

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan industri yang terus berkembang di Indonesia dari tahun ke tahun (Lestari *et al.*, 2019). Hampir dari setiap pemerintahan menekankan pada pemberdayaan UMKM (Sarfiyah *et al.*, 2019). Pada tahun 2020 sektor industri UMKM yang paling banyak di Indonesia adalah sektor kuliner. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) jumlah UMKM di bidang pangan akan mencapai 1,51 juta unit usaha. Bidang kuliner sangat diminati oleh banyak orang, karena merupakan kebutuhan setiap manusia.

Perkembangan UMKM tentunya akan diuntungkan dari upaya kolaborasi banyak pihak. Oleh karena itu, semua pemangku kepentingan harus berpartisipasi aktif dalam upaya pengembangan UMKM, bukan hanya para pencipta UMKM. Lestari *et al.* (2019) juga mengatakan bahwa data yang dikumpulkan pada awal tahun 2018 dari kajian usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Cilandak Barat, sebanyak 70% dari usaha tersebut sudah melakukan variasi produk dalam membangun usahanya. Meski demikian, volume penjualan UMKM terus turun. Oleh karena itu, bahwa

menerapkan satu strategi tidak cukup untuk memenangkan persaingan, sehingga dibutuhkan berbagai strategi untuk mencapai kemenangan dalam persaingan.

Membangun hubungan yang saling menguntungkan atau menjalin kolaborasi antar pebisnis lain, dibutuhkan suatu strategi yang mendukung suatu organisasi agar dapat bersaing yaitu Kolaborasi Rantai Pasok (Singh *et al.*, 2018). Kolaborasi rantai pasokan adalah penggerak inovasi yang kuat (Solaimani & Veen, 2021). Dilihat dari dampak persaingan yang semakin ketat maka, pebisnis harus mulai terbuka atau tergabung dalam suatu jaringan rantai pasok. Clark & Hall (2020) mengatakan dalam peristiwa-peristiwa unik, seperti pandemi Covid-19, kolaborasi membantu *supply chain* untuk belajar dari pelanggan, mitra dan industri dan untuk instal praktik, proses, dan produk baru yang akan membedakan bisnis mereka untuk masa depan. Oleh karena itu kolaborasi rantai pasokan sangat diperlukan untuk menunjang majunya suatu bisnis (Mofokeng & Chinomona, 2019).

Komitmen merupakan variabel kunci yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses pembentukan kolaborasi dalam rantai pasok (Ghozali, 2018). Komitmen dari manajemen perusahaan maupun seluruh anggota organisasi, mencerminkan tekad dan dedikasi untuk mencapai tujuan bersama dan berusaha mempertahankan kesinambungan kesuksesan perusahaan (Stefani & Sunardi, 2014). Pentingnya strategi komitmen dalam

mencapai kinerja operasional yang unggul didorong oleh dukungan dan motivasi yang tinggi dari seluruh elemen dalam organisasi (Dwiastuti *et al.*, 2022). Komitmen yang kuat mendorong efisiensi dalam kinerja bisnis, meningkatkan kualitas produk atau layanan, dan mengurangi risiko terjadinya kendala dan hambatan dalam kegiatan sehari-hari (Suryana, 2019). Damayanti (2021) mengatakan peningkatan kinerja perusahaan menandakan peningkatan yang sesuai dalam kualitas keseluruhan dan keunggulan perusahaan itu sendiri. Salah satu indikator pencapaian kinerja yang baik adalah kinerja operasional. Kinerja inovasi juga menjadi faktor kunci bagi kesuksesan perusahaan di tengah persaingan bisnis yang ketat. Wahyu (2018) mengatakan dalam konteks industri kreatif, keberlanjutan usaha sangat bergantung pada kinerja inovasi. Kemampuan untuk terus berinovasi dan mengembangkan produk atau layanan baru memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar, memenuhi tuntutan pelanggan, dan menghadapi tantangan industri.

Kolaborasi rantai pasok dan Strategi Komitmen merupakan faktor penting yang dapat meningkatkan kinerja suatu bisnis. Pada era globalisasi dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan-perusahaan atau UMKM di berbagai sektor harus terus beradaptasi dan mengembangkan strategi untuk mempertahankan posisi mereka di pasar.

Pada konteks ini, penelitian tentang pengaruh strategi komitmen dan kolaborasi rantai pasok dalam meningkatkan kinerja operasional dan kinerja

inovasi menjadi penting. Melalui penelitian ini, akan diuji peran kolaborasi rantai pasokan, strategi komitmen dalam meningkatkan kinerja operasional dan inovasi sehingga memperkuat posisi UMKM di pasar yang kompetitif.

Pada pemahaman yang lebih mendalam tentang hubungan antara strategi komitmen dan kolaborasi rantai pasok, perusahaan dapat mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kolaborasi dengan mitra bisnisnya dan menciptakan kinerja yang bagus bagi perusahaan. Hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk mengoptimalkan operasionalnya, menciptakan nilai tambah, dan dapat meningkatkan persaingan yang berkelanjutan di tengah dunia bisnis yang terus berkembang.

Kuliner keripik belut merupakan camilan yang terkenal di Yogyakarta yang tepatnya di daerah Godean. Sebagai salah satu produk industri perikanan, belut sangat baik untuk kesehatan akan tetapi produk olahan makanan bergizi belum banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia (Saranani *et al.*, 2022). Orang kebanyakan menganggap ikan seperti belut rasanya membosankan, sehingga tidak banyak orang yang membeli atau memakan ikan. Pembuatan belut menjadi olahan lain merupakan pilihan tambahan untuk meningkatkan kualitas produk dan meningkatkan keinginan konsumen untuk mengkonsumsi belut (Saranani *et al.*, 2022). Untuk memperoleh minat dari masyarakat, dibutuhkannya suatu strategi agar bisa memenangkan persaingan dengan kompetitor lain. Purwandoko (2019) Pusat Kuliner Belut di Yogyakarta yang

sudah berjalan lama belum membuahkan hasil yang positif terutama dalam hal bahan baku hingga pemasaran produk, sehingga perlu dilakukan penelitian.

Penelitian yang dilakukan oleh Jang & Lee (2022) memperoleh hasil bahwa terdapat hubungan positif signifikan antara strategi komitmen terhadap kinerja operasional dengan kolaborasi rantai pasok sebagai mediasi. Penelitian tersebut juga sesuai dengan Shin *et al.* (2019) bahwa kolaborasi rantai pasok memediasi hubungan antara strategi komitmen terhadap kinerja operasional. Penelitian Uddin (2023) ditemukan hal yang sebaliknya bahwa kolaborasi rantai pasok tidak memediasi hubungan antara strategi komitmen terhadap kinerja operasional

Beberapa kasus penelitian di atas menunjukkan adanya perbedaan hasil penelitian yang menunjukkan *research gap* pada bidang kajian Kolaborasi Rantai Pasok. Kesenjangan hasil penelitian yang disimpulkan dari beberapa penelitian sebelumnya membuka celah bagi penelitian ini untuk mengkaji kembali faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi kinerja suatu bisnis. Oleh karena itu, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut terkait hubungan antara strategi komitmen, dan kolaborasi rantai pasok dalam meningkatkan kinerja inovasi dan operasional. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh variabel-variabel di atas terhadap kinerja inovasi, operasional dan kolaborasi rantai pasok pada sektor kuliner UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi komitmen berpengaruh signifikan terhadap kolaborasi rantai pasok?
2. Apakah strategi komitmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional?
3. Apakah strategi komitmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi?
4. Apakah kolaborasi rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional?
5. Apakah kolaborasi rantai pasok berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi?
6. Apakah strategi komitmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja operasional dengan kolaborasi rantai pasok sebagai mediasi?
7. Apakah strategi komitmen berpengaruh signifikan terhadap kinerja inovasi dengan kolaborasi rantai pasok sebagai mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh Strategi Komitmen terhadap Kolaborasi Rantai Pasok

2. Menguji pengaruh Strategi Komitmen terhadap Kinerja Operasional
3. Menguji pengaruh Strategi Komitmen terhadap Kinerja Inovasi
4. Menguji pengaruh Kolaborasi Rantai Pasok terhadap Kinerja Operasional
5. Menguji pengaruh Kolaborasi Rantai Pasok terhadap Kinerja Inovasi
6. Menguji pengaruh Strategi Komitmen terhadap Kinerja Operasional dengan Kolaborasi Rantai Pasok sebagai Mediasi
7. Menguji pengaruh Strategi Komitmen terhadap Kinerja Inovasi dengan Kolaborasi Rantai Pasok sebagai Mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini untuk menambah bukti empiris mengenai pengaruh strategi komitmen dalam meningkatkan kinerja inovasi dan kinerja operasional dimediasi oleh kolaborasi rantai pasokan. Hal ini dikarenakan dengan meningkatkan kinerja inovasi dan operasional, UMKM memiliki peluang yang lebih baik untuk pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan. Penelitian ini juga diharapkan dapat memperkuat studi mengenai Pengaruh Strategi Komitmen Dalam Meningkatkan Kinerja Inovasi Dan Kinerja Operasional Dimediasi Oleh Kolaborasi Rantai Pasokan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan atau UMKM dalam meningkatkan Kinerja Inovasi dan Kinerja Operasional dimediasi oleh Kolaborasi Rantai Pasokan agar dapat mempertahankan posisi bisnis mereka di pangsa pasar.