

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Di era globalisasi ini, persaingan dalam dunia bisnis tidak dapat dihindari lagi. Persaingan di dunia usaha semakin lama semakin meningkat, salah satu langkah strategis dalam rangka mengatasi masalah ketimbangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan Usaha Kecil Menengah (UKM). UKM merupakan salah satu penggerak kehidupan ekonomi modern dan dianggap sebagai mesin pertumbuhan ekonomi dan lapangan kerja (Radas dan Bozic, 2009 dalam Heri Setiawan, 2013).

Persaingan di berbagai sektor semakin ketat, tidak hanya pesaing dari dalam negeri namun banyak tumbuh investor asing yang memasuki pasar Indonesia. Untuk dapat terus mempertahankan eksistensinya, maka UKM harus ikut bersaing. Hanya satu hal yang dapat dilakukan oleh UKM jika ingin terus eksis tanpa bersaing, yaitu dengan mencari pasar yang belum ada pesaingnya (Kim, 2010 dalam Setyawati, 2013). Namun tidaklah mudah bagi UKM untuk menciptakan pasar baru tersebut, maka jalan yang harus diambil adalah dengan bersaing. Persaingan dapat tercipta melalui strategi. Strategi dalam hal ini tercermin dalam orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Keberadaan usaha kecil menengah di Indonesia sering dihubungkan dengan masalah-masalah ekonomi dan sosial dalam negeri seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, ketimpangan distribusi pendapatan,

proses pembangunan yang tidak merata antara daerah perkotaan dan pedesaan, serta masalah urbanisasi. Dalam mengatasi masalah tersebut, pemerintah telah mengambil langkah-langkah konkrit untuk memperkuat tanggunya perekonomian nasional. Salah satu langkah strategis dalam rangka mengatasi masalah ketimpangan ekonomi dan kesenjangan sosial yang dapat dilakukan dengan mendorong dan menumbuhkembangkan UKM agar dapat berperan aktif dalam perekonomian nasional. Secara umum permasalahan utama yang dihadapi oleh UKM di Indonesia adalah masalah faktor internal dan eksternal, faktor internal yakni berkaitan dengan aspek kurangnya pemodal, sumberdaya manusia (SDM) terbatas, lemahnya jaringan usaha dan kemampuan penetrasi pasar usaha kecil, sedangkan faktor eksternal berkaitan dengan iklim usaha belum sepenuhnya kondusif, terbatasnya sarana dan prasarana, regulasi, sifat produk *lifetime* pendek, terbatasnya akses pasar (Rosid, 2010 dalam Zainal, 2014).

Berdasarkan hasil laporan Badan Pusat Statistik (BPS) dan Kementerian Koperasi dan UMKM tahun 2010, jumlah pelaku UKM merupakan pelaku ekonomi dominan yang mencapai 56,5 juta unit atau 99.80% dari seluruh pelaku ekonomi nasional yang tersebar hingga ke pelosok daerah merupakan kekuatan ekonomi sesungguhnya dalam struktur pelaku ekonomi nasional, kontribusi UKM terhadap pembentukan produk domestik bruto (PDB) menurut harga berlaku mendekati Rp 2.609,4 trilyun, ini berarti bahwa 55,56% dari PDB nasional, totalnya mencapai Rp 4.696,5 trilyun bersandar pada produktivitas UKM dan sektor UKM di Indonesia telah menyerap tenaga kerja sebanyak 90.896.270 orang, ini berarti 93.491.243 atau 97,22% pekerja nasional bekerja di sektor UKM

sehingga memberikan solusi lapangan pekerjaan. Jumlah tersebut diperkirakan akan meningkat setiap tahunnya.

Menurut data dari Dinas Perindustrian, Perdagangan, dan Koperasi (Disperindag) Kota Palembang mengatakan bahwa pertumbuhan usaha kecil menengah (UKM) di Kota Palembang selama tahun 2008 sampai tahun 2013 mencapai 4,02% atau sebanyak 31.344 unit yang bergerak di bidang perdagangan, industri pengolahan dan jasa serta sejumlah sektor lainnya. Dan pada tahun 2014 jumlah UKM di Kota Palembang mengalami peningkatan kembali sebesar 3,66% atau sebanyak 32.706 unit, sampai terakhir pada tahun 2016 jumlah UKM yang tercatat di Disperindag Kota Palembang adalah sebesar 36.101 unit. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah UKM di Kota Palembang terus mengalami peningkatan, dikarenakan mulai tumbuhnya jiwa kewirausahaan pada kebanyakan masyarakat Kota Palembang dan adanya bantuan dari Pemerintah Kota Palembang dalam hal memfasilitasi penyaluran bantuan modal dan pembinaan secara terus menerus kepada para pengusaha UKM di Kota Palembang. Hal ini dilakukan oleh pemerintah untuk mendorong pertumbuhan sektor ekonomi dan mendorong terciptanya masyarakat yang sejahtera dan mandiri secara ekonomi melalui perkembangan UKM tersebut.

Di Kota Palembang sendiri terdapat berbagai jenis atau sentra UKM yang tersebar sampai ke pelosok-pelosok Kota Palembang yang dikelola secara turun temurun dan potensial untuk dikembangkan, seperti industri makanan olahan khususnya industri kerupuk dan kemplang. Industri kerupuk dan kemplang merupakan khas Kota Palembang, dimana industri nya cukup banyak dan tersebar

di Kota Palembang, lebih tepatnya terpusat di Kecamatan Seberang Ulu 1 dan Kecamatan Seberang Ulu 2. Jumlah pengusaha kerupuk dan kemplang yang tercatat di Dinas Perindustrian, Perdagangan dan Koperasi Kota Palembang tahun 2012 sebanyak 82 unit usaha dan mampu menyerap 672 orang tenaga kerja. Industri seperti ini kebanyakan dikelola oleh perorangan secara turun temurun dari keluarga dan tenaga kerjanya juga rata-rata berasal dari keluarga sendiri atau tetangga, serta masih menerapkan sistem tradisional dalam pengolahannya sehingga masih kurang terlihat adanya inovasi dalam produk dan teknologi produksi. Pengusaha kerupuk kemplang seringkali menjual atau memasarkan produknya di pasar-pasar lokal di daerah Sumatera Selatan, apabila mereka memasarkan produknya dalam skala nasional, pengusaha kerupuk kemplang lebih memilih menggunakan merek orang lain daripada menggunakan merek sendiri. Hal seperti ini dapat menyebabkan tingkat keuntungan dan pendapatan menjadi rendah. Selain itu teknologi produksi yang digunakan dalam memproduksi kerupuk kemplang masih tergolong sederhana sehingga menyebabkan tingkat produktivitas menjadi rendah. Dan permasalahan yang paling sering dialami oleh pengusaha kerupuk kemplang adalah masalah pengeringan kerupuk kemplang itu sendiri, jika kondisi cuaca sedang musim hujan pengusaha tidak dapat memproduksi dalam jumlah yang besar, dikarenakan sebelum digoreng kerupuk atau kemplang harus dijemur terlebih dahulu.

Orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kinerja suatu usaha kecil menengah (UKM). UKM yang berorientasi pada pasar senantiasa menggunakan informasi pasar untuk memenuhi

kebutuhan konsumen pada saat ini dan dimasa mendatang. Kecepatan mengakses informasi pasar dan merespon informasi pasar terkait dengan kemampuan adaptif perusahaan (Jaworski & Kohli; 1993).UKM yang berorientasi pasar adalah perusahaan yang tindakan-tindakannya konsisten dengan konsep pemasaran. Konsisten dengan pemikiran tersebut mengimplikasikan bahwa tujuan orientasi pasar sama dengan tujuan pemasaran (Naver and Slater, 1994 dalam Sumiati, 2015). UKM yang sering menerapkan orientasi pasar dengan baik dalam usahanya seperti mengamati dan menggunakan informasi-informasi pasar untuk mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pada saat ini dan dimasa mendatang, maka akan meningkatkan kinerja UKM tersebut menjadi semakin baik. UKM yang memiliki tingkat orientasi pasar yang tinggi akan memiliki kinerja perusahaan yang tinggi. Hal ini karena UKM yang memiliki derajat orientasi pasar yang tinggi akan memiliki keunggulan kompetitif dalam hal: kualitas produk, kualitas pelayanan, inovasi produk dan biaya (Sittimalakorn and Hart, 2004 dalam Winda dan Zuwina, 2016).

UKM dengan orientasi kewirausahaan akan menjadi lebih inovatif, dimana suatu usaha memiliki kemampuan dan bersedia untuk mendukung kreatifitas, ide-ide baru, dan eksperimen yang menghasilkan produk atau jasa baru (Lumpkin & Dess, 1996 dalam Ni Made Vera Pramesti dan I Gusti Ayu Ketut Giantari, 2016). Keberhasilan manajemen dalam mengelola berbagai sumber daya yang dimilikinya diukur melalui kinerja perusahaan. Untuk itu setiap manajemen usaha kecil harus memenuhi unsur-unsur yang dapat mempengaruhi tingkat kinerja usaha. Keberhasilan dalam mengelola penjualan merupakan langkah awal menuju

kinerja perusahaan yang lebih baik, dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui penciptaan *customer value* dan *customer satisfaction*. UKM yang menerapkan orientasi kewirausahaannya dengan baik seperti berani untuk mengambil resiko yang terkait dengan usahanya, selalu melakukan inovasi, dan bersaing secara agresif dengan pesaing yang lain (proaktif), maka akan dapat secara efektif mengembangkan atau meningkatkan kinerja dan daya saing UKM itu sendiri.

Berdasarkan hasil penelitian Wiklund (1999) mengidentifikasi hubungan positif antara orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis. Menurut penelitian Vitales & Miles (2002) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan kinerja perusahaan. Menurut penelitian Etebarbarne, Geldres, dan Cruz (2010) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja bisnis. Dan menurut penelitian Li, Zhao, Tan dan Liu Yu (2001) menjelaskan orientasi kewirausahaan memoderatori hubungan antara orientasi pasar dan kinerja perusahaan pada usaha kecil di China.

Menurut penelitian Narver dan Slater (1990) mengemukakan temuan bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan. Menurut penelitian Kara (2005) mengemukakan hasil penelitiannya bahwa orientasi pasar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja. Menurut penelitian Matsuno *et al.* (1994); Greenley (1995); Shosh *et al.* (1994); Speed and Smith (1993) membuktikan bahwa adanya hubungan yang kuat antara orientasi pasar dengan kinerja perusahaan.

Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu tersebut dapat disimpulkan bahwa masih terdapat perbedaan hasil penelitian yang dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk menguji kembali pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM). Maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha Kecil Menengah (Survey pada UKM Kerupuk Kemplang di Kota Palembang)”**

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM) ?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM)?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah:

1. Orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM).
2. Orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM).

D. MANFAAT PENELITIAN

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Pemerintah

Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan khususnya pemerintah Provinsi Sumatera Selatan.

2. Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan masukan dan solusi terkait permasalahan tentang kinerja usaha kecil menengah (UKM) serta sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi, memperbaiki, dan meningkatkan kinerja usaha kecil menengah (UKM) di masa yang akan datang.

3. Peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan ide, masukan dan gambaran untuk dapat lebih meneliti pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil menengah (UKM) di masa mendatang.

E. SISTEMATIKA PENELITIAN

Penulisan skripsi ini dibagi dalam lima bab. Secara garis besar diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian terpenting dalam skripsi ini, karena bab ini berisi latar belakang masalah (topic dan fenomena), perumusan masalah, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Landasan teori yang dimaksudkan disini untuk mengemukakan *grand theory* yang berhubungan dengan topic penelitian. Bab ini juga berisi tentang uraian teori hasil penelitian yang akan diperoleh melalui buku-buku atau jurnal-jurnal ekonomi yang berkaitan dengan topik penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini akan menjelaskan secara terperinci mengenai langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam menentukan sampel, mengumpulkan data, mendefinisikan variable penelitian, dan cara menganalisis penelitian.

BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi bukti dan penjelasan mengenai hasil pengumpulan data penelitian, pengolahan data, dan

pembahasan atas masalah yang telah peneliti rumuskan serta hasil yang diperoleh selama melakukan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir dalam penelitian, pada bab ini berisikan kesimpulan pada bab-bab sebelumnya, keterbatasan penelitian dan saran untuk penelitian yang akan datang.