. Sehingga terkadang kondisi bursa saham membuat organisasi tunduk pada lingkungan yang tidak pasti dan berfluktuasi dan dengan demikian *strategic agility* dianggap sebagai kemampuan berharga yang memungkinkan organisasi mengatasi tantangan ini melalui perubahan haluan yang cepat melalui modifikasi proses dan struktur secara sistematis (AlTaweel & Al-Hawary, 2021).

Selanjutnya kontribusi dari *intellectual capital* dan *strategic agility* dapat meningkatkan *innovation capability* (Waseem *et al.*, 2018; Rumini *et al.*, 2019; AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Aljuboori *et al.*, 2021). *Innovation capability* merupakan kemampuan yang dimiliki perusahaan yang berkaitan dengan cara bagaimana perusahaan melihat fenomena atau peluang yang terjadi di pasar dan kemudian berusaha membangun peluang tersebut menjadi wujud nyata berupa penciptaan produk atau proses yang baru sehingga dapat memperoleh keuntungan dari proses penciptaan produk tersebut (Maisirata, 2023). Organisasi yang inovatif harus mampu untuk meningkatkan kapabilitas inovasi baik dari segi individu maupun organisasi itu sendiri. Salah satu dampak dari kapabilitas inovasi adalah perubahan tipe inovasi (Rajapathirana & Hui, 2018). Inovasi merupakan salah satu faktor persaingan untuk mencapai kesuksesan pada lingkungan bisnis yang selalu berubah dengan cepat sehingga perusahaan dituntut untuk mampu menciptakan penilaian-penilaian baru, ide-ide baru dan menawarkan produk yang inovatif serta peningkatan kinerja layanan yang memuaskan pelanggan. Inovasi yang berkelanjutan dalam suatu perusahaan merupakan kebutuhan mendasar yang akan mampu menciptakan keunggulan kompetitif, sehingga inovasi merupakan sebuah fungsi penting dari manajemen karena inovasi akan menentukan suatu kinerja bisnis yang superior (Maknunah & Rahmi, 2024).

Dari beberapa penelitian terdahulu mengenai kinerja bisnis menunjukkan hasil yang bervariasi dan inkonsisten seperti penelitian (Marbun & Saragih, 2018; Nurhayati, *et al.*, 2019; Ahmed *et al.*, 2020; Bansal *et al.*, 2023) yang menunjukkan

bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis. Namun berbeda dengan penelitian lain yang menyatakan bahwa *intellectual capital* tidak berpengaruh terhadap kinerja bisnis (Allan *et al.*, 2020; Dariati, Heriyani, & Mustika, 2023). Selain itu, penelitian (Gerald *et al.*, 2020; AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Munawar *et al.*, 2022; Palanisamy, Chelliah, & Muthuveloo, 2022) menunjukkan bahwa *strategic agility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis UMKM, sementara temuan lain menunjukkan bahwa *strategic agility* tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha UMKM (Vaillant & Lafuente, 2019; Reed, 2021). Penelitian (Budiman *et al.*, 2022; Hanaysha *et al.*, 2022) menyatakan bahwa *innovation capability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja bisnis, sedangkan penelitian Gastaldi *et al.*, (2020) menunjukkan bahwa kinerja bisnis tidak dipengaruhi oleh *innovation capability*. Selanjutnya temuan penelitian (Aljuboori *et al.*, 2021; Ahmed *et al.*, 2020; Li *et al.*, 2019; Iqbal *et al.*, 2019) menyatakan bahwa *innovation capability* dapat memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap kinerja UMKM, sementara itu penelitian lainnya menyatakan bahwa *innovation capability* berperan dalam memediasi pengaruh *strategic agility* terhadap kinerja UMKM (AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Ravichandran, 2018; Ashrafi *et al.*, 2019; Wanasida *et al.*, 2021), berbeda dengan temuan penelitian (Munawar *et al.*, 2022; Suriyanti *et al.*, 2023) yang menunjukkan bahwa *intellectual capital* dan *strategic agility* tidak dimediasi oleh *innovation capability* terhadap kinerja UMKM.

Terjadinya *empirical gap* dan *research gap* yang melatarbelakangi penelitian ini, didukung juga dengan penelitian terdahulu mengenai *intellectual capital*, *strategic agility* dan *innovation capability* dalam meningkatkan kinerja bisnis (Marbun & Saragih, 2018; Nurhayati, *et al.*, 2019; Ahmed *et al.*, 2020; Bansal *et al.*, 2023; Allan *et al.*, 2020; Dariati, Heriyani, & Mustika, 2023; Gerald *et al.*, 2020; AlTaweel & Al-Hawary, 2021; Munawar *et al.*, 2022; Palanisamy, Chelliah, & Muthuveloo, 2022; Vaillant & Lafuente, 2019; Reed, 2021; Budiman *et al.*, 2022; Hanaysha *et al.*, 2022; Gastaldi *et al.*, 2020; Aljuboori *et al.*, 2021; Ahmed *et al.*, 2020; Li *et al.*, 2019; Iqbal

et al., 2019; Ravichandran, 2018; Ashrafi *et al.*, 2019; Wanasida *et al.*, 2021; Munawar *et al.*, 2022; Suriyanti *et al.*, 2023), maka dari itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul “Peran *Innovation Capability* dalam Memediasi Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Strategic Agility* Terhadap Kinerja Bisnis UMKM di Kota Cimahi”.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini menjelaskan peran *competitive advantage* dalam memediasi pengaruh *intellectual capital* dan *innovation capability* terhadap kinerja bisnis UMKM di Kota Cimahi. Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran tingkat *intellectual capital*, *strategic agility*, *innovation capability*, dan *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
2. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap *innovation capability* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
3. Apakah *strategic agility* berpengaruh terhadap *innovation capability* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
4. Apakah *intellectual capital* berpengaruh terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
5. Apakah *strategic agility* berpengaruh terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
6. Apakah *innovation capability* berpengaruh terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
7. Apakah *innovation capability* memediasi pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
8. Apakah *innovation capability* memediasi pengaruh *strategic agility* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.

1.3 Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui gambaran tingkat *intellectual capital*, *strategic agility*, *innovation capability*, dan *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
2. Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap *innovation capability* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
3. Untuk mengetahui pengaruh *strategic agility* terhadap *innovation capability* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
4. Untuk mengetahui pengaruh *intellectual capital* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
5. Untuk mengetahui pengaruh *strategic agility* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
6. Untuk mengetahui pengaruh *innovation capability* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
7. Untuk mengetahui pengaruh *innovation capability* dalam memediasi *intellectual capital* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.
8. Untuk mengetahui pengaruh *innovation capability* dalam memediasi *strategic agility* terhadap *business performance* UMKM pada sektor makanan/minuman di Kota Cimahi.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa:

1. Secara praktis. Pelaku UMKM di Kota Cimahi, terutama di sektor makanan/minuman, memiliki peluang untuk meningkatkan kinerja usahanya dengan memanfaatkan *intellectual capital*, yang meliputi investasi dalam pelatihan karyawan untuk meningkatkan keterampilan produksi dan manajerial,

serta membangun sistem manajemen pengetahuan yang efisien. Selain itu, mereka dapat mengeksplorasi *strategic agility* dengan responsif terhadap perubahan pasar dan lingkungan bisnis dengan cepat, serta meningkatkan *innovation capability* dengan mendorong ide-ide baru dalam pengembangan menu, proses produksi yang lebih efisien, dan strategi pemasaran yang kreatif. Dengan memanfaatkan *intellectual capital*, *strategic agility*, dan *innovation capability* diharapkan UMKM dapat meningkatkan kinerja bisnis mereka secara signifikan.

2. Secara akademis. Pengembangan teori yang berhubungan dengan kinerja usaha. pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia sangat penting untuk memahami kinerja usaha, terutama dalam konteks UMKM di sektor makanan/minuman di Kota Cimahi. Ini melibatkan pengembangan teori yang lebih terperinci tentang bagaimana faktor-faktor seperti motivasi karyawan, kepemimpinan, pelatihan, dan pengembangan karir dapat mempengaruhi kinerja usaha. Dengan penelitian yang lebih mendalam dalam bidang ini, akademisi dapat memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik UMKM untuk meningkatkan manajemen SDM mereka, sehingga dapat mencapai kinerja usaha yang lebih baik. Ini juga dapat melibatkan penelitian tentang cara-cara inovatif untuk mengelola dan memotivasi karyawan di lingkungan UMKM, serta studi tentang praktik terbaik dalam manajemen SDM yang spesifik untuk sektor makanan/minuman. Dengan demikian, pengembangan ilmu manajemen sumber daya manusia secara akademis dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kinerja dan daya saing UMKM di Kota Cimahi.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, yaitu bab I berisi mengenai latar belakang penelitian yang didalamnya terdapat *research gap*, *empirical*

gap, dan *theoretical gap* yang kemudian menghasilkan rumusan masalah, tujuan penelitian serta kegunaan penelitian ini dilakukan. Bab II menjelaskan tentang teori-teori dan penelitian terdahulu yang kemudian dikembangkan menjadi kerangka pemikiran dan digunakan untuk menyusun hipotesis penelitian. Bab III membahas mengenai metodologi penelitian yang akan digunakan. Metodologi penelitian ini meliputi jenis penelitian, populasi, teknik pengambilan sampel dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, teknik pengolahan data, serta analisis data secara komprehensif. Bab IV ini menyajikan tentang gambaran subjek dan objek penelitian, analisis deskriptif dari setiap variabel yang dibahas dalam penelitian ini, temuan hubungan kausal antar variabel yang akan menjadi dasar untuk penarikan kesimpulan dan penarikan hipotesis yang diajukan. Bab V berisi tentang kesimpulan dari hubungan kausal antar variabel yang dibahas dalam penelitian ini. Hal lain adalah saran bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta penentuan kebijakan sebagai implikasi manajerial. Bab ini juga menjelaskan mengenai keterbatasan dari penelitian ini yang dapat menjadi masukan bagi penelitian selanjutnya.