

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Pada era globalisasi ini pertumbuhan ekonomi bergerak dengan begitu cepat, sehingga kondisi persaingan pun semakin ketat, namun dengan semakin sengitnya kompetisi justru masih banyak masyarakat Indonesia yang belum mendapatkan pekerjaan karena kurang cekatan masyarakat Indonesia terhadap perubahan kondisi ekonomi. Perubahan tersebut seperti modernisasi teknologi dan pertumbuhan ekonomi, stabilisasi ekonomi, lapangan pekerjaan, dan pengangguran. Kondisi tersebut dijelaskan berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat jumlah pengangguran naik 50 ribu orang per Agustus 2019, alhasil dengan kenaikan tersebut jumlah pengangguran meningkat dari 7 juta orang pada Agustus 2018 lalu menjadi 7,05 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2019). Hal tersebut terjadi karena semakin banyaknya usia produktif yang mewajibkan dirinya untuk bekerja. Mengimbangi fenomena roda perekonomian dengan pertumbuhan pesat usia produktif saat ini diperlukan adanya kontribusi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) untuk menangani situasi perekonomian yang krisis ini.

UMKM menjadi salah satu tulang punggung bagi beberapa masyarakat Indonesia dalam meningkatkan kesejahteraan dan dapat memperbaiki kondisi perekonomian yang sedang krisis. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang – Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah mengatur segala peraturan pelaksanaan UMKM di Indonesia. Armstrong dan Taylor (2000) mengatakan bahwa “Usaha Kecil dan Menengah memiliki peranan yang komplementer dengan perusahaan – perusahaan besar dalam penciptaan kesempatan kerja maupun pertumbuhan ekonomi di suatu negara.” Negara Indonesia memerlukan banyak sekali orang - orang yang

Indana Afyah, 2020  
*PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)*  
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

berwirausaha, seperti yang disampaikan oleh Perserikatan Bangsa - Bangsa (PBB) bahwa

Suatu negara akan mampu membangun perekonomian apabila memiliki kewirausahaan sebanyak 2% dari jumlah penduduknya. Jadi, jika negara berpenduduk 200 juta jiwa, maka wirausahanya harus lebih kurang sebanyak 4 juta. Katakanlah jika kita hitung semua wirausaha di Indonesia mulai dari pedagang kecil sampai perusahaan besar sebanyak 3 juta, tentu bagian terbesarnya adalah kelompok kecil – kecil yang belum terjamin mutunya dan belum terjamin kelangsungan hidupnya (kontinuitasnya) (Alma 2009 : 4).

Urata (Handriani, 2011:47) mengatakan bahwa usaha kecil di Indonesia memainkan peranan penting dalam beberapa hal antara lain: 1) Usaha kecil merupakan pemain utama kegiatan ekonomi indonesia, 2) Penyedia kesempatan kerja, 3) Pemain penting dalam pengembangan ekonomi lokal dan pengembangan masyarakat, 4) Pencipta pasar dan inovasi melalui fleksibilitas dan sensitivitasnya yang dinamis serta keterkaitannya dengan beberapa perusahaan, 5) Memberikan kontribusi terhadap peningkatan ekspor non migas. Poin tersebut dapat didukung dengan kreativitas pengusaha dalam meningkatkan kinerja usahanya dengan mengimplementasikan kreativitas menjadi sebuah inovasi. Menurut Sudarmanto (2014 : 8) mengatakan bahwa,

Kinerja merupakan catatan hasil yang dihasilkan atas fungsi pekerjaan tertentu atau aktivitas – aktivitas selama periode waktu tertentu. Kinerja usaha merupakan hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau kelompok orang dalam organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing – masing dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Kinerja dinyatakan baik dan sukses jika tujuan yang diinginkan dapat tercapai dengan baik.

**TABEL 1.1**  
**DATA PERKEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH**  
**(UMKM) DI INDONESIA TAHUN 2014 – 2018**

(dalam unit)

No	Unit Usaha	2014	2015	2016	2017	2018
1	Usaha Mikro	58.552.610	58.521.987	60.863.578	62.106.900	63.350.222
2	Usaha Kecil	679.026	681.522	731.047	757.090	783.132
3	Usaha Menengah	55.215	59.263	56.551	58.627	60.702
	Jumlah	59.286.851	59.262.772	61.651.176	62.922.617	64.194.056

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dikatakan bahwa perkembangan UMKM di Indonesia mengalami fluktuasi. Pada tahun 2014 terdapat 59.286.851 usaha mikro, kecil, dan menengah dan mengalami penurunan pada tahun 2015 dengan penurunan jumlah UMKM sebanyak 118.549.623 dari tahun sebelumnya, namun pada tahun 2016 mengalami peningkatan sebanyak 2.388.404 unit dibandingkan dengan tahun 2015, kemudian saat tahun 2017 mengalami peningkatan kembali sebesar 1.271.441 dibandingkan pada tahun 2016 dengan jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2017 sebanyak 62.922.617, dan saat tahun 2018 begitu mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan total sebesar 64.194.056, artinya pada tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1.271.439 dari tahun 2017. Secara keseluruhan kondisi perkembangan UMKM di Indonesia senantiasa mengalami peningkatan, namun seiring makin bertambahnya jumlah UMKM tidak selaras dengan kondisi perekonomiannya maka pemerintah Indonesia harus lebih sigap memberikan dukungan dan bantuan baik segi modal maupun kreativitas para pengusaha, terlebih lagi pada saat ini pengusaha telah dihadapkan pada kondisi Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) atau istilah lainnya ASEAN Economic Community (AEC) dan investasi ekonomi pasar bebas sehingga

Indana Afiyah, 2020

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)**

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

berkaitan dengan kondisi tersebut alangkah baiknya jika para pelaku UMKM di Indonesia khususnya di Kota Bandung untuk lebih sigap dan siap dalam bersaing menghadapi produk – produk asing yang masuk ke pasar Indonesia, harga bahan baku impor yang mahal akibat depresiasi nilai tukar rupiah terhadap Dollar AS, permintaan pasar menurun akibat nilai riil pendapatan masyarakat menurun, dan akibat mahal biaya industri karena tingginya suku bunga pinjaman bagi kalangan pengusaha UMKM (Tambunan, 2009 : 3). Menurut Kiswardi (Balipost, 2020) menyatakan bahwa “UMKM di tahun 2020 mau tidak mau atau suka tidak suka dipastikan akan menghadapi dampak dari perang dagang Amerika Serikat dengan China termasuk persaingan ekonomi global dan isu terjadinya resesi ekonomi dunia.” Kondisi seperti itu merupakan hal yang sangat serius harus kita benahi, sebab apabila pengusaha tidak siap dengan keadaan tersebut maka usaha yang mereka miliki akan menjadi kalah saing dengan produk maupun jasa asing sejenis yang telah menyerbu pasar dengan mudahnya, maka dari itu pengusaha perlu meningkatkan daya kreativitas berwirausaha dalam dirinya agar UMKM yang dimiliki dapat bertahan dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat. Sesuai dengan pernyataan oleh Rita dan Irma (2014:24) yang mengatakan bahwa,

Ketidakmampuan UMKM dalam meningkatkan daya saing disebabkan karena UMKM memiliki berbagai keterbatasan, seperti kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan lingkungan, kurang cekatan dalam peluang – peluang usaha, kurang kreativitas dan inovasi dalam mengantisipasi berbagai tantangan lingkungan. Disamping itu, secara internal UMKM kurang mempunyai kemampuan manajerial dan keterampilan dan kurangnya permodalan dan pasar.

Kota Bandung menjadi salah satu sentra dalam UMKM. Terdapat banyak usaha mikro, kecil, dan menengah yang tersebar di beberapa tempat. Mereka memiliki pandangan hanya usaha ini lah yang dapat mereka lakukan untuk menopang kebutuhan keluarga yang dari hari ke hari semakin sulit. Berikut perkembangan UMKM di Kota Bandung yang tertera pada Tabel 1.2 berikut:

**TABEL 1.2**  
**DATA PERKEMBANGAN BINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN**  
**MENENGAH DI KOTA BANDUNG TAHUN 2014 – 2018**  
**(DALAM UNIT)**

No.	Unit Usaha	2014	2015	2016	2017	2018
1.	Usaha Mikro	4.301	4.578	4.778	5.087	7.103
2.	Usaha Kecil	372	392	400	404	515
3.	Usaha Menengah	278	281	281	281	294
Jumlah		4.951	5.251	5.459	5.772	7.912

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bandung

Berdasarkan data pada tabel 1.2 tersebut, diketahui bahwa adanya peningkatan jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah dari tahun ke tahun. Pada tahun 2015 adanya peningkatan jumlah UMKM di Kota Bandung sebanyak 277 unit pada usaha mikro, 20 unit pada usaha kecil, dan 3 unit pada usaha menengah. Mengalami peningkatan jumlah UMKM pula pada 2016 dibandingkan dengan tahun 2015 sebanyak 200 unit penambahan jumlah UMKM pada usaha mikro, 8 unit pada usaha kecil, namun tidak adanya peningkatan jumlah UMKM pada unit usaha menengah pada tahun 2016 sehingga jumlah UMKM pada tahun 2016 sama dengan tahun 2015. Tahun 2017 pun tidak adanya peningkatan jumlah unit usaha menengah, namun pada unit usaha mikro mengalami peningkatan sebanyak 309 unit dibandingkan dengan tahun 2016 serta peningkatan sebanyak 4 unit pada usaha kecil. Pada tahun 2018 pun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Namun permasalahan yang terjadi seiring dengan meningkatnya jumlah UMKM di Kota Bandung berupa belum signifikan laba penghasilan yang dimiliki setiap bulan oleh pelaku UMKM di Kota Bandung karena tingginya harga bahan baku dan penghasilan tidak terlalu besar yang menyebabkan belum tercapainya kinerja yang optimal, sebagaimana Maulana (Ayobandung, 2019) mengatakan bahwa

Selama ini UMKM di Bandung masih belum tergarap optimal kinerjanya. Padahal, potensinya sangat besar untuk menciptakan lapangan pekerjaan.

Indana Afiah, 2020

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)**

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

Masyarakat harus mampu membangun kreativitasnya dalam bidang usaha. Maka dari itu, pemerintah perlu gencar menggelar pelatihan bagi industri kreatif agar meningkatkan kreativitas dan inovasi.

Menurut Franke (Manurung, 103:2010) mengatakan bahwa hanya perusahaan yang berhasil menempatkan strategi inovasi sebagai acuan (driver) terhadap model bisnisnya, akan mampu meningkatkan kinerja dan survival suatu bisnis. Akar dari mengatasi permasalahan ini berasal dari sumber daya yang ada di dalam perusahaan tersebut, dari berasal dari sumber daya manusia (SDM), keuangan, maupun sosial. Kita harus mampu memenangkan persaingan. Menurut Suhardi (2011:65) mengatakan bahwa puncak dari bisnis yang berhasil itu ada dua yaitu marketing dan inovasi. Dua hal tersebut tidak mudah untuk realisasikan, seorang wirausahawan harus memiliki daya kreativitas yang tinggi. Daya kreativitas tersebut sebaiknya dilandasi dengan cara berpikir yang maju dan penuh dengan gagasan-gagasan baru yang berbeda dengan produk-produk yang telah ada selama ini di pasar.

Gagasan-gagasan yang kreatif umumnya tidak dapat dibatasi oleh ruang, bentuk, ataupun waktu. Justru sering kali ide-ide brilian yang memberikan terobosan-terobosan baru dalam dunia usaha awalnya dilandasi oleh gagasan-gagasan kreatif yang kelihatannya mustahil (Poernama, 2016:3). 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 (Utaminingsih, 2016:5). Menurut Gronhaug dan Kaufmann (Wahyono, 2002:29) menjelaskan bahwa inovasi menjadi semakin bertambah penting sebagai satu alat untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan, selanjutnya inovasi teknis memiliki pengaruh kuat dan positif terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan sebuah inovasi perlu adanya daya kreativitas yang tinggi pada sumber daya manusia (SDM). Menurut Wynder (Tanoko, 2010:116) kreativitas merupakan langkah pertama dalam inovasi, yang merupakan kesuksesan pengimplementasian kebaruan, kecocokan

Indana Afiyah, 2020

***PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)***

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

ide - ide dan inovasi sangat vital untuk kesuksesan perubahan jangka panjang. Karena dunia bisnis dinamis perubahan langkah harus selaras dengan percepatan, tidak ada perusahaan yang terus menerus menawarkan barang atau jasa yang sama dapat bertahan hidup lama.

Salah satu daerah di kota ini yang penulis perhatikan dan dijadikan tempat penelitian adalah daerah kecamatan Sukasari, karena Sukasari merupakan saah satu daerah di Kota Bandung yang tingkat masyarakat memilih untuk mencari rezeki dengan melalui UMKM terbanyak dan produktif, daerah ini diminati oleh para pelaku usaha untuk membuka bisnis. Jumlah UMKM yang berada dan menetap di daerah ini terbilang banyak seperti yang tertera pada Tabel 1.3 berikut:

**TABEL 1.3**  
**DATA JUMLAH BINAAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH**  
**(UMKM) DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG TAHUN 2018**  
**(DALAM UNIT)**

No	Kecamatan	Kelurahan	Jumlah UMKM
1	Sukasari	Sarijadi	30
2	Sukasari	Gegerkalong	116
3	Sukasari	Isola	22
4	Sukasari	Sukarasa	5
JUMLAH			173

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kota Bandung

Tabel 1.3 memberikan gambaran bahwa terdapat 174 usaha miko, kecil, dan menengah dengan jenis usaha yang berbeda – beda yakni usaha sektor fashion, makanan dan minuman, kerajinan tangan (*handicraft*), jasa, perdagangan, dan lain - lain. UMKM sudah besar antusias para masyarakat Kecamatan Sukasari, Kota Bandung untuk mendirikan usaha kecil guna mendapatkan keuntungan. Bukan hanya menguntungkan pihak pemilik usaha, bahkan pemerintah pun ikut diuntungkan karena dengan keberadaan UMKM dapat membantu meningkatkan pembangunan ekonomi dalam negeri Indonesia ini.

Indana Afyah, 2020

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)**

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

Keberadaan UMKM semakin berkembang pesat dan mulai banyak diminati oleh para pelaku bisnis untuk memulai usaha, banyak sekali sektor usaha yang diminati dari mulai sektor makanan sampai sektor jasa, salah satunya yaitu Laundry. Sebagian orang bisnis laundry tentunya terdengar biasa saja, tampak seperti tidak ada prospek untuk ke depannya. Padahal, siapa sangka usaha laundry ini semakin menjamur di berbagai kota besar seperti Kota Bandung dan sekitarnya, khususnya daerah Kecamatan Sukasari. Fenomena ini terjadi karena berubahnya gaya hidup masyarakat yang mulai sibuk kerja di luar rumah sehingga mengabaikan tugasnya di dalam rumah yaitu mencuci sehingga mereka mulai membutuhkan jasa untuk mencuci agar pakaiannya rapi, bersih, dan wangi (Yulianti, 2019). Terdapat beberapa faktor yang menyebabkan usaha laundry memiliki prospek yang besar ke depannya, yaitu terjadinya perubahan pola hidup, keterbatasan waktu, tuntutan pekerjaan di luar rumah, dan jauhnya letak tempat kerja. Tidak banyak masyarakat khususnya para mahasiswa yang berada di Kecamatan Sukasari yang dapat membagi waktunya untuk mencuci pakaian karena sejak pagi sudah bergelut dengan aktivitasnya, dan ketika sudah menyelesaikan aktivitas seharian hanya ada satu dibenak pikiran yaitu istirahat. Pelaku bisnis memulai bahkan sudah mempunyai bisnis bidang usaha Laundry semakin hari semakin menjanjikan, antusias konsumen sangat tinggi untuk di era globalisasi ini dan sangat merasakan manfaatnya bagi konsumen maupun pemilik usaha. Menurut Zimmerer (2008:14) mengatakan bahwa keberhasilan atau kegagalan berwirausaha sangat bergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri.

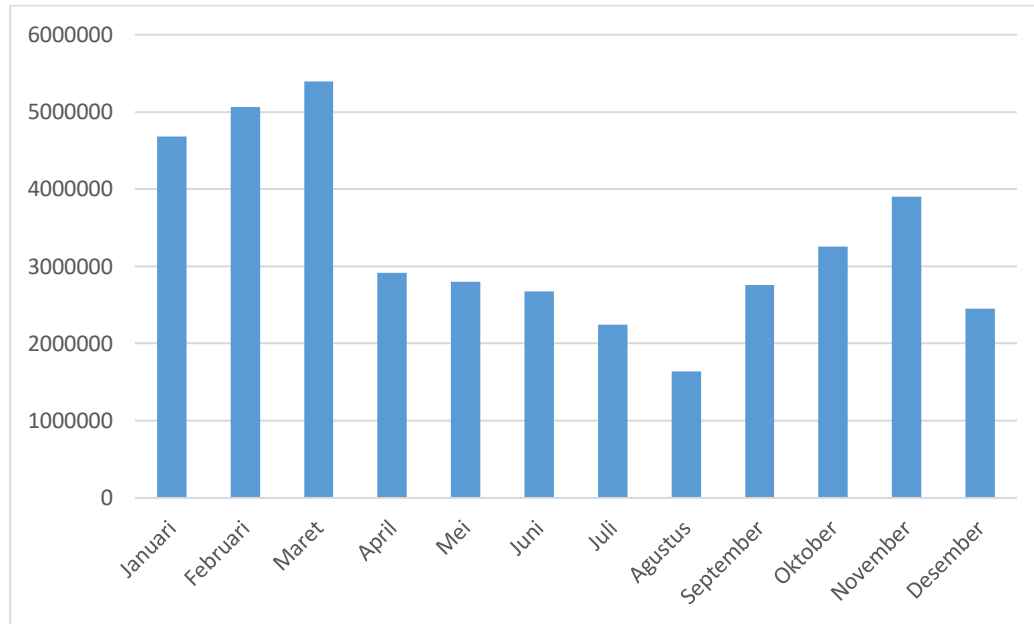
Bisnis laundry saat ini merupakan salah satu peluang bisnis yang diminati oleh sebagian pengusaha di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung. Namun, kita sebagai pelaku bisnis harus cekatan dalam menghadapi perubahan lingkungan yang begitu cepat karena kinerja usaha yang dicapai tergantung pada kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola bisnisnya. Tingginya tingkat persaingan yang dirasakan oleh semua pemilik Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)



khususnya bidang usaha Laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung berdampak pada menurun rata – rata hasil produksi per tahun. Semakin hari semakin kompleks dengan adanya kenaikan tingkat persaingan industri dan kenaikan harga bahan baku. Tingkat persaingan yang terjadi semakin ketat di dalam bidang usaha Laundry terjadi akibat semakin banyak bermunculan usaha – usaha laundry dengan harga yang relatif lebih murah dan kenaikan harga bahan baku semakin membuat tercekik sehingga menuntut untuk menerapkan strategi yang relevan dengan kondisi lingkungan yang terus berubah. Diharapkan dapat senantiasa melakukan inovasi agar kinerja usaha dapat lebih baik. Sehingga pada kesempatan kali ini, penulis akan melakukan penelitian di daerah Kecamatan Sukasari, Kota Bandung. Sebagian besar mata pencaharian penduduk wilayah tersebut merupakan Pengusaha Laundry.

Sejalan dengan pandangan di atas, Baswir (dalam Ardiana dkk., 2010:47) menambahkan bahwa ada 4 faktor penyebab utama rendahnya kinerja usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia yaitu: 1) Hampir 60% usaha kecil masih menggunakan teknologi tradisional; 2) Pangsa pasar cenderung menurun karena kekurangan modal, lemahnya teknologi dan manajerial; 3) Sebagian besar usaha kecil tidak mampu memenuhi persyaratan administratif guna memperoleh bantuan dari Bank; 4) Tingkat ketergantungan terhadap fasilitas pemerintah cenderung sangat besar. permasalahan tersebut harus selalu menjadi perhatian bagi pengusaha umumnya usaha kecil dan menengah yang di khawatirkan akan mempengaruhi rendahnya kinerja usaha yang mengakibatkan pengusaha tidak bisa beroperasi dengan baik dan mengalami kebangkrutan.

### RATA – RATA LABA PENGUSAHA LAUNDRY



**GAMBAR 1.1**

### RATA – RATA LABA PENGUSAHA LAUNDRY DALAM DUA BELAS BULAN DI TAHUN 2019

Sumber : data pra penelitian diolah, 8 Januari 2020

Berdasarkan Grafik 1.1 menunjukkan hasil observasi pra penelitian pada usaha laundry di daerah Kecamatan Sukasari, Kota Bandung berjumlah 30 pengusaha yang tersebar di sepanjang daerah Gegerkalong, Sarijadi, Sukarasa, dan Isola. Kondisi kinerja usaha laundry di Kecamatan Sukasari hasil observasi pra penelitian dengan menggunakan salah satu dari indikator keuangan yaitu pertumbuhan laba (Dessler, 2008) diperoleh bahwa laba para pengusaha laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung selama 1 tahun di tahun 2019 cenderung mengalami penurunan. Penurunan laba yang cukup signifikan terjadi pada bulan April 2019 sebesar Rp.2.476.500 dari bulan sebelumnya, dan kemudian pada bulan September 2019 laba kembali

Indana Afiyah, 2020

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)**

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

mengalami peningkatan sebesar Rp.1.121.666. Selama satu tahun tidak mengalami peningkatan yang signifikan. Jika kondisi seperti ini dibiarkan berlarut – larut akan mengakibatkan kebangkrutan apabila tidak dicari solusi atas permasalahan tersebut. Rendahnya kinerja dapat menjadi kendala bagi UMKM Laundry untuk berkembang dan mencapai skala ekonomi yang besar.

Masalah ini tidak dapat berlarut – larut begitu saja, karena berhasil atau tidaknya sebuah usaha akan ditentukan oleh kompetensi yang dimilikinya yaitu kreativitas dan inovasi yang dimiliki oleh para pelaku usaha tersebut. Jika kondisi ini terus berlangsung, maka akan berdampak pada kinerja usaha yang akan terus memburuk, dan kesulitan untuk bersaing dengan laundry lain terutama laundry dengan *brand* ternama seperti simply fresh, dan akan berujung pada kebangkrutan. Maka dari itu, diperlukan kreativitas dan inovasi untuk menciptakan sesuatu layanan yang baru sehingga menghasilkan output laundry yang memiliki keistimewaan dan perbedaan dari laundry yang lainnya agar dapat memenangkan persaingan dan menghasilkan kinerja usaha yang baik.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang melatarbelakangi kinerja usaha, dapat dilihat bahwa *Theory of Resource Based View (RBV)* (Barney, 1991) dalam kinerja usaha diasumsikan sebagai faktor motivasional yang mempengaruhi perilaku tertentu pada sumber daya yang ada pada suatu perusahaan atau organisasi yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kinerja usaha? Menurut Zhang et al (2015 : 159), kinerja usaha dipengaruhi oleh faktor, yaitu:

1. Inovasi
2. Peran Manajer Puncak
3. Ukuran Perusahaan

Berdasarkan pemaparan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha di atas, dapat diberikan kesimpulan bahwa yang mempengaruhi kinerja usaha terdiri dari

kemampuan suatu usaha atau organisasi untuk berinovasi, adanya keterlibatan manajer dalam mengorganisir suatu usaha atau organisasi, serta kriteria usaha itu sendiri. Pada penelitian ini, peneliti tertarik menggunakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu inovasi. Inovasi digunakan oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha.

Menurut Ivancevich (2007 : 101) faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha melalui faktor kepribadian yang mempengaruhi perilaku yaitu:

1. Locus of Control
2. Self Efficacy
3. Creativity

Berdasarkan pemaparan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha di atas, dapat diberikan kesimpulan bahwa yang mempengaruhi kinerja usaha terdiri dari kepercayaan seseorang terhadap siapa pengendali nasibnya, keyakinan individu untuk menggunakan kemampuannya, serta kemampuan menggunakan daya kreativitasnya untuk menghasilkan ide - ide cemerlang. Pada penelitian ini, peneliti tertarik menggunakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu kreativitas. Kreativitas digunakan oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh kreativitas terhadap kinerja usaha.

Demikian juga menurut Hoetoro (2017 : 298) kinerja usaha dapat dipengaruhi pada perkembangan IKM. Dalam hal ini perkembangan IKM tidak hanya soal jumlah perusahaan, tetapi juga terkait dengan proporsi ekonomi yang disumbangkan seperti:

1. Penyerapan Tenaga Kerja
2. Inovasi
3. Kemajuan Teknologi IKM

Berdasarkan pemaparan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha di atas, dapat diberikan kesimpulan bahwa yang mempengaruhi kinerja usaha terdiri dari banyaknya jumlah tenaga kerja, kemampuan untuk menciptakan terobosan baru, serta

Indana Afiyah, 2020

**PENGARUH KREATIVITAS DAN INOVASI TERHADAP KINERJA USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH (UMKM) (SURVEY PADA USAHA LAUNDRY DI KECAMATAN SUKASARI, KOTA BANDUNG)**

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

pemanfaatan teknologi. Pada penelitian ini, peneliti tertarik menggunakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu inovasi. Inovasi digunakan oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha.

Sedangkan menurut Sarwido dan Sulistyawati (2015 : 5) mengatakan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha melalui sebagai berikut:

1. Faktor Internal
  - a) Sumber Daya Manusia (SDM)
  - b) Keuangan
  - c) Produksi
  - d) Pemasaran
2. Faktor Eksternal
  - a) Kebijakan pemerintah di sektor UMK
  - b) Peranan lembaga terkait
  - c) Aspek sosial, budaya, dan ekonomi
3. Kapabilitas Inovasi
4. Hambatan Kemitraan

Berdasarkan pemaparan faktor – faktor yang mempengaruhi kinerja usaha di atas, dapat diberikan kesimpulan bahwa yang mempengaruhi kinerja usaha terdiri dari kemampuan dalam mengoptimalkan faktor internal dan faktor eksternal, kemampuan untuk menciptakan produk/jasa yang baru dengan memiliki nilai lebih dibandingkan produk/jasa sebelumnya, serta kemampuan mengatasi permasalahan dalam kemitraan. Pada penelitian ini, peneliti tertarik menggunakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu kapabilitas inovasi. Inovasi digunakan oleh peneliti untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan pengkajian ini, penulis tertarik mengkaji faktor yang mempengaruhi kinerja usaha, yaitu kreativitas karena untuk menciptakan sebuah kinerja usaha yang baik maka perlu adanya inovasi, inovasi perlu adanya daya kreativitas yang tinggi pada sumber daya manusia (SDM). Menurut Wynder (2008:12-

27) kreativitas merupakan langkah pertama dalam inovasi, yang merupakan kesuksesan pengimplementasian kebaruan, kecocokan ide - ide dan inovasi sangat vital untuk kesuksesan perubahan jangka panjang kreativitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kinerja usaha (Zhang et al : 2015:159), demikian pula tentang faktor lain yang mempengaruhi yaitu inovasi karena suatu perusahaan maupun usaha kecil seperti UMKM yang mampu mengatasi hambatan inovasi, memaksimalkan sumber daya inovasi, dan mencapai target inovasi berupa penciptaan produk/jasa layanan yang lebih baik akan memiliki kinerja yang lebih baik (Manurung, 2010 : 122). Jika kinerja usaha baik maka keberlangsungan usaha dapat terus berjalan, senantiasa dapat melakukan persaingan, dan mendapatkan peningkatan keuntungan.

Sebagaimana dengan Teori *Resource Based View (RBV)* (Barney, 1991., Barney, 2007) dalam kinerja usaha diasumsikan faktor keahlian, keterampilan, dan daya kreatifitas yang mempengaruhi perilaku sumber daya manusia dalam usaha tertentu guna mencapai kinerja usaha yang baik. Perjalanan RBV bermula menurut Wenterfelt (1989), Rumelt (1984), dan Barney (2007) menyatakan bahwa setiap organisasi adalah sekumpulan sumber daya unik dan kapabilitas yang menjadi strateginya. Perbedaan kinerja perusahaan disebabkan oleh perbedaan sumber daya dan kapabilitas perusahaan bukan karena struktur industrinya. Dalam hal ini semakin tinggi daya kreativitas dan inovatif terhadap perilaku berwirausaha maka kemungkinan semakin tinggi juga kinerja usaha tersebut.

Berdasarkan hal tersebut menurut Barney (2007) Teori *Resource Based View* menyatakan bahwa RBV mampu memberikan alternatif tentang bagaimana meningkatkan pemahaman dalam mengelola dan mengoptimalkan sumber daya organisasi ke dalam formula strategi dan inovasi perusahaan guna mencapai kinerja yang baik. Konsep ini membuat ketergantungan suatu orgnisasi untuk mengoptimalkan keseluruhan sumber daya yang dimiliki dibandingkan dengan para pesaing artinya sumber daya dalam suatu organisasi menjadi perencana, pelaku, pencapaian tujuan suatu organisasi atau perusahaan yang mempengaruhi manusia

untuk menjadi kreatif dan inovatif sehingga terbentuklah kinerja usaha. Menurut Ferdinand (2006) *Resource-Based Theory Of Firm* adalah proses pengembangan, pemeliharaan, serta pengendalian sumber daya strategis yang merupakan upaya penting dilakukan dari waktu ke waktu, dan hakikatnya sebagai pondasi kuat untuk meraih keunggulan kompetitif berkelanjutan serta menciptakan kinerja superior bagi perusahaan. Dapat kita lihat bahwa dapat berkompetitinya suatu usaha tergantung pada kemampuan pribadi wirausahawan itu sendiri sehingga perlu adanya pengelolaan sumber daya manusia yang baik agar menciptakan pertumbuhan suatu organisasi atau perusahaan yang senantiasa mengalami pengembangan dengan adanya kreativitas, dan ketika kreativitas dapat tersalurkan maka timbulah suatu inovasi yang akan mempengaruhi kinerja usaha itu sendiri.

Coulter (2003:26) mengatakan bahwa “Kewirausahaan merupakan proses dimana seorang individu atau kelompok individu menggunakan mengatur upaya untuk mengejar peluang untuk menciptakan nilai dan tumbuh dengan memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan”. Menurut Peter dkk. (1996) Sumber daya dalam kewirausahaan meliputi sumber daya manusia (*humanresources*) seperti pengalaman (*experiences*), kemampuan (*capabilities*), pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*skill*), serta sumber daya perusahaan seperti proses dan sistem perusahaan.”

Berdasarkan hal tersebut terlihat bahwa pimpinan organisasi harus mengaitkan pelaksanaan manajemen sumber daya manusia dengan strategi organisasi untuk meningkatkan kinerja serta mengembangkan budaya organisasi yang akan mendukung penerapan inovasi dan fleksibilitas, dengan adanya penerapan fleksibilitas maka daya kreativitas pun dapat mudah tersalurkan secara bebas dan terciptalah sebuah inovasi.

Keterkaitan antara kreativitas dan inovasi berpengaruh pada kinerja usaha. 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 (Utaminingsih, 2016:81). Menurut Gronhaug dan Kaufmann

(Wahyono, 2002:29) menjelaskan bahwa inovasi menjadi semakin bertambah penting sebagai satu alat untuk kelangsungan hidup, bukan hanya pertumbuhan tetapi juga dalam persaingan yang semakin hebat dan ketidakpastian lingkungan, selanjutnya inovasi teknis memiliki pengaruh kuat dan positif terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan sebuah inovasi perlu adanya daya kreativitas yang tinggi pada sumber daya manusia (SDM). Menurut Wynder (Tanoko, 2010:116) kreativitas merupakan langkah pertama dalam inovasi, yang merupakan kesuksesan pengimplementasian kebaruan, kecocokan ide - ide dan inovasi sangat vital untuk kesuksesan perubahan jangka panjang. Karena dunia bisnis dinamis perubahan langkah harus selaras dengan percepatan, tidak ada perusahaan yang terus menerus menawarkan barang atau jasa yang sama dapat bertahan hidup lama. Apabila wirausahawan ingin sukses dan terus dapat menjalankan usahanya, ia harus dapat membuat produk – produk yang dihasilkan dengan inovasi – inovasi baru sebab dalam dunia bisnis zaman sekarang, produk – produk dan pelayanannya tanpa adanya inovasi tidak akan berkembang dan tidak akan sukses dalam berwirausaha. Faktor keterlambatan berinovasi dalam produk dan pelayanan akan mengakibatkan kegagalan bagi seorang wirausaha (Basrowi, 2011).

Berdasarkan hal tersebut maka identifikasi masalah penelitian ini adalah apakah faktor kinerja usaha akan berkembang atau tidaknya ditunjukkan oleh sumber daya dalam mengembangkan kreativitas dan menciptakan suatu inovasi? Menurut Stoltz (2019:8-9) berpendapat bahwa diantara banyak kekuatan yang dimiliki oleh individual, salah satu kekuatan yang dimiliki individual adalah seberapa jauh individual mampu bertahan menghadapi kesulitan dan kemampuan. Maka dari itu tak dapat dipungkiri bahwa setiap pelaku bisnis laundry memiliki tingkat kreatif dan inovatif yang berbeda – beda tergantung pada seseorang itu sendiri.

Semua orang tentu saja menginginkan keberhasilan dalam berwirausaha. Untuk mencapai keberhasilan tersebut perlu adanya semangat kerja yang tinggi, pantang menyerah, kreatif, dan inovatif. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Hua, Kabia & Arkady (2015) hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa



keaktivitas dan inovasi memiliki kapasitas untuk mempengaruhi keberhasilan dalam kinerja bisnis dan pertumbuhan terutama di negara berkembang seperti Sierra Leone. Tidak hanya di luar negeri, tetapi di dalam negeri pun ada penelitian yang dilakukan seperti yang dikemukakan oleh Tri Widodo, Christian (2015) hasil dari penelitian tersebut membuktikan bahwa kreativitas secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja usaha dan inovasi pun berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Selain itu terdapat pula penelitian dari Mulyana (2014) berupa pencapaian kinerja usaha yang optimal dengan melakukan inovasi dengan melakukan studi pada industri kreatif sektor fashion.

Penelitian lain seperti halnya yang dilakukan oleh Louis & Jerey (2017) memberikan kesimpulan bahwa kreativitas berpengaruh positif terhadap kinerja usaha pada wirausaha di ITC Cempaka Mas. Penelitian pada Mwesigwa (2014) menyimpulkan bahwa variabel kinerja bank komersial dipengaruhi oleh sumber daya pekerja dan kreativitas karyawan. Penelitian yang dilakukan oleh Losalia (2013) mendapatkan hasil bahwa kreativitas secara parsial berpengaruh terhadap kinerja usaha dan inovasi secara parsial berpengaruh terhadap kinerja usaha pada Sentra UKM Batik Trusmi. Siddiqi & Qurreshi (2016) pula melakukan penelitian mengenai pengaruh kreativitas karyawan terhadap kinerja usaha dengan mengadopsi beberapa item dari Yapin Gong dan mendapatkan hasil bahwa kreativitas berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha. Penelitian lain yang dilakukan Plotkin (Riyanti 2003:29) memiliki kesimpulan bahwa usaha kecil berhasil karena wirausaha memiliki peran yang cerdas yaitu kreatif, inovatif, memiliki rasa ingin tahu, mengikuti perkembangan teknologi, dan dapat menerapkannya secara produktif. Dari penelitian tersebut dapat digaris bawahi bahwa faktor kreativitas dan inovasi menjadi faktor yang dominan dalam mempengaruhi kinerja usaha.

Menurut Basrowi (2011) kemampuan adalah kreativitas, kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada sebelumnya. Bagi

kalangan wirausaha, tingkat kreativitas ini akan sangat menunjang kemajuan bisnisnya, kreativitas tidak hanya penting untuk menciptakan keunggulan kompetitif akan tetapi bagi kelangsungan perusahaan dalam mencapai kinerja usaha yang positif. Kreativitas memiliki pengaruh yang positif terhadap keberhasilan usaha. Hal ini dikarenakan sikap rasa percaya diri mampu menuntaskan perasaan takut gagal dan menjalani usaha dan dapat menimbulkan manfaat yang baik.

Beberapa penelitian tersebut dapat digaris bawahi bahwa kreativitas seorang wirausaha baik itu dalam menghasilkan ide baru atau menciptakan produk baru akan berdampak pada kemampuan perusahaan guna memperoleh kinerja usaha yang optimal dalam periode tertentu. Teori Schumpeter merangsang seseorang untuk berinovasi. Inovasi yang dimaksud adalah bukanlah suatu temuan yang luar biasa, tetapi suatu temuan yang menyebabkan berdayagunanya sumber ekonomi ke arah yang lebih produktif. Seorang wirausaha, sebagai inovator harus merasakan gerakan ekonomi di masyarakat. Persoalan – persoalan yang muncul dari gerakan ekonomi tersebut diantisipasi dengan adanya inovasi.

Wirausaha yang inovatif memiliki ciri – ciri seperti tidak mudah merasa puas dengan hasil yang sudah ia peroleh, selalu menuangkan imajinasinya dalam pekerjaan dan selalu ingat tampil beda atau memanfaatkan perbedaan wirausaha (Suhardi, 2011:15). Dari sikap tersebut maka seorang wirausahawan harus memiliki jiwa tersebut dan diterapkan dalam usaha yang dijalani agar tetap dapat bersaing dengan para kompetitor. Penyebab seorang wirausahawan memiliki kinerja usaha yang rendah karena kurang pedulinya dengan perubahan lingkungan bisnis yang mengalami pergerakan begitu pesat dan persaingan semakin ketat serta takut untuk memulai sesuatu yang baru. Dalam hal ini kreativitas dan inovasi menjadi penentu bagaimana kinerja usaha dapat berkembang.

Beberapa penelitian terdahulu yang sudah dijelaskan terdapat perbedaan hasil pada 2 (dua) penelitian, yaitu penelitian menurut Subramanian & Nilakanta (1996) inovasi berpengaruh negatif terhadap kinerja usaha, artinya keberadaan inovasi tidak

mempengaruhi terhadap hasil kinerja usaha tersebut. Menurut Indriastuti & Arifah (2012) juga menyatakan bahwa inovasi produksi, operasi, dan pemasaran menunjukkan hasil yang negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja usaha.

Terdapat perbedaan hasil dari beberapa penelitian, hal inilah yang melatarbelakangi peneliti tertarik mengadakan penelitian dengan judul penelitian ditujukan untuk mengetahui “Pengaruh Kreativitas dan Inovasi terhadap Kinerja Usaha Survey pada Perusahaan Laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung”

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian yang telah dikemukakan, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran mengenai kreativitas, inovasi, dan kinerja usaha pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.
2. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap inovasi pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.
3. Bagaimana pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka tujuannya adalah

1. Mendapatkan gambaran mengenai kreativitas, inovasi, dan kinerja usaha pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.
2. Mengetahui dan mengkaji pengaruh kreativitas terhadap inovasi pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.
3. Mengetahui dan mengkaji pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja usaha pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.

## E. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dengan menerapkan *Theory of Resource Based View (RBV)* (Barney, 1991) tentang kinerja usaha, kreativitas, dan inovasi pada perusahaan UMKM bagi penulis khususnya, dan dapat dijadikan sebuah acuan atau referensi yang kemudian dijadikan sebagai peningkatan Kinerja UMKM dengan menerapkan kreatifitas dan inovasi.

### 2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat khususnya didalam dunia kewirausahaan. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### a. Bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

Sebagai salah satu acuan pertimbangan untuk meningkatkan kinerja UMKM.

#### b. Bagi Pembaca

Memberikan pengembangan ilmu dan acuan pertimbangan mengenai pengaruh kreatifitas dan inovasi terhadap kinerja UMKM, dengan melakukan survey pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.

#### c. Bagi Peneliti

Memberikan pengembangan penelitian tentang kinerja perusahaan dengan faktor kreativitas dan keinovasian, mengenai pengaruh kreativitas dan inovasi terhadap kinerja UMKM, dengan melakukan survey pada perusahaan laundry di Kecamatan Sukasari, Kota Bandung.

