

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang penelitian

Persaingan usaha yang membaik akan meningkatkan tingkat perekonomian Indonesia, pembangunan ekonomi melalui sektor UMKM menjadi salah satu sektor yang memberikan kontribusi terhadap PDB (Produk Domestic Bruto) di tahun 2015 sebesar 7%, (Kementrian koperasi & UMKM RI, 2016). Kedudukan peran usaha mikro kecil dan menengah cukup penting karena dapat diandalkan sebagai kekuatan perekonomian bangsa. Definisi UMKM berdasarkan kriteria:

Tabel 1.1
Kriteria Definisi UMKM

Uraian	Kriteria	
	Asset	Omzet
Usaha mirko	Max. 50 jt	Max. 300 jt
Usaha kecil	>50-500 jt	>300jt-2,5 jt
Usaha menengah	>500 jt-10 milyar	>2,5-50 milyar

Sumber: UU No.20 th. 2008

Menurut Bucheri Alma (2007), keberadaan UMKM ternyata bisa membantu meringankan beban pemerintah, khususnya dalam hal penyerapan tenaga kerja baru yang bisa berdampak pada menurunnya jumlah pengangguran dan kemiskinan. Menurut Supratiwi & Isnalita (2003), kebutuhan konsumen yang selalu berkembang dan berbeda dari waktu ke waktu menuntut setiap perusahaan untuk selalu meningkatkan kualitas produk atau jasa, pengembangan produk baru dan pelayanan, dan perbaikan berkelanjutan, dengan cara mengimplementasikan *Competitive Advantage* produk.

Menurut Sugiarto (2008), perubahan yang sangat cepat dalam pengetahuan, *cycle product* yang semakin menurun dan kebutuhan pelanggan mengakibatkan munculnya masalah dalam UMKM, dikarenakan beberapa SDM pengelola UMKM yang masih kurang mempunyai skill untuk mengantisipasi masalah yang di hadapi. Tekanan persaingan yang sangat ketat, mempengaruhi kinerja baik langsung atau tidak langsung termasuk pada UMKM kain tenun ikat skala mikro kecil dan menengah.

Sugiarto (2008), mengatakan bahwa kinerja itu sebuah hasil yang sudah dicapai oleh pengelola perusahaan dalam menjalankan bisnis. Nurhayati (2009), mengatakan kinerja merupakan suatu keberhasilan yang diukur untuk mengetahui tingkat kesuksesan organisasi. Vickrey & Dogre (1994) mengatakan bahwa perusahaan yang selalu memperhatikan dan meningkatkan perkembangannya akan memiliki peluang yang baik dalam mencapai posisi persaingan. Kinerja bisnis memiliki pengaruh terhadap *Competitive Advantage*, Porter (2009) menyatakan bahwa keunggulan bersaing merupakan jantung kinerja dalam menghadapi persaingan dalam pasar guna menciptakan keunggulan kompetitif secara menerus yang bisa mendominasi pasar baru. Umumnya ada beberapa indikator keunggulan kompetitif yang diukur, yaitu: keunikan, jarang dijumpai, produk susah ditiru, harga saing beda (Bharadwaj *et al.*, 1993).

Menurut Bharadwaj (1993 dalam Helia. Renita, 2015, p83-84) Keunggulan bersaing dari sebuah organisasi sendiri di tentukan banyak factor, yang salah satunya adalah *Product Innovation*. Inovasi menunjukkan perusahaan perlu menyeimbangkan kinerja yang efisien dan responsif terhadap perubahan dalam

lingkungan bisnis yang sangat kompetitif (Ottenbacher, 2007). Inovasi menunjukkan budaya yang kuat yang mendorong pengenalan produk baru, proses dan ide yang merupakan orientasi strategis dalam jangka panjang (Tajeddini dan Trueman, 2008). Dalam perusahaan yang mampu berkembang dan meningkatkan kinerja secara efektif dengan daya saing perusahaan yang kuat dan perusahaan harus memiliki inovasi dalam produk. (Mcdaniel, 2002) mengatakan persaingan yang lebih besar akan menjadikan keunikan produk menjadi lebih temporer dalam bersaing. Dalam keunikan produk yang menjadi indikator dari inovasi produk ini mempunyai kunci kesuksesan untuk keunggulan kompetitif (Urbancova, 2013). Daya saing suatu kinerja akan mampu bertahan dengan adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki oleh perusahaan dalam pengukutan keberhasilan (Hasan, 2013).

Selain itu, meningkatnya kebutuhan untuk mengelola tantangan yang dihadapi industri dalam ekonomi saat ini menuntut pendekatan terstruktur untuk *Knowledge Management*, dan penyelarasan *Knowledge Management* dengan strategi bisnis dan ukuran kinerja yang ada (Robinson *et al.*, (2005). *Knowledge Management* dari perspektif strategi pengetahuan organisasi dapat dilihat sebagai aset strategis berharga dengan potensi untuk mempengaruhi tindakan masa depan (Alavi & Leidner, 2001). *Knowledge Management* berfokus pada kegiatan yang berhubungan dengan pengetahuan untuk memfasilitasi penciptaan pengetahuan, dengan tujuan akhir memanfaatkan modal intelektual organisasi untuk mencapai tujuan organisasi (Cavalieri, 2004).

Knowledge Management dalam organisasi bisnis berinteraksi satu sama lain untuk membentuk suatu proses dan menghasilkan pengetahuan yang valid yang dapat dibenarkan oleh kinerja bisnis yang diinginkan. Menurut Hari *et al.*, (2005), *Knowledge Management* dapat diklasifikasi secara strategi menjadi empat dimensi kunci: yaitu respons terhadap pengetahuan dalam lingkungan bisnis; akuisisi pengetahuan; penyebaran pengetahuan dan pemanfaatan pengetahuan (McCann & Buckner, 2004). Pengukuran kinerja diperlukan untuk menentukan seberapa sukses kegiatan *Knowledge Management* dalam mencapai tujuan organisasi (Chen dan Chen, 2006). Peneliti telah melakukan pra survey terhadap petinggi desa Troso yaitu dengan Bp. Abdul Basyir, juga sebagian pengrajin dari paguyuban tenun Ikat Troso di Jepara. Dari hasil pra survey tersebut diperoleh data jumlah produk yang terjual dalam 3 tahun terakhir terlihat pada table dibawah ini:

Tabel 1. 2.
Data produk kain tenun ikat Troso yang terjual dari tahun 2015-2017 yang terdaftar memiliki showroom dan outlet

Tahun	Produk Terjual
2015	30.000 potong kain
2016	27.260 potong kain
2017	24.500 potong kain

Sumber: pemerintah desa Troso, Jepara 2018

Dari hasil pra survey yang di dapatkan tersebut di atas, Dari hasil pra survey yang di dapatkan tersebut, jadilah kesimpulan penelitian pernyataan bahwa bagaimana peranan *knowledge management* dan *product innovation* sebagai strategi dalam membangun *competitive advantage* dan meningkatkan kinerja bisnis. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada

UMKM terkait strategi apa yang sesuai digunakan untuk meningkatkan *competitive advantage* dan kinerja bisnis.

Research Gap

Perubahan di segala aspek serta berkembangnya dunia usaha yang sangat pesat di era ini membuat penerapan manajemen pengetahuan dan keinovasian sebagai suatu kebutuhan yang semestinya dapat dilakukan semaksimal mungkin dalam kinerja perusahaan, karena keunggulan bersaing sangat berpengaruh atas masa depan sebuah usaha (Hilman, 2015). Ada beberapa penelitian dari penelitian-penelitian sebelumnya yang meneliti terkait dengan *knowledge management*, *product innovation* yang memiliki pengaruh terhadap kinerja bisnis, dimana ada yang berhubungan secara positif dan juga hubungan secara negative.

Tabel 1.3.
Research Gap

Peneliti	Judul	Hasil	Research Gap
Gap 1			
Mohammad dostar, Nastaran taherparvar (2014)	<i>Customer knowledge management, innovation capability & business performance: a case study of the banking industry.</i>	<i>Knowledge Management</i> terhadap kinerja bisnis memiliki pengaruh positif	Terdapat perbedaan hasil yang kontradiktif pengaruh <i>Knowledge management</i> terhadap kinerja bisnis.
Chen, D.N., and Liang, P.T.(2016)	<i>Knowledge diversity & firm performance: an ecological view.</i>	<i>Knowledge management</i> berpengaruh negative terhadap kinerja.	
Gap 2			
Rosli, Mohd., M. and Sidek, Syamsuriana, (2013)	<i>The impact of innovation on the performance of small & medium</i>	<i>Product innovation</i> terhadap kinerja bisnis memiliki pengaruh positif .	Ada perbedaan hasil yang kontradiktif pengaruh <i>Product</i>

	<i>manufacturing enterprises:evidence from Malaysia.</i>		<i>innovation</i> terhadap kinerja bisnis.
Sri hartini, (2012)	Peran inovasi pengembangan kualitas produk dan kinerja bisnis	<i>Product Innovation</i> memiliki pengaruh negative terhadap kinerja bisnis.	
Gap 3			
Ming-Ji James Lin & Chih-Jou Chen (2008)	<i>Integration and knowledge: transforming to long-term competitive advantage.</i>	<i>Knowledge Management</i> terhadap <i>competitive advantage</i> memiliki pengaruh signifikan	Terdapat perbedaan hasil yang kontradiktif pengaruh <i>Knowledge management</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .
JK Sharma & AK Singh (2012)	<i>Change and competitive advantage: an investigative study of indian pharmaceutical industry.</i>	<i>Knowledge management</i> berpengaruh tidak signifikan terhadap <i>competitive advantage</i> .	
Gap 4			
Silvie Laforet (2012)	<i>Organizational innovation outcomes in SMEs: Effects of Age, Size, and Sector.</i>	<i>Product innovation</i> terhadap <i>competitive advantage</i> memiliki pengaruh signifikan.	Ada perbedaan hasil yang kontradiktif pengaruh <i>Product innovation</i> terhadap <i>competitive advantage</i> .
Richard M. Walker et al. (2010)	<i>Management innovation and organizational performance: the mediating effect of performance management.</i>	<i>Product Innovation</i> memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap <i>competitive advantage</i> .	

1.2. Rumusan masalah

Dari latar belakang diatas terdapat masalah yaitu dimana produk yang dijual mulai mengalami penurunan dari 3 tahun terakhir ini. Disamping itu, data pada tabel 1.3 menunjukkan bahwa masih terdapat kesenjangan penelitian (*Research Gap*) yang di dapat dari penelitian sebelumnya yang arus diteliti lebih lanjut guna mendapatkan jawaban terhadap hubungan antar variable-variabel diatas apakah saling mempengaruhi secara positif atau secara negative.

Dari permasalahan diatas maka di angkat judul penelitian yaitu “**Bagaimana peran *competitive advantage* dalam peningkatan kinerja bisnis di tenun ikat troso Jepara**”. Sehingga terumuskan beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah *Knowledge Management* berpengaruh terhadap *Competitive Advantage*?
2. Apakah *Product Innovation* berpengaruh terhadap *Competitive Advantage*?
3. Apakah *Competitive Advantage* berpengaruh terhadap kinerja bisnis?
4. Apakah *Knowledge Management* berpengaruh terhadap kinerja bisnis?
5. Apakah *Product Innovation* berpengaruh terhadap kinerja bisnis?

1.3. Tujuan

Penelitian yang akan dicapai bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengaruh dari *Knowledge Management* terhadap *Competitive Advantage*.
2. Menganalisis pengaruh dari *Product Innovation* terhadap *Competitive Advantage*.
3. Menganalisis pengaruh dari *Competitive Advantage* terhadap kinerja bisnis.

4. Menganalisis pengaruh dari *Knowledge Management* terhadap kinerja bisnis.
5. Menganalisis pengaruh dari *Product Innovation* terhadap kinerja bisnis.

1.4. Outline Tesis

Outline tesis ini mengikuti standar penulisan sesuai Buku Pedoman Penyusunan Tesis Magister Manajemen Universitas Diponegoro Tahun 2017.

Bab 1 Pendahuluan. Didalam bab ini dibahas latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian dan *outline* tesis. Pada latar belakang penelitian disajikan kondisi *research problem* dan fenomena yang menarik untuk di teliti.

Bab II Kajian Pustaka. disajikan teori-teori atau hasil penelitian yang dipakai dalam membangun model dasar teori. Dengan model dasar teori dikembangkan proposisi-proposisi yang akan dipakai dalam pengajuan hipotesis-hipotesis penelitian. Selanjutnya berdasarkan proposisi-proposisi yang didukung studi hasil penelitian yang berkaitan dengan konsep dalam proposisi-proposisi tersebut dibangun model empiric penelitian yang merupakan sintesis dari semua hipotesis yang diajukan. Model penelitian empiric ini akan menentukan metodologi penelitian yang akan dipakai untuk menguji hipotesis penelitian guna mengembangkan teori-teori yang sudah ada.

Bab III Metode Penelitian. Dalam metodologi dijelaskan populasi dan sampel, desain kuesioner, dan cara pengumpulan data. Bagian akhir bab ini dijelaskan metode yang dipakai dalam analisis data yang didahului oleh pengujian validitas dan reliabilitas alat ukur dan konsep-konsep penelitian. Setelah pengukuran

validitas dilanjutkan dengan pengujian *goodness of fit* model. Metode analisis yang dipakai adalah pengujian terhadap hubungan kausalitas dalam model empirik.

Bab IV Analisis Data. Bab ini menganalisis objek penelitian yaitu UMKM tenun ikat di Troso Jepara. Pengumpulan data, pengujian validitas dan reabilitas item pertanyaan, serta pengujian terhadap konsistensi konsep yang menggunakan variabel komposit yang diperlukan sebagai variabel tunggal disajikan juga pada bab IV. Deskripsi terhadap objek penelitian akan membantu peneliti dalam menganalisis kesimpulan penelitian maupun kesimpulan hipotesis. Kemudian dilakukan analisis terhadap hubungan kausalitas dengan menggunakan *structure equation modelling*.

Bab V Simpulan dan Implikasi Kebijakan. Bab ini menjelaskan temuan hasil analisis yang berkaitan dengan telaah pengaruh langsung dan tidak langsung terhadap *knowledge management*, *product innovation*, *competitive advantage* dan *business performance*, kesimpulan hipotesis yang telah diuji hubungannya disertai teori-teori yang dipakai dalam menguji hipotesis agar diperoleh pengembangan ilmu yang berkaitan dengan manajemen strategis.

