

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Sejak dinyatakan kasus pertama Covid-19 di Indonesia pada awal bulan Maret 2020, Komite Penanganan Covid-19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional (KPCPEN) selalu mempublikasikan peningkatan kasus harian yang terkonfirmasi. Pertambahan kasus yang semakin tinggi perharinya berdampak pada perekonomian di Indonesia, karena adanya pembatasan kegiatan masyarakat di beberapa daerah. Tujuan dari pembatasan tersebut adalah untuk mengurangi angka peningkatan kasus Covid-19.

Manufaktur transportasi, konstruksi, perdagangan grosir dan eceran, transportasi udara, akomodasi dan layanan makanan, *real estate* dan layanan profesional, serta layanan pribadi lainnya menjadi usaha kecil mikro yang mengalami dampak pada awal kasus Covid-19 (OECD, 2020). Berdasarkan hal tersebut maka, hampir seluruh bidang kegiatan ekonomi mengalami kemunduran. Badan Pusat Statistik DIY (2020) juga menyatakan bahwa pertumbuhan ekonomi di Daerah Istimewa Yogyakarta pada Triwulan III-2020 (YonY) tumbuh -2,84 persen dan sebagian besar kategori usaha mengalami kontraksi dan perlambatan.

Selanjutnya KPCPEN dalam *website* covid19.go.id pada tanggal 2 Juni 2021 kasus positif di Indonesia mencapai angka kasus positif yang cukup tinggi, namun tingkat kematian mengalami tren penurunan, sehingga pembelian dalam negeri mengalami peningkatan. Hal tersebut disampaikan oleh Oke Nurwan dalam Dialog Produktif dengan tema “*Keyakinan Konsumen Kembali Optimis*” yang diselenggarakan KPCPEN dan ditayangkan di FMB9ID pada 19 Mei 2021. Selanjutnya dari penuturan tersebut, beberapa produk mengalami peningkatan antara lain adalah produk

digital, *fashion*, kecantikan, makanan dan minuman, serta perlengkapan rumah tangga.

Usaha Kecil Menengah atau UKM memiliki kontribusi yang besar dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam penyerapan tenaga kerja, kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), dan kontribusi terhadap ekspor (Nurhajati dkk, 2018). Kemudian Industri Kecil Menengah atau IKM merupakan usaha yang terdiri dari beberapa sub sektor jenis industri baik skala kecil maupun menengah dan merupakan salah satu bentuk dari pemberdayaan masyarakat ekonomi lemah yang tahan akan krisis ekonomi (Ratnasari, 2013). Kemudian dari *website* www.banggabuatanindonesia.co.id menyatakan bahwa krisis yang terjadi pada 1998 UMKM Indonesia mampu bertahan, namun ada pandemi Covid-19 ini UMKM Indonesia menjadi yang paling terdampak.

Menurut Gasparin, M. & Quinn, M. (2020), industri kreatif dibagi menjadi dua puluh sub-sektor yaitu periklanan; pengembangan aplikasi dan perangkat lunak; arsitektur; pasar/perdagangan seni dan barang antik; bioskop dan video; kerajinan; desain busana dan perhiasan; galeri dan pameran; desain grafis; gastronomi, hub (kreatif, inovasi, teknologi, dan ruang kerja bersama); desain interior; musik; lukisan, patung, gambar dan cetakan; seni pertunjukan; fotografi, seni visual; penerbitan; radio; televisi; dan pariwisata. Kemenparekraf (2014) dalam Suparmin dkk (2017) menegaskan bahwa rantai nilai kreatif (*creative value chain*); lingkungan pengembangan (*nurture environment*); pasar (*market*) dan pengarsipan (*archiving*) memiliki hubungan yang saling tergantung.

Sub sektor kerajinan di Kulon Progo menjadi hal yang menarik untuk diteliti karena kerajinan di Kabupaten Kulon Progo sudah diekspor ke berbagai daerah baik di dalam maupun luar negeri. Kerajinan tersebut antara lain adalah kerajinan batik, kerajinan serat alam, kerajinan kayu, dan kerajinan

tangan lainnya. Iffah Mufidati selaku Kepala Dinas Perdagangan Kabupaten Kulon Progo pada tahun 2019 mengatakan bahwa total nilai penjualan ekspor pada tahun 2018 mencapai Rp 3,243 triliun dan beberapa dari produk yang masuk adalah kerajinan serat alam dan kerajinan kayu.

Suparmin dkk (2017) menjelaskan bahwa kerajinan dalam industri kreatif mencakup kerajinan seni berupa *limited edition craft* dan *individual craft* yang berbentuk dua dimensi seperti (ukir, relief, dan lukisan ukiran) dan kerajinan desain yaitu seperti *mass craft*, *limited edition craft*, dan *individual craft* yang berbentuk 3 dimensi (*furniture*, keris, perhiasan, *toys*, busana adat, *kitchenwave*, dan lain-lain). Sub-sub industri kreatif kerajinan di pusat keramaian di Kulon Progo menempati posisi ke-empat setelah kuliner, mode, dan teknologi informasi berdasarkan penelitian Suparmin dkk (2017).

Kinerja bisnis merupakan hasil pencapaian kinerja pelaku bisnis dalam periode tertentu dan dapat menggambarkan tingkat kesehatan dari perusahaan (Soputan, G. J., dkk, 2021). Afiyati dkk (2019) menjelaskan bahwa kinerja bisnis dapat menunjukkan tingkat keberhasilan usaha dengan pengukuran pencapaian berdasarkan standar, ukuran, dan kesepakatan bersama. Perencanaan kinerja, pemantauan, penilaian kinerja, dan tindak lanjut seperti penghargaan atau hukuman merupakan rangkaian kegiatan dari kinerja bisnis (Yuliani, R. & Pujiastuti, Y., 2018). Kemampuan dan keterampilan modal manusia menjadi faktor yang penting untuk meningkatkan kinerja perusahaan atau industri kecil menengah (Wajdi dkk, 2018). Pembangunan manusia dilakukan untuk meningkatkan ilmu pengetahuan dan melahirkan pengusaha yang dapat bersaing serta menjalankan bisnisnya dengan baik.

Keunggulan bersaing berkelanjutan penting bagi para pelaku bisnis karena pesaing yang ada dan potensial tidak dapat meniru produk yang dimiliki dan harus membutuhkan biaya yang besar untuk menduplikasi (Kuncoro & Suriani, 2017). Kemudian dalam sebuah persaingan, keunggulan ini digunakan sebagai tolak ukur keberhasilan pelaku bisnis dalam membuat

produk sebagai upaya pemenuhan kebutuhan konsumen yang berkelanjutan (Puspita & Hadi, 2019).

Penciptaan produk agar lebih unggul dari pesaingnya perlu dilakukan pengembangan ide dengan berinovasi pada produk yang dimiliki. Inovasi produk menurut Rahmadi, Jauhari, & Dewandaru (2020) merupakan kemampuan dalam meningkatkan kreativitas dalam penemuan ide-ide baru dan unik oleh pelaku bisnis untuk bersaing di pasar global. Kreativitas ini juga harus dilakukan secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pasar atau konsumen.

Produk hasil dari inovasi agar bertahan dan unggul dalam persaingan maka perlu diperhatikan terkait kualitas produknya. Kualitas produk dapat ditentukan oleh sekumpulan kegunaan maupun fungsinya terkait daya tahan, ketergantungan pada produk, eksklusif, kenyamanan, dan wujud luar (Noviani, 2020). Selanjutnya dijelaskan bahwa semakin baik kualitas produk maka pelanggan akan semakin berminat dalam membeli maupun membeli berulang sehingga kualitas produk dapat menjadi strategi perusahaan dalam mempertahankan keunggulan bersaing.

Oleh karena itu penelitian ini akan meneliti terkait pengaruh inovasi produk, dan kualitas produk terhadap keunggulan dan bersaing kinerja bisnis pada industri kreatif kerajinan di Kabupaten Kulon Progo.

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, dengan demikian dapat dirumuskan masalah sebagai berikut yaitu :

1. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja bisnis?

3. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja bisnis?
5. Apakah keunggulan bersaing berkelanjutan berpengaruh positif dan signifikan secara langsung terhadap kinerja bisnis?
6. Apakah pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis secara tidak langsung melalui keunggulan bersaing berkelanjutan?
7. Apakah pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis secara tidak langsung melalui keunggulan bersaing berkelanjutan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh adanya inovasi produk secara langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan
2. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh inovasi produk secara langsung terhadap kinerja bisnis
3. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap keunggulan bersaing berkelanjutan
4. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk secara langsung terhadap kinerja bisnis
5. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh secara langsung keunggulan bersaing berkelanjutan terhadap kinerja bisnis
6. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh inovasi produk terhadap kinerja bisnis secara tidak langsung melalui keunggulan bersaing berkelanjutan
7. Untuk menguji dan menjelaskan pengaruh kualitas produk terhadap kinerja bisnis secara tidak langsung melalui keunggulan bersaing berkelanjutan

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, antara lain:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan wawasan mengenai inovasi dan kualitas produk yang berpengaruh pada keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja bisnis di industri kreatif kerajinan.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai landasan dalam mengembangkan inovasi produk dan pemilihan bahan baku untuk menjaga kualitas produk secara lebih lanjut untuk meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja bisnis.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang keefektifan dari adanya inovasi dan kualitas produk yang baik untuk meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan dan kinerja bisnis industri kreatif kerajinan.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berharga bagi penulis dalam meningkatkan kemampuan menulis, mengembangkan ilmu pengetahuan, dan memberikan gambaran mengenai hasil dari penelitian ini.
5. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai dasar penelitian lanjutan dan pengembangan pembelajaran untuk melanjutkan penelitian dalam meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan dan untuk meningkatkan kinerja bisnis melalui inovasi produk dan kualitas produk.