

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Krisis keuangan global terjadi dua kali di Indonesia yaitu pada tahun 1997-1999 dan 2008-2009. Usaha kecil dan menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia di masa-masa sulit. Usaha kecil dan menengah (UMKM) adalah satu-satunya yang berdiri setelah krisis ekonomi tahun 1998. Karena krisis ekonomi, banyak dinamika kekuatan yang sebelumnya mapan di dunia bisnis telah bergeser. Nilai rupiah yang jatuh dan berfluktuasi terhadap dolar menyebabkan aliran kebangkrutan yang terus-menerus di antara perusahaan-perusahaan besar karena biaya bahan baku impor dan layanan pinjaman membengkak. Penurunan industri perbankan memberikan multiplier effect terhadap akses pembiayaan sektor manufaktur. Tingkat suku bunga pinjaman saat ini membuat banyak bisnis tidak mungkin tetap buka. Sebaliknya, sebagian besar UKM tidak hanya masih beroperasi, tetapi juga menunjukkan tanda-tanda pertumbuhan. (Apriandi et al., n.d.). Selanjutnya Penelitian Imam Sugema dengan judul "*Krisis Keuangan Global 2008-2009 dan Implikasinya pada Perekonomian Indonesia*" menyebutkan bahwa Indonesia memiliki pasar lokal yang cukup besar (yang tidak terlalu kecil) dan rasio ekspor terhadap PDB yang rendah (yang merupakan "keuntungan yang tidak disengaja"). Akibatnya, perekonomian kita tidak terlalu sensitif terhadap fluktuasi pasar ekspor, dan Indonesia diuntungkan oleh basis konsumen domestik yang cukup besar. Oleh karena itu, resesi di seluruh dunia akan memiliki efek minimal. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) telah lama memegang tempat bergengsi di dunia bisnis karena banyak fungsi vital yang mereka lakukan untuk perekonomian.

Pada era pandemi covid 19 perekonomian Indonesia juga mengalami penurunan, hal ini tentunya berdampak pada pariwisata, industri dan perdagangan termasuk Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Menurut laporan *Organization for Economic Cooperation and Development* terjadi penurunan pada

permintaan dan penawaran karena UMKM sering terhubung langsung dengan sektor-sektor yang berdampak signifikan oleh pandemi covid 19. Walaupun mengalami penurunan UMKM mampu bertahan dengan melakukan perubahan strategi dari lingkungan yang tidak pasti pada masa pademi Covid 19. (Faizi et al., 2022)

Informasi dari Kementerian Koperasi dan UKM menyebutkan bahwa saat ini terdapat 64,2 juta UMKM di Indonesia yang memberikan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Demikian menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia sangat penting bagi perekonomian negara karena mereka menyumbang 97% dari semua pekerjaan dan dapat menarik sebanyak 60,4% dari semua investasi (Aprilia et al., 2022). Hal tersebut dikuatkan dalam UUD 1945 pada pasal 33 ayat 4 “*UMKM merupakan bagian dari perekonomian nasional yang berwawasan kemandirian dan memiliki potensi besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. UMKM memiliki peran yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi negara.*”

Beberapa masalah kinerja dapat menurunkan kualitas UMKM. Permasalahan berupa inefisiensi dalam merespon pasar secara cepat dan tepat menyebabkan penurunan kinerja. Karena kinerja memainkan peran yang sangat penting dalam mengukur kesehatan perusahaan, sangat penting untuk memiliki pemahaman yang kuat tentang topik tersebut agar dapat mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan lebih baik dan membangun bisnis yang dapat berhasil di pasar yang kompetitif saat ini. Walaupun suatu usaha mampu mengumpulkan sumber daya yang banyak dan berkualitas namun tidak menjamin bersaing, karena para pengusaha seringkali kesulitan dalam menentukan strategi bisnis yang tepat. Banyak pelaku usaha yang stagnan dalam mengembangkan usahanya karena minimnya pengetahuan tentang menyusun strategi usaha yang baik. Akhirnya, banyak perusahaan yang hampir tidak bertahan selama satu atau dua tahun sebelum bangkrut karena produk mereka tidak dapat bersaing di pasar, manajemen keuangan yang tidak tersusun dengan baik serta kurang memahami

target pasar yang tepat. Apalagi kebanyakan pelaku usaha di Indonesia membuka usaha karena ikut-ikutan tanpa melihat potensi diri yang dimiliki. Harapannya pelaku mampu berpikir secara kritis, memiliki daya saing yang tinggi, berani mengambil resiko, dan senantiasa inovatif dalam memproduksi barang dan jasa serta senantiasa meningkatkan pengetahuan melalui berbagai pelatihan yang diadakan instansi serta aktif untuk menganalisa masalah yang akan datang dalam menghadapi kompetitor.

Makanan cepat saji merupakan salah satu industri yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia. Mencermati kegiatan usaha kuliner makanan cepat saji yang berpeluang besar maka akan banyak muncul kompetitor baru yang ingin unggul di pasar. Pelaku usaha perlu meningkatkan kemampuan sebagai upaya mencukupi keinginan dan kebutuhan pembeli dalam rangka mempertahankan keberlangsungan usaha. Salah satu makanan cepat saji yang populer adalah dimsum. Dimsum memiliki bentuk yang unik dengan panduan bumbu yang memiliki ciri khas membuat produk ini digemari oleh semua kalangan sebagai makanan populer. Dimsum dulu hanya ditemukan di restoran kelas atas, namun saat ini dapat ditemukan di mana saja mulai dari kios pinggir jalan hingga bar dan gerobak kaki lima. Dimsum telah muncul dalam beberapa tahun terakhir sebagai makanan pokok dalam kehidupan sehari-hari, baik di lingkungan pinggiran kota maupun di kota metropolitan yang ramai.

Ayam, udang, dan ikan adalah bahan utama dimsum yang kemudian dimasak dengan racikan bumbu yang unik. Dimsum yang baik disiapkan di lingkungan yang bersih tanpa menggunakan perasa, pewarna, atau pengawet buatan. Kecap asin dan sambal di samping, dengan dim sum. Dimsum sangat cocok sebagai makanan ringan untuk dibagikan dengan orang tersayang atau sebagai bagian dari makanan yang lebih besar untuk memperingati peristiwa penting seperti pernikahan, hari jadi, dan ulang tahun.

Terletak di bagian barat cekungan Sumatra bagian selatan, sub-cekungan Jambi adalah tempat Anda akan menemukan kota Jambi. Dari segi ketinggian, Kota

Jambi hanya 0-60 meter di atas permukaan laut. Di dalam wilayah administratif Jambi seluas 205,38 km² terdapat Kabupaten Kota Baru, Jambi Selatan, Jelutung, Pasar Jambi, Telai Pura, Danau Teluk, Serpong, dan Jambi Timur.. Mata pencarian utama adalah Perdagangan, Rumah Makan dan jasa Akomodasi sebesar 34,52% (Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (BAPPEDA) Pemerintah Kota Jambi, 2012).

Menurut data dari BPS Provinsi Jambi jumlah usaha berdasarkan klasifikasi Industri pada Industri mikro dan kecil, sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Klasifikasi - Klasifikasi Industri Mikro dan Kecil Provinsi Jambi

Klasifikasi Industri	Perusahaan
Makanan	9.403
Minuman	1.277
Tekstil	220
Pakaian Jadi	4.932
Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	27
Kayu, Gabus (Tidak termasuk furniture) dan Anyaman dari Bambu, Rotan dsj	2.726
Pencetakan dan Reproduksi Media Rekaman	255
Bahan Kimia dan Barang dari Bahan kimia	1.866
Farmasi, Produk Obat Kimia dan Obat Tradisional	58
Karet, Barang dari Karet dan Plastik	238
Barang Galian Bukan Logam	1.955
Barang Logam, Bukan Mesin dan Peralatannya	1.552
Peralatan listrik	9
Mesin dan Perlengkapan YTDL	11
Kendaraan Bermotor, Trailer dan Semi Trailer	56
Alat Angkutan Lainnya	94
Furniture	734
Pengolahan Lainnya	371
Jasa Reparasi dan Pemasangan Mesin dan Peralatan	274
Jumlah/Total	26.058

Sumber: Provinsi Jambi Dalam Angka 2022

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa usaha kuliner yang bergerak di bidang industri makanan menjadi urutan pertama terbanyak di provinsi jambi yaitu 9.403 UMKM. Kemudian, dari 11 kabupaten atau kota yang ada di Provinsi Jambi, Kota jambi mampu menyerap 10.538 tenaga kerja dari 4.960 UMKM dan usaha di bidang kuliner juga menjadi pilihan utama pelaku usaha yang ada di Kota Jambi, yaitu sebanyak 10.332 UMKM mampu menyerap tenaga kerja sebesar 18.508. (Pramita Sari, 2022)

Sesuai dengan masalah yang dijelaskan pada latar belakang, sehingga penulis mempunyai ketertarikan untuk bisa meneliti pelaku usaha dimsum di Kota Jambi. Penulis sebagai pelaku usaha dimsum mengalami kesulitan dalam meningkatkan kinerja usaha untuk bersaing karena jumlah pelaku usaha dimsum yang semakin bertambah dengan menu produk yang sama. Hal tersebut juga dikuatkan dengan survei awal yang diambil pada tanggal 24 Oktober 2022 terhadap lima pelaku usaha dimsum di Kota Jambi dan menemukan bahwa adanya perbedaan pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi usaha terhadap keberhasilan usaha sehingga penulis tertarik untuk meneliti lebih lanjut. Kemudian belum ada penelitian terkait variabel berupa orientasi kewirausahaan, strategi usaha, dan keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi sehingga menjadi studi kasus baru yang menarik untuk diteliti.

Maka peneliti melakukan penelitian dengan judul ***“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Usaha Terhadap Keberhasilan Usaha Kuliner Dimsum di Kota Jambi”***

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi?
2. Bagaimana pengaruh strategi usaha terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi?
3. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi usaha terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi?
4. Variabel manakah dari orientasi kewirausahaan dan strategi usaha yang berpengaruh dominan terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi?

1.3 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi usaha terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi secara simultan dan parsial?
2. Untuk menjelaskan dan mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keberhasilan usaha kuliner dimsum di Kota Jambi?

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam melakukan penelitian ini adalah :

1. Bagi pelaku usaha, Peneliti ini membantu pelaku bisnis dalam mengembangkan beroperasinya usaha mereka dengan menyediakan data tambahan, wawasan, dan saran.
2. Bagi peneliti, mengetahui apa yang membuat bisnis sukses adalah penting, dan penelitian ini dapat membantu mempertajam perspektif tentang bidang perilaku kewirausahaan yang dapat menggunakan beberapa upaya.
3. Bagi peneliti selanjutnya, sebagai referensi untuk penelitian masa depan yang dapat berfungsi sebagai tolok ukur kemajuan yang dapat diukur.