

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Peran suatu usaha tentu memberikan dampak yang besar pada perekonomian suatu Negara. Hal ini disebabkan peran suatu usaha memberikan dampak yang bersifat luas terhadap kaitannya pada perekonomian makro suatu Negara. Dalam suatu usaha dalam berbagai ukuran dan bidang dapat membawa pertumbuhan ekonomi yang positif. Hal ini disebabkan karena adanya suatu usaha membawa masyarakat ke taraf kesejahteraan karena masyarakat yang memiliki suatu usaha tentu mendapat penghasilan dari usaha yang mereka jalankan. Selain itu dalam suatu usaha, pemilik usaha tentu mempekerjakan karyawan yang dimana hal ini tentu membuka lapangan pekerjaan dan memberikan karyawan penghasilan atas hal yang mereka kerjakan. Selain menambah lapangan pekerjaan, Adanya usaha ini juga memberikan dampak positif pada usaha lainnya yang berkaitan, seperti contoh dalam suatu usaha yang membutuhkan modal usaha untuk mengembangkan usahanya membutuhkan lembaga usaha yang berkaitan dengan penyediaan modal yang tentu memberikan penghasilan untuk mereka atas jasa penyediaan layanan mereka dalam bentuk bunga kredit modal kerja. Dengan berkembangnya usaha-usaha diatas maka akan menggerakkan pertumbuhan ekonomi yang tentu akan memberikan dampak baik pada suatu Negara dalam jangkauan masyarakat yang luas.

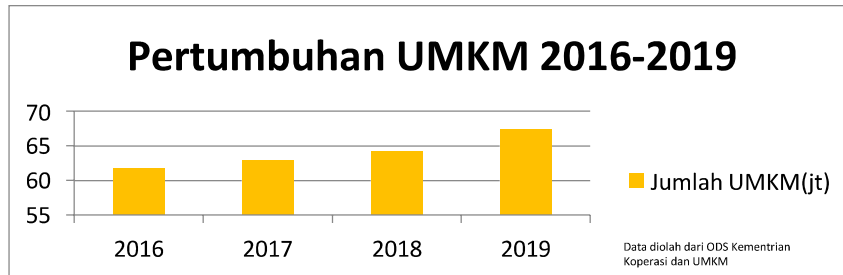
Pada dasarnya sebuah perusahaan tentu akan selalu melakukan pengembangan pada sektor bisnis perusahaannya. Hal ini menjadi kewajiban untuk perusahaan karena selain untuk meningkatkan pendapat, perusahaan harus menerapkan inovasi yang dimana juga memberikan pengaruh untuk menghadapi kompetitor-kompetitor perusahaan sehingga dapat menjadi yang paling unggul di segmen pasarnya. Tentu di era industri yang semakin canggih ini, perusahaan terus melakukan inovasi mengikuti kemajuan teknologi yang ada untuk membuat suatu pengembangan perusahaan yang baru agar dapat menyaingi kompetitor kompetitor lainnya. Selain

itu, inovasi tidak hanya dilakukan pada sektor perusahaan yang besar, namun inovasi sendiri perlahan-lahan harus mulai diterapkan pada segala sektor bisnis yang dari kecil hingga besar. Peran dari inovasi sendiri juga harus dilakukan pada pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang dimana merupakan hal yang penting, Hal ini disebabkan semakin majunya teknologi mulai mengubah gaya bisnis para pelaku UMKM ini sendiri. Seperti contoh inovasi yang dilakukan yakni memulai untuk mengembangkan bisnis penjualan yang awalnya bersifat tradisional berahli menjadi penjualan yang serba online dan berbasis digital. Selain itu juga penerapan inovasi pada UMKM ini sendiri dapat berupa pembayaran yang berupa tunai menjadi nontunai (*cashless*). Inovasi yang dilakukan ini menyebabkan UMKM ini sendiri dapat mengembangkan bentuk bisnisnya dan meningkatkan penjualan dibandingkan sebelum melakukan inovasi (Bouwman et al., 2019).

Business Model Innovation (BMI) adalah serangkaian proses yang dilakukan dalam menganalisa bentuk bisnis yang sekarang baik kelebihan maupun kekurangannya yang dimana akan dibentuk ulang untuk menciptakan sebuah model bisnis yang baru untuk meningkatkan nilai tambah perusahaan (Bouwman et al., 2018). Selain itu BMI sendiri merupakan bentuk dari inovasi karena ada serangkaian penambahan, pengurangan, dan penyempurnaan model bisnis yang ada menjadi model bisnis baru sesuai dengan kondisi bisnis yang ada saat ini. Berbeda dengan perencanaan sumber daya perusahaan, BMI ini sendiri berfokus pada inovasi pada lingkungan internal seperti pengelolaan, SDM yang mengelola, dan internal perusahaan, selain internal, BMI juga melakukan inovasi juga dilingkungan eksternal perusahaan seperti memanfaatkan teknologi yang berkembang untuk dipadukan menjadi suatu gaya bisnis baru (Reuver, 2019)

Tentu penerapan inovasi suatu bisnis yang berlandaskan metode BMI ini sendiri dapat tercipta di UMKM di Indonesia, khususnya di kota Batam. Peran UMKM sendiri yang tergolong cukup penting dalam pergerakan perekonomian. Melihat pada kenyataan di Indonesia, peran UMKM sendiri cukup penting karena peran dari suatu UMKM memberikan dampak yang cukup besar untuk pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Dampak seperti menumbuhkan kesejahteraan rakyat, memperluas

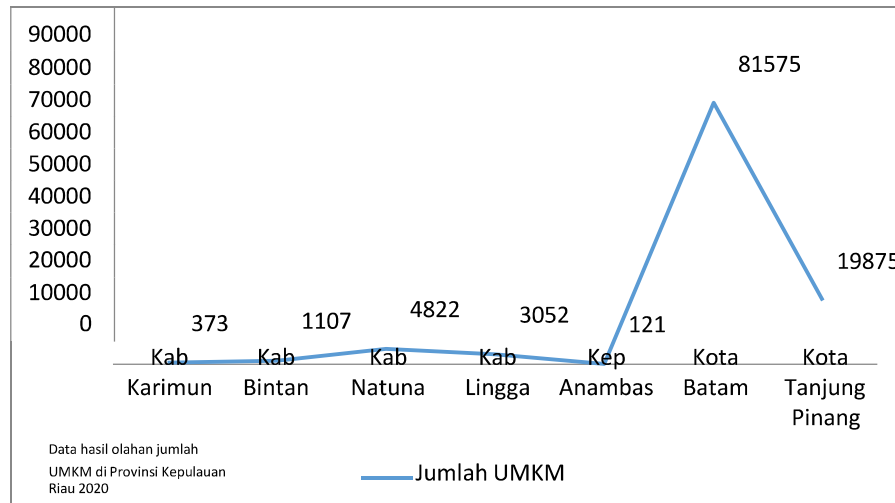
lapangan pekerjaan, dan memperkuat pertumbuhan ekonomi sektor usaha, dan membuat pondasi perekonomian Indonesia yang menjadi semakin kuat. Indonesia sendiri pertumbuhan pada sektor UMKM cukup tinggi. Berikut data dari pertumbuhan UMKM tahun 2016-2019 berdasarkan dari ODS Kementerian Koperasi dan UKM adalah sebagai berikut.



Tabel 1.1 pertumbuhan umkm 2016 – 2019
Sumber : ODS Kementerian Koperasi dan UMKM

Berdasarkan data diatas, dapat disimpulkan bahwa pertumbuhan UMKM pada rentan waktu 2016-2019 mengalami kenaikan kisaran 2-3 % setiap tahunnya. Hal ini menyebabkan peluang UMKM yang semakin berkembang juga semakin besar, namun tidak semua para pelaku usaha UMKM dapat mengembangkan UMKM yang mereka punya. Hal ini disebabkan karena kurangnya inovasi dan kreatifitas pengembangan usaha yang membuat UMKM ini hanya memiliki model bisnis yang tetap. Sangat disayangkan bahwa pada dasarnya di Indonesia sendiri memiliki pertumbuhan jumlah UMKM yang baru semakin meningkat setiap tahunnya namun tidak dapat mengembangkannya. Hal ini yang membuat pemerintah harus mengembangkan UMKM yang ada di Indonesia sendiri sehingga dapat membuat UMKM ini menjadi penggerak pertumbuhan ekonomi jangka kedepannya.

Di Provinsi Kepulauan Riau sendiri terdiri dari 116 ribu UMKM berdasarkan data dari ODS Kementerian Koperasi dan UKM. Jumlah per daerah UMKM pada daerah kepulauan riau tersebar dalam data grafik sebagai berikut.



Tabel 1.2 pertumbuhan umkm 2016 – 2019

Sumber : ODS Kementerian Koperasi dan UMKM

Pada data diatas menunjukkan bahwa Kota Tanjung Pinang dan Kota Batam adalah daerah di provinsi kepulauan Riau dengan jumlah UMKM tertinggi yaitu di angka 19875 untuk kota Tanjung Pinang dan 81575 untuk Kota Batam. Melihat kota Batam dengan jumlah UMKM tertinggi sendiri adalah daerah kawasan ekonomi khusus (KEK) yang dimana menjadi salah satu faktor pertumbuhan UMKM yang cukup tinggi. Mengingat saat ini dikota Batam sendiri berdasarkan data dari Online data system kementerian koperasi dan UKM menunjukkan terdapat 81.575 para pelaku UMKM yang tercatat di kota batam. Namun penerapan UMKM ini masih tergolong lambat dibandingkan dengan 5,92 % data dari badan pusat statistic pertumbuhan ekonomi kota batam. UMKM sendiri menjadi harapan bagi pertumbuhan ekonomi kota Batam dan untuk saat ini UMKM ini belum dimaksimalkan sepenuhnya untuk melakukan inovasi dan perubahan model bisnis baru dan masih cenderung berbentuk tradisional (Mustofa & Mulyono, 2020).

Oleh karena itu, mengingat UMKM dikota Batam tentu harus menerapkan inovasi pada bisnisnya untuk mengembangkan bisnis UMKM itu sendiri menjadi lebih besar. Penerapan inovasi dalam hal ini dapat dimulai seperti mengubah model bisnis usaha yang dari tradisional dapat ke online. Selain itu harus dilakukan inovasipada pemasarannya dan juga kinerja dari pemasaran UMKM yang ada saat ini. Hasil dari inovasi yang dilakukan ini akan menjadi tinjauan dan evaluasi terhadap penerapan bisnis yang baru sehingga UMKM yang saat ini dapat berkembang jauh

lebih pesat. Maka dari pada itu, pengembangan inovasi bisnis UMKM menggunakan metode BMI yang dimana prosesnya berupa meneliti hal hal yang perlu diterapkan untuk *business model innovation*, proses pelaksanaan *business model innovation*, dan efek dari proses *business model innovation* ini yang berhubungan dengan tingkat inovasi dan performa perusahaan. Hal ini yang membuat penulis melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh *Business Model Innovation Drivers, Practices, dan Outcomes* terhadap tingkat *Innovativeness* dan *Performance* pada UMKM Kuliner di Kota Batam.**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka perumusan masalah yakni sebagai berikut :

1. Apakah variable *internal drivers* memberikan pengaruh terhadap variable *BMI Practices* ?
2. Apakah variable *external drivers* memberikan pengaruh terhadap variabel *BMI Practices* ?
3. Apakah variabel *BMI Practices* memberikan pengaruh terhadap variabel *BMI Outcomes* ?
4. Apakah variable *BMI Outcomes* memberikan pengaruh terhadap variabel *Innovativeness* ?
5. Apakah variable *BMI Outcomes* memberikan pengaruh terhadap variable *Performance* ?
6. Apakah variable *Innovativeness* memberikan pengaruh terhadap variabel *Performance* ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *internal drivers* terhadap *BMI Practices*.
2. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *external drivers* terhadap *BMI Practices*.
3. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *BMI practices* terhadap *BMI Outcomes*.
4. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *BMI Outcomes* dan variable *innovativeness*.
5. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *BMI Outcomes* dan variable *performance*.

6. Untuk mengetahui bahwa ada keterkaitan antara variable *innovativeness* dan variable *performance*.

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Untuk Pendidikan

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan khususnya mengenai konsep *business model innovation* dan dapat menjadi penelitian pendukung untuk penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang

2. Untuk Manajemen Perusahaan

Diharapkan dapat menjadi pedoman atau pertimbangan untuk membuat keputusan yang berkaitan dengan pengembangan inovasi pada usaha mikro, kecil, maupun menengah

3. Untuk Pihak lainnya.

Diharapkan dapat menjadi sumber atau referensi untuk penelitian selanjutnya dan menjadi pedoman untuk penelitian yang sejenis atau lanjutan dimasa yang akan datang sehingga materi dapat dikembangkan secara bertahap