

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era digital seperti sekarang banyak perubahan-perubahan yang mulai berkembang pesat di sektor bisnis terutama UMKM, sehingga membuat para UMKM harus sadar akan perkembangan zaman yang semakin terus berkembang (Febriyantoro & Arisandi, 2018). Para UMKM harus melakukan suatu gerakan yang dapat membuat usaha tersebut dapat berkembang mengikuti perubahan tren melalui inovasi-inovasi yang mampu bersaing dengan menerapkan model bisnis yang inovatif dan juga model bisnis yang strategis. Perkembangan teknologi adalah suatu fenomena yang tidak dapat ditinggalkan dengan perkembangan tersebut sangat mempengaruhi bagi pelaku usaha karena teknologi telah membuat segala proses yang ada pada suatu usaha lebih efektif mulai dari proses produksi, proses pemasaran, proses distribusi, dapat meningkatkan nilai income (Krisnawati, 2018).

Pengembangan bisnis di sektor UMKM menjadi salah satu perhatian bagi pemerintah dalam mendukung kemajuan ekonomi nasional terutama di kota Batam, hal tersebut dikarenakan UMKM merupakan salah satu penopang dari kondisi ekonomi nasional dan dapat mengurangi ketimpangan kemiskinan masyarakat (Siagian, 2019). Kemajuan suatu bisnis UMKM dapat dilihat dari pelaku usaha tersebut apakah memiliki karakteristik pemilik usaha yang inovatif, jiwa yang berambisi dalam memajukan usaha yang kompetitif dan meningkatkan nilai-nilai penting dalam usaha tersebut yang akan berhubungan dengan pelanggan, pemilik usaha juga harus meninjau hubungan usaha dengan pelanggan karena faktor ini adalah salah satu bentuk strategi pemasaran agar dapat menyampaikan informasi melalui komunikasi. Pelanggan menjadi aspek penting yang harus dijaga untuk meningkatkan nilai penjualan (Ismanto & Irawan, 2018).

Berdasarkan data Online Data System (ODS) di Kementerian Koperasi dan Usaha Menengah (UMK) RI, Batam memiliki 81.486 UMKM pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 jumlah UMK bertambah sebanyak 81,575 UMKM di Batam (*Data UMKM - Kementerian Koperasi Dan UKM, n.d.*). Dengan jumlah

UMKM pada Kota Batam mengalami peningkatan yang sangat tinggi dapat menjadi ancaman bagi pelaku UMKM karena tingkat persaingan yang semakin ketat. Kusmawati & Febriyantoro, (2020) langkah yang harus dilakukan oleh pelaku UMKM dalam mengatasi persaingan dengan pelaku UMKM yang lainnya yaitu dengan terus melakukan inovasi-inovasi yang baru agar dapat mencapai keberlanjutan bisnis yang dijalankan. Suatu Bisnis tidak akan bertahan lama jika tidak melakukan adaptasi untuk penyesuaian lingkungan baru dan juga harus melakukan inovasi agar dapat mencapai keberlanjutan suatu bisnis. Pertumbuhan usaha bergantung dengan inovasi-inovasi yang dimunculkan oleh pelaku usaha tersebut.

NO	KABUPATEN / KOTA	JUMLAH UMKM
1	Kab. Karimun	5.234
2	Kab. Bintan	1.107
3	Kab. Natuna	1.200
4	Kab. Lingga	3.052
5	Kab. Kep. Anambas	121
6	Kota Batam	81.575
7	Kota Tanjungpinang	19.866
	Total	112.155

Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Kepulauan Riau

Sumber : (Manalu, 2020)

Dengan perkembangan UMKM ini sangat tangguh dan agar mampu meningkatkan perekonomian Indonesia, sehingga para pelaku UMKM diminta untuk terus berkembang dan mampu berkompetisi di era digital serta masuk dalam pasar internasional. (UMKM di Batam Diminta Merambah Dunia Digital - batampos.co.id). Dilihat dari perkembangan UMKM yang semakin meningkat sehingga membuat para pelaku bisnis harus memikirkan strategi kompetisi apa yang harus dilakukan agar dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis tersebut.

Kompetisi dalam bisnis terutama pada sektor UMKM menjadi salah satu permasalahan yang harus dihadapi oleh setiap organisasi bisnis maupun UMKM. Setiap bisnis akan dihadapkan dengan peluang baru, inovasi baru dan ancaman eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis tersebut (Sundiman, 2018), sehingga suatu bisnis harus melakukan inovasi bisnis yang dapat memenangkan persaingan yang sangat kompetitif dipasar. Banyak manfaat penerapan inovasi bisnis dengan menggunakan media teknologi sebagai pengembangan UMKM adalah salah satu faktor yang kuat untuk mengembangkan usahanya dan meningkatkan angka penjualan. Penggunaan teknologi sebagai *platform* suatu usaha merupakan salah satu inovasi yang sangat membantu dalam mempermudah dari segi penyampaian informasi dan komunikasi dengan berbagai pihak yang terlibat dimana mereka berada (Elvina, 2015).

Kompetisi yang kuat akan dipengaruhi oleh adanya jaringan bisnis yang memadai dan berkesinambungan secara lini, baik dari segi input ataupun output, dengan kondisi persaingan yang ketat menciptakan tekanan dalam berbisnis. Tekanan dalam persaingan dapat menyebabkan pengusaha berfikir lebih inovatif dan kreatif untuk menciptakan sesuatu yang baru dibandingkan dengan pesaingnya sehingga akan muncul kreativitas inovasi (Trihudiyatmanto, 2019).

Dalam penelitian yang dilakukan oleh McKenzie & Sansone, (2019) di Nigeria terkait kompetisi pada UMKM menyatakan bahwa kompetisi masih sulit untuk diterapkan karena faktor ekonomi yang tidak mendukung di Negara tersebut dan pengetahuan penggunaan terhadap teknologi masih rendah. Sehingga kompetisi pada UMKM di Negara Nigeria dapat dikatakan belum berhasil untuk mencapai tingkat keberhasilan suatu usaha.

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Tallman, (2017) menyatakan bahwa kompetisi yang dilakukan pada bisnis yang memiliki potensi untuk bersaing di era global sangatlah menguntungkan dari menciptakan model bisnis yang kompetitif sehingga perusahaan atau organisasi bisnis memiliki nilai saing yang kuat dan mampu bertahan atau mencapai keberlanjutan bisnis.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Lazaroni & Athanasius, (2019) beliau melakukan penelitian pengaruh kompetisi terhadap keberlanjutan bisnis belum

berpengaruh secara signifikan karena suatu bisnis kurang menunjukkan potensinya dalam menarik pelanggan. Jika suatu bisnis mampu menunjukkan nilai kompetitif maka bisnis tersebut memiliki potensi dalam kompetisi dengan para pesaing lainnya.

Keberhasilan suatu bisnis dalam mempertahankan kestabilan pada suatu usaha menjadi salah capaian yang baik dengan terus memperhatikan sumber daya yang ada agar mampu tingkat kepuasan yang diberikan kepada pelanggan dengan mempertimbangkan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diterima oleh pelanggan sehingga pelanggan akan merasa kebutuhan yang diperlukan terpenuhi (Calvin, 2021).

Pada penelitian yang dilakukan Aditi, (2018) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan menjadi faktor utama yang wajib diperhatikan secara berkelanjutan agar dapat menjalankan usaha kearah yang lebih baik dari segi membuat inovasi inovasi yang mampu memenuhi kebutuhan kebutuhan pelanggan, sehingga usaha yang mendapatkan citra yang baik dimasyarakat usaha tersebut akan terus berkembang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wiles, (2019) menyatakan bahwa Inovasi bisnis di era digital adalah suatu cara baru dalam mendapatkan penghasilan tambahan yang lebih dengan menerapkan inovasi bisnis teknologi digital, sedangkan menurut (Hanna, 2016) Inovasi bisnis di era digital adalah peluang baru yang harus dimanfaatkan secara maksimal. Hal ini yang menjadi kesenjangan terhadap persepsi dari inovasi.

Dari penelitian yang dilakukan oleh Lumunon et al., (2021) menyatakan bahwa inovasi di era digital berpengaruh secara signifikan terhadap keberlanjutan bisnis UMKM terutama disektor kuliner di Manado yang mampu mendorong pelaku usaha dan juga karyawan yang terlihat melakukan adaptasi terhadap inovasi inovasi di era digital.

Dalam penelitian Danuri, (2019) menyatakan bahwa transformasi digital adalah sebuah inovasi bisnis yang berdampak baik bagi pelaku usaha dengan menggunakan media teknologi yang dapat menangani pekerjaan secara efisien dan

efektif, Selain itu manfaat transformasi digital pada dunia bisnis mampu meningkatkan minat belanja di Indonesia karena menggunakan *eCommerce* dan juga sebagai fasilitas bagi pelanggan karena dapat mempermudah dalam melakukan transaksi jual beli secara online.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Seperti yang sudah dipaparkan pada latar belakang penelitian diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah kompetisi berpengaruh signifikan terhadap keberlanjutan bisnis pada UMKM ?
2. Apakah pelanggan berpengaruh signifikan dalam mendukung keberlanjutan bisnis pada UMKM ?
3. Apakah inovasi berpengaruh signifikan pada dampak keberlanjutan bisnis pada UMKM ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pemaparan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian yang akan dilakukan, yakni:

1. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi terkait dengan pengaruh kompetensi terhadap keberlanjutan bisnis.
2. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi terkait dengan pengaruh pelanggan terhadap keberlanjutan bisnis.
3. Untuk mengetahui dan mengidentifikasi terkait dengan pengaruh inovasi terhadap keberlanjutan bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah dipaparkan oleh peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini secara teoritis memperkaya macam studi empiris untuk menguji validitas teori tentang pengaruh kompetisi, pelanggan dan inovasi

terhadap keberlanjutan bisnis UMKM. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian mengenai keberlanjutan bisnis UMKM.

2. Manfaat Praktis

Secara tidak langsung dengan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi :

a. Pelaku UMKM

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi para pebisnis UMKM untuk dapat terus meningkatkan penguasaan terhadap model bisnis untuk keberlanjutan suatu usaha.

b. Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan kepada penulis mengenai pengaruh perkembangan model bisnis yang kompetitif dan inovatif terhadap keberlanjutan UMKM.

c. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi oleh peneliti selanjutnya yang ingin meneliti lebih lanjut mengenai pengaruh kompetisi, pelanggan dan inovasi terhadap keberlanjutan UMKM.

d. Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan kepada setiap pembaca atau yang ingin memulai membangun usaha dalam sector UMKM, untuk lebih memperhatikan pentingnya berinovasi pada model bisnis usaha dalam keberlanjutan usaha tersebut.