

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dewasa ini, pembangunan ekonomi di Indonesia sedang digalakan untuk meningkatkan perekonomian. Setiap tahunnya Indonesia akan menyalurkan anggaran untuk pembangunan perekonomian masyarakat, salah satunya melalui pembangunan pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Konsistensi pemberdayaan UMKM ini, selain bertujuan untuk melindungi perekonomian masyarakat, hal ini juga dilatarbelakangi dengan adanya kondisi pada masa krisis moneter tahun 1998. Seperti yang telah diketahui, pada kondisi tersebut, UMKM dinilai dapat bertahan menjadi transaksi ekonomi yang dinilai dapat melindungi dan menstabilkan perekonomian masyarakat pada saat itu. Namun, sampai saat ini masih terdapat beberapa masalah umum dan mendasar sedang dihadapi oleh UMKM, seperti; minimnya pengetahuan, kreativitas, pengalaman dalam mengembangkan usaha, maupun kurangnya keterampilan dalam mengembangkan inovasi produk, selain itu juga dinilai masih belum memaksimalkan sistem pemasaran secara digital dan beberapa hal yang terkait lainnya.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba memfokuskan pada permasalahan yang berhubungan dengan era industri 4.0 dalam pemanfaatan digitalisasi, mengingat tidak semua pelaku UMKM melek teknologi, yang sebenarnya jika hal tersebut dimanfaatkan dengan baik, akan membantu memaksimalkan Kinerja UMKM.

Adapun Upaya untuk mendorong peningkatan kemampuan peran UMKM dalam perekonomian, dilaksanakan oleh pemerintah pusat, daerah, dan para pelaku UMKM itu sendiri bersama masyarakat secara menyeluruh. Pelaksanaan UMKM saat ini dituntut mampu menyesuaikan dengan kondisi terkini, terutama pada perkembangan di era Industri 4.0 yang menjadi suatu hambatan yang dihadapi sebagian besar para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) karena terdapat keterbatasan pelaku UMKM dalam penggunaan teknologi untuk berinovasi dalam mendukung aktivitas usahanya. Permasalahan tersebut terjadi di berbagai daerah, tidak terkecuali di Kota Bandung.

Kota Bandung merupakan salah satu kota besar yang menyumbangkan pendapatan nasional dari UMKM tertinggi di Indonesia. Perkembangan UMKM di Kota Bandung selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya yang dapat dilihat pada table 1.1.

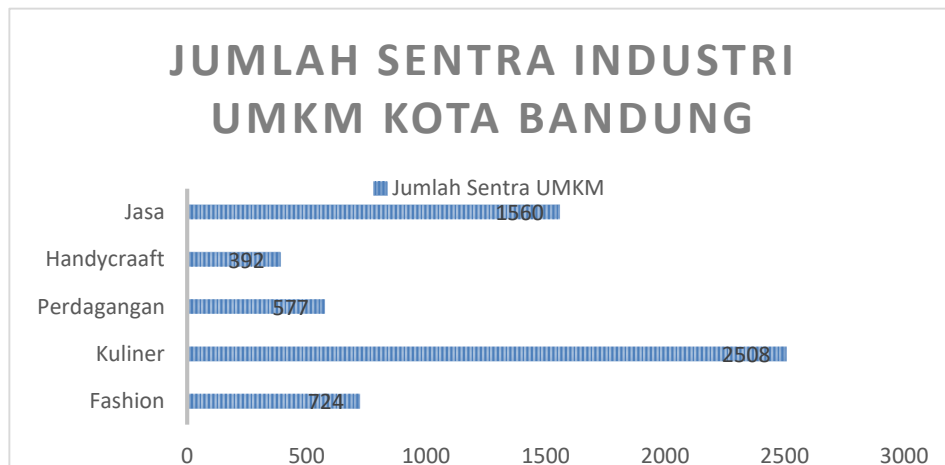
Tabel 1.1
Jumlah UMKM di Kota Bandung Tahun 2013-2017

No.	Uraian	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Mikro	4115	4301	4578	4689	5099
2	Kecil	357	372	392	395	411
3	Menengah	274	276	281	281	282
	Jumlah	4746	4949	5251	5365	5792

Sumber : Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung 2017

Pada tabel 1.1, menunjukkan bahwa jumlah UMKM semakin berkembang setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan UMKM di kota Bandung begitu konsisten dan semakin bertambah, sepanjang tahun 2013 – 2017.

Berikut merupakan klasifikasi sentra industri UMKM dengan jumlah paling banyak dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Bandung 2017 (Data diolah)

Gambar 1.1
Jumlah Sentra Industri UMKM Kota Bandung

Pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa UMKM dengan sentra industri kuliner memiliki jumlah yang paling banyak, disusul dengan sentra industri jasa dan *fashion*. Dengan demikian, berkembangnya industri kuliner dari tahun ke tahun terus menciptakan perkembangan inovasi pada UMKM di Kota Bandung. Kota Bandung menjadi salah satu daerah di Jawa Barat yang memiliki potensi industri usaha kuliner yang sangat berkembang.

Pada beberapa penelitian yang dilakukan, ditemukan terjadinya kecenderungan peningkatan pada UMKM kuliner di Kota Bandung. Namun, perkembangan industri kuliner di Kota Bandung ini dinilai masih belum optimal mengingat masih minimnya pengetahuan dan kemampuan para pelaku UMKM dalam menghadapi era industri 4.0, seperti kemampuan dalam pemanfaatan teknologi dengan maksimal. Hal ini juga dinilai sebagai masalah utama dalam pemberdayaan UMKM saat ini. Maka dari itu, diperlukannya penilaian kinerja pada UMKM. Hal ini sangat penting dilakukan sebagai ukuran keberhasilan UMKM dalam mencapai tujuannya. Peningkatan kinerja UMKM juga diperlukan untuk dapat siap bersaing.

Menurut Moehariono (2012), kinerja merupakan ukuran kuantitatif maupun kualitatif yang menggambarkan mengenai tingkat pencapaian suatu sasaran dan tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu organisasi. Menurut Salina & Yusoff (2010) kemampuan bertahan dalam persaingan ditentukan dengan kecepatan perkembangan kompetensi yang berbasis pengetahuan di suatu perusahaan. Dapat dikatakan bahwa keunggulan bersaing perusahaan yang utama terletak pada pengetahuan. Dengan pengetahuan ini, perusahaan dapat mempertahankan keunggulan bersaingnya dengan membangun kapabilitas atau kemampuannya untuk belajar lebih cepat dan lebih baik daripada para pesaingnya.

Menurut Artati (2017) Sebagian besar perusahaan pada zaman ekonomi modern seperti ini, modal intelektual merupakan aset yang paling berharga jika dibandingkan dengan aset fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pada era yang modern seperti saat ini modal secara fisik atau pendanaan belum terlalu cukup mengelola bisnis untuk mencapai kinerja sesuai tujuan yang diharapkan. Menurut Williams (dalam Artati, 2017) *Intellectual Capital* merupakan informasi dan pengetahuan yang diaplikasikan dalam pekerjaan untuk menciptakan nilai. Menurut Hashima,

Osman b, & Alhabschic (2015) *Intellectual Capital* terdiri dari 6 komponen, diantaranya; *Human Capital, Structural Capital, Customer Capital, Social Capital, Technological Capital, dan Spiritual Capital*.

Pada konsep bisnis, umumnya modal manusia disebut sebagai suatu aset yang memiliki peranan paling besar terhadap perkembangan usaha, hal ini karena modal manusia atau *human capital* juga mengelola modal lainnya. Modal manusia ini akan menjadi kekuatan bagi suatu organisasi. Misalkan, diumpamakan dalam suatu bisnis kuliner, keterampilan seorang juru masak akan sangat berperan penting dalam mengolah bahan makanan menjadi lebih bernilai.

Social Capital merupakan komponen yang memberikan nilai secara nyata. Ketika seseorang akan memutuskan membeli dari suatu perusahaan, maka keputusan didasarkan pada kualitas hubungan mereka dan harga. Jika hubungan yang terjalin sangat baik, maka semakin besar pula peluang rencana pembelian yang akan dilakukan calon pembeli. *Social Capital* juga merupakan serangkaian nilai maupun norma informal yang dimiliki bersama oleh anggota kelompok masyarakat yang memungkinkan dapat terjadinya kerjasama (Francis Fukuyama, 2002).

Mitra usaha atau pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Melalui Mitra usaha atau pelanggan ini, pelaku UMKM dapat memprediksikan bagaimana keadaan sistem pemasarannya, penjualan, pola produksi yang akan diterapkan pada jasa atau produk yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Dalam hal ini, menunjukkan bahwa orientasi pasar sangat penting bagi suatu usaha atau bisnis khususnya usaha kuliner. Semakin ketatnya persaingan usaha kuliner ini akan mendorong pelaku usaha harus selalu memperhatikan keadaan dan orientasi pasar. Orientasi pasar ini juga bisa dikatakan sebagai budaya bisnis yang memunyai komitmen untuk terus berkreasi dalam menciptakan nilai unggul bagi pelanggannya. Selain itu, dengan adanya globalisasi yang semakin berkembang, *technological capital* juga sangat diperlukan dalam suatu usaha di era global ini.

Globalisasi menuntut adanya pengembangan, pemanfaatan, maupun penguasaan sistem informasi, tentunya yang lebih tepat dan cepat untuk memenangkan persaingan suatu usaha atau bisnis. Menurut Williams (dalam

Seesar, 2010). Selain *Human Capital* dan *Social Capital*, *Technological Capital* juga merupakan faktor terpenting dalam meningkatkan Kinerja UMKM.

Teknologi informasi merupakan perpaduan antara telekomunikasi dan teknologi computer, serta teknologi lainnya seperti perangkat lunak, perangkat lunak, jaringan, database maupun peralatan telekomunikasi lainnya. Teknologi informasi juga digunakan dalam sistem informasi suatu organisasi untuk menyediakan informasi bagi para pengambil keputusan (Maharsi, 2000).

Technological Capital secara umum juga dapat diartikan sebagai kemampuan teknologi yang dapat membantu menyimpan, menyampaikan, menghasilkan, dan mengkomunikasikan informasi. *Technological Capital* memunyai peranan sangat penting dalam usaha khususnya pada UMKM, hal ini karena *Technological Capital* dinilai mampu dalam mengembangkan dan meningkatkan usaha lebih cepat. Dengan memanfaatkan *technological capital* ini akan memudahkan efektivitas operasional usaha, pemrosesan informasi baik antar pelanggan ataupun mitra usaha, dapat memudahkan tingkat pertukaran informasi usaha, juga dapat menciptakan dan meningkatkan pangsa pasar, selain itu juga dapat mengefektifkan waktu dan biaya pemasaran.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dihadapkan pada era industri 4.0 yang menuntut para pelaku UMKM agar bisa bersaing untuk memberikan kinerja terbaiknya. (Keban, 2004) menggambarkan kinerja sebagai terjemahan dari kata “*performance*” yang berkaitan dengan penampilan maupun prestasi dan unjuk rasa.

Kinerja UMKM juga dapat dilihat melalui *performance*-nya dalam meningkatkan pangsa pasar yang lebih luas dari sebelumnya, peningkatan *volume* penjualan, peningkatan jumlah pelanggan dan peningkatan pada kepuasan pelanggan yang merupakan indikator dari Kinerja UMKM, tentunya dengan pemanfaatan digitalisasi. Namun, pada kenyataannya, Optimalisasi Kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung sendiri, masih terhambat oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya teridentifikasi memunyai tingkat dan efektivitas yang masih rendah, misalnya, pada tingkat kualitas *human capital* dimana beberapa pelaku UMKM masih kurang inovatif dalam pengembangan usahanya sesuai dengan perubahan tren yang ada, baik dalam inovasi produk maupun inovasi pemasaran. Kualitas *social capital* UMKM juga masih terbatas, jika hal ini dapat

dimanfaatkan akan menjadikan kesempatan pada akses pemasaran produk, selain itu masalah juga terdapat pada pemanfaatan teknologi, tentunya hal ini sangat penting di era industri 4.0 karena hampir semua transaksi bisnis memerlukan digitalisasi, tidak terkecuali dalam mengupayakan pangsa pasar UMKM, yang menjadi kendala adalah pemanfaatan *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital* yang dinilai masih belum efektif sehingga berpengaruh pada Kinerja UMKM kuliner di Kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari table berikut:

Tabel 1.2
Jumlah Perkembangan UMKM Sesuai Tipe Bisnis

No.	Tipe Bisnis	Tahun				
		2013	2014	2015	2016	2017
1	Makanan & Minuman	42	68	150	126	97
2	Fashion	29	57	70	36	29
3	Industri Kreatif	11	28	29	25	17
4	Perdagangan	7	7	22	22	20
5	Jasa	3	3	11	11	30

Sumber: Dinas KUMKM dan Perindag Kota Bandung Tahun 2017

Pada tabel 1.2 mengungkapkan bahwa perkembangan jumlah UMKM kuliner di Kota Bandung setiap tahunnya bertambah. Namun, persentase jumlah UMKM yang menggambarkan Kinerja UMKM dinilai masih belum baik, karena pertambahan yang terjadi tidak signifikan dan cenderung mengalami penurunan dimulai dari tahun 2015. Sehingga, beberapa faktor seperti kualitas nilai *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital* perlu ditingkatkan kembali untuk mendukung Kinerja UMKM sentra kuliner yang lebih baik.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Analisis *Human Capital*, *Social Capital*, *Technological Capital* terhadap Kinerja UMKM dengan Kapabilitas Inovasi sebagai Variabel Intervening”

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

1. Bagaimana Gambaran *Human Capital*, *Social Capital*, *Technological Capital*, Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung?
2. Bagaimana Pengaruh *Human Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung?
3. Bagaimana Pengaruh *Social Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung?
4. Bagaimana Pengaruh *Technological Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi Modal pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung?
5. Bagaimana Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?
6. Bagaimana Pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?
7. Bagaimana Pengaruh *Technological Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?
8. Bagaimana Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja UMKM terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?
9. Bagaimana Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung melalui Kapabilitas Inovasi?
10. Bagaimana Pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung melalui Kapabilitas Inovasi?
11. Bagaimana Pengaruh *Technological Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung melalui Kapabilitas Inovasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini ditunjukkan untuk memperoleh data dan informasi untuk menjawab masalah yang telah dirumuskan diatas. Tujuan Penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Gambaran *Human Capital*, *Social Capital*, *Technological Capital*, Kapabilitas Inovasi dan Kinerja UMKM pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung

2. Untuk Mengetahui Pengaruh *Human Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung
3. Untuk Mengetahui Pengaruh *Social Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung
4. Untuk Mengetahui Pengaruh *Technological Capital* terhadap Kapabilitas Inovasi pada UMKM Sentra Kuliner di Kota Bandung
5. Untuk Mengetahui Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung
6. Untuk Mengetahui Pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung
7. Untuk Mengetahui Pengaruh *Tecchnological Capital* terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung
8. Untuk Mengetahui Pengaruh Kapabilitas Inovasi terhadap Kinerja UMKM pada Sentra Kuliner di Kota Bandung
9. Untuk Mengetahui Pengaruh *Human Capital* terhadap Kinerja UMKM melalui Kapabilitas Inovasi pada Sentra Kuliner di Kota Bandung
10. Untuk Mengetahui Pengaruh *Social Capital* terhadap Kinerja UMKM melalui Kapabilitas Inovasi pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?
11. Untuk Mengetahui Pengaruh *Technological Capital* terhadap Kinerja UMKM melalui Kapabilitas Inovasi pada Sentra Kuliner di Kota Bandung?

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan memunyai manfaat dalam UMKM kuliner secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini dapat bermanfaat dengan rincian sebagai berikut;

- a. Memberikan sumbangan pemikiran bagi pemanfaatan *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital* dalam meningkatkan Kinerja UMKM di era industri 4.0.

- b. Memberikan sumbangan pemikiran dalam memaksimalkan Kapabilitas Inovasi pada UMKM kuliner di Kota Bandung.
- c. Sebagai referensi pada penelitian – penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan peningkatan kinerja UMKM di era industri 4.0.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis
Dapat menambah wawasan dan pengalaman mengenai peningkatan kinerja UMKM di era industri 4.0 dengan pemanfaatan *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital*.
- b. Bagi UMKM
Untuk mengetahui dan mengevaluasi peranan *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital* terhadap keberhasilan Kinerja UMKM di era industri 4.0.
- c. Bagi Dinas Terkait
Diharapkan dengan adanya penelitian ini, Dinas terkait lebih memahami perkembangan UMKM di era industri 4.0 dan menyelenggarakan beberapa program terkait untuk meningkatkan Kinerja UMKM di Kota Bandung.
- d. Manfaat bagi kalangan akademis
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan di bidang UMKM, khususnya masalah yang berkaitan dengan peranan *Human Capital*, *Social Capital* dan *Technological Capital* terhadap keberhasilan Kinerja UMKM di era industri 4.0.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Adapun penelitian ini diadakan di Kota Bandung, Jawa Barat. Serta objek penelitian dalam penelitian ini adalah pelaku UMKM sentra kuliner di Kota Bandung.

1.5.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai pada bulan Desember tahun 2019, menyebarkan kuisioner pada Februari tahun 2020. Dan selesai pada Bulan Agustus tahun 2020.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan tentang isi dari masing-masing bab yang disajikan secara singkat dan jelas dari bagian tesis ini. Tesis ini akan disajikan dalam lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. BAB I : Pendahuluan Pada bab ini berisikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penelitian.
2. BAB II : Tinjauan Pustaka Bab ini mengemukakan dengan jelas, ringkas, dan padat tentang hasil kajian kepustakaan yang terkait dengan topik dan variable penelitian untuk dijadikan dasar bagi penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis.
3. BAB III : Metode Penelitian Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.
4. BAB IV : Hasil penelitian dan Pembahasan Bab ini menguraikan secara kronologis dan sistematis hasil penelitian dan pembahasannya sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian.
5. BAB V : Kesimpulan Dalam bab kelima ini menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil dan pembahasan penelitian serta saran yang di rekomendasikan terhadap pihak yang terkait dan juga terhadap peneliti berikutnya yang memiliki cakupan yang sama.