

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan ekonomi di Indonesia semakin membaik setelah dilanda pandemi Covid-19 hingga berdampak negatif pada penurunan jumlah pendapatan ekonomi di Indonesia. Dampak negatif dari pandemi Covid-19 ini memberikan ancaman pada sektor perekonomian Indonesia yang mengalami penurunan terutama pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Berdasarkan pada hasil data dari situs (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>) Kementerian Koperasi, UMKM pada tahun 2018, terdapat pelaku UMKM sebesar 99,99% atau sebanyak 64,2 juta dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Pelaku tenaga kerja UMKM yaitu sebesar 97% atau sebanyak 117 juta pekerja dari pelaku tenaga kerja dunia usaha.

Sementara itu kontribusi UMKM pada perekonomian nasional Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61,1%, sementara itu sisanya sebesar 38,9% dari pelaku usaha makro dengan jumlah hanya sebesar 0,01% atau sebanyak 5.550 dari jumlah pelaku usaha. UMKM tersebut di peringkat terbanyak dari jumlah pelaku usaha mikro sebesar 98,68% dengan pelaku tenaga kerja sekitar 89%. Hal tersebut tentunya memberikan kontribusi usaha mikro terhadap PDB yang hanya sekitar 37,8%. Dengan data yang sudah tertera di atas maka bisa kita lihat bahwa

potensi pertumbuhan perekonomian Indonesia sangat kuat, hal ini dilihat dari jumlah UMKM yang bergerak pada usaha mikro cukup banyak serta pelaku tenaga kerja yang sangat besar. Keberhasilan usaha kecil dan menengah (*small-medium enterprise*) memiliki kontribusi penting yang berdampak langsung terhadap perkembangan ekonomi suatu negara baik di negara maju maupun negara berkembang menurut (Munizu, 2010; Wajdi et al., 2018).

Peningkatan jumlah pendapatan ekonomi paling banyak terdapat pada sektor pariwisata yang mampu meningkatkannya sebuah trend pada masyarakat untuk lebih senang bepergian ke berbagai tempat untuk melakukan perjalanan wisata, baik wisata alam, wisata budaya maupaun wisata minat khusus. Salah satunya adalah wisata kuliner atau jajanan olahan makanan dan minuman (Isa, 2016). Kewirausahaan atau pelaku usaha merupakan seseorang yang mampu untuk menciptakan suatu bentuk tindakan usaha dari kemampuan yang dimiliki serta kesempatan peluang yang ada. Banyaknya masyarakat yang sekarang ini mulai memilih untuk membuat usaha dikarenakan beberapa faktor yang mempengaruhi diantaranya meningkatnya jumlah pengangguran, kurangnya lapangan pekerjaan sehingga peluang membuka usaha merupakan solusi yang tepat.

Dilihat dari peluang yang ada membuka usaha juga perlu memahami suatu keinginan, permintaan serta kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan saran serta masukan positif untuk menentukan strategi bisnis yang tepat untuk menciptakan suatu kepuasan bagi konsumen. Semakin

lama UMKM mengalami perkembangan kemajuan, hal tersebut dapat dilihat dari semakin banyaknya pelaku UMKM baru yang mampu menawarkan produk beraneka ragam dan inovatif, maka dari itu UMKM mampu menjadi prioritas utama dalam memenuhi kebutuhan pasar. Untuk meningkatkan minat konsumen dan mampu bersaing di pasaran maka perlu adanya inovasi dan kreatifitas dari pelaku UMKM, khususnya di bidang makanan dan minuman yang saat ini semakin banyak inovasi dan ragam makanan dan minuman yang ditawarkan. Maka dari itu pemerintah perlu mendukung para pelaku UMKM, mengingat peluang dan potensi yang dimiliki saat ini mampu membantu menyejahterakan masyarakat Indonesia (Sukriani, 2022).

Wilayah Solo Raya merupakan wilayah area wisata alam, budaya dan jajanan kuliner yang beraneka ragam, sehingga terdapat banyak berbagai jenis produk UMKM. Sepertihalnya UMKM Usaha Susu Segar yang banyak dan mudah dijumpai ditepi-tepi jalan pada sore hari hingga menjelang malam. Usaha Susu Segar yang banyak dijumpai memiliki suasana tempat yang asik sehingga kebanyakan pelanggan yang berdatangan dari kalangan mahasiswa atau kalangan anak muda yang sering dijadikan sebagai tempat untuk berkumpul, hal tersebut juga dipengaruhi oleh harga yang lebih murah dibandingkan dengan cafe.

Sekarang ini mulai banyak sekali yang sudah memulai usaha Susu Segar, sehingga membuat jumlah para pesaing pasar semakin meningkat yang dikarenakan mudahnya sumber bahan baku yang didapat di sekitar

wilayah Solo Raya seperti halnya di Boyolalai dan di Karanganyar yang banyak terdapat peternak sapi perah. Untuk itu dalam memulai usaha Susu Segar tersebut perlunya untuk menerapkan dan memahami orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan untuk mengetahui atau mengamati kondisi pasar yang sekarang ini, serta perlu menerapkan sebuah inovasi untuk bersaing dengan kompetitor dan juga perlu memperhatikan kinerja usaha sebagai bagian dalam evaluasi pada usaha Susu Segar yang nantinya akan memberikan sebuah keunggulan bagi usahanya.

Pelaku UMKM perlunya menerapkan orientasi kewirausahaan yang bertujuan untuk dapat bertahan dalam menghadapi kondisi persaingan pasar yang semakin lama akan semakin sulit. Orientasi kewirausahaan tersebut merupakan suatu kecenderungan individu yang memberikan gambaran bagi pelaku usaha untuk berinovasi, menjadi proaktif dan mulai berani dalam pengambilan sebuah keputusan untuk memulai melangkah atau mengelola suatu usaha (Lumpkin & Dess, 1996; Covin&Slevin, 1993; Cogliser et al., 2008) dalam jurnal Kesuma & Istanto, (2021). Selain orientasi kewirausahaan, orientasi pasar juga sangat dibutuhkan dalam sebuah usaha, hal tersebut mampu memberikan inspirasi terhadap pelaku usaha dalam melakukan berbagai cara inovatif untuk memberikan keunggulan produk dalam meningkatkan kinerja usaha menjadi lebih baik lagi.

Pelaku UMKM yang berorientasi pasar dan berorientasi kewirausahaan di dalam menentukan sebuah strategi untuk mulai

mengembangkan usahanya dengan mengedepankan kepuasan konsumen dan selalu menerima saran masukan dari para konsumen mengenai produk yang di tawarkan apakah sudah sesuai dengan harapan konsumen atau malah sebaliknya (Sulaeman, 2018). Orientasi pasar yang didefinisikan sebagai suatu cara perusahaan untuk meningkatkan perilaku dalam kinerja usaha serta menciptakan kinerja usaha yang unggul (Maydeu-olivares & Lado, 2003; Udriyah et al., 2019; Poerwanto et al., (2022)). Sesuai dengan penelitian yang dilakukan Margaretha & Soelaiman, (2022) bahwa orientasi pasar memiliki potensi untuk meningkatkan kesadaran manajer, praktisi, dan pembuat keputusan tentang perlunya meningkatkan kinerja organisasi.

Peran inovasi dalam meningkatkan kinerja usaha sangatlah diperlukan terutama seperti sekarang ini seiring dengan perkembangan di bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) yang semakin lama semakin maju. Inovasi merupakan suatu bagian dari proses atau penerapan gagasan yang baru sebagai sebuah mekanisme dalam usaha untuk beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Dengan adanya suatu perubahan yang terjadi di lingkungan usaha memberikan paksaan terhadap pelaku UMKM untuk mampu menciptakan sebuah gagasan, pemikiran baru, dan menawarkan produk inovatif sebagai suatu solusi untuk mempertahankan pangsa pasar usah yang dijalani dan mampu unggul dalam persaingan (Merakati et al., 2017). Bentuk dari inovasi yang

diberikan atau ditawarkan kepada konsumen tentunya konsumen tersebut akan merasakan suatu kepuasan tersendiri yang didapat.

Persaingan usaha yang seperti sekarang ini begitu ketat mengharuskan para pelaku UMKM untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk, karena tingkat keberhasilan suatu produk akan memberikan sebuah pengaruh baik terhadap kinerja usahanya. Maka dari itu solusi yang harus diambil untuk mengatasi hal tersebut yaitu dengan berinovasi membuat atau mengembangkan produk baru yang pada akhirnya akan meningkatkan daya minat beli konsumen terhadap produk yang nantinya akan berdampak pada kinerja usahanya (Putri et al., 2018). Untuk itu para pelaku UMKM juga perlu berinovasi untuk lebih meningkatkan lagi kinerja usaha yang sudah di jalankan dalam memebrikan pelayanan yang maksimal bagi semua konsumennya.

Ratundo & Sackett (2002) mendefinisikan bahwasanya kinerja usaha merupakan semua bentuk tindakan atau tingkah perilaku yang dikontrol oleh setiap individu dan mampu memberikan sebuah kontribusi bagi tercapainya suatu tujuan dari organisasi (Gusti et al., 2012). Dengan pengelolaan kinerja usaha yang baik dari setiap pelaku UMKM diharapkan mampu memberikan sebuah nilai tambah dalam pencapaian sebuah tujuan yang diinginkan.

Berdasarkan pada *research gap* dalam penelitian ini ditemukan bahwa orientasi pasar mampu meningkatkan pengetahuan para pelaku UMKM Susu Segar mengenai cara strategi pemasaran yang lebih efektif

serta memenuhi kebutuhan konsumen, orientasi kewirausahaan juga memiliki nilai tinggi terhadap masa depan produk pada segmentasi pasar yang sudah ditetapkan. Inovasi memberikan sebuah perubahan dalam pengenalan produk baru yang lebih kreatif sehingga mampu menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Kinerja usaha memberikan motivasi kepada pelaku UMKM Susu Segar selain pencapaian dalam mencapai visi, misi dan tujuan dalam suatu perencanaan strategi pada usaha juga dapat memberikan sebuah keunggulan pada konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu variabel orientasi pasar dan variabel orientasi kewirausahaan memberikan kontribusi terhadap kinerja usaha pada perencanaan strategi pemasaran produk usaha yang ingin digunakan untuk memenuhi semua kebutuhan dan keinginan konsumen.

Peran variabel inovasi terhadap kinerja usaha memberikan sebuah dorongan mengenai terciptanya produk-produk baru yang beraneka ragam untuk menembus atau mencoba pada segmen pasar lain dengan mengidentifikasi orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan UMKM Susu Segar dalam meningkatkan kinerja usahanya.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjabaran pada latar belakang masalah diatas maka dibuat perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya?
3. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi usaha Susu Segar di area Solo Raya?
4. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi usaha Susu Segar di area Solo Raya?
5. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya?
6. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya yang dimediasi inovasi?
7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya yang dimediasi inovasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat disimpulkan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha usaha Susu Segar di area Solo Raya.
2. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya.

3. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi usaha Susu Segar di area Solo Raya.
4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi usaha Susu Segar di area Solo Raya.
5. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya.
6. Untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya yang dimediasi inovasi.
7. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha Susu Segar di area Solo Raya yang dimediasi inovasi.

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat praktis dan manfaat teoritis kepada semua pembaca. Maka dari itu manfaat dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai “Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Variabel Inovasi Sebagai Mediasi Terhadap Kinerja Usaha Susu Segar” hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membantu para pelaku UMKM untuk lebih meningkatkan lagi pemahaman tentang orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, strategi dalam

pemasaran produk, kualitas produk serta inovasi produk yang lebih beragam, kepuasan pelayanan terhadap pelanggan, dan meningkatkan kinerja usaha UMKM khususnya di bidang makanan dan minuman pasca wabah pandemi Covid-19 yang berlokasikan di area wilayah Solo Raya.

2. Manfaat Teoritis

Diharapkan bisa bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengembangan ilmu pengetahuan pada bidang manajemen pemasaran. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan kajian dan sumber referensi bagi penelitian selanjutnya, khususnya dalam mengembangkan penelitian mengenai Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, Inovasi, dan Kinerja Usaha terhadap pelaku UMKM.

E. Sistematika Penulisan

Penulisan pada penelitian ini terdapat 5 bab dan sistematika penulisan ini digunakan untuk memberikan sebuah gambaran pada penelitian ini, dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini menjelaskan mengenai landasan teori tentang kumpulan teori dari para pakar ahli berdasarkan kutipan jurnal ilmiah yang berisikan mengenai orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, inovasi, dan kinerja usaha. Selain teori juga terdapat beberapa penelitian terdahulu, perumusan hipotesis serta kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab III ini berisikan mengenai jenis penelitian, variabel dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, data dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini berisikan mengenai deskripsi data, analisis data dan pembahasan.

BAB V PENUTUP

Pada bab V ini berisikan mengenai sebuah kesimpulan penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran dari penul