

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi. Untuk mendorong penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi, sektor UMKM sangat bergantung pada mobilitasnya. UMKM dapat menciptakan lapangan kerja lebih cepat daripada perusahaan besar. Meskipun kontribusinya kecil dibandingkan perusahaan besar, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menjadi penyokong devisa negara. UMKM tidak hanya terdiversifikasi, tetapi juga berkontribusi signifikan terhadap perdagangan dan ekspor. Usaha kecil dan menengah (UKM) menjadi semakin penting bagi perekonomian Indonesia (Arisah et al., 2021).

Memahami cara kerja usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Alasannya sederhana, karena usaha ini merupakan tulang punggung ekonomi rakyat, sebuah inisiatif untuk memerangi kesenjangan ekonomi, dan menyediakan lapangan kerja bagi semua (Wusko & Nizar, 2017).

Tabel 1. 1 Perkembangan Data UMKM Di Indonesia Tahun 2016 - 2022

Tahun	Jumlah UMKM (Unit)
2016	57.895.721
2017	57.895.721
2018	59.262.772
2019	61.651.177
2020	62.922.617
2021	64.194.057
2022	65.465.497

Sumber : Kementrian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, 2020.

Dari tahun 2016 hingga 2022, data menunjukkan bahwa UMKM di Indonesia mengalami lonjakan pertumbuhan. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia sedang meningkat, dan mereka sangat tahan terhadap kemerosotan ekonomi.

Peningkatan jumlah UMKM dapat berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia yang menganggur. Saat ini, Indonesia memiliki populasi usaha kecil dan menengah yang terus bertambah setiap tahunnya (Kabar UMKM, 2016). Upaya tulus pemerintah untuk meningkatkan kinerja UMKM ditunjukkan dengan pemberian pinjaman lunak kepada para pengusaha, yang memungkinkan mereka untuk memperluas kapasitas mereka dalam peningkatan kinerja. UMKM tertentu terus menunjukkan sejumlah kerentanan eksternal, seperti kapasitas yang buruk untuk menanggapi dampak lingkungan taktis.

Evolusi usaha kecil dijelaskan oleh pandangan kuno dan kontemporer. Menurut kebijaksanaan konvensional, perusahaan kecil akan memainkan peran yang lebih kecil dalam perekonomian jika ada dorongan untuk bertransformasi menjadi negara industri yang mendorong pembentukan perusahaan-perusahaan besar karena kontribusi PDB mereka yang signifikan (Tambunan, 2008). Artinya, ketika perekonomian suatu negara tumbuh dan perusahaan-perusahaan besar mengambil alih posisi usaha kecil, fungsi usaha kecil akan semakin terabaikan (Endrik Andika, 2019). Karena sebagian besar usaha kecil hanya membuat satu jenis produk, Tambunan (2008) berpendapat bahwa spesialisasi produksi yang fleksibel sangat penting bagi pertumbuhan dan kelangsungan hidup mereka (Berry & Mazumdar, 1991). Kemampuan suatu negara untuk mendiversifikasi ekonominya agar tidak bergantung pada satu sektor saja didasarkan pada teori modern, yang menyatakan bahwa usaha kecil dapat membantu menyeimbangkan usaha yang lebih besar.

Siapa pun yang terlibat dalam penciptaan atau perluasan usaha kecil setidaknya harus memiliki pola pikir kewirausahaan. Tidak puas hanya mengubah bisnis menjadi sarana penghidupan, tetapi seseorang dengan ambisi untuk mencapai hal-hal besar, keberanian untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, dan imajinasi untuk memanfaatkan sumber daya saat ini secara bermakna (Hubeis, 2009).

Rosid (2010) menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal menjadi penyebab utama permasalahan UMKM di Indonesia. Faktor internal meliputi hal-hal seperti kurangnya modal, kurangnya sumber daya manusia (SDM), jaringan usaha yang lemah, dan ketidakmampuan untuk menembus pasar usaha kecil. Faktor eksternal meliputi hal-hal seperti regulasi, kurangnya sarana dan prasarana, produk yang tidak tahan lama, dan terbatasnya akses pasar.

Secara umum, usaha mikro dan kecil menghadapi berbagai tantangan internal dan eksternal (Parulian, 2018). Faktor internal dan eksternal sama-sama merugikan usaha kecil. Faktor-faktor tersebut meliputi: (1) lingkungan yang kurang bersahabat sehingga tidak memungkinkan usaha kecil untuk mencapai potensinya secara penuh; (2) sarana dan prasarana yang kurang memadai bagi pelaku usaha yang fokus pada pengembangan usaha kecil; (3) keterampilan wirausahawan yang belum dimanfaatkan secara optimal; (4) kurangnya dukungan sikap profesional dalam berwirausaha dalam budaya masyarakat; dan (5) terbatasnya akses terhadap sumber daya, khususnya sumber daya finansial. Hal ini sangat memengaruhi keberhasilan perusahaan dan rencananya.

Data Badan Pusat Statistik (BPS: 2019) menunjukkan bahwa meskipun jumlah unit usahanya tinggi (99%), UMKM hanya mampu menyumbang kurang dari 10% dari total produksi usaha nasional. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara kinerja dan produksi usaha besar dan UMKM. Sangat mungkin bahwa produktivitas dan kinerja UMKM yang buruk disebabkan oleh kurangnya jiwa kewirausahaan dan peran manajer yang tidak memadai dalam menjalankan perusahaan mereka dalam iklim bisnis yang berkembang pesat saat ini.

Dua hal yang harus menjadi fokus UMKM jika ingin meningkatkan kinerja bisnisnya adalah strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan. Bisnis bergantung pada berbagai kompetensi untuk tumbuh menjadi perusahaan berkinerja tinggi. Di sini, dua keterampilan yakni pola pikir kewirausahaan dan kejelian melihat pasar dan kaitannya dengan keberhasilan menjadi hal yang penting. Dua hal yang harus menjadi fokus UMKM jika ingin meningkatkan kinerja bisnisnya adalah strategi bisnis dan orientasi kewirausahaan.

Kemampuan untuk berkreasi dan berinovasi yang dikenal sebagai orientasi kewirausahaan berfungsi sebagai landasan, panduan, dan sumber daya ketika mencari peluang untuk berhasil.

Keberhasilan bisnis tidak hanya mengutamakan keuntungan tunai, tetapi keuntungan nonfinansial khususnya perlu dipertimbangkan. Terkait dengan keyakinan yang dianut oleh Indriartiningtyas (2009), kinerja organisasi atau bisnis dievaluasi berdasarkan bagaimana ia berperilaku ketika bersaing dengan organisasi lain dalam industri yang sama, dengan mempertimbangkan metrik keuangan dan nonfinansial. Peningkatan pangsa pasar, kepuasan konsumen, loyalitas pasar, dan kepercayaan pelaku usaha kecil adalah contoh kinerja nonfinansial (Zulkiffli dan Perera, 2009). Pelaksanaan faktor-faktor seperti pendekatan kewirausahaan dan orientasi pasar yang tepat akan menghasilkan hasil bisnis yang sukses. Salah satu cara agar bisnis dapat meningkatkan kinerja dan menjadi lebih kompetitif adalah dengan mengadopsi pola pikir kewirausahaan. Mengambil risiko, menjadi kreatif, dan bersikap proaktif merupakan bagian dari orientasi kewirausahaan dalam suatu bisnis. UMKM terus-menerus harus beradaptasi dengan berbagai perubahan dalam lingkungan bisnis, pasar, lingkungan, dan ekonomi. Akibatnya, para pelaku bisnis harus bertindak cepat untuk menetapkan kebijakan yang akan memungkinkan mereka untuk terus mengikuti perkembangan di seluruh dunia (Suparyanto dan Rosad 2015, 2020). Khususnya untuk usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), keberhasilan didorong oleh kombinasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan dianggap sebagai bentuk seni yang melibatkan pengenalan kemungkinan dan kesulitan serta inovasi produk dengan mengambil risiko yang diperhitungkan dalam pengambilan keputusan (Mahfud, 2018).

Orientasi bisnis yang dikenal sebagai entrepreneurial orientation didasarkan pada gagasan untuk menemukan dan memanfaatkan peluang. Perusahaan yang sangat berjiwa kewirausahaan akan lebih cenderung mengambil risiko dan tidak hanya berpegang pada taktik yang sudah terbukti berhasil. Jelas bahwa memiliki pola pikir kewirausahaan sangat penting bagi bisnis untuk bertahan hidup di dunia yang dinamis.

Melalui inisiatif pemasaran, orientasi kewirausahaan akan memengaruhi keberhasilan perusahaan. Ketiga elemennya adalah inovatif, proaktif, dan pengambilan risiko (Kajalo & Lindblom, 2015). Mengambil risiko berarti cukup berani untuk menginvestasikan sumber daya yang substansial untuk inisiatif perusahaan dalam iklim yang tidak pasti, sementara tidak mengetahui apa hasilnya. Memperkenalkan produk dan layanan baru untuk memenuhi persaingan dan mengantisipasi permintaan di masa mendatang merupakan contoh pola pikir proaktif yang mencari kemungkinan dan melihat ke depan. Kreativitas dan eksperimen yang mengarah pada kepemimpinan teknologi melalui R&D dan peluncuran barang dan layanan baru menjadi ciri pola pikir inovatif.

Pengambilan keputusan yang berisiko merupakan bagian integral dari kewirausahaan. Manajer bereaksi secara normatif terhadap risiko saat membuat keputusan, dan pengambilan risiko harus mengarah pada pilihan yang dipikirkan dengan matang. Pengambilan risiko sangat penting untuk inovasi. Konsep otonomi dan agresivitas kompetitif diperkenalkan oleh Lumpkin & Dess (1996) sebagai dimensi tambahan dari orientasi kewirausahaan. Otonomi kewirausahaan kontras dengan agresivitas kompetitif, yang dicirikan oleh upaya kuat perusahaan untuk mengalahkan pesaing dan ditunjukkan oleh reaksi agresif terhadap ancaman kompetitif.

Market Orientation merupakan aspek lain yang memengaruhi kinerja bisnis selain orientasi kewirausahaan. Ketika suatu bisnis memprioritaskan keuntungan jangka panjang dan tuntutan pelanggan daripada keuntungan jangka pendek, maka bisnis tersebut dikatakan berorientasi pasar (Becherer, Halstead, & Hayness, 20019). Pelanggan, pesaing, dan kerja sama antarfungsi semuanya termasuk dalam pengertian orientasi pasar. Semua upaya yang dilakukan untuk mengumpulkan data tentang konsumen di pasar sasaran termasuk dalam orientasi pelanggan (Suparyanto dan Rosad, 2015, 2020). Kemampuan untuk mengembangkan dan mengimplementasikan konsepsi produk, harga, pemasaran, dan distribusi barang dan jasa berkorelasi dengan orientasi pasar (Mahfud, 2018). Market Orientation merupakan cara berpikir tentang pengoperasian perusahaan yang akan menguntungkan klien. Suatu perusahaan perlu berinovasi dalam semua aspek operasinya, mulai dari

manajemen harian hingga gaya kepemimpinan dalam perusahaan. Perusahaan akan lebih mampu bersaing dengan para pesaingnya jika mereka mampu mencapai hal ini. Hal ini sesuai dengan pernyataan Kuncoro (2006) bahwa UMKM Indonesia masih menunjukkan tingkat kewirausahaan dan orientasi pasar yang rendah jika dibandingkan dengan negara lain. Fitur-fitur tersebut dapat ditentukan oleh sejumlah karakteristik pribadi pengusaha atau oleh kendala atau ukuran yang melekat pada tahap awal pengembangan bisnis.

Tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM di Indonesia dapat bersumber dari kurangnya sumber daya, seperti modal, waktu, keahlian, dan pengalaman (Setiawan, 2013).

Pengusaha yang berorientasi pasar dan berorientasi kewirausahaan yang tinggi dikenal karena keberaniannya, kemauan untuk mengambil risiko yang diperhitungkan, dan daya cipta dalam mengelola perusahaannya. Kemampuan ini akan meningkatkan kinerja UMKM. Dari sudut pandang individu, UMKM sering kali berjuang dengan kurangnya ketajaman bisnis, keberanian, dan daya cipta dalam operasi.

Dalam hal ini, kinerja pelaku usaha atau UMKM sangat dibantu oleh orientasi pasar dan kewirausahaan. Sirgar dan Lubis (2017) menyatakan bahwa kinerja adalah sejauh mana suatu organisasi berhasil mencapai tujuannya.

Tabel 1. 2 Jumlah Data UMKM Provinsi Jambi Tahun 2020 - 2022

Wilayah (Kab/Kota)	Jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah							
	Mikro		Kecil		Menengah		Jumlah	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
KERINCI	11187	6753	1088	646	125	69	12400	7468
MERANGIN	4250	5416	693	692	13	13	4956	6121
SAROLANGUN	3217	2510	478	107	10	10	3705	2627
BATANGHARI	12427	17466	344	138	25	7	12796	17611
MUARO JAMBI	41645	41234	459	-	1	-	42105	41234
TANJUNG JABUNG TIMUR	7342	7650	1048	1048	-	-	8390	8698
TANJUNG JABUNG BARAT	17658	17658	1135	1135	253	253	19046	19046
TEBO	1268	8370	-	-	-	-	1268	8370
BUNGO	2216	11027	881	1172	290	290	3387	12489
KOTA JAMBI	44307	46912	3506	3835	-	-	47813	50747
KOTA SUNGAI PENUH	6856	6856	1076	1076	1699	1699	9631	9631
PROVINSI JAMBI	152373	171852	10708	9849	2416	2341	165497	184042

Sumber : (BPS, 2022)

Menurut statistik pertumbuhan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Jambi dari tahun 2020 hingga 2022, semua

perkembangan tersebut sangat berhasil, dan jumlah UMKM di provinsi ini diproyeksikan akan terus meningkat hingga tahun 2022. Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Provinsi Jambi menerima dana khusus dari pemerintah provinsi untuk membantu mereka berkembang dan mempekerjakan lebih banyak orang. Beberapa skema yang diusulkan adalah bantuan modal melalui kredit usaha rakyat atau kredit ultra mikro (Hanapi, 2019).

Tabel 1. 3 Jumlah Data UMKM Di Kecamatan kota Jambi Tahun 2022

No	Kecamatan	Jumlah UMKM
1	Telanaipura	1.144
2	Jambi Selatan	1.180
3	Jambi Timur	1.487
4	Psar Jambi	964
5	Pelayangan	648
6	Danau Teluk	670
7	Kota Baru	1.173
8	Jelutung	764
9	Alam Barajo	1.213
10	Danau Sipin	1.815
11	Paal Merah	1.489
Jumlah		12.847

Sumber : Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kota Jambi, 2022.

Berdasarkan data tersebut, UMKM Kota Jambi mengalami penurunan sejak tahun 2022. Usaha mikro, kecil, dan menengah didefinisikan sebagai badan hukum mandiri yang memenuhi standar yang ditetapkan dalam Undang-Undang (UU) No. 20 Tahun 2008. Jenis usaha yang paling banyak adalah usaha mikro. Penelitian ini difokuskan pada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi karena merupakan sektor unggulan di Provinsi Jambi yang telah meningkatkan pengelolaan sumber daya pengolahan industri. Pertama, meningkatkan produksi dan produktivitas; kedua, memperluas lini produk; ketiga, meningkatkan akses pelaku usaha terhadap sumber daya manusia; keempat, pemasaran, distribusi, dan sistem informasi; kelima, menciptakan lapangan kerja; dan keenam, meningkatkan pertumbuhan ekonomi individu akan menjadi tujuan utama inisiatif pertumbuhan dan pemberdayaan UMKM.

Dari sini, dapat disimpulkan bahwa pertanyaan tentang bagaimana

orientasi kewirausahaan dan pasar berdampak pada kinerja pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi merupakan pertanyaan penting. Berkaitan dengan permasalahan tersebut, penulis tesis berjudul ***“Pengaruh Enterpreneurial Orientation dan Market Orientation Terhadap Kinerja Bisnis Pelaku UMKM pada kawasan Kec.Telanaipura Kota Jambi”*** ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang dampak kedua perspektif tersebut terhadap keberhasilan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di wilayah Kota Jambi ini.

1.2. Rumusan Masalah

Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kecamatan Telanaipura Kota Jambi menghadapi permasalahan ini, dan didukung oleh data statistik. Berikut ini adalah beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini sesuai dengan definisi tersebut:

1. Apakah terdapat pengaruh Enterpreneurial Orientation (Orientasi Kewirausahaan) terhadap Kinerja Bisnis Pada pelaku UMKM pada Kawasan Kec.Telanaipura Kota Jambi?
2. Apakah terdapat pengaruh Market Orientation (Orientasi Pasar) terhadap Kinerja Bisnis Pada pelaku UMKM pada Kawasan Kec.Telanaipura Kota Jambi?

1.3. Tujuan Penelitian

Peneliti bermaksud untuk menjembatani kesenjangan pengetahuan tentang hubungan antara orientasi kewirausahaan, pasar, dan dampaknya terhadap kinerja usaha melalui penelitian ini. Penelitian ini bertujuan untuk memanfaatkan sejarah permasalahan dan formulasi terkini untuk mencapai hal-hal berikut:

1. Mengetahui pengaruh Enterpreneurial Orientation (Orientasi Kewirausahaan) terhadap Kinerja Bisnis Pada pelaku UMKM Kawasan kec.Telanaipura Kota Jambi.
2. Mengetahui pengaruh terdapat pengaruh Market Orientation (Orientasi Pasar) terhadap Kinerja Bisnis Pada pelaku UMKM Kawasan kec.Telanaipura Kota Jambi

1.4. Manfaat Penelitian

Di antara sekian banyak manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penulis berpendapat bahwa mahasiswa yang terdaftar dalam program kewirausahaan, khususnya Kinerja Bisnis di Jambi, dapat memperoleh manfaat dari perluasan wawasan mereka karena hal ini akan membantu mereka menerapkan apa yang telah mereka pelajari di kelas dengan lebih baik di tempat kerja.

2. Bagi Pelaku Usaha

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi para pelaku usaha di Muaro Bungo, Jambi, karena akan memperluas pemahaman kita tentang orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan kinerja perusahaan dari sudut pandang teoritis dan praktis.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mencerahkan pembaca, memperdalam pemahaman mereka tentang pengetahuan dan mengarahkan mereka ke sumber daya untuk studi tambahan.