

# BAB I

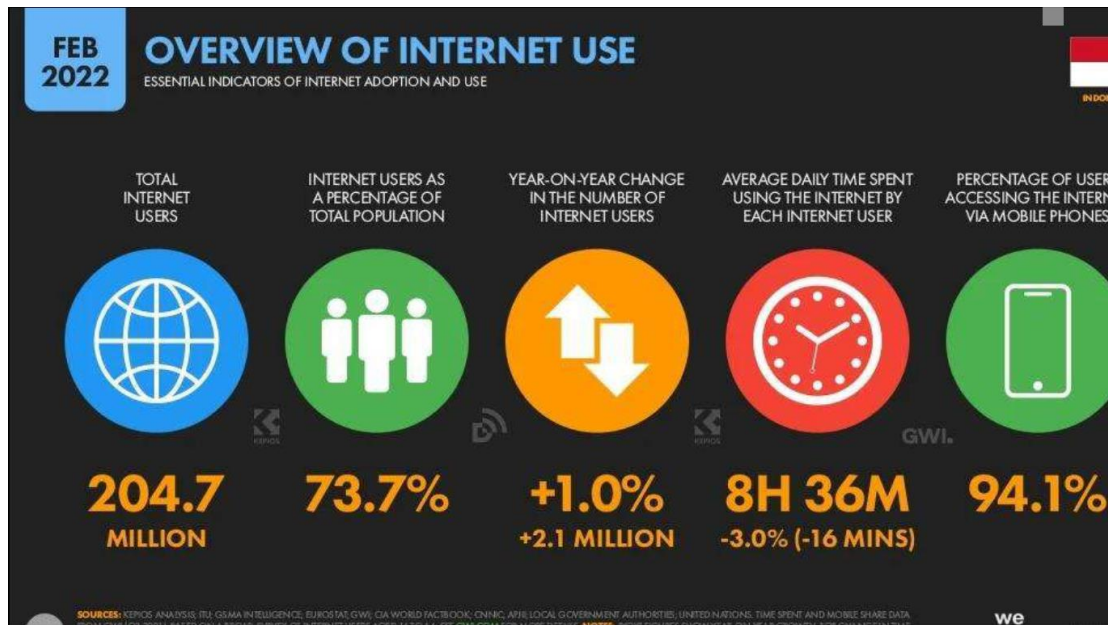
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Ilmu pengetahuan dan teknologi semakin berkembang seiring kemajuan peradaban manusia. Kecanggihan teknologi ini tentu memengaruhi aktivitas kehidupan manusia di muka bumi, hal tersebut bisa memberi dampak positif atau justru sebaliknya. Baik atau buruknya dampak kemajuan teknologi tergantung dari cara setiap orang menyikapinya. Salah satu dampak kemajuan teknologi adalah dengan hadirnya media sosial. Media sosial adalah media *online* yang dimanfaatkan manusia agar bisa saling berbagi informasi. Sebagai makhluk sosial, keberadaan media sosial sangat membantu manusia dalam berinteraksi, berkembangnya ikatan antar manusia, ruang dan waktu serta penyebaran informasi yang cepat tanpa batas.

Dengan kecanggihan teknologi yang ada saat ini, antar individu atau kelompok bisa saling berkomunikasi hingga mencapai tujuan bersama tanpa harus bertatap muka secara langsung. Pada intinya manusia merasa bahwa kemajuan teknologi memudahkan segala pekerjaan, semua hal terasa lebih efektif dan efisien. Tetapi dibalik banyaknya hal positif dari hadirnya teknologi, manusia tidak boleh lupa bahwasanya sebagai makhluk hidup yang memiliki akal, maka harus bisa mengendalikan diri agar tidak sepenuhnya bergantung pada teknologi, khawatir

nantinya bukan manusia yang mengendalikan teknologi tetapi justru teknologi yang akan mengendalikan hidup manusia.

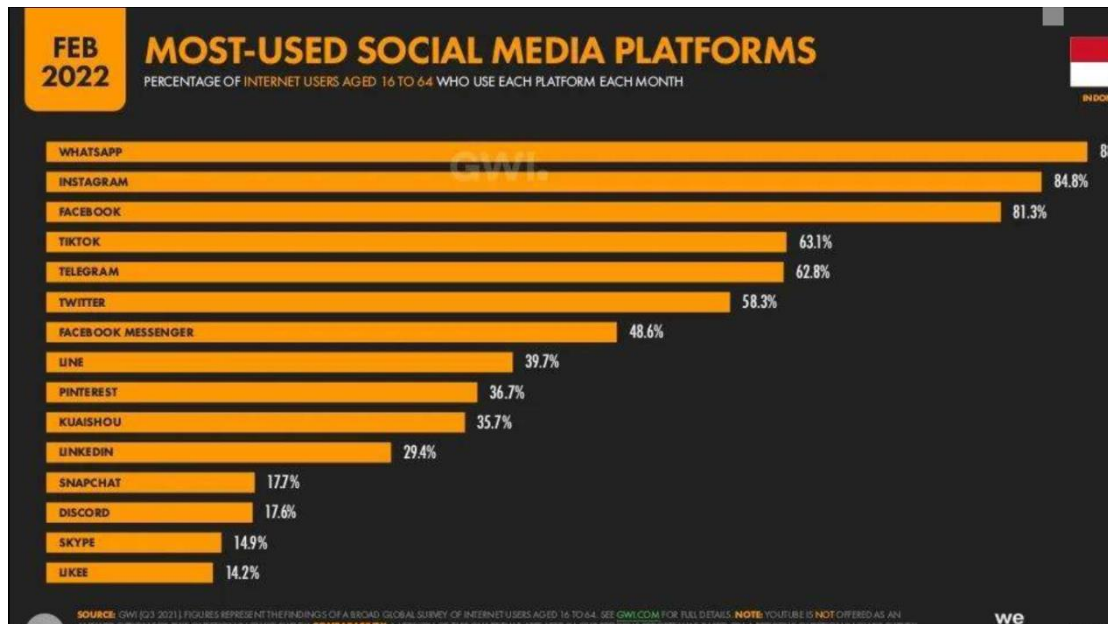


Gambar 1. 1 Data Survei Penggunaan Internet di Indonesia Februari 2022

Sumber : (Hootsuite, 2022)

Berdasarkan gambar diatas, ada lebih dari setengah total populasi penduduk di Indonesia merupakan pengguna internet dan rata-rata penggunaannya berdurasi 8 jam 36 menit. Hal tersebut menandakan bahwa mayoritas masyarakat Indonesia semakin melek dengan dunia digital.

Kemudian untuk persentase penggunaan platform media sosial berbasis survei diilustrasikan pada gambar berikut ini:



**Gambar 1. 2 Persentase Pengguna Media Sosial di Indonesia Februari 2022**

*Sumber : (Hootsuite, 2022)*

Data yang disajikan diatas memperlihatkan bahwa kehidupan manusia tidak dapat dipisahkan dari teknologi. Bahkan lebih dari setengah populasi di Indonesia merupakan pengguna aktif media sosial. Dengan demikian, tidak heran jika pebisnis memanfaatkan hal tersebut sebagai strategi dalam memasarkan produk/jasanya sekaligus mencari pelanggan. Menurut temuan Kaplan dan Haenlein (2010), pengembangan bisnis tidak lepas dari keterlibatan penggunaan media sosial yang berimplikasi pada peningkatan efisiensi atas komunikasi pemasaran tradisional.

Kegiatan kewirausahaan merupakan salah satu kegiatan yang memanfaatkan kemajuan teknologi dari sekian banyak kegiatan yang dilakukan manusia di muka bumi. Kewirausahaan merupakan salah satu kegiatan yang mampu menciptakan sesuatu menjadi hal yang lebih bernilai dari sebelumnya. Orientasi kewirausahaan

mengacu pada kecenderungan individu untuk berinovasi, proaktif, dan bersedia mengambil risiko untuk memulai atau mengelola bisnis (Knight, 2000).

Inovasi mencerminkan semangat pelaku usaha untuk menciptakan dan mewujudkan konsep baru dan unik dari konsep terdahulu dengan tujuan agar produk/jasa yang ditawarkan digemari para konsumen dan tak lekang oleh waktu. Menurut Baum et al. (2001) dalam penelitiannya dikatakan bahwa kewirausahaan berpengaruh langsung terhadap kinerja usaha. Dengan penuh pertimbangan, segala keputusan bisnis yang dijalankan, pelaku usaha harus siap menerima segala risiko apapun yang terjadi dikemudian hari karena tidak semua hal yang terjadi sesuai dengan yang diharapkan, tidak bisa dipastikan, hal baik atau buruk yang akan terjadi.

Di era globalisasi yang tentunya dengan persaingan bisnis yang semakin tinggi, jika ingin kegiatan usaha tetap bertahan dan produk atau jasa tetap diminati pelanggan, pelaku usaha harus punya strategi yang unik. Salah satu strategi yang dilakukan yakni dengan mengembangkan produk atau jasa. Pelaku usaha harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pelaku usaha yang tidak siap akan perubahan, cepat atau lambat akan tersingkirkan oleh pesaing.

Kerap kali kebangkrutan terjadi pada bisnis yang sudah berjalan puluhan tahun hanya karena mereka tidak siap beradaptasi dengan kecanggihan teknologi. Salah satu cara pemanfaatan teknologi yang dilakukan para pelaku usaha adalah dengan memasarkan dan mempromosikan produk atau jasanya melalui media sosial.

Berdasarkan data dari *Hootsuite* yang tertera diatas, dengan jumlah pengguna aktif yang tidak sedikit, media sosial tentu berpeluang memberikan dampak besar

kepada para pelaku usaha. Sehingga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, pelanggan tidak harus mendatangi toko untuk bertatap muka langsung dengan penjual, hanya dengan melihat katalog yang disediakan di media sosial oleh penjual hanya dengan hanya menggunakan *handphone* yang tersambung dengan jaringan internet sudah bisa terjadi transaksi jual beli walaupun penjual dan pembeli tidak berada di tempat yang sama atau bahkan transaksi bisa dilakukan sembari melakukan kegiatan lain.



**Gambar 1. 3 Persentase Pengguna Internet Penduduk Ibukota Provinsi di Sumatera**

*Sumber : (APJI, 2019-2022)*

Gambar diatas menunjukkan bahwa Kota Padang menduduki peringkat dua kategori pengguna internet tertinggi setelah Tanjung Pinang. Hal ini tentunya selaras dengan kehadiran UMKM yang memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk/jasanya melalui platform digital.

Salah satu faktor penting penyebab keberhasilan pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan kewirausahaan adalah pelaku usaha mampu menganalisa pasar. Pemahaman yang baik terkait kebutuhan dan keinginan pelanggan akan sangat membantu pelaku usaha untuk menyediakan produk atau jasa seperti apa yang diminati pelanggan. Kemampuan pelaku usaha yang mampu menganalisa pasar itulah yang biasa disebut dengan istilah orientasi pasar.

Menurut Mark Uncles (2000) orientasi pasar merupakan kaitan antara proses dan aktivitas serta penciptaan dan kepuasan pelanggan melalui penilaian kebutuhan dan keinginan pelanggan secara terus menerus. Orientasi pasar adalah hal krusial untuk keberlangsungan bisnis, beriringan dengan pesatnya tingkat persaingan global serta peralihan pada kebutuhan pasar. Maka dari itu, perusahaan sadar bahwa mereka harus selalu dekat dengan pelanggan.

Pemahaman pelaku usaha terkait orientasi pasar akan sangat membantu meningkatkan kinerja usaha. Menurut Fernandes et al. (2020) orientasi pasar merupakan aset berharga yang langka, tidak bisa ditiru secara sempurna, serta tidak dapat ditukar yang bisa memberikan keunggulan kompetitif berkelanjutan bagi bisnis. Hal ini tidak hanya berlaku pada usaha besar saja, namun juga sama halnya dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah). Tambunan (2012) mendefinisikan UMKM sebagai unit produktif yang didirikan oleh individu atau badan usaha dibidang ekonomi. Menurut data survei 2021 dari Kementerian Koperasi dan UKM, 64,2 juta atau 99,99 persen unit usaha Indonesia merupakan UMKM. Dari tahun ke tahun, UMKM memberikan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB).

Begitu pula yang terjadi di Kota Padang, UMKM sangat berperan penting bagi perekonomian di Kota Padang. Berdasarkan survei tahun 2021 dari Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang, ada sebanyak 93.648 UMKM yang masih bertahan dan beroperasi.

Namun sejak tahun 2020, disaat virus covid-19 mulai muncul bahkan masih menjadi ancaman hingga kini, tidak hanya sektor kesehatan tapi juga sektor lain seperti sektor perekonomian pun ikut terdampak. Virus covid-19 memberi dampak luar biasa bagi setiap orang termasuk para pelaku UMKM. Masa pandemi covid-19 tidak menjamin para pelaku UMKM mampu bertahan walaupun memiliki pemahaman lebih terkait kebutuhan dan keinginan pelanggan. Hal itu disebabkan oleh berbagai macam faktor, beberapa diantaranya yaitu, karena adanya pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat hingga daya beli masyarakat yang menurun. Sudah lebih dari dua tahun virus covid-19 masih menyerang manusia. Namun sebagai manusia yang harus memenuhi kebutuhan untuk bertahan hidup maka pelan-pelan harus mencoba beradaptasi dengan keadaan yang ada.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang”.

## 1.2 Rumusan Masalah Penelitian

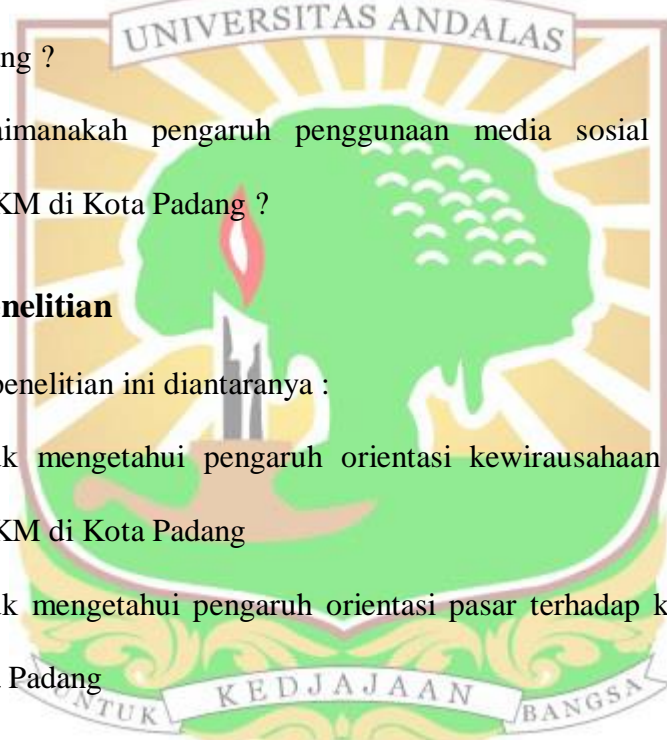
Dari latar belakang yang dikemukakan, ada beberapa perumusan masalah yang akan dibahas, yaitu:

1. Bagaimanakah pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?
2. Bagaimanakah pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM di Kota Padang ?
3. Bagaimanakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Kota Padang ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM di Kota Padang
3. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Kota Padang





## 1.4 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini, peneliti berharap terdapat beberapa manfaat sebagai berikut:

### 1. Manfaat Teoritis

#### a. Untuk Penulis

Penulis mendapatkan ilmu baru terkait kegiatan kewirausahaan, orientasi pasar dan penggunaan media sosial dari pelaku usaha hingga kinerja UMKM di kota padang dan sekaligus mengembangkan kemampuan diri di bidang penelitian.

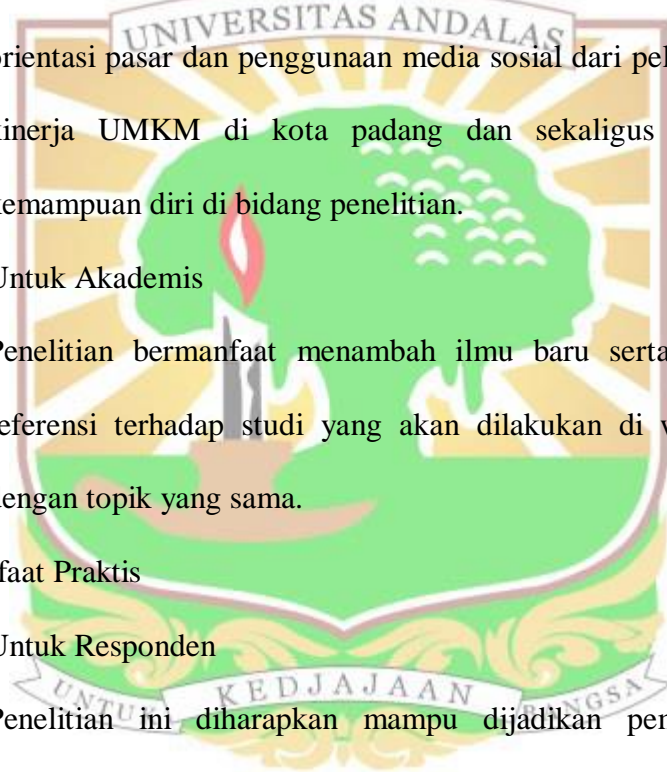
#### b. Untuk Akademis

Penelitian bermanfaat menambah ilmu baru serta dapat dijadikan referensi terhadap studi yang akan dilakukan di waktu mendatang dengan topik yang sama.

### 2. Manfaat Praktis

#### a. Untuk Responden

Penelitian ini diharapkan mampu dijadikan pembelajaran untuk melakukan inovasi bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya.



## **1.5 Ruang Lingkup Penelitian**

Ruang lingkup penelitian terbatas hanya kepada UMKM di Kota Padang. Tujuannya adalah untuk menghindari kekeliruan. Topik yang dibahas adalah pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan penggunaan media sosial terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisikan tentang konsep dasar penelitian, antara lain: latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN LITERATUR**

Pada bab ini berisikan tentang landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini berisi metode yang akan digunakan dalam penelitian yaitu desain penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, definisi operasionalisasi variabel, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang hasil dari penelitian dan pembahasannya. Pada bab ini akan menjelaskan analisis dari hasil dan melihat perbandingan hasil teliti dengan kriteria yang digunakan untuk membuktikan dugaan-dugaan dari hipotesis penelitian.



## **BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan, implikasi penelitian, keterbatasan, dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.

