

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis ekonomi global yang melanda dunia membawa dampak yang negatif terhadap negara-negara diseluruh dunia. Tetapi Indonesia masih dapat bertahan dalam terpaan badai krisis global, itu dikarenakan Indonesia tidak bergantung dengan perekonomian Internasional serta masih banyaknya sektor UKM yang notabene sudah teruji kuat menghadapi krisis moneter yang terjadi pada tahun 1998. . Kuncoro (2004) mengemukakan bahwa UKM terbukti tahan terhadap krisis dan mampu *survive* karena, pertama, tidak memiliki utang luar negeri. Kedua, tidak banyak utang ke perbankan karena mereka dianggap *unbankable*. Ketiga, menggunakan input lokal. Keempat, berorientasi ekspor. Sumbangan UKM terhadap penyerapan tenaga kerja di Indonesia sekitar 96%.

Usaha mikro kecil dan menengah yang secara kualitas dapat terhambat pertumbuhannya oleh beberapa masalah dalam hal kinerja. Penurunan pada kinerja dapat disebabkan oleh permasalahan pada kelemahan untuk merespon pasar. Kinerja melibatkan peranan yang penting dalam mengetahui kondisi suatu usaha, maka diperlukan pemahaman yang lebih baik akan pentingnya apa yang diminati oleh pasar agar dapat terciptanya nilai yang layak serta nilai yang diciptakan agar mampu bersaing dengan para pesaing pesaing lainnya. Walaupun UMKM memiliki kemampuan untuk mengumpulkan sumber daya yang berharga, itu tidak menjamin akan tercapainya keunggulan kompetitif dipasar yang bergejolak. Hal ini dikarenakan

kemampuan untuk mengenali peluang dan nilai penting dipasar yang cepat berubah, keunggulan kompetitif dibuat dari cara UMKM secara efektif bagaimana mengeksploitasi sumber daya (Utama, 2018).

Menurut Knight (2000) dengan sumber daya yang secara relatif masih terbatas dan kurangnya kapabilitas UMKM harus memiliki orientasi kewirausahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnis mereka untuk tetap unggul jika dibandingkan dengan kompetitor mereka. Agar usaha kecil dan menengah tetap mempertahankan usahanya, perlu untuk mengembangkan kemampuan pengetahuan kewirausahaan, Dalam berwirausaha ada beberapa hal yang menentukan keberhasilan tidaknya suatu usaha yang dijalankan. Yang pertama adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan telah menjadi konsep dominan dalam bidang penelitian kewirausahaan dimana mengacu pada orientasi strategis perusahaan berdasarkan pada proses dan perilaku wirausaha yang spesifik, serta menggambarkan bagaimana perusahaan menemukan dan memanfaatkan peluang baru jauh didepan para pesaing (Utama, 2018).

Pada krisis ekonomi tahun 1998, sektor UMKM memang jadi penopang ekonomi karena mayoritas belum mendapatkan akses finansial dan permodalan sehingga tidak terdampak krisis. Namun saat ini, sektor UMKM justru paling rentan atas imbas virus corona. Kajian yang dibuat oleh Kementerian Keuangan menunjukkan bahwa pandemi COVID-19 memberikan implikasi negatif bagi perekonomian domestik seperti penurunan konsumsi dan daya beli masyarakat, penurunan kinerja perusahaan, ancaman pada sektor perbankan dan keuangan, serta

eksistensi UMKM. UMKM mengalami kerugian yang tak bisa dihindarkan akibat adanya pandemi COVID-19, karena produk yang dipasarkan sepi pembeli. Namun, di era industri 4.0 yang serba digital dan modern ini, UMKM bisa mulai memanfaatkan internet untuk mendukung aktivitas perekonomian (Pakpahan, 2020).

Masalah utama UKM pada umumnya adalah minimnya modal usaha yang mereka miliki. Efeknya, para pengusaha tidak mampu meningkatkan jumlah produksinya untuk bisa mendapatkan keuntungan yang lebih banyak. Ide bisnis baru untuk tujuan ekspansipun sering kali harus ditinggalkan terlebih dahulu karena masalah ini. Sumber masalah utamanya sebenarnya sangatlah klasik. Mereka kerap kali kesulitan dalam hal mencari modal pembiayaan dari bank karena banyak syarat-syarat yang tidak bisa mereka penuhi.

Kewirausahaan adalah membuat sesuatu yang berbeda (*innovative*), mengerjakan sesuatu yang baru (*creative*), yang bermanfaat dan mempunyai nilai lebih (Susyanti 2018). Agar usaha kecil dan menengah tetap mempertahankan usahanya, perlu untuk mengembangkan kemampuan pengetahuan kewirausahaan. Dalam berwirausaha ada beberapa hal yang menentukan keberhasilan tidaknya suatu usaha yang dijalankan. Yang pertama adalah orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan telah menjadi konsep dominan dalam bidang penelitian kewirausahaan dimana mengacu pada orientasi strategis perusahaan berdasarkan pada proses dan perilaku wirausaha yang spesifik, serta menggambarkan bagaimana perusahaan menemukan dan mem. Dalam hal meningkatkan daya saing bisnis, para pengusaha seringkali dihadapkan pada kendala ketika melakukan inovasi produknya.

Saat ini, jumlah produk UKM yang bisa menembus di kancah internasional kemungkinan masih bisa dihitung dengan jari. Penyebabnya sulitnya produk UKM bersaing di tingkat internasional adalah rendahnya daya saing produk mereka. Terlebih lagi, jika ada hubungannya dengan harga yang sudah ditawarkan, produk UKM di Indonesia juga bisa dibilang masih jauh dari kualitas internasional. Cara mengatasinya adalah dengan meningkatkan daya saing produk. Jadi, para pelaku UKM harus bisa lebih kreatif dan inovatif dalam memproduksi produk barangnya. Agar produk bisa dilihat banyak, maka Anda harus bisa menawarkan produk Anda secara lebih inovatif lagi dengan cara menerapkan berbagai formula bisnis atau cara produksi yang berbeda. Kemudian harus mampu membuka diri lebih jauh lagi dan bisa bergabung dengan berbagai pelatihan yang biasa diselenggarakan oleh berbagai instansi.

Disisi lain juga harus mampu lebih aktif dalam menganalisa berbagai produk kompetitor yang sesuai Karena hal ini sangat penting untuk bisa menganalisa harga, tren bisnis, serta ide inovatif lain yang bisa diterapkan dalam produk. Banyak pelaku UMKM jalan di tempat dalam mengembangkan usahanya karena minimnya inovasi. Akhirnya banyak usaha yang hanya bertahan selama 1-2 tahun, kemudian bangkrut karena produk atau jasa yang ditawarkan tidak kuat atau kalah bersaing.

Banyak pelaku UMKM di Indonesia yang hanya menjalankan bisnis berdasarkan ikut-ikutan tanpa melihat potensi diri yang dimilikinya. Tidak mengherankan jika produk UMKM lokal yang berhasil menembus pasar internasional terbilang masih sedikit. Pelaku UMKM diharapkan mampu untuk berpikir kritis sekaligus inovatif

dalam memproduksi barang dan jasa. Meski barang yang ditawarkan sejenis, tetapi jika masing-masing memiliki perbedaan yang signifikan membuat konsumen mempunyai banyak pilihan.

Kota Jambi terletak di bagian barat cekungan Sumatera Bagian Selatan yang dinamakan subcekungan Jambi. Dari topografinya Kota Jambi relatif datar dengan ketinggian 0-60 m di atas permukaan laut. Luas wilayah administratif Kota Jambi adalah 205,38 km². Mata pencaharian utama adalah bertani dan berdagang. Luas wilayah Kecamatan Pelayangan adalah 15,29 Km dengan kepadatan penduduk 862 orang/Km² dan terdiri dari 6 Kelurahan (Octavia dkk, 2018). Kota Jambi salah satu kota yang ada di provinsi jambi, kota dengan jumlah penduduk paling banyak di provinsi Jambi, kota jambi memiliki 11 kecamatan yakni kecamatan alam barajo, kecamatan telanaipura, kecamatan jelutung, kecamatan kota baru, kecamatan danau sipin, kecamatan jambi selatan, kecamatan jambi timur, kecamatan danau teluk, kecamatan paal merah, kecamatan pasar jambi dan kecamatan pelayangan.

Minuman merupakan segala sesuatu yang dikonsumsi yang dapat menghilangkan rasa haus atau dahaga juga mempunyai efek menguntungkan terhadap kesehatan (Winarti, 2006). Minuman umumnya tidak berwarna akan tetapi dengan adanya inovasi pada produk ditambah lagi dengan berbagai rasa pada minuman akan menjadi daya tarik tersendiri bagi para konsumen. Pemilik usaha harus melakukan inovasi pada produk agar bisa mencapai keberhasilan usaha pada produk tersebut. Saya tertarik melakukan penelitian ini karena saya melihat di kota jambi ini sudah banyak sekali yang menjual produk minuman kekinian bahkan dengan jarak yang

berdekatan. Seiring dengan perkembangan jaman, perkembangan dunia bisnispun berubah. Konsumen dapat merasa bosan akan bisnis yang monoton tanpa kreasi. Strategi yang harus dilakukan oleh pelaku bisnis adalah dengan berinovasi, baik dari segi pelayanan maupun produk yang ada. Inovasi memberikan warna tersendiri dalam suatu bisnis untuk menarik konsumen (Wahyuni, 2017). Adanya inovasi dalam suatu bisnis dapat memperpanjang umur suatu usaha (going concern). Selain itu dapat memberikan keuntungan yang lebih, dimana keuntungan adalah tujuan utama dalam dunia bisnis, terutama bagi pemilik bisnis baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang besarnya telah ditetapkan sesuai target dan batas waktu (Ali, 2014).

Berdasarkan observasi langsung ke berbagai daerah kecamatan di Kota Jambi yaitu (kecamatan kecamatan alam barajo, kecamatan telanaipura, kecamatan jelutung, kecamatan kota baru dan kecamatan danau sipin) dimana terdapat 106 usaha minuman kekinian dan peneliti melakukan pra survey kepada 106 responden usaha minuman kekinian yang hasilnya dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 1.1
Hasil Pra Survei

No	Pertanyaan	Iya	Tidak	Presentase (%)		Total
				Iya	Tidak	
1	Apakah anda orang yang suka mengambil resiko dalam bisnis?	94	12	88,7%	11,3%	100%
2	Apakah anda orang yang menerapkan strategi dalam berbisnis?	95	11	89,6%	10,4%	100%
3	Apakah anda pro aktif dalam menghadapi persaingan?	88	18	83%	17%	100%
4	Apakah anda sering menambah produk/rasa baru pada menu minuman	86	20	81,1%	18,9%	100%

	anda?					
5	Apakah anda sering melakukan perbaikan pada rasa, kemasan maupun pelayanan usaha/bisnis anda?	92	14	86,8%	13,2%	100%

Sumber: Hasil Survey Bulan Desember 2020

Hasil survey diatas dapat bisa disimpulkan bahwa:

1. Dari 120 responden, 88,7% pemilik usaha minuman dikota jambi berani mengambil resiko dalam menjalankan sebuah bisnis.
2. Dari 120 responden dikota jambi 89,6% menerapkan strategi dalam menjalankan usaha yang dimilikinya.
3. Dari 120 responden tercatat 83% pemilik usaha sangat pro aktif dalam menghadapi persaingan yang ada.
4. Dilihat dari 120 responden tercatat 81,1 % menambahkan produk dan rasa pada minuman yang dijual untuk meningkatkan persentase penjualan minumannya.
5. Hal terakhir 120 responden tercatat 86,8% sering melakukan perbaikan pada rasa, kemasan maupun pelayanan usaha dalam bisnisnya.

Berdasarkan Hasil pada survey tersebut, peneliti kemudian melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Produk Terhadap Keberhasilan Usaha Produk Minuman Ringan Thai Tea Di Kota Jambi”**.

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut, yaitu :

1. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di kota jambi?
2. Variabel manakah dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang berpengaruh paling dominan terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di kota jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keberhasilan usaha produk minuman kekinian di kota jambi secara simultan dan parsial
2. Untuk mengetahui dan menganalisis Variabel manakah dari orientasi kewirausahaan dan inovasi produk yang berpengaruh paling dominan terhadap keberhasilan usaha minuman kekinian di kota jambi

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Bagi pelaku usaha, peneliti ini memberikan tambahan informasi dan wawasan serta memberikan masukan bagi para pelaku usaha agar dapat mengembangkan usahanya.
2. Bagi peneliti, mengetahui faktor apa saja yang mendorong keberhasilan suatu usaha dan penelitian ini berguna untuk mempertajam pola pikir mengenai faktor

yang perlu ditingkatkan dalam perilaku kewirausahaan.

3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan referensi yang nantinya dapat memberikan perbandingan dalam mengadakan penelitian lebih lanjut di masa yang akan datang.