

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam dunia bisnis saat ini, *sustainability* menjadi prioritas utama bagi pelaku usaha. Hal tersebut membuat banyak pelaku usaha bertindak aktif untuk meningkatkan pemahaman mengenai konsep dan arti dari *business sustainability*. *Business sustainability* mencerminkan usaha perusahaan untuk tidak hanya memprioritaskan keuntungan semata, tetapi juga mengelola efek ekonomi, sosial, dan lingkungan terhadap pasar dan masyarakat (Svensson & Wagner, 2012). *Business sustainability* atau keberlangsungan usaha dipengaruhi secara signifikan oleh karakteristik wilayah yang berbeda serta dipengaruhi oleh kondisi ekonomi yang berbeda juga (Li et al., 2019). Keberlanjutan bisnis penting sebab akan berdampak pada keberlangsungan operasional, pertumbuhan, dan citra perusahaan (Engel et al., 2015).

Bisnis yang dikatakan *sustain* memenuhi serangkaian kriteria yang krusial (R. S. Kaplan, 2016), yakni kemampuan bisnis untuk menciptakan nilai jangka panjang bagi semua pihak terkait, seperti pemegang saham, karyawan, pelanggan, masyarakat, dan lingkungan. Selain itu, bisnis harus dapat menyesuaikan diri dengan perubahan di lingkungan sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta mengimplementasikan tata kelola yang baik dan bertanggung jawab. Bisnis yang berkelanjutan juga tidak lepas dari pentingnya melakukan pengembangan, baik dalam produk, proses, maupun model bisnis (Kramer & Porter, 2019). *Business sustainability* penting untuk diperhatikan sebab dapat membantu perusahaan menciptakan nilai jangka panjang bagi *stakeholders*, membantu bisnis memperkuat keunggulan kompetitif di pasar, serta mengatasi potensi tantangan eksternal yang mungkin muncul di masa depan (Porter, 1985). Dengan memerhatikan *business sustainability*, maka perusahaan akan bisa meningkatkan daya saing dipasar, memperkuat reputasi dan *brand* perusahaan, serta meningkatkan efisiensi aktivitas operasional perusahaan.

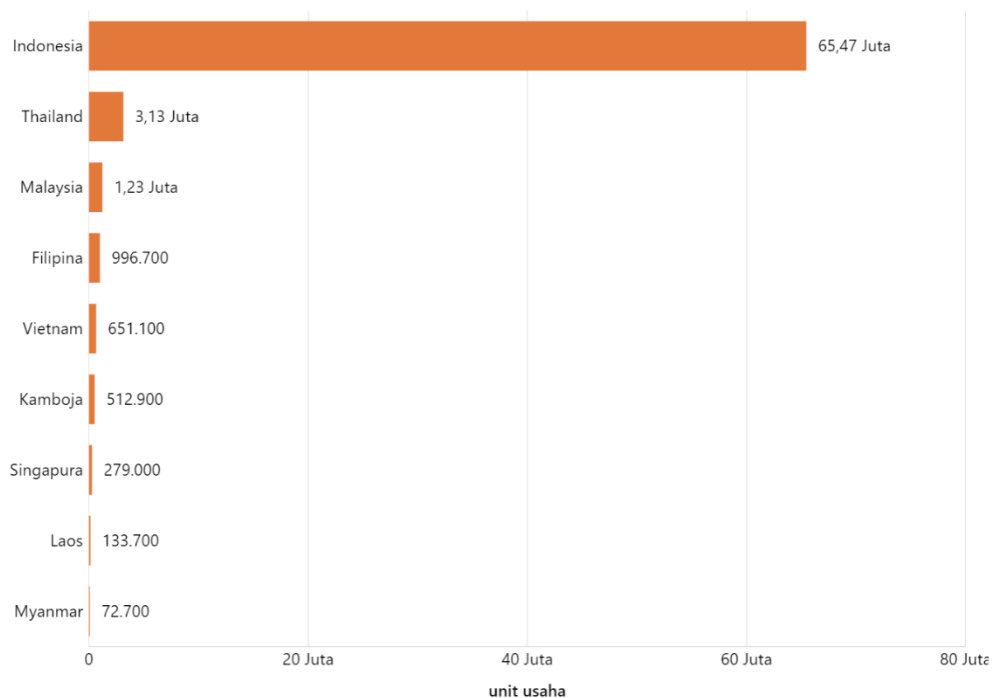
Terdapat prinsip dan standar yang digunakan untuk mencapai *business sustainability* yakni prinsip *Triple Bottom Line* (TBL) dan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). Prinsip ini digunakan untuk memperluas fokus tidak hanya pada *profit* melainkan dapat meningkatkan kesejahteraan manusia dan kesehatan planet (Asif et al., 2011). *Triple Bottom Line* (TBL) merupakan kerangka kerja keberlanjutan yang berorientasi pada 3P yakni *people*, *planet*, dan *profit*. *People* mengacu pada dimensi sosial yang mencakup kesejahteraan dan keadilan sosial, hak asasi manusia, kesetaraan gender, kesejahteraan karyawan, dan kontribusi perusahaan terhadap masyarakat.

Planet mengacu pada dimensi lingkungan yakni keterlibatan tanggung jawab perusahaan terhadap keadaan lingkungan, pengelolaan sumber daya berkelanjutan, dan pengurangan gas emisi maupun limbah. Sementara *Profit* mengacu pada dimensi ekonomi, *profit* perlu dicapai secara bertanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Konsep TBL mengindikasikan bahwa kesuksesan suatu bisnis tidak dapat hanya dinilai berdasarkan aspek keuangan semata. Sebaliknya, perusahaan juga harus mempertimbangkan kesejahteraan manusia dan lingkungan. Dengan demikian, organisasi yang menerapkan pendekatan TBL dianggap memiliki tanggung jawab terhadap semua pihak yang terlibat, bukan hanya pemegang saham (Asif et al., 2011).

Dengan menerapkan prinsip 3P, suatu perusahaan dapat memperoleh keuntungan jangka panjang yang lebih besar, mengurangi risiko yang terkait, serta menghindari dampak negatif terhadap lingkungan (*planet*), isu-isu sosial (*manusia*), dan aspek keuangan (*keuntungan*) dibanding hanya memusatkan perhatian pada keuntungan semata (Dyllick & Hockerts, 2002; Salzmann et al., 2005; Shrivastava, 1995). Dalam konteks kasus bisnis, sering kali ditekankan bahwa mengarahkan proses bisnis menuju pencapaian pembangunan berkelanjutan menjadi penting bagi pertumbuhan keuangan suatu organisasi (WCED, 1987). Alasan bisnis untuk keberlanjutan sering digunakan sebagai dorongan untuk mengintegrasikan aspek-aspek berkelanjutan ke dalam proses bisnis.

Penerapan konsep TBL dapat mempengaruhi variabel yang mempengaruhi *business sustainability*. Dalam penelitian ini, variabel yang mempengaruhi *business sustainability* ialah *product innovation*, *service innovation*, *process innovation*, dan *marketing innovation*. Konsep TBL dikatakan dapat mempengaruhi variabel tersebut sebab apabila suatu bisnis melakukan inovasi produk yang berkaitan dengan gerakan penghijauan atau cinta alam (*go green*), misalnya dengan menggunakan bahan ramah lingkungan. Maka hal ini berkaitan dengan orientasi kerangka kerja keberlanjutan 3P yakni *planet* sehingga dengan melakukan *product innovation* maka akan menyebabkan lebih banyak orang menggunakan produk dari bisnis tersebut sehingga bisnis tersebut semakin *sustain*.

Hal tersebut penting untuk dilakukan oleh seluruh bisnis termasuk UMKM. UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) merupakan segmen usaha produktif yang dimiliki perorangan atau badan usaha dengan jumlah karyawan, aset, dan omset yang terbatas sesuai ketentuan pada undang-undang. Kriteria yang harus dipenuhi oleh suatu bisnis agar disebut sebagai UMKM berdasarkan PP No. 7 Tahun 2021 pasal 35 hingga 36 yakni berdasarkan modal dan omset tahunan (PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 7 TAHUN 2021 TENTANG KEMUDAHAN, PELINDUNGAN, DAN PEMBERDAYAAN KOPERASI DAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN MENENGAH, 2021). Kriteria modal (diluar tanah dan bangunan tempat usaha) untuk usaha mikro maksimal sebesar Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah), usaha kecil sebesar lebih dari Rp 1.000.000.000 (satu miliar rupiah) hingga maksimal Rp 5.000.000.000 (lima miliar rupiah), dan usaha menengah sebesar lebih dari Rp 5.000.000.000 (lima miliar rupiah) hingga maksimal Rp 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah). Kriteria omset tahunan untuk usaha mikro yakni maksimal Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah), usaha kecil lebih dari Rp 2.000.000.000 (dua miliar rupiah) hingga maksimal Rp 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah), dan usaha menengah lebih dari Rp 15.000.000.000 (lima belas miliar rupiah) hingga maksimal Rp 50.000.000.000 (lima puluh miliar rupiah).



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Asean 2021

Sumber: ASEAN Investment Report (2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari ASEAN Investment Report (2022), pada tahun 2021 Indonesia tercatat memiliki total UMKM terbanyak di Kawasan ASEAN yakni mencapai 65,46 juta unit usaha. Pada tahun 2021, UMKM di Indonesia mencatat pencapaian yang signifikan dengan menyerap 97% tenaga kerja, memberikan kontribusi sebesar 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Dalam konteks ASEAN, UMKM Indonesia memimpin dalam hal proporsi penyerapan tenaga kerja, sementara di negara-negara tetangga, angka ini berkisar antara 35% hingga 85%. Meskipun demikian, jika dinilai dari kinerjanya, Indonesia masih mengalami keterbatasan jika dibandingkan dengan Myanmar, di mana UMKM-nya mampu menyumbangkan sekitar 69,3% terhadap PDB negara tersebut (Ahdiat, 2022).

Berdasarkan data yang diperoleh dari TribunTangerang.com, tercatat lebih dari 10% warga Kota Tangerang Selatan merupakan pelaku UMKM dengan total UMKM yang tercatat dalam aplikasi Entrepreneur Data Center (EDC) diperkirakan sekitar 142.000 unit usaha yang terdaftar (Simanjorang, 2023). Pada tahun 2020, UMKM Tangerang Selatan berkontribusi terhadap

total PDRB sebesar 2.46%. Berdasarkan data yang diperoleh dari BPS Kota Tangerang Selatan (2020), kategori utama yang memberikan kontribusi PDRB Kota Tangerang Selatan terbesar yakni real estate (18.12%), konstruksi (17.7%), dan perdagangan grosir maupun eceran dan reparasi kendaraan (16.18%) (Kurniawati et al., 2023). Laju pertumbuhan PDRB Kota Tangerang Selatan umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sumber daya manusia, investasi, pengembangan teknologi, dan lain-lain (Isnurani, I., & Arofah, 2020). Faktor-faktor itulah yang sekiranya akan mempengaruhi keberlangsungan suatu bisnis.

Sejumlah pelaku UMKM menyatakan bahwa sebagian besar tenaga kerja lebih memilih untuk bekerja pada industri besar dibanding bekerja pada UMKM sebab lebih tertarik bekerja dengan pakaian rapi dan tidak repot mengolah bahan baku sehingga dengan keterbatasan tenaga kerja inilah, maka dapat mempengaruhi *business sustainability* yang ada. Apabila UMKM melakukan inovasi dalam hal operasional maupun inovasi terhadap produk maka penggunaan teknologi di bisnis tersebut akan meningkat dan suatu bisnis akan lebih modern sehingga pekerjaannya juga tidak perlu terlalu repot dalam bekerja sebab adanya bantuan dari teknologi. Tetapi jika suatu bisnis UMKM tidak ingin berinovasi dengan menggunakan teknologi baru (konvensional) maka keadaan suatu bisnis sulit untuk maju dan tenaga kerja juga enggan untuk berkerja dalam bisnis yang seperti itu sehingga akan mempengaruhi keberlanjutan bisnisnya (Widayati, 2016).

Berdasarkan informasi yang diperoleh, UMKM di Kota Tangerang Selatan masih banyak yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam memasarkan produknya sehingga masih membutuhkan dorongan pemerintah (Iswan, 2023). Oleh karena itu, untuk meningkatkan penjualan dan mencapai kestabilan bisnis maka perlu dilakukannya inovasi baru oleh para pengusaha sehingga dengan memanfaatkan penelitian serta pengembangan maka akan memperkuat daya saing produk tersebut (liputan6.com, 2020). Misalnya saja seperti yang terjadi pada toko Zahra 21 yang semula berjualan secara

konvensional dengan membuka toko lalu mengalami musibah yang diakibatkan pandemi Covid-19 dan berakhir tutup toko. Tetapi hal ini tidak diterima begitu saja oleh Achmad Latief, ia berupaya untuk membuka toko *online* melalui salah satu *marketplace* yang ada di Indonesia. Dengan upaya digitalisasi yang dilakukan, toko Zahra 27 dapat terus beroperasi bahkan berkembang hingga menjadi eksportir batik ke luar negeri (Mulyawan, 2023).

Perusahaan yang tidak melakukan inovasi maka akan berisiko kehilangan posisi di pasar dikarenakan tidak mampu untuk menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis (Christensen, 1997). Inovasi bisnis memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk meningkatkan efisiensi operasional dan menerapkan teknologi terbaru, yang kemudian dapat meningkatkan profitabilitas (Porter, 1990). Menurut Tidd & Pavitt (Tidd, Pavitt, 2018), menyatakan bahwa inovasi dalam produk, layanan, proses, dan pemasaran memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keberlanjutan bisnis. Inovasi yang terfokus pada berbagai aspek bisnis, termasuk produk, layanan, proses, dan pemasaran, memiliki manfaat penting dalam menjaga keberlangsungan perusahaan dengan memungkinkannya untuk tetap relevan, bersaing, dan berkembang dalam konteks lingkungan bisnis yang terus berubah.

Dari data jumlah, penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UMKM Indonesia terhadap PDB dibanding negara ASEAN, dapat disimpulkan bahwa Indonesia memiliki kuantitas UMKM yang banyak. Tetapi dalam segi kualitas, UMKM di Indonesia masih berada jauh dibawah negara-negara ASEAN lainnya seperti UMKM Myanmar yang mampu menyumbangkan sekitar 69,3% dari PDB negara tersebut. Sementara alasan pemilihan UMKM di Kota Tangerang Selatan yakni disebabkan oleh masalah dalam inovasi dalam penggunaan teknologi yang digunakan oleh UMKM di Kota Tangerang Selatan yang masih kurang. Oleh karena itu kualitas UMKM di Tangerang Selatan perlu ditingkatkan agar dapat mencapai *business sustainability*, sehingga saya mencoba untuk melakukan penelitian dengan memilih “PENGARUH

PRODUCT INNOVATION, SERVICE INNOVATION, PROCESS INNOVATION, DAN MARKETING INNOVATION TERHADAP BUSINESS SUSTAINABILITY PADA UMKM DI KOTA TANGERANG SELATAN” sebagai judul dari penelitian saya.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Keberlangsungan bisnis merupakan masalah utama yang sering dihadapi oleh seorang pelaku usaha dalam menjalankan usahanya. Keberadaan UMKM Indonesia menyentuh angka lebih dari 60 juta, diantaranya banyak yang cepat bertumbuh tetapi juga vepat berkurang (Kumparanbisnis, 2021). Hal ini dapat disebabkan banyak faktor, salah satunya adalah minimnya inovasi yang dilakukan oleh pelaku usaha. Sebab, Perusahaan yang tidak melakukan inovasi maka akan berisiko kehilangan posisi di pasar dikarenakan tidak mampu untuk menghadapi perubahan yang terjadi di lingkungan bisnis (Christensen, 1997). Dalam melakukan usaha, umumnya pelaku usaha hanya fokus terhadap keuntungan (*profit*) yang didapat. Sedangkan, untuk mencapai keberlangsungan usaha tidak cukup hanya fokus kepada keuntungan tetapi juga harus memperhatikan sosial dan lingkungan melalui prinsip TBL (Elkington, 2004).

Dalam mencapai keberlangsungan, pelaku usaha juga perlu untuk melihat peluang serta tren yang ada dipasar (Kotler, P., 2021) sehingga dapat memenuhi ekspektasi pasar. Oleh karena itu, inovasi bisnis dibutuhkan untuk menciptakan nilai tambah dan menciptakan keunggulan kompetitif di pasar (Drucker, 2014). Tetapi, masih banyak pelaku UMKM yang hanya fokus pada keuntungan dan mengabaikan keadaan lingkungan dan sosial disekitarnya. Bahkan tidak sedikit dari UMKM juga tidak mau melakukan inovasi untuk bisnisnya sehingga tertinggal dari para kompetitor dan berakhir pada tidak tercapainya keberlangsungan bisnis (*sustainability business*).

Berdasarkan uraian latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Apakah *Product Innovation* berpengaruh positif terhadap *Business Sustainability*?
2. Apakah *Service Innovation* berpengaruh positif terhadap *Business Sustainability*?
3. Apakah *Process Innovation* berpengaruh positif terhadap *Business Sustainability*?
4. Apakah *Marketing Innovation* berpengaruh positif terhadap *Business Sustainability*?
5. Apakah *Product Innovation*, *Service Innovation*, *Process Innovation*, dan *Marketing Innovation* secara simultan berpengaruh positif terhadap *Business Sustainability*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini yaitu:

1. Menganalisa dan mengetahui pengaruh *Product Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.
2. Menganalisa dan mengetahui pengaruh *Service Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.
3. Menganalisa dan mengetahui pengaruh *Process Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.
4. Menganalisa dan mengetahui pengaruh *Marketing Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.
5. Menganalisa dan mengetahui pengaruh *Product Innovation*, *Service Innovation*, *Process Innovation*, dan *Marketing Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penulis berharap bahwa penelitian ini akan memberikan dampak yang positif bagi pembaca serta para peneliti lainnya. Dengan demikian, berikut adalah harapan penulis terkait hasil dari penelitian ini:

1.4.1 Manfaat akademis

Harapan dari hasil penelitian ini adalah memberikan kontribusi berupa pengetahuan dan pemahaman yang lebih mendalam dalam ranah industri bisnis. Selain itu, diharapkan dapat menjadi titik rujukan bagi penelitian lanjutan yang berkaitan dengan topik sejenis, khususnya mengenai pengaruh *product innovation*, *service innovation*, *process innovation*, dan *marketing innovation* terhadap *business sustainability*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Harapannya, temuan dari penelitian ini akan memberikan wawasan dan rekomendasi mengenai bagaimana *product innovation*, *service innovation*, *process innovation*, dan *marketing innovation* memengaruhi *business sustainability*. Informasi ini diharapkan dapat menjadi bahan data pendukung yang berharga bagi institusi pendidikan, pemerintah, serta sebagai landasan evaluasi untuk meningkatkan keberlangsungan bisnis, sehingga dapat membantu mengurangi tingkat kebangkrutan pada UMKM, terutama di Kota Tangerang Selatan, Indonesia.

1.5 Batasan Penelitian

Penelitian ini memiliki batasan yang telah ditetapkan dengan cermat, yang meliputi konteks, kriteria, dan fokus yang diperlukan untuk mendapatkan hasil yang lebih tepat dan terperinci. Batasan-batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden yang menjadi subjek penelitian ini merupakan UMKM yang berasal dari wilayah Kota Tangerang Selatan dengan usia operasional kurang lebih 3 tahun.
2. Penelitian ini difokuskan pada variabel-variabel tertentu, yaitu *product innovation*, *service innovation*, *process innovation*, *marketing innovation*, dan *business sustainability*.

3. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara *online* menggunakan platform Google Form.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan dari penelitian “Pengaruh *Product Innovation, Service Innovation, Process Innovation, dan Marketing Innovation* terhadap *Business Sustainability* pada UMKM di Kota Tangerang Selatan” yang terdiri dari 5 bab:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, menetapkan tujuan penelitian dan manfaat penelitian, dan membahas mengenai ruang lingkup serta batasan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas mengenai teori-teori yang berhubungan dengan variable penelitian yang dibahas, seperti *Product Innovation, Service Innovation, Process Innovation, Marketing Innovation* dan *Business Sustainability*. Bab ini juga menjelaskan mengenai kerangka konseptual penelitian dan penyusunan hipotesis penelitian yang akan diuji.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini membahas mengenai metodologi penelitian yang digunakan, desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data, dan uji hipotesis yang digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

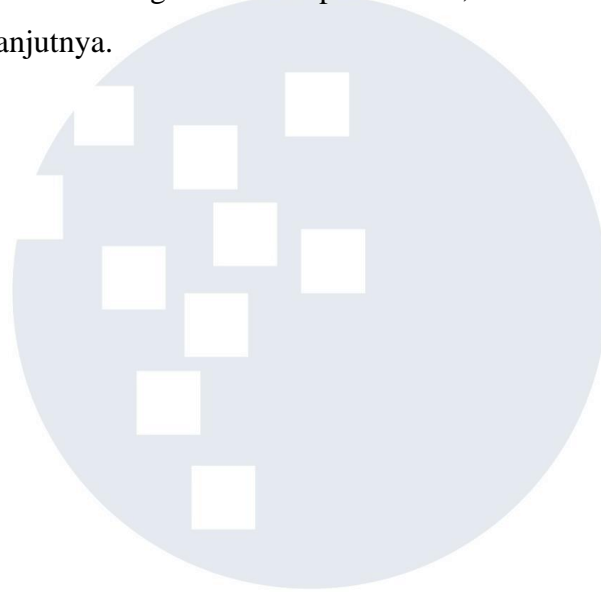
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan analisis data dan pembahasan hasil penelitian terhadap rumusan masalah. Analisis yang dilakukan meliputi profil responden, uji validitas dan reliabilitas, hasil analisis data, dan pembahasan hasil penelitian.

Bab ini juga mengevaluasi kesesuaian temuan dengan teori-teori yang ada, sekaligus menjawab hipotesis yang telah diajukan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini membahas mengenai kesimpulan hasil penelitian, serta menguraikan saran yang berkaitan dengan institusi pendidikan, mahasiswa, pemerintah, dan penelitian selanjutnya.



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA