

KAPABILITAS INOVASI USAHA KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA

Irsan Tricahyadinata

Fakultas Ekonomi Universitas Mulawarman

ABSTRACT

The Importance of studying innovation in context of small firms lies the fact that: there is no specific size of a company that is more suited for innovation, and small companies have barriers and determinants of different innovations. Improve SMEs innovation to create competitiveness is not an easy thing to do. In Indonesian, the government's efforts merely provide help with various aspects of the capital program People's Business Credit (KUR), which largely devoted to productive activities such as SMEs. However, the existing problems are not only limited in terms of capital, some other problems such as lack of access to SMEs companies with banking institutions, business-oriented business management weaknesses, knowledge and information are lame so forth. On the external side, the cultural import cheaper reasons and also the high competition of goods and services from abroad who supported the means and funds to trigger depressed SMEs with limited capital. Finally not a lot of SMEs in Indonesia that can grow and develop strong as expected. Strategy is to be able the competition through innovation. Study more complex models and relevant in explaining the innovation and performance of SMEs in Indonesia that can conveniently be considered in practical policies related to efforts on improve the company's innovation and SMEs performance both in terms of companies and other stakeholders which means importance role of market orientation, leaderships, culture organization and partnership organization for innovation (process, product and market) and performance.

Keywords: Performance; Capabilities Inovation: SMEs Indonesian

PENDAHULUAN

Organisasi adalah sebuah organ yang bersifat terbuka terhadap pengaruh dari perubahan lingkungan. Lingkungan ini sendiri dapat dikelompokkan menjadi lingkungan bisnis makro dan mikro. Di tataran makro, adanya persaianga global telah membuat batas antarnegara menjadi kabur, dan perlindungan terhadap produk dalam negeri melalui monopoli kini semakin ditentang oleh dunia internasional. Perjanjian perdagangan bebas seperti world trade organization (WTO), ASEAN Free Trade Area (AFTA) dan kesepakatan pasar bebas dunia melalui *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT) menentang adanya proteksi yang dilakukan oleh suatu Negara terhadap pasar. Hal ini selanjutnya memberikan implikasi langsung pada sector dunia usaha khususnya di tanah air.

Kelahiran kesepakatan China Asian Free Trade Area (CAFTA) dianggap banyak kalangan lebih merugikan dari sisi Indonesia akibat ketidakmampuan sektor-sektor industry dalam negeri bersaing dengan produsen asing yang memiliki modal yang besar. Usaha Kecil dan Menengah Indonesia-pun semakin tertekan dengan diberlakukannya kesepakatan pasar bebas ASEAN –

China (*ASEAN China Free Trade Agreement – ACFTA*) pada 1 Januari 2010 telah menimbulkan banyak reaksi dan bahkan kontroversi dalam masyarakat. Hampir semua kalangan menilai Indonesia cenderung tidak siap menghadapi perdagangan bebas, terutama dengan China. Dari kalangan industri, para pelaku usaha di sektor manufaktur beraksi paling keras dengan menuntut pemerintah melakukan penundaan terhadap kesepakatan tersebut. Pemerintah sudah memutuskan untuk melakukan renegotiasi terhadap 228 pos tarif yang dinilai mengalami persoalan serius. Renegosiasi terhadap beberapa pos penting merupakan langkah jangka pendek yang memang diperlukan, namun hal yang lebih mendasar adalah mempersiapkan daya saing perekonomian kita dalam jangka menengah – panjang. Di samping itu, tidak bisa dipungkiri bahwa sebagian besar sektor usaha kita adalah Usaha Menengah Kecil dan Mikro. Kondisi ini menunjukkan kesiapan pemerintah dalam menjalankan kesepakatan ACFTA tidak dibarengi dengan upaya untuk mempersiapkan diri padahal perundingan mengenai kesepakatan ini sudah dilakukan sejak tahun 2003.

Lingkungan kompetitif yang bersifat mikro dan langsung mempengaruhi kinerja organisasi terdiri dari pemasok, pesaing lama, pesaing baru, kehadiran produk baru, dan keinginan pasar yang dinamis. Pertama, pemasok yang selama ini menjadi pemasok bahan produksi mengurangi pasokannya karena kelangkaan bahan pasokan, atau karena ada perusahaan lain yang mau membeli dengan skema pembayaran lebih cepat atau lebih mahal. Kedua, pesaing lama yang semakin mampu merebut pasar dan menghasilkan produk yang harganya lebih murah dengan kualitas yang lebih bagus. Ketiga, kehadiran pesaing baru dengan produk serupa atau produk yang lebih baik dengan harga yang lebih murah dan pelayanan yang lebih baik. Keempat, kehadiran produk pengganti yang membuat produk lama ditinggalkan, dan kelima adalah pembeli berubah selera dan ingin mencoba produk lain sehingga mereka meninggalkan produk lama (Djamaluddin Ancok, 2012:21). Meningkatnya persaingan, turbulensi tanpa henti, perubahan, dan ketidakpastian telah memaksa organisasi untuk berinovasi sebagai bagian integral dari strategi perusahaan yang ada sekarang. Melalui bukunya "*Competitive Advantage: Creating Innovation And Sustaining Superior Performance*", Porter (1998) menjelaskan bahwa sebuah bisnis untuk mengungguli, bukannya untuk saling membantu, telah menjadi dasar mengapa inovasi harus menjadi bagian penting dari keunggulan.

Sifat, komposisi dan kualitas manajemen adalah pusat inovasi dan kinerja dari setiap perusahaan, di mana prestasi tersebut didefinisikan dan diukur dalam hal pertumbuhan penjualan, aset, keuntungan, produk dan jasa, tenaga kerja, dan bahkan kelangsungan hidup. Dalam banyak hal hubungan antara kualitas manajerial dan kinerja bisnis cenderung lebih menonjol di perusahaan kecil daripada yang besar. Dalam keputusan strategis perusahaan kecil dan operasional yang dibuat oleh pemilik, pengusaha dan pemain kunci cenderung dirumuskan dan dilaksanakan lebih cepat dan lebih kecil kemungkinannya untuk disabotase oleh bawahan dari keputusan yang dibuat oleh manajemen senior dalam organisasi besar. Namun, keputusan yang dibuat oleh para pemain kunci dalam bisnis yang lebih kecil, namun profesional dan dianggap baik, akan memiliki lebih dari hasil pasar yang tidak pasti, terutama karena kekuatan pasar yang terbatas, sumber daya terbatas dan posisi yang merugikan (Beaver dan Jennings, 2000, dikutip Graham Beaver, Christopher Prince, 2002).

Melalui studi panjang (selama sepuluh tahun) yang dilakukan oleh Paul Humphreys, dkk (2005) yaitu dari tahun 1992 sampai dengan 2002 di sektor *Small and Medium Enterprise (SME)* mengajukan tiga faktor utama yang mempengaruhi proses inovasi organisasi khususnya di cluster

UKM meliputi budaya (juga didukung oleh penelitian Panida Rujirawanich, dkk, 2011), teknologi dan kepemimpinan. Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011) menggunakan tujuh faktor yaitu (R & D strategi, dukungan manajemen puncak (TMS), fokus pelanggan (CF), pembelajaran kemampuan organisasi (OLC), kemampuan kreatif (CC), kolaborasi organisasi (OC), dan hubungan pemasok (SR)), dua jenis inovasi (produk dan proses), dan kinerja perusahaan (FP). Halit Keskin, (2006); Miguel Hernández-Espallardo, Elena Delgado-Ballester, (2009) dan Jimenez, dkk (2008) menggunakan pendekatan *market orientation* sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi dan kinerja organisasi. Darryn Mitussis, (2010) menggunakan pendekatan sumber informasi sebagai pembeda strategi inovasi yang dijalankan SMEs di China, Tomi Heimonen, (2012) menggunakan faktor ukuran (size), usia dan R&D sebagai predictor inovasi, sedangkan Arturo Vega, dkk (2012) menekankan pada kebijakan pemerintah untuk mendorong inovasi di sektor UKM.

Dalam konteks Indonesia, studi mengenai inovasi unit usaha kecil dan menengah di Indonesia antara lain pernah dilakukan oleh Lopez Claros dan Mata (2009) yang memfokuskan kajian pada aspek teknologi pada perusahaan kecil dan menengah di Asia, Fathul Wahid (2007) mengkaji mengenai adopsi teknologi informasi UKM di Yogyakarta, Tulus Tambunan, (2011) yang mengidentifikasi 4 permasalahan mengenai UKM meliputi (1) tingkat pendidikan yang rendah dan kurangnya kesempatan pelatihan; (2) tanggung jawab rumah tangga berat yang menghambat partisipasi perempuan dalam ekonomi formal; (3) hukum, budaya, atau agama kendala pada sejauh mana perempuan dapat membuka bisnis mereka sendiri, dan (4) kurangnya akses ke kredit formal dan lembaga keuangan, dan Mukhamad Najib, Akira Kiminami, (2011) yang meneliti mengenai peran kerjasama terhadap inovasi dan kinerja UKM di Jawa Barat. Prajogo dan Sohal, (2003); Prajogo, dkk (2004); Prajogo, dkk (2007) dan McDermott dan Prajogo, (2012) secara intensif melakukan penelitian tentang inovasi perusahaan kecil dan menengah di Indonesia.

BUKTI EMPIRIS TENTANG KAPABILITAS INOVASI

Orientasi Pasar; Beberapa bukti empiris telah membuktikan hubungan antara orientasi pasar dengan inovasi dan kinerja. Misalnya Aviv Shoham (2005); Halit Keskin, (2006); Miguel Hernández-Espallardo dan Ballester, (2009); Camarero Carmen, Garrido María José, (2008), Jimenez, dkk (2008); Sylvie Laforet, (2009); Jing Zhang, Yanling Duan, (2010); Jesús Cambra-Fierro, dkk (2011) dan Suliyanto dan Rahab (2012). Umumnya penelitian yang sudah dilakukan memiliki beberapa perbedaan yaitu model pertama, menghubungkan orientasi pasar terhadap inovasi dan kinerja dalam sebuah model proses dengan menempatkan inovasi sebagai intervening (Halit Keskin, 2006; Camarero Carmen, Garrido María José, 2008; Jimenez, dkk, 2008; Suliyanto & Rahab, 2012). Halit Keskin, (2006) dan Suliyanto & Rahab, (2012) memasukkan faktor pembelajaran sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi dan kinerja selain orientasi pasar; Camarero Carmen, Garrido María José, (2008) menempatkan inovasi sebagai intervening pada hubungan orientasi pasar dan kinerja dalam pada objek atau *organisasi public* yaitu museum; dan Jimenez, dkk (2008) menggunakan *learning organization* tanpa menghubungkannya dengan orientasi pasar seperti yang dilakukan oleh Halit Keskin (2006) Suliyanto & Rahab, (2012). Model kedua adalah hanya meneliti keterkaitan antara orientasi pasar dengan inovasi seperti Miguel Hernández-Espallardo, dkk (2009) dan Jing Zhang, Yanling Duan, (2010) hanya meneliti pengaruh *market orientation* dan derajat inovasi; dan Sylvie Laforet, (2009) menggabungkan faktor *company size, strategic dan market orientation* sebagai predictor inovasi.

Aviv Shoham (2005) dan Mike Chen-Ho, dkk (2010) langsung meneliti hubungan dua variabel yaitu inovasi dan kinerja organisasi, sedangkan model lainnya seperti Jesús Cambra-Fierro, dkk (2011) menjadikan *market orientation* sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja melalui *knowledge transfer*, dan Pilar Carbonell, Ana I. Rodríguez Escudero, (2010) meneliti mengenai hubungan *market orientation* terhadap inovasi dan kinerja produk. Beberapa alasan yang digunakan dalam pemilihan orientasi pasar sebagai faktor pertama adalah: pertama, masih ada perbedaan hasil antara satu penelitian dengan penelitian lainnya, kedua terlihat bahwa penelitian-penelitian yang sudah dilakukan masih jarang yang memasukkan orientasi pasar, inovasi baik proses maupun produk, dan kinerja organisasi secara bersamaan. Ketiga adalah penelitian-penelitian yang diuraikan di atas dilakukan dalam konteks Negara berbeda sehingga penting untuk memperoleh model penelitian yang relevan dengan kasus UKM di Indonesia.

Kepemimpinan; Graham Beaver dan Christopher Prince, (2002) menyebutkan bahwa sifat, komposisi dan kualitas manajemen merupakan pusat inovasi dan kinerja dari setiap perusahaan, di mana prestasi tersebut didefinisikan dan diukur dalam hal pertumbuhan penjualan, aset, keuntungan, produk dan jasa, tenaga kerja, dan bahkan kelangsungan hidup. Dalam banyak hal hubungan antara kualitas manajerial dan kinerja bisnis cenderung lebih menonjol di perusahaan kecil daripada yang besar. Dalam keputusan strategis perusahaan kecil beroperasi lebih mudah karena dibuat oleh pemilik, pengusaha sebagai pemain kunci. Inovasi pada perusahaan kecil dan menengah memiliki perbedaan dengan perusahaan besar, oleh karenanya kemampuan perusahaan untuk berinovasi sangat tergantung dari kemampuan pimpinan (sekaligus pemilik).

Peran pimpinan dalam sangat menentukan bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan. Arie De Geus (1997) dalam bukunya "*The Living Company*" bercerita mengenai banyaknya perusahaan yang mati karena dikelola oleh pemimpin yang tidak memiliki pandangan ke depan. Inovasi perusahaan berhenti karena pemimpin organisasi merasa puas dengan yang dicapai selama ini. Tidak ada semangat dan niat untuk meningkatkan kinerja organisasi melalui inovasi terus menerus (dalam Djamaludin Ancok, 2012:119). Peran pemimpin dalam menstimulasi juga dinyatakan oleh Jung, dkk (2008) yang merumuskan kepemimpinan transformasional sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi dalam organisasi.

Penelitian yang memasukkan unsur kepemimpinan sebagai pembentuk inovasi organisasi sudah banyak dilakukan, diantaranya Beaver dan Prince, (2002); Paolo Pratali, (2003); Paul Humphreys, dkk (2005); Neil Paulsen, dkk (2009); Maria Antikainen, dkk (2010); Charles McMillan, (2010); Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011); Tor Guimaraes, (2011); Carmen Pérez-Cabañero, dkk (2012) dan John Kissi, dkk (2012). Berbagai penelitian tersebut umumnya menggunakan objek pada penelitian besar sehingga perlu diteliti ulang untuk memperoleh bukti empiris mengenai peran pimpinan dalam inovasi dan kinerja UKM khususnya di Indonesia. Selain itu, konsep kepemimpinan yang digunakan berbeda-beda, misalnya Graham Beaver, Christopher Prince, (2002) menggunakan konsep entrepreneurship; Paul Humphreys, dkk (2005) menggunakan pendekatan kepemimpinan tim; Neil Paulsen, dkk (2009) menggunakan konsep kepemimpinan karismatik; Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011) menggunakan *konsep top management support*; Charles McMillan, (2010) menggunakan model kepemimpinan efektif meliputi skill dan kompetensi, kemampuan untuk mendengar, kemampuan untuk memotivasi dan kemampuan untuk belajar. Carmen Pérez-Cabañero, dkk (2012) hanya meneliti peran skill kepemimpinan terhadap kinerja organisasi sektor UKM, John Kissi, dkk (2012) menggunakan perilaku supporting sebagai faktor

yang mempengaruhi inovasi; dan Tor Guimaraes, (2011) menggunakan model kepemimpinan strategis

Budaya; Peran budaya dalam mendorong inovasi organisasi terwujud dari karakteristik budaya adaptif dan budaya inovasi. Salah satu karakteristik budaya menurut Robbins (2007) adalah keberanian berinovasi dan mengambil resiko yang dapat diukur dari sejauh mana organisasi memotivasi karyawan untuk giat melakukan inovasi dan merangsang karyawan untuk berani mengambil resiko. Tanpa keberanian mengambil resiko, inovasi dalam organisasi sulit muncul. Dalam konteks budaya inovatif menurut Dolby (2008) merupakan sebuah konsep yang multidimensional yang mencakup niat untuk menjadi inovatif, infrastruktur untuk mendukung inovasi, perilaku organisasional yang diperlukan untuk mempengaruhi pasar dan orientasi keuntungan (nilai) serta lingkungan yang mendukung implementasi inovasi (dalam Djameludin Ancok, 2012:147). Beberapa penelitian yang memasukkan faktor budaya sebagai pembentuk inovasi organisasi antara lain Thuhang Tran, (2008); Camarero Carmen, Garrido María José, (2008); Su-Chao Chang, Ming-Shing Lee, (2008), Julia C. Naranjo Valencia, dkk (2010); Panida Rujirawanich, dkk (2011); Matthias Inauen dan Wicki (2011); Mohammad Sadegh Sharifirad, Vahid Ataei (2012). Walaupun sudah banyak diteliti, konsep-konsep budaya yang digunakan masih berbeda satu sama lain seperti Thuhang Tran, (2008) menggunakan model learning culture, Panida Rujirawanich, dkk (2011) menggunakan model budaya dari Hofstede meliputi individualisme, jarak kekuasaan, penghindaraan ketidakpastian dan orientasi jangka panjang. Julia C. Naranjo, dkk (2010) menggunakan model budaya meliputi karakteristik dominan, manajemen karyawan, perekat organisasi dan kriteria keberhasilan; Mohammad Sadegh Sharifirad, Vahid Ataei, (2012) menggunakan empat dimensi budaya meliputi keterlibatan, konsistensi, adaptasi dan misi. Faktor budaya sendiri dinyatakan oleh Tambunan (2011) menjadi permasalahan UKM di Indonesia. Dari berbagai uraian penelitian tentang budaya, tidak terlihat adanya model yang memasukkan secara spesifik faktor kinerja sebagai dampak inovasi, dengan demikian model kajian ini dapat memberikan sebuah formulasi budaya organisasi yang relevan dengan kultur Indonesia dan berhubungan dengan inovasi dan kinerja organisasi.

Kerjasama dan kolaborasi dengan pihak luar; Secara umum, penghambat inovasi meliputi hambatan untuk inovasi yang dapat secara luas dikategorikan sebagai: keterbatasan teknologi; kecenderungan kuat untuk menghindari risiko inovasi, keterbatasan finansial dan memiliki kemampuan terbatas atau kemauan untuk mengembangkan budaya inovasi. Dilek Demirbas, dkk (2011) dalam penelitiannya di Turki menyebutkan kurangnya perhatian pemerintah dalam R&D merupakan penghalang formal untuk inovasi UKM di Turki. Tambunan, (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan kendala UKM di Indonesia salah satunya adalah kurangnya keuangan dan kesulitan pemasaran. Sejalan dengan itu, berbagai literatur yang memasukkan konsep kerjasama (*cooperation*) dengan pihak eksternal sebagai faktor keberhasilan inovasi UKM diantaranya dilakukan oleh

Prajogo, Amrik S. Sohal, (2003) menggunakan praktik *Total Quality Management* (TQM) yang terkandung dalam enam kriteria kepemimpinan, strategi dan perencanaan, fokus pelanggan, informasi dan analisis, manajemen orang, dan manajemen proses sebagai faktor yang mempengaruhi kinerja inovasi (*innovation performance*), inovasi proses (*process innovation*) dan kinerja kualitas (*quality performance*). Alan Pilkington, Romano Dyerson, (2006) menggunakan faktor regulasi. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa perlu untuk perlindungan pasar untuk menghilangkan gangguan inovasi dan bahwa faktor pembatas keberhasilan dalam peraturan

terjadi ketika teknologi radikal dituntut. Mukhamad Najib, Akira Kiminami, (2011) menggunakan tiga kontrak sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi dan kinerja organisasi meliputi (1) kerjasama antar-perusahaan; (2) kerjasama dengan pemerintah; dan (3) kerjasama dengan lembaga penelitian. Andrea Filippetti, (2011) menemukan bahwa desain dan R&D merupakan sumber inovasi, desain dominan di perusahaan ditandai dengan strategi inovasi yang kompleks dan interaksi intens dengan lingkungan eksternal, dan jenis perusahaan juga menunjukkan kinerja ekonomi yang lebih baik.

Sumber eksternal ini sendiri adalah *Collaboration activities* meliputi *customer, supplier*, perusahaan sejenis, universitas dan pusat penelitian. José Carlos Pinho, (2008) menggunakan 11 (sebelas) dimensi TQM (1) Kepemimpinan dan dukungan dari manajemen puncak. (2) Memberikan pelatihan efektif yang tepat bagi karyawan. (3) Mengukur hasil dan kinerja. (4) Melakukan perbaikan terus-menerus. (5) Mengadopsi sistem jaminan mutu (ISO 9000 misalnya). (6) sumber daya keuangan yang memadai. (7) Menyediakan pelatihan yang relevan untuk manajemen senior / tingkat staf (8) lingkungan kerja Favourable dan budaya. (9) Penerapan selektif alat dan teknik. (10) Melibatkan pemasok dalam kegiatan perbaikan. (11) praktik sumber daya manusia dalam mempengaruhi inovasi dan kinerja organisasi. Dari uraian beberapa penelitian yang memasukkan komponen kerjasama/kolaborasi dengan pihak eksternal tampaknya penelitian. Yi-Ying Chang, dkk (2011) karakteristik struktur organisasi internal sentralisasi dan keterhubungan sebagai strategi inovatif yang digunakan oleh perusahaan. Ukuran karakteristik kondisi lingkungan eksternal ditandai dengan perubahan teknologi dan perbedaan dalam produk dan pasar serta persaingan yang ketat. Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011) memasukkan unsur kolaborasi organisasi dan hubungan dengan supplier sebagai pembentuk inovasi dan kinerja organisasi.

Penelitian terkini yaitu Arturo Vega, dkk (2012) menyimpulkan bahwa tanggung jawab meningkatkan inovasi UKM bergantung pada aktor yang beroperasi di luar organisasi, msalnya lembaga donor Uni Eropa, departemen pemerintah yang bertanggung jawab atas kebijakan UKM, publik-swasta kemitraan, dan evaluator pribadi. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa adanya kerjasama dan kolaborasi antara UKM dengan pihak luar (organisasi sejenis, pemerintah, dan lembaga lainnya) menjadi faktor penting keberhasilan inovasi organisasi. Meski demikian, dari berbagai studi terdahulu hanya penelitian Mukhamad Najib, Akira Kiminami, (2011) yang secara khusus membahas mengenai keterkaitan antara kerjasama organisasi dengan pihak lingkungan eksternal namun belum memasukkan faktor lembaga pembiayaan.

DAYA SAING INDONESIA DI TINGKAT GLOBAL

Keinginan pemerintah untuk mengompensasi penurunan kinerja ekspor dengan mendorong peningkatan nilai tambah produk ekspor, tampaknya sulit untuk diwujudkan karena kemampuan industri dalam negeri untuk memberi nilai tambah produk ekspor masih sangat rendah. Lukito Dinarsyah Tuwo mamaparkan, berdasarkan data Bappenas jumlah unit usaha yang memiliki kemampuan untuk berinovasi dan meningkatkan nilai tambah produk ekspor tidak terlalu besar. Jumlahnya hanya sekitar 6% dari unit usaha yang ada. Mayoritas industri belum bisa menciptakan nilai tambah produk yang besar. Bahkan lebih dari 60% ekspor manufaktur Indonesia masih didominasi sektor berbasis sumber daya alam (SDA), yang notabene produk setengah jadi dan berteknologi rendah.

Struktur ekspor Indonesia masih sejak tahun 1980-an sampai dengan sekarang masih didominasi oleh komoditi primer. Di tahun 2012, komoditi primer dan produk *primary industry* sebesar 65,2 persen. Sementara impor, didominasi oleh produk *secondary industry* produk advance industri sebesar 62,9 persen. Komoditi primer yang yang kontribusinya besar terhadap nilai ekspor antara lain, bahan bakar mineral sebesar 35,4 persen, lemak dan minyak hewan/nabati sebesar 10,8 persen, karet sebesar 4,5 persen, bijih kerak dan abu logam sebesar tiga persen, ikan dan udang sebesar 1,4 persen, dan tembaga 1,3 persen (BPS, 2012). Dalam konteks nilai tambah pada produk manufaktur, Filipina dan Indonesia adalah dua Negara yang memiliki nilai tambah manufaktur dan investasi dalam kategori rendah. Elektronik dan produk listrik adalah sub sektor ekspor terkemuka di Cina, Malaysia, Filipina dan Thailand, sementara Indonesia masih mengekspor produk terutama komoditi primer dan *agro-based*.

Rendahnya nilai tambah produk manufaktur Indonesia tersebut sejalan dengan rendahnya dukungan R&D dari pemerintah. Sebuah survei terbaru dari lembaga penelitian publik, universitas negeri dan sektor manufaktur menunjukkan bahwa pengeluaran riset dan pengembangan (R&D) Indonesia hanya sebesar 0,08 persen dari PDB pada 2009, sangat jauh dibandingkan dengan Negara-negara di regional seperti Cina (1,44 persen tahun 2007), Malaysia (0,63 persen pada tahun 2006) dan Thailand (0,26 persen tahun 2006). Hal ini juga jauh di bawah pengeluaran tingkat negara terkemuka di Amerika Latin (Brazil, Chili atau Argentina) atau Rusia. Meskipun peningkatan belanja dalam beberapa tahun terakhir dan meningkatkan pangsa PDB 0,06-0,08 persen, pertumbuhan pengeluaran masih jauh di bawah negara-negara tetangga. (*Indonesian Economic Quarterly*, World Bank, Dec 2011).

Tabel 1. Kapasitas Inovasi Negara-Negara Asia

Country	Rank	Score	Country	Rank	Index
2009-2010			2001-2002		
Singapore	6	76.5	Japan	12	26.4
Taiwan, China	13	72.9	Singapore	13	26
Japan	15	72.1	Taiwan, China	14	26
Korea	19	70	Korea	23	22.9
Malaysia	34	57.3	China	43	18.1
Thailand	43	54.6	Thailand	46	17.4
China	65	49.5	Malaysia	52	16.8
Philippines	75	47	Indonesia	54	16.4
Vietnam	78	46.4	Philippines	56	15.8
Indonesia	88	44.9	Vietnam	61	13.8
Cambodia	112	37.5	Cambodia	NA	NA

Sources: Lopez-Claros and Mata (2009); Porter and Stern (2001)

Selain memiliki tingkat R&D yang rendah, sebagian besar pelaksanaan R&D di Indonesia dilakukan oleh lembaga R&D pemerintah dan universitas. Hal ini sangat berbeda dengan partisipasi sektor swasta yang besar yang tidak hanya terjadi di negara-negara yang memiliki ekonomi pengetahuan yang sangat maju seperti Korea, Singapura dan Amerika Serikat, tetapi juga di negara-negara berkembang (*emerging*) yang berada pada tahapan awal pengembangan ilmiah

(seperti Cina, Malaysia dan Brasil). Di sektor swasta, sektor manufaktur hanya melakukan penelitian yang sangat sedikit, di mana hanya kurang dari lima persen perusahaan manufaktur di Indonesia yang melaporkan memiliki pusat R&D (LIPI 2011). Bagi perusahaan yang melaporkan adanya biaya R&D, keseluruhan investasi yang ditujukan untuk kegiatan R&D berjumlah kurang dari 0,1 persen (*Indonesian Economic Quarterly*, World Bank, Dec 2011).

Implikasi langsung dari rendahnya pengembangan, riset dan inovasi tersebut terlihat dari peringkat daya saing yang dipublikasikan oleh berbagai lembaga Internasional. Menurut Global Innovation Index 2012, Indonesia menempati peringkat ke-100 dalam daftar Indeks inovasi global 2012 yang belum lama di rilis oleh INSEAD dan Organisasi Kepemilikan Intelektual Dunia (*World Intellectual Property Organization-WIPO*). Indeks Inovasi Global 2012 adalah hasil dari penilaian dan revisi yang dilakukan oleh peneliti dari Institut JRC untuk Perlindungan dan Keamanan Warga Negara (Institute for the Protection and the Security of the Citizen-IPSC) di 141 negara yang mewakili 94,9% dari populasi dunia dan 99,4% dari PDB dunia. Komponen penilaian terdiri dari rata-rata sederhana dari Input Inovasi Sub-Index (Lembaga menilai, modal Manusia & penelitian, Infrastruktur, kecanggihan Pasar, dan kecanggihan Bisnis), dan Output Inovasi Sub-Index (menilai bukti sebenarnya dari output inovasi, yaitu output teknologi dan output Kreatif). Dibandingkan dengan Negara ASEAN lainnya, Indonesia menempati posisi terendah. Singapura berada di peringkat ke-3, sedangkan Malaysia, Brunei, Thailand, Vietnam dan Filipina menikmati tempat mereka di 32, 53, 57, 76, dan 95.

Peringkat daya saing versi *World Economic Forum* (WEF) di tahun 2011 juga mempublikasikan laporan tahunan mengenai daya saing global, yaitu *The Global Competitiveness Report 2011-2012*. WEF mengelompokkan pilar daya saing ke dalam 12 pilar meliputi : institusi, infrastruktur, makroekonomi, kesehatan dan pendidikan dasar, pendidikan tinggi, efisiensi pasar barang, efisiensi pasar tenaga kerja, pasar keuangan, kesiapan teknologi, besaran pasar, kecanggihan bisnis, dan inovasi. Selanjutnya ke 12 pilar itu dikelompokkan lagi ke dalam 3 kelompok pilar, yaitu: kelompok persyaratan dasar, kelompok penopang efisiensi, dan kelompok inovasi dan kecanggihan bisnis.

Tabel 2. Peringkat Daya Saing Indonesia Dan Negara ASEAN Lainnya

Negara	Peringkat 2011	Peringkat 2010	Peringkat 2009
Singapura	2	3	3
Malaysia	21	26	24
Thailand	39	38	36
Indonesia	46	44	54
Vietnam	65	59	75
Filipina	75	85	87

Sumber: WEF, 2009 – 2012

Diantara negara-negara ASEAN, setelah Singapura, Malaysia menempati posisi tertinggi (peringkat ke 21), kemudian disusul oleh Thailand (39). Vietnam dan Filipina berada di bawah Indonesia, pada peringkat ke 65 dan 75. Filipina naik 10 tingkat dari peringkat ke 85 tahun lalu. Thailand mengalami penurunan satu tingkat dari 38 di tahun 2010 menjadi 39 di tahun 2011 akibat gejolak politik dalam lima tahun terakhir. Malaysia mengalami kenaikan peringkat yang

cukup besar (5 tingkat) di tahun 2011 dari 26 menjadi 21 serta melampaui posisi Korea Selatan (24).

Tidak berbeda dengan versi *World Economic Forum* (WEF), IMD Center yang berpusat di Swiss mempublikasikan *World Competitiveness Yearbook* (WCY) yang memposisikan Indonesia di peringkat ke-42 dari 59 negara pada tahun 2012, turun dari posisi 37 tahun 2011. Dalam lima tahun terakhir, berdasarkan laporan *World Competitiveness Yearbook* (WCY) Indonesia mengalami kecenderungan penurunan sejak tahun 2009 yaitu peringkat 51 (2008), 42 (2009), 35 (2010), 37 (2010) dan peringkat 42 (2011). Dibandingkan dengan Negara ASEAN lainnya, dari 4 negara yang disurvei, peringkat Indonesia hanya lebih tinggi satu peringkat dari Philipina, dan berada dibawah Malaysia (14) dan Thailand (30).

Tabel 3. Peringkat Daya Saing Indonesia Versi WCY Tahun 2012

Negara	Peringkat 2011	Peringkat 2010
Hongkong	1	1
USA	2	1
Swiss	3	5
Singapura	4	3
Swedia	5	4
Malaysia	14	16
China	23	19
Jepang	27	26
Thailand	30	27
India	35	32
Indonesia	42	37
Philipina	43	41

Sumber: World Competitiveness Yearbook (WCY) 2012

PERMASALAHAN USAHA KECIL DAN MENENGAH DI INDONESIA

Fakta yang terjadi di lapangan dan berbagai penelitian yang sudah diuraikan di atas maka beberapa permasalahan yang timbul adalah sebagai berikut:

1. Unit usaha kecil dan menengah (UKM) merupakan komponen strategis di Indonesia dan jumlahnya lebih dari 95 % terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerja yang terlibat mencapai 91,8 juta orang atau 97,3% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Di tahun 2010 jumlah UMKM berkisar 52,8 juta unit usaha, maka pada 2011 sudah bertambah menjadi 55,2 juta unit.
2. Agar mampu bersaing, UKM di Indonesia harus terus didorong untuk terus berinovasi. Karena tanpa adanya inovasi, UKM tidak mampu mengakomodasikan perubahan struktural yang terjadi di lingkungan ekonomi mereka. Kesalahan strategi pengembangan UKM di Indonesia selama ini yang akhirnya membuat kinerja UKM Indonesia tertinggal dibandingkan UKM di negara-negara lain karena selama ini UKM di Indonesia dianggap penting terutama hanya karena menyerap banyak tenaga kerja, bukan karena secara potensial bisa menjadi sumber inovasi seperti halnya UKM di negara maju.
3. Kapasitas Inovasi dari sisi teknologi menempatkan Indonesia di peringkat 88 berdasarkan penelitian Lopez-Claros and Mata (2009). Untuk Asia, posisi Indonesia bersama China,

Malaysia, Thailand, dan Philippines, sedangkan di level pertama adalah Singapore, Japan, Taiwan (China) dan Korea (Tabel 1). Rendahnya nilai tambah produk manufaktur Indonesia tersebut sejalan dengan rendahnya R&D dan inovasi. Pengeluaran riset dan pengembangan (R&D) Indonesia hanya sebesar 0,08 persen dari PDB pada tahun 2009, sangat jauh dibandingkan dengan Negara-negara di regional seperti Cina (1,44 persen tahun 2007), Malaysia (0,63 persen pada tahun 2006) dan Thailand (0,26 persen tahun 2006). Ini juga jauh di bawah pengeluaran tingkat negara terkemuka di Amerika Latin (Brazil, Chili atau Argentina) atau Rusia. Meskipun peningkatan belanja dalam beberapa tahun terakhir dan meningkatkan pangsa PDB 0,06-0,08 persen, pertumbuhan pengeluaran masih jauh di bawah negara-negara tetangga. (*Indonesia Economic Quarterly*, World Bank, Dec 2011).

4. Rendahnya kapasitas inovasi dari sisi Negara juga sejalan dengan rendahnya pemanfaatan teknologi di sector UKM. Untuk kasus di Indonesia, hasil penelitian Fathul Wahid (2007) terhadap UKM di Yogyakarta menunjukkan masih rendahnya pemanfaatan IT. Umumnya alasan UKM yang belum menggunakan komputer adalah karena tidak merasa butuh (82,2%), dukungan finansial yang terbatas (41,1%), dan karena tidak memiliki keahlian untuk menggunakan (4,1%). Permasalahan teknologi ini dapat dipecahkan jika organisasi mau bekerjasama dengan pihak eksternal seperti universitas dan lembaga penelitian lainnya dalam mengembangkan teknologi yang dibutuhkan oleh organisasi.
5. Rendahnya kualitas sumber daya manusia yang ada pada UKM di Indonesia. Berdasarkan data BPS yang dirilis Mei 2012, Jumlah angkatan kerja di Indonesia pada Februari 2012 mencapai 120,4 juta orang, bertambah sekitar 3,0 juta orang dibanding angkatan kerja Agustus 2011 sebesar 117,4 juta orang atau bertambah sebesar 1,0 juta orang dibanding Februari 2011. Pada Februari 2012, pekerja pada jenjang pendidikan SD ke bawah masih tetap mendominasi yaitu sebesar 55,5 juta orang (49,21 persen), sedangkan pekerja dengan pendidikan diploma sekitar 3,1 juta orang (2,77 persen) dan pekerja dengan pendidikan universitas hanya sebesar 7,2 juta orang (6,43 persen). Selain SDM, UKM di Indonesia juga masih terkendala masalah pembiayaan.
6. Permodalan dan pembiayaan UKM. Merujuk penelitian Tulus Tambunan (2011) menyatakan bahwa permasalahan UKM di Indonesia masih terkendala oleh kurangnya akses ke kredit formal dan lembaga keuangan. Disamping itu, tingginya suku bunga pinjaman untuk UMKM dianggap cukup memberatkan. Berdasarkan data Bank Indonesia, Total baki debit kredit UMKM menurut klasifikasi usaha sebesar Rp 481,175 triliun per maret 2012 dengan 8,786 juta rekening kredit. Jumlah itu terdiri dari kredit usaha mikro Rp 105,157 triliun, kredit usaha kecil Rp 150,884 triliun, dan kredit usaha menengah Rp 225,153 triliun. Meskipun pemain kredit mikro dan UKM sudah mulai banyak, suku bunga tetap masih tinggi, padahal, potensi kredit UMKM sangat besar, dengan sekitar 50 juta UMKM di Indonesia, namun suku bunga kredit ini masih di atas 15 persen per tahun.
7. Orientasi pasar (*market orientation*). Studi mengenai keterkaitan antara market orientation dengan inovasi diantaranya dilakukan oleh Aviv Shoham (2005); Halit Keskin, (2006); Miguel Hernández-Espallardo dan Ballester, (2009); Camarero Carmen, Garrido María José, (2008), Jimenez, dkk (2008); Sylvie Laforet, (2009); Jing Zhang, Yanling Duan, (2010) dan Jesús Cambra-Fierro, dkk (2011) umumnya memiliki beberapa model. Model

- pertama, menghubungkan orientasi pasar terhadap inovasi dan kinerja dalam sebuah model proses dengan menempatkan inovasi sebagai intervening (Halit Keskin, 2006; Camarero Carmen, Garrido María José, 2008; Jimenez, dkk, 2008). Halit Keskin, (2006) memasukkan faktor learning organization sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi dan kinerja selain orientasi pasar; Camarero Carmen, Garrido María José, (2008) menempatkan inovasi sebagai intervening pada hubungan orientasi pasar dan kinerja dalam pada objek atau organisasi publik yaitu museum; dan Jimenez, dkk (2008) menggunakan learning organization tanpa menghubungkannya dengan orientasi pasar seperti yang dilakukan oleh Halit Keskin (2006). Terlihat bahwa penelitian-penelitian yang sudah dilakukan masih jarang yang memasukkan orientasi pasar, inovasi baik proses maupun produk, dan kinerja organisasi secara bersamaan. Hal lainnya adalah penelitian-penelitian yang diuraikan di atas dilakukan dalam konteks Negara berbeda sehingga penting untuk memperoleh model penelitian yang relevan dengan kasus UKM di Indonesia.
8. Kepemimpinan. Beberapa penelitian yang memasukkan unsur kepemimpinan sebagai pembentuk inovasi organisasi sudah banyak dilakukan, diantaranya Beaver dan Prince, (2002); Paolo Pratali, (2003); Paul Humphreys, dkk (2005); Neil Paulsen, dkk (2009); Maria Antikainen, dkk (2010); Charles McMillan, (2010); Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011); Tor Guimaraes, (2011); Carmen Pérez-Cabañero, dkk (2012) dan John Kissi, dkk (2012). Berbagai penelitian tersebut umumnya menggunakan objek pada penelitian besar sehingga perlu diteliti ulang untuk memperoleh bukti empiris mengenai peran pimpinan dalam inovasi dan kinerja perusahaan sector kecil dan menengah khususnya di Indonesia. Selain itu, konsep kepemimpinan yang digunakan berbeda-beda, misalnya Graham Beaver, Christopher Prince, (2002) menggunakan konsep *entrepreneurship*; Paul Humphreys, dkk (2005) menggunakan pendekatan kepemimpinan tim; Neil Paulsen, dkk (2009) menggunakan konsep kepemimpinan karismatik; Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011) menggunakan konsep top management support; Charles McMillan, (2010) menggunakan model kepemimpinan efektif meliputi skill dan kompetensi, kemampuan untuk mendengar, kemampuan untuk memotivasi dan kemampuan untuk belajar. Carmen Pérez-Cabañero, dkk (2012) hanya meneliti peran skill kepemimpinan terhadap kinerja organisasi sector UKM, John Kissi, dkk (2012) menggunakan perilaku supporting sebagai faktor yang mempengaruhi inovasi; dan Tor Guimaraes, (2011) menggunakan model kepemimpinan strategis.
 9. Budaya. Peran budaya dalam mendorong inovasi organisasi terwujud dari karakteristik budaya adaptif dan budaya inovasi. Salah satu karakteristik budaya menurut Robbins (2007) adalah keberanian berinovasi dan mengambil resiko yang dapat diukur dari sejauh mana organisasi memotivasi karyawan untuk giat melakukan inovasi dan merangsang karyawan untuk berani mengambil resiko. Tanpa keberanian mengambil resiko, inovasi dalam organisasi sulit muncul. Dalam konteks budaya inovatif menurut Dolby (2008) merupakan sebuah konsep yang multidimensional yang mencakup niat untuk menjadi inovatif, infrastruktur untuk mendukung inovasi, perilaku organisasional yang diperlukan untuk mempengaruhi pasar dan orientasi keuntungan (nilai) dan lingkungan yang mendukung implementasi inovasi (Djamaludin Ancok, 2012:147). Dari berbagai uraian penelitian tentang budaya, tidak terlihat adanya model yang memasukkan secara spesifik

faktor kinerja sebagai dampak inovasi, dengan demikian penelitian ini dapat memberikan sebuah formulasi budaya organisasi yang relevan dengan kultur Indonesia dan berhubungan dengan inovasi dan kinerja organisasi.

10. Kerjasama dan kolaborasi dengan pihak luar. Secara umum, penghambat inovasi meliputi hambatan untuk inovasi yang dapat secara luas dikategorikan sebagai: keterbatasan teknologi; kecenderungan kuat untuk menghindari risiko inovasi, keterbatasan finansial dan memiliki kemampuan terbatas atau kemauan untuk mengembangkan budaya inovasi. Dilek Demirbas, dkk (2011) dalam penelitiannya di Turki menyebutkan kurangnya perhatian pemerintah dalam R&D merupakan penghalang formal untuk inovasi UKM di Turki. Tambunan, (2011) dalam penelitiannya menyimpulkan kendala UKM di Indonesia salah satunya adalah kurangnya keuangan dan kesulitan pemasaran. Meski telah banyak diteliti, namun berbagai studi terdahulu masih terbatas dari aspek eksternal yang kurang relevan dengan Indonesia. Dan hanya penelitian Mukhamad Najib, Akira Kiminami, (2011) yang secara khusus membahas mengenai keterkaitan antara kerjasama organisasi dengan pihak lingkungan eksternal namun belum memasukkan faktor lembaga pembiayaan. Dengan demikian, kajian ini akan memperluas kajian Mukhamad Najib dan Akira Kiminami, (2011) dalam konteks kerjasama organisasi dengan lingkungan eksternal dengan memasukkan faktor kerjasama dengan institusi pembiayaan ke dalam suatu model penelitian.

KINERJA DAN DAYA SAING USAHA KECIL DAN MENENGAH INDONESIA

Peran UKM dalam perekonomian sebuah negara, termasuk Indonesia seharusnya mendapatkan perhatian. Sebagai contoh, di Belanda, UKM merupakan 98,8% perusahaan yang ada dan menyerap 55% angkatan kerja. Sebanyak 35 juta USD ekspor Italia merupakan kontribusi UKM yang menyerap 2,2 juta tenaga kerja. Di Vietnam, sebanyak 64% angkatan kerja diserap oleh UKM. Hal serupa juga terjadi di Indonesia. Menurut data Biro Pusat Statistik dan Kementerian Koperasi dan UKM 2005, jumlah UKM di Indonesia mencapai 43,22 juta. Sektor UKM di Indonesia terbukti telah menyerap 79,6 juta tenaga kerja, mempunyai andil terhadap 19,94% nilai ekspor dan 55,67% Produk Domestik Bruto (PDB), (Fathul Wahid, 2007). Teknologi informasi (TI) yang berkembang sangat pesat datang dengan peluang-peluang baru yang dapat mengatasi sebagian masalah UKM tersebut. Meskipun peluang yang dibawa oleh TI sangat besar, namun banyak penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa adopsi TI oleh UKM masih rendah dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar. Menurut hasil studi lembaga riset AMI Partners, hanya 20% UKM di Indonesia yang memiliki komputer.

Kurangnya pemahaman peran strategis yang dapat dimainkan oleh TI terkait dengan pendekatan baru pemasaran, berinteraksi dengan konsumen, dan bahkan pengembangan produk dan layanan diduga sebagai sebab rendahnya adopsi TI oleh UKM di Indonesia. Berdasar survei yang dilakukan oleh Fathul Wahid (2007) terhadap UKM di Yogyakarta, alasan UKM yang belum menggunakan komputer adalah karena tidak merasa butuh (82,2%), dukungan finansial yang terbatas (41,1%), dan karena tidak memiliki keahlian untuk menggunakan (4,1%).

Data statistik 2011 menunjukkan jumlah unit usaha kecil mikro dan menengah (UMKM) mendekati 99,98 % terhadap total unit usaha di Indonesia. Sementara jumlah tenaga kerja yang terlibat mencapai 91,8 juta orang atau 97,3% terhadap seluruh tenaga kerja Indonesia. Di tahun

2010 jumlah UMKM berkisar 52,8 juta unit usaha, maka pada 2011 sudah bertambah menjadi 55,2 juta unit. Setiap UMKM rata-rata menyerap 3-5 tenaga kerja. Maka dengan adanya penambahan sekitar 3 juta unit maka tenaga kerja yang terserap bertambah 15 juta orang. Pengangguran diharapkan menurun dari 6,8% menjadi 5 % dengan pertumbuhan UKM tersebut. Hal ini mencerminkan peran serta UKM terhadap laju pertumbuhan ekonomi memiliki signifikansi cukup tinggi bagi pemerataan ekonomi Indonesia karena memang berperan banyak pada sektor ril. Untuk kontribusi pada PDB Nasional, UKM mampu menyumbang Rp. 2.993,15 triliun atau menyumbang 53,32% dari total PDB. Kontribusi ekspor UKM juga cukup tinggi, mencapai kisaran 162,2 Milyar atau menyumbang 17,02% dari total ekspor non migas.

Sementara itu, sumbangan investasi fisik UKM mencapai angka Rp.830,9 Milyar atau berkontribusi 52,33%. Meski mengalami peningkatan secara kuantitas, namun secara kualitas Berdasarkan pemeringkatan yang dilakukan *International Finance Corporation* (IFC) Doing Business 2011, peringkat daya saing UKM Indonesia sangat rendah. Posisi Indonesia untuk 2011 berada pada peringkat ke-121 untuk wiraswasta, sementara di tahun sebelumnya pada Doing Business 2010 Indonesia berada di peringkat ke-115.

Rendahnya daya saing UKM Indonesia juga dinyatakan oleh BAPPENAS yang dikutip Antara menyebutkan daya saing Usaha Kecil Mikro (UKM) Indonesia masih sangat rendah sekitar 3,5 dari skor 1-10 dibandingkan negara-negara ASEAN. Salah satu permasalahan yang kita hadapi saat ini yakni lemahnya daya saing UKM di Indonesia dibandingkan negara asia pasifik. Berdasarkan data APEC tahun 2006, daya saing UKM Indonesia masih di bawah negara-negara ASEAN seperti Filipina, Thailand, dan Malaysia. Selain itu, kemampuan UKM Indonesia untuk melakukan proses penelitian dan pengembangan (*Research & Development*) juga kurang berjalan. Ini merupakan cerminan bahwa wirausahawan di Indonesia masih kurang inovatif.

Dalam lingkungan bisnis yang ditandai dengan perubahan yang cepat dan mengganggu, berbagai kebutuhan pelanggan, dan kompetisi internasional, organisasi harus memperoleh kemampuan teknologi baru dan mengeksplorasi proses bisnis baru agar tetap menguntungkan dalam jangka panjang (Vanhaverbeke dan Peeters, 2005). Oleh karena itu, inovasi yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan memperkenalkan produk atau proses telah menjadi salah satu isu yang paling penting bagi perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang lebih kompetitif dengan inovasi (de Jong dan Vermuelen, 2006; Hui dan Qing-xi, 2006; Weber dan Weber, 2007). Inovasi juga memainkan peranan penting dalam mengembangkan perekonomian, dalam memperluas dan mempertahankan kinerja tinggi perusahaan, dalam penyusunan daya saing industri, dalam meningkatkan standar hidup, dan dalam menciptakan kualitas hidup yang lebih baik (Gopalakrishnan dan Damanpour, 1997, dikutip oleh Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, 2011).

Meningkatkan inovasi UKM adalah untuk menciptakan daya saing bukanlah sebuah hal yang mudah dilakukan. China sebagai Negara yang menjadikan Usaha kecil dan menengah (UKM) sebagai kekuatan utama dalam mendorong maju ilmu pengetahuan dan inovasi teknologi China. Di Indonesia, upaya pemerintah baru sebatas memberikan bantuan dari aspek permodalan dengan berbagai program Kredit Usaha Rakyat (KUR), dimana sebagian besar ditujukan kepada usaha-usaha produktif seperti UKM. Namun permasalahan yang ada tidak hanya sebatas dari sisi permodalan, beberapa permasalahan lainnya seperti lemahnya akses perusahaan UKM dengan institusi perbankan, kelemahan pengelolaan usaha berorientasi bisnis, pengetahuan informasi yang timpang dan lain sebagainya. Dari sisi eksternal, budaya impor dengan alasan lebih murah

dan juga tingginya persaingan barang-barang serta jasa dari luar negeri yang didukung sarana dan dana yang lebih kuat juga menjadi pemicu tertekannya UKM dengan modal terbatas. Akhirnya tidak banyak UKM di Indonesia yang bisa tumbuh dan berkembang kuat seperti yang diharapkan.

Pentingnya mempelajari inovasi dalam konteks perusahaan kecil terletak pada kenyataan bahwa: tidak ada ukuran tertentu dari suatu perusahaan yang lebih cocok untuk inovasi, dan perusahaan-perusahaan kecil memiliki hambatan dan determinan inovasi yang berbeda dari orang-orang dari perusahaan skala besar (Freel, 2000 ; Jong dan Vermeulen, 2006; dikutip dari Espallardo dan Ballester, 2009:471).

INOVASI SEBAGAI FAKTOR KUNCI DALAM PERSAINGAN

Terdapat tantangan besar dengan adanya kerjasama regional pasar ASEAN dan China atau C AFTA (China - Asean Free Trade Area) yang sejak 2010 mulai dikhawatirkan banyak pihak. China sebagai salah satu Negara dengan ekonomi terkuat saat ini merupakan ancaman sekaligus peluang bagi sector usaha di Indonesia. Namun, dengan banyaknya permasalahan yang terjadi di sector usaha Indonesia mulai dari infrastruktur, suku bunga pinjaman tertinggi di ASEAN (termasuk China), ekonomi biaya tinggi dan berbagai kendala lainnya menyebabkan UKM Indonesia sulit bersaing dengan pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai salah satu strategi bersaing, inovasi merupakan nama dari permainan untuk kompetisi di abad kedua puluh satu ini. Meningkatnya persaingan, turbulensi tanpa henti, perubahan, dan ketidakpastian telah memaksa organisasi untuk menggunakan inovasi sebagai bagian integral dari strategi perusahaan mereka. Dalam pengertian ini, bagaimana organisasi meningkatkan inovasi mereka telah lama penelitian pertanyaan untuk akademisi dan praktisi. Meskipun penelitian yang luas telah dilakukan untuk mengatasi masalah ini, akademisi perilaku organisasi dan pemasaran umumnya, dan pembelajaran organisasi pada khususnya, telah menunjukkan pengaruh langsung pasar dan orientasi pembelajaran pada inovasi perusahaan (Farrell dan Oczkowski, 2002, Sinkula dan Baker, 1999; Slater dan Narver, 1995, dalam Keskin, 2006:396)

Daya saing dan inovasi merupakan dua komponen yang saling berkaitan. Inovasi sendiri lebih banyak dipelajari dalam konteks perusahaan besar, sering diabaikan di perusahaan-perusahaan kecil. Inovasi adalah kunci dari peningkatan produktivitas melalui proses pengembangan dan kreasi baru, nilai yang lebih tinggi, produk dan layanan (Mitussis, 2010:89). Inovasi tidak hanya menghasilkan produk yang berkualitas, namun juga menghasilkan produk-produk baru yang mengikuti perubahan dan selera pasar yang terus berkembang.

Rendahnya kinerja UMKM Indonesia dari sisi ekspor dan daya saing diduga dikarenakan UMKM memiliki berbagai keterbatasan dalam proses maupun implementasi inovasi. Hal ini selanjutnya menyebabkan produk-produk yang dihasilkan tidak memiliki nilai jual dan daya saing dengan produk import yang memiliki kelebihan salah satunya adalah harga yang lebih murah.

Untuk mendorong inovasi, diperlukan beberapa sumber daya seperti permodalan, SDM, teknologi, dan riset dan pengembangan (R&D) dan faktor eksternal seperti orientasi pemasaran. Dari sisi internal perusahaan (*corporate resource*), faktor-faktor tersebut pada kenyataannya merupakan permasalahan yang umum terjadi di UKM Indonesia seperti dinyatakan Tambunan (2012:51) yang mengidentifikasi permasalahan utama di UKM Indonesia meliputi modal kerja maupun investasi, masalah dalam pemasaran, distribusi dan pengadaan bahan baku dan input

lainnya, keterbatasan akses ke informasi mengenai peluang pasar dan lainya, keterbatasan di bidang keahlian SDM, kemampuan teknologi, biaya transportasi dan energy yang tinggi, keterbatasan komunikasi, biaya tinggi akibat administrasi birokrasi yang kompleks mulai dari pengurusan ijin usaha, dan ketidakpastian akibat kebijakan ekonomi yang tidak jelas atau tidak menentu arahnya.

Model kajian yang lebih kompleks dan relevan dalam menjelaskan inovasi dan kinerja UKM di Indonesia secara praktis dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam kebijakan perusahaan terkait dengan upaya meningkatkan inovasi dan kinerja UKM baik dari sisi perusahaan maupun *stakeholder* lainnya yang berarti pentingnya peranan orientasi pasar, kepemimpinan, budaya organisasi dan kerjasama organisasi terhadap inovasi (proses, produk dan pasar) dan kinerja, Salah satu strategi untuk memenangkan persaingan adalah melalui inovasi. Dari sudut pandang *Resource-Based Strategy* menekankan pentingnya sumber daya dan kemampuan dalam mengembangkan keunggulan bersaing dari perusahaan. Inovasi merupakan satu kunci yang mengarah pada keunggulan kompetitif, oleh karena itu inovasi dan hubungannya dengan sumber daya dan kemampuan organisasi merupakan faktor penting dalam upaya memenangkan persaingan di era global, termasuk dalam konteks UKM di Indonesia untuk meningkatkan keunggulan kompetitif dalam menghadapi pasar bebas AFTA dan ACFTA.

DAFTAR PUSTAKA

- Adli Abouzeedan, Thomas Hedner, (2012) "Organization structure theories and open innovation paradigm", *World Journal of Science, Technology and Sustainable Development*, Vol. 9 Iss: 1, pp.6 – 27
- Anahita Baregheh, Jennifer Rowley, Sally Sambrook, Daffyd Davies, (2012) "Innovation in food sector SMEs", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 19 Iss: 2, pp.300 – 321
- Andrea Filippetti, (2011) "Innovation modes and design as a source of innovation: a firm-level analysis", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 14 Iss: 1, pp.5 – 26
- APEC (2006), "A Research on the Innovation Promoting Policy for SMEs in APEC" Survey and Case Studies", Desember, APEC SME Innovation Center, Korea Technology and Information Promotion Agency for SMEs, Seoul.
- Arturo Vega, David Brown, Mike Chiasson, (2012) "Open innovation and SMEs: Exploring policy and the scope for improvements in university-based public programmes through a multidisciplinary lens", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 18 Iss: 4, pp.457 – 476
- Aviv Shoham, Gregory M. Rose, Fredric Kropp, (2005) "Market orientation and performance: a meta-analysis", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 23 Iss: 5, pp.435 - 454
- Bettina von Stamm, (2009) "Leadership for innovation: what you can do to create a culture conducive to innovation", *Strategic Direction*, Vol. 25 Iss: 6, pp.13 - 15
- Camarero Carmen, Garrido María José, (2008) "The role of technological and organizational innovation in the relation between market orientation and performance in cultural

- organizations", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 11 Iss: 3, pp.413 – 434
- Daniel I. Prajogo, Amrik S. Sohal, (2003), "The relationship between TQM practices, quality performance, and innovation performance: An empirical examination", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 20 Iss: 8 pp. 901 – 918
- Daniel Jiménez-Jimenez, Raquel Sanz Valle, Miguel Hernandez-Espallardo, (2008), "Fostering innovation: The role of market orientation and organizational learning", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 11 Iss: 3 pp. 389 – 412
- Darryn Mitussis, (2010) "SME innovation in Zhejiang, China: Potential constraints to development of widespread innovation", *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, Vol. 2 Iss: 1, pp.89 – 105
- Djamaludin Ancok. 2012. *Psikologi Kepemimpinan dan Inovasi*. Jakarta : Erlangga.
- Graham Beaver, Christopher Prince, (2002) "Innovation, entrepreneurship and competitive advantage in the entrepreneurial venture", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 9 Iss: 1, pp.28 – 37
- Halit Keskin, (2006) "Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 9 Iss: 4, pp.396 – 417
- Ilker Murat Ar, Birdogan Baki, (2011) "Antecedents and performance impacts of product versus process innovation: Empirical evidence from SMEs located in Turkish science and technology parks", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 14 Iss: 2, pp.172 – 206
- Indonesian Institute of Sciences LIPI, 2011, *Study on the Status of Science and Technology in*
- Jean-Philippe Deschamps, (2005) "Different leadership skills for different innovation strategies", *Strategy & Leadership*, Vol. 33 Iss: 5, pp.31 – 38
- Jesús Cambra-Fierro, Juan Florin, Lourdes Perez, Jeryl Whitelock, (2011) "Inter-firm market orientation as antecedent of knowledge transfer, innovation and value creation in networks", *Management Decision*, Vol. 49 Iss: 3, pp.444 – 467
- Jing Zhang, Yanling Duan, (2010) "The impact of different types of market orientation on product innovation performance: Evidence from Chinese manufacturers", *Management Decision*, Vol. 48 Iss: 6, pp.849 - 867
- John Kissi, Andrew Dainty, Anita Liu, (2012) "Examining middle managers' influence on innovation in construction professional services firms: A tale of three innovations", *Construction Innovation: Information, Process, Management*, Vol. 12 Iss: 1, pp.11 - 28
- José Carlos Pinho, (2008) "TQM and performance in small medium enterprises: The mediating effect of customer orientation and innovation", *International Journal of Quality & Reliability Management*, Vol. 25 Iss: 3, pp.256 – 275
- Lily Julienti Abu Bakar, Hartini Ahmad, (2010) "Assessing the relationship between firm resources and product innovation performance: A resource-based view", *Business Process Management Journal*, Vol. 16 Iss: 3, pp.420 - 435
- Liqin Ren, Deming Zeng, Koos Krabbendam, (2010) "Technological innovation progress in Central China: a survey to 42 firms", *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, Vol. 2 Iss: 2, pp.152 – 170

- Lopez-Claros, Augusto and Yasmina N. Mata. 2009. "The Innovation Capacity Index: Factors, Policies and Institutions Driving Country Innovation." In *The Innovation for Development Report 2009-2010*, ed. Lopez-Claros, Augusto
- Majalah Pusat Informasi Perkoperasian. Dewan Koperasi Indonesia. Edisi 281/Januari/Th. XXIV/2007. Available on: <http://www.majalah-pip.com/majalah/treeBuilder.php?plD=11&tID=856#>
- Maria Antikainen, Marko Mäkipää, Mikko Ahonen, (2010) "Motivating and supporting collaboration in open innovation", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13 Iss: 1, pp.100 – 119
- Maria Elmquist, Tobias Fredberg, Susanne Ollila, (2009) "Exploring the field of open innovation", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 12 Iss: 3, pp.326 – 345
- Martin Perry, Tulus Tahi Hamonangan Tambunan, (2009) "Re-visiting Indonesian cases for cluster realism", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 3 Iss: 3, pp.269 – 290
- Martti Lindman, Barbara Scozzi, Carmen Otero-Neira, (2008) "Low-tech, small- and medium-sized enterprises and the practice of new product development: An international comparison", *European Business Review*, Vol. 20 Iss: 1, pp.51 – 72
- Matthias Inauen, Andrea Schenker-Wicki, (2011) "The impact of outside-in open innovation on innovation performance", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 14 Iss: 4, pp.496 – 520
- Miguel Hernández-Espallardo, Elena Delgado-Ballester, (2009) "Product innovation in small manufacturers, market orientation and the industry's five competitive forces: Empirical evidence from Spain", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 12 Iss: 4, pp.470 – 491
- Miika Varis, Hannu Littunen, (2010) "Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 13 Iss: 2, pp.128 – 154
- Mike Chen-Ho Chao, John E. Spillan, (2010) "The journey from market orientation to firm performance: A comparative study of US and Taiwanese SMEs", *Management Research Review*, Vol. 33 Iss: 5, pp.472 – 483
- Mireille Merx-Chermin, Wim J. Nijhof, (2005), "Factors influencing knowledge creation and innovation in an organisation", *Journal of European Industrial Training*, Vol. 29 Iss: 2 pp. 135 – 147
- Mukhamad Najib, Akira Kiminami, (2011) "Innovation, cooperation and business performance: Some evidence from Indonesian small food processing cluster", *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, Vol. 1 Iss: 1, pp.75 – 96
- Panida Rujirawanich, Ramzi Addison, Clive Smallman, (2011) "The effects of cultural factors on innovation in a Thai SME", *Management Research Review*, Vol. 34 Iss: 12, pp.1264 – 1279
- Paul Humphreys, Rodney McAdam, Jonathon Leckey, (2005) "Longitudinal evaluation of innovation implementation in SMEs", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 8 Iss: 3, pp.283 - 304

- Pilar Carbonell, Ana I. Rodríguez Escudero, (2010) "The effect of market orientation on innovation speed and new product performance", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 25 Iss: 7, pp.501 – 513
- Porter, Michael and Scott Stern. 2001. "National Innovative Capacity." In *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, ed. New York: Oxford University Press.
- Raja Irfan Sabir, Raja Moazzam Sabir, (2010) "Managing technological innovation: China's strategy and challenges", *Journal of Technology Management in China*, Vol. 5 Iss: 3, pp.213 – 226
- Rifat Kamasak, Füsün Bulutlar, (2010), "The influence of knowledge sharing on innovation", *European Business Review*, Vol. 22 Iss: 3 pp. 306 – 317
- Su-Chao Chang, Ming-Shing Lee, (2008) "The linkage between knowledge accumulation capability and organizational innovation", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 12 Iss: 1, pp.3 - 20
- Sylvie Laforet, (2009) "Effects of size, market and strategic orientation on innovation in non-high-tech manufacturing SMEs", *European Journal of Marketing*, Vol. 43 Iss: 1/2, pp.188 – 212
- Sylvie Laforet, (2011) "A framework of organisational innovation and outcomes in SMEs", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 17 Iss: 4, pp.380 – 408
- Takayuki Sumita, (2008) "Intellectual assets based management for innovation: Lessons from experiences in Japan", *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 Iss: 2, pp.206 – 227
- Tomi Heimonen, (2012) "What are the factors that affect innovation in growing SMEs?", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 15 Iss: 1, pp.122 – 144
- Tor Guimaraes, (2011) "Industry clockspeed's impact on business innovation success factors", *European Journal of Innovation Management*, Vol. 14 Iss: 3, pp.322 – 344
- Tulus Tambunan, (2009) "Export-oriented small and medium industry clusters in Indonesia", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 3 Iss: 1, pp.25 – 58
- Tulus Tambunan, (2011) "Development of small and medium enterprises in a developing country: The Indonesian case", *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, Vol. 5 Iss: 1, pp.68 – 82
- Víctor J. García-Morales, Francisco J. Llorens-Montes, Antonio J. Verdú-Jover, (2006), "Antecedents and consequences of organizational innovation and organizational learning in entrepreneurship", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 106 Iss: 1 pp. 21 – 42
- Xie, W., Li-Hua, R. (2009), "What will make China an innovation-oriented country?", *Journal of Knowledge-based Innovation in China*, Vol. 1 No.1, pp.8-15.
- Yi-Ying Chang, Mathew Hughes, Sabine Hotho, (2011) "Internal and external antecedents of SMEs' innovation ambidexterity outcomes", *Management Decision*, Vol. 49 Iss: 10, pp.1658 – 1676
- Yu-Lin Wang, Yau-De Wang, Ruey-Yun Horng, (2010) "Learning and innovation in small and medium enterprises", *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 110 Iss: 2, pp.175 – 192