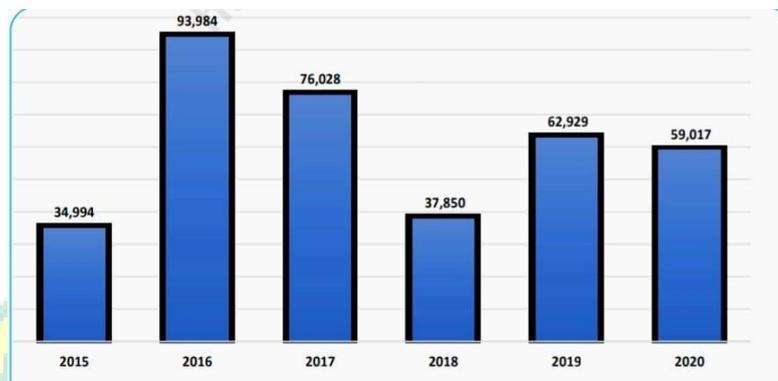


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Salah satu bidang usaha yang memberikan kontribusi dari sisi produksi terhadap perekonomian ekonomi di Jakarta adalah industri (Kurniawati et al., 2018; Lestari, 2007). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Jakarta, pada tahun 2020 kontribusi sektor industri terhadap perekonomian DKI Jakarta adalah 11,39% dan industri juga menjadi salah satu sektor yang mampu menyediakan lapangan pekerjaan cukup besar. Pada tahun 2020, industri mampu memperkerjakan tenaga kerja 11,01% dari total penduduk bekerja yang ada di DKI Jakarta. Industri dapat dikelompokkan menjadi 4 kategori, yaitu mikro, kecil, sedang, dan besar. Dalam segi pendapatan dan pekerjaan, semua kategori memiliki dampak yang signifikan terhadap perekonomian. Pengembangan industri skala mikro kecil dipandang sebagai aspek penting dalam perekonomian karena Industri Mikro Kecil (IMK) merupakan salah satu prioritas pembangunan industri jangka panjang sebagai bagian dari upaya peningkatan ekonomi inklusif ekonomi (Pattiasina et al., 2022). Namun, peranan IMK tidak terbatas pada beberapa aspek tersebut. Saat ini, daya saing IMK yang diukur dari kinerjanya terhadap perekonomian mulai diperhitungkan. Harapan disertai upaya untuk meningkatkan kinerja IMK agar memberikan kontribusi yang lebih signifikan terhadap perekonomian di Jakarta (D. Wahyuni et al., 2020).



Gambar 1. 1 Jumlah IMK di Jakarta

Berdasarkan data di atas, perkembangan jumlah IMK terbanyak ada di tahun 2016 sebanyak 93.984 dan terendah pada tahun 2015 sebanyak 34.994. Data tersebut menunjukkan bahwa IMK di Jakarta mengalami perubahan jumlah usaha IMK yang fluktuatif (naik – turun). Akibat dari perubahan jumlah usaha yang fluktuatif (naik – turun) ini menciptakan permasalahan ekonomi lainnya seperti lapangan pekerjaan, pendapatan nasional dan lain – lain. Hal ini disebabkan oleh permasalahan yang terjadi di dalam usaha dan karakteristik IMK yang fleksibel. 70% IMK di DKI Jakarta mengalami kesulitan usaha, kesulitan yang sering terjadi oleh IMK di DKI Jakarta adalah pemasaran. Inovasi produk merupakan salah satu solusi permasalahan yang dihadapi IMK dalam pemasaran karena inovasi produk sangat penting untuk menjaga dan meningkatkan daya saing industri mikro kecil (Imaroh & Widiyani, 2020). Oleh karena itu, industri mikro kecil harus selalu memperbarui strategi pemasarannya dibarengi dengan inovasi produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan pangsa pasarnya (Nizam et al., 2020). Produk yang diinovasi oleh pelaku IMK harus melihat aspek lainnya seperti

sistem yang mendukung produk, layanan produk, dukungan produk, dan merek produk (Cooper, 2019).

Inovasi merupakan salah satu akibat dari perubahan IPTEK yang begitu cepat. Pelaku usaha menyadari bahwa pengembangan dan perbaikan produk saat ini merupakan kunci keberhasilan usaha (Hoerniasih, 2019). Kondisi persaingan dalam era digital saat ini sangat ketat. Pelaku IMK yang tidak melakukan inovasi dalam produk dapat mengalami resiko yang besar untuk kehilangan konsumennya karena pelanggan ingin produk yang didapatkan meningkatkan kepuasan mereka (Ayodya, 2020). Inovasi bisa dikatakan merupakan salah satu aspek yang penting dalam persaingan karena dapat membawa keunggulan bagi IMK dan keunggulan tersebut meningkatkan semua aspek seperti produktivitas, penjualan, dan lain – lain (Wijaya et al., 2019).

Hal itu bisa dibuktikan dengan studi kasus salah satu perusahaan teknologi terbesar di dunia pada tahun abad 19 – 20, yaitu Nokia. Menurut Panigrahi (2020) Nokia merupakan perusahaan seluler terbesar di dunia dalam waktu tahun 1990 – 2007 tetapi masuknya IOS dan android menjadi awal terjadi keburukan untuk perusahaan Nokia. Pelanggan yang menunggu Nokia untuk mengeluarkan smartphone android mereka tetapi perusahaan tersebut masih percaya dengan produk – produk lama mereka dan tidak melakukan inovasi produk. Akhirnya persaingan yang terus bertambah membuat CEO Nokia pada tahun 2013 menjual perusahaan tersebut ke microsoft. Walaupun sudah dijual dan membuat desain dengan model android, Nokia belum bisa untuk kembali masa jayanya, studi kasus

tersebut bisa kita simpulkan bahwa inovasi produk memiliki peran penting dalam keberhasilan usaha.

Inovasi produk juga diperlukan bagi IMK agar masyarakat atau konsumen tidak mendapatkan perasaan kebosanan dan kurangnya keunikan pada suatu produk sehingga IMK dapat meningkatkan pelanggan melalui produk yang sudah diinovasi (Hardin et al., 2019). Pengembangan inovasi produk IMK harus bisa menggabungkan pengetahuan kewirausahaan dan pengalaman usaha dalam proses inovasi tersebut untuk menghasilkan produk yang diharapkan dan dapat menghasilkan efek yang berlipat ganda (Rasool et al., 2019).

Pengetahuan kewirausahaan merupakan aspek yang mempelajari tentang kewirausahaan yang didapatkan dari pendidikan dan non pendidikan (Trisnawati, 2017). Sesuai definisi, inovasi adalah proses penggabungan ide dan pengetahuan untuk menciptakan hal baru, pengetahuan menjadi fondasi untuk menentukan inovasi produk yang dilakukan dengan pemanfaatan pengetahuan pelaku usaha dalam pengetahuan lingkungan usaha dan manajemen yang dapat memaksimalkan untuk menjadi peluang inovasi produk (Flamini et al., 2022). Pengetahuan kewirausahaan adalah aspek penting dalam pengembangan inovasi produk yang dilakukan oleh pelaku usaha IMK yang bertujuan agar mampu bersaing dalam persaingan yang semakin ketat (Setiadi & Sudjatno, 2021).

Pengalaman usaha merupakan sesuatu yang pernah dilakukan dan dipelajari yang telah didapat oleh pelaku usaha dari usaha yang dijalankan (Almaidah & Endarwati, 2019). Pengalaman yang telah didapatkan pelaku membentuk ruang pikiran untuk kreativitas dalam inovasi produk dan pelaku tentu memiliki

pengetahuan yang lebih luas tentang produk yang dibuat atau dikembangkan dengan melihat aspek lainnya yang ada di dalam masyarakat (Ariescy et al., 2021).

Jumlah pelaku IMK di Jakarta Pusat yang semakin meningkat menjadikan faktor persaingan antar pelaku usaha semakin tinggi. Ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) juga semakin berkembang yang memudahkan kehidupan masyarakat khususnya pengembangan usaha sehingga perlunya inovasi produk oleh pelaku IMK dengan pemanfaatan faktor pengetahuan dan pengalaman pelaku usaha. Berdasarkan permasalahan diatas, penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan dan Pengalaman usaha terhadap Inovasi Produk IMK di Jakarta Pusat”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini bahwa inovasi produk merupakan kunci keberhasilan IMK dalam memajukan usahanya dan mengembangkan inovasi produk IMK harus bisa menggabungkan pengetahuan kewirausahaan dan pengalaman usaha dalam proses inovasi tersebut untuk menghasilkan produk yang diharapkan dan menghasilkan efek yang berlipat ganda, maka didapatkan rumusan penelitian ini yang digunakan sebagai berikut:

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat?
2. Apakah pengalaman usaha berpengaruh terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat?
3. Apakah pengalaman usaha berpengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan IMK di Jakarta Pusat?

4. Apakah pengaruh pengetahuan kewirausahaan memediasi pengalaman usaha terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana telah diuraikan, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh pengetahuan kewirausahaan terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat
2. Untuk mengetahui pengaruh pengalaman usaha terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat
3. Untuk mengetahui pengalaman usaha berpengaruh terhadap pengetahuan kewirausahaan IMK di Jakarta Pusat
4. Untuk mengetahui peran mediasi pengetahuan kewirausahaan pada pengaruh pengalaman usaha terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat

1.4. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperbanyak wawasan dan literatur terkait pengaruh pengalaman usaha dan pengetahuan kewirausahaan terhadap inovasi produk IMK di Jakarta Pusat.

b. Manfaat Praktis

Hasil yang didapatkan dari penelitian diharapkan dapat sebagai bahan masukan atau pertimbangan untuk pelaku IMK dalam meningkatkan pendapatan penjualan melalui inovasi produk yang berbasis pengalaman dan pengetahuan.