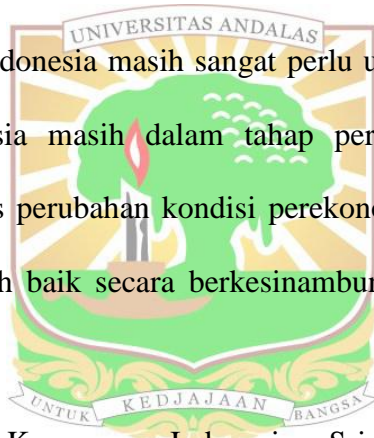


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi merupakan suatu proses yang dilakukan suatu bangsa untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan negaranya yang dilakukan secara terus menerus. Tujuannya untuk menciptakan kesejahteraan dengan saling mencukupi kebutuhan umat manusia dan antar bangsa. Kesejahteraan penduduk Indonesia masih sangat perlu untuk ditingkatkan karena keadaan ekonomi Indonesia masih dalam tahap pertumbuhan. Pertumbuhan ekonomi merupakan proses perubahan kondisi perekonomian suatu negara yang menuju keadaan yang lebih baik secara berkesinambungan dan selama periode tertentu.



Menurut Menteri Keuangan Indonesia Sri mulyani, mengatakan pengembangan dan pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) merupakan hal yang sangat penting bagi perekonomian global, dikarenakan UMKM merupakan tulang punggung perekonomian dunia, UMKM menyumbang 90% dari kegiatan bisnis dan berkontribusi lebih dari 50 persen lapangan pekerjaan di seluruh dunia. Peran UMKM sangat penting dalam perekonomian nasioanl yaitu dapat meminimalisir pengangguran di Indonesia. Saat ini UMKM tercatat sebagai sumber terbesar dan signifikan terhadap pendapat provinisi dan negara. UMKM dapat membangun dunia usaha di Indonesia. Dunia industri

mengalami perkembangan yang signifikan khususnya usaha mikro kecil menengah (Maksum et al., 2020)

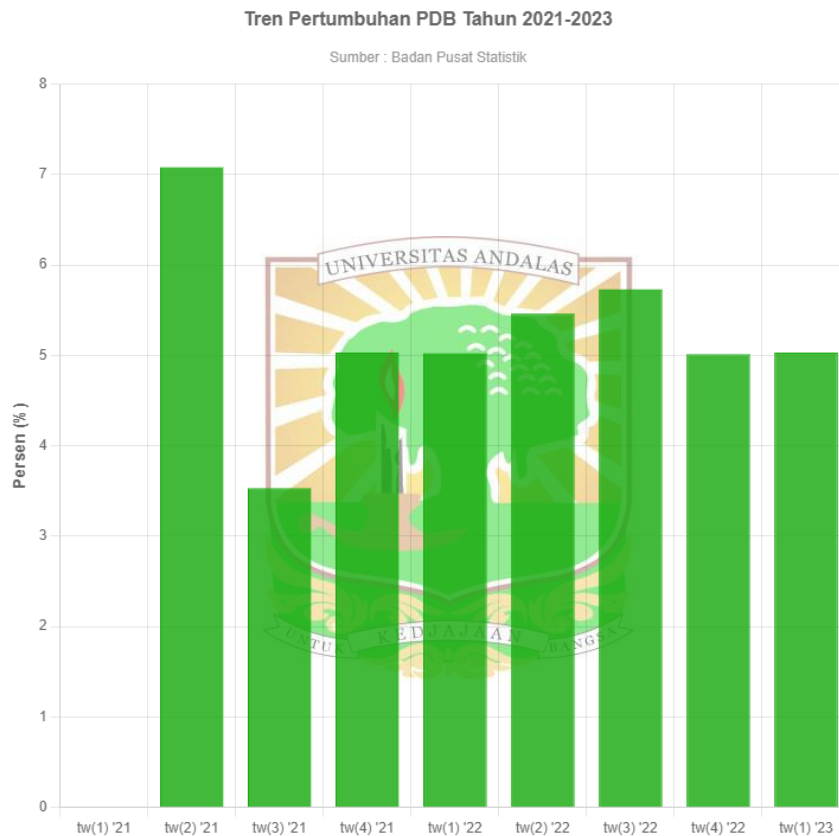
Dengan menggerakkan dan menaikkan indikator perekonomian negara, yang mana dapat dilaksanakan dengan mengembangkan UMKM. Dalam bidang bisnis atau kewirausahaan yang sangat pasti dijumpai oleh pelaku usaha adalah daya saing, apalagi saat ini banyak perkembangan usaha maka besar pula peluang persaingan yang tidak terelakkan baik didalam dan diluar negeri. Di Indonesia UMKM mempunyai peran penting dalam meningkatkan perekonomian nasional, dikarenakan keberadaan UMKM yang dapat menciptakan lapangan kerja baru dan mengurangi tingkat pengangguran.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pembangunan ekonomi, seperti pada penyediaan untuk tenaga kerja serta sumber penghasilan rakyat. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyebutkan UMKM berperan penting terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5% dan terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyebutkan bahwa kontribusi UMKM terhadap PDB Indonesia di tahun 2022 terus meningkat hingga 60% dan 16,65% pada pendapatan ekspor nasional. Penyerapan tenaga kerja oleh UMKM yang tinggi juga terus bertumbuh hingga mencapai 96,99% - 97,22% dengan jumlah pelaku UMKM mencapai 62 juta atau

sekitar 98% dari pelaku usaha nasional. Dan mayoritas usaha atau industri skala mikro-kecil (IMK) Indonesia bergerak di sektor makanan. Jumlah IMK sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020 (BPS, 2020).

Gambar 1.1



Tren Pertumbuhan PDB Tahun 2021 – 2023

Badan Pusat Statistik (BPS) merilis data pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan pertama tahun 2023 (year on year) sebesar 5,03%, angka tersebut lebih tinggi dibandingkan persentase pertumbuhan PDB triwulan pertama tahun 2022 lalu sebesar 5,02% saja. Tingginya pertumbuhan ekonomi pada awal 2023 disebabkan oleh pertumbuhan positif terhadap seluruh lapangan usaha. Pertumbuhan tertinggi terjadi di sektor transportasi dan perdagangan yang

mencapai 15,93%, kemudian akomodasi dan makan minum sebanyak 11,55%, serta jasa lainnya sebesar 8,90.

Jumlah UMKM yang cukup tinggi salah satunya berada di provinsi Sumatera Barat yang mana perekonomian masyarakat Sumatera Barat 98% digerakkan oleh UMKM itu sendiri. Berikut banyak data untuk jumlah UMKM yang ada di Provinsi Sumatera Barat pada tahun 2019-2021:

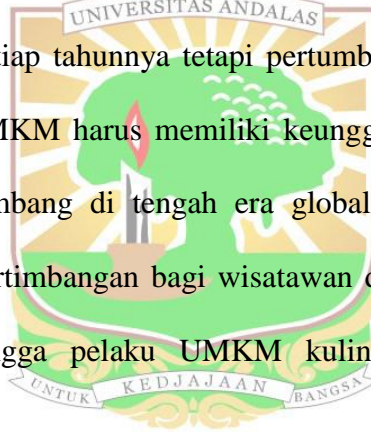
Tabel 1.1
Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2019-2021

No	Kabupaten/Kota	Jumlah UMKM Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat berdasarkan tahun		
		2019	2020	2021
1	Kepulauan Mentawai	404	325	1115
2	Pesisir Selatan	5127	5100	7838
3	Kab. Solok	5589	5787	5615
4	Sijunjung	1935	1780	4732
5	Tanah Datar	7124	6750	6901
6	Padang Pariaman	7999	7003	9519
7	Agam	14.801	14.625	14.839
8	Lima Puluh Kota	16.865	16.469	13.476
9	Pasaman	4383	4407	4229
10	Solok Selatan	1370	1389	1245
11	Dharmasraya	2769	2622	1769
12	Pasaman Barat	6210	5668	4552
13	Padang	10.810	8117	6744
14	Kota Solok	1537	1396	1339
15	Sawah Lunto	1873	1901	1515
16	Padang Panjang	1565	1410	1235
17	Bukittinggi	3316	3182	3179
18	Payakumbuh	3697	3515	3696
19	Pariaman	3338	3048	3095

Jumlah	100.712	94.494	96.633
---------------	----------------	---------------	---------------

Sumber:sumbar.bps.go.id, tahun 2023

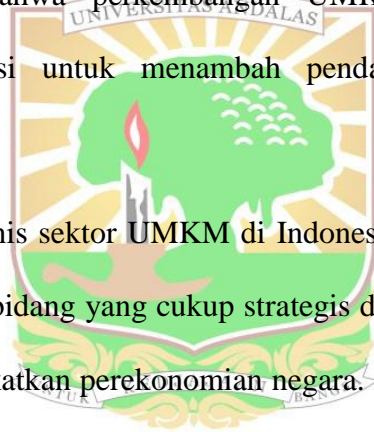
Masyarakat Sumatera Barat terkenal dengan budayanya yang berwiraswasta, hal ini dapat dilihat dari ciri khas makanan dari kota-kota yang ada di Sumatera Barat yang dihasilkan baik oleh masyarakat maupun UMKM setempat. Tercatat dari Kementerian Keuangan 2022 menyebutkan jumlah UMKM sebanyak 580.344. Berdasarkan BPS (2012) jumlah dari bisnis kuliner di Indonesia meningkat setiap tahunnya tetapi pertumbuhannya selalu menurun, oleh karena itu sebuah UMKM harus memiliki keunggulan bersaing agar dapat terus bertahan dan berkembang di tengah era globalisasi. Kuliner dari suatu daerah saat ini menjadi pertimbangan bagi wisatawan dalam menentukan tujuan dari perjalanannya. Sehingga pelaku UMKM kuliner dituntut untuk lebih mengembangkan usahanya.



Di era globalisasi seperti ini, persaingan industri semakin ketat dan tinggi. Semua perusahaan, pelaku usaha harus memiliki keunggulan yang kompetitif sebagai syarat mutlak. Tidak hanya bersaing dengan kompetitor lokal tetapi juga harus bersaing dengan kompetitor asing yang sudah banyak masuk di dalam industri luar negeri. Provinsi Sumatera Barat juga menciptakan peluangnya sendiri dengan membuka usaha bisnis, yang dapat terlihat dari banyaknya jumlah UMKM yang ada di Sumatera Barat, dan Sumatera Barat memiliki potensi kota yang menarik di Indonesia artinya usaha mikro kecil menengah dapat membantu menyerap tenaga kerja di Sumatera Barat untuk mengurangi angka kemiskinan.

dan menyumbang pendapatan provinsi dan daerah di Sumatera Barat (Triani & Yeni, 2023). Produk dan jasa yang dihasilkan lebih beragam dan memiliki nilai pasar yang baik, merupakan salah satu cara yang dipercaya untuk mengubah pertumbuhan ekonomi masyarakat, dengan upaya yang proaktif menuju ke public yang mandiri diharapkan dapat mengurangi jumlah pengangguran dan peningkatan tenaga kerja yang belum terserap maksimal (Hilson et al., 2021). Sumatera Barat memiliki potensi kota wisata yang menarik di Indonesia dan tidak menutup kemungkinan bahwa perkembangan UMKM di Sumatera Barat menjadi salah satu solusi untuk menambah pendapatan dan mengurangi pengangguran.

Terdapat banyak jenis sektor UMKM di Indonesia, seperti sektor kuliner. Sektor kuliner merupakan bidang yang cukup strategis dan salah satu yang paling banyak membantu meningkatkan perekonomian negara. Ada karakteristik tertentu yang menjadikan kuliner sebagai industri yang strategis, karena kuliner merupakan kebutuhan pokok masyarakat. Sektor kuliner ini juga didukung dengan beragamnya variasi dan inovasi baru, yang ditandai dengan kreativitas sumber daya manusia yang mempunyai. Tapi sayangnya, hal ini masih menjadi angan-angan bagi negara Indonesia. Untuk upaya pengembangan industri retail makanan selama ini menghadapi banyak rintangan seperti kekurangan dukungan dari pemerintah dalam pengesahan regulasi yang berlaku, dan harga bahan baku yang terus naik, kualitas produk dan tenaga kerja yang kurang kompetitif terus berkurang jumlahnya, hingga kondisi tersebut masih menjadi kendala bagi



UMKM yang bergerak di bidang kuliner, sehingga menyebabkan penurunan tingkat pertumbuhan UMKM pada sektor kuliner pada kurun waktu 2019-2021.

Tabel 1.2
Jumlah UMKM pada sektor kuliner di Provinsi Sumatera Barat Tahun 2019-2021

No	Klasifikasi Industri	Jumlah UMKM Menurut Klasifikasi di Provinsi Sumatera Barat berdasarkan tahun		
		2019	2020	2021
1	Kuliner	47.761	44.195	42.661
2	Pengolahan tembakau	7	7	48
3	Tekstil	15.403	15.407	8521
4	Pakaian Jadi	1770	16.119	17.388
5	Kulit, barang dari kulit	902	889	251
6	Barang dari kayu	7797	7198	8343
7	Kertas	8	5	-
8	Percetakan	1062	998	622
9	Bahan kimia	183	105	1469
10	Farmasi	64	67	68
11	Karet dan plastik	87	110	31
12	Barag galian	3491	3338	8612
13	Logam dasar	5	5	176
14	Barang dari logam kecuali mesin	2472	2366	3341
15	Elektronik	12	12	38
16	Peralatan listrik	12	12	-
17	Mesin dan perlengkapan	-	-	45

18	Kendaraan bermotor	29	26	156
19	Alat angkutan lainnya	190	32	23
20	Furnitur	2363	2424	3314
21	Industri pengolahan lainnya	1057	1072	1396
22	Jasa reprasi dan pemasangan mesin	107	107	130
Jumlah		100.712	94.494	96.633

Sumber:sumbar.bps.go.id, tahun 2023



Setiap pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan kinerja usaha karena persaingan bisnis yang semakin dinamis dan kompleks, sehingga mencapai keberhasilan sebuah produk akan berpengaruh terhadap *performance* nya. *Performance* merupakan bagian penting untuk mengembangkan dan memperpanjang kelangsungan usaha untuk dapat beroperasi dalam jangka waktu panjang. *Performance* sendiri lebih digunakan untuk menakar efektivitas strategi seorang pelaku usaha. Sehingga untuk membuat strategi harus ditujukan untuk memperoleh kinerja keuangan yang layak dan kinerja pemasaran yang baik (seperti tingkat pertumbuhan dan volume penjualan) (Wirawan, 2017). Dalam pengerjaannya jika memiliki *performance* yang baik maka peluang untuk dapat mendorong UMKM bertambah menjadi usaha yang lebih makmur.

Untuk dapat memenangkan persaingan, dalam kegiatan pemasaran produk produsen tidak terpaku pada kualitas produk, tetapi memiliki strategi yang sering digunakan perusahaan seperti orientasi pasar dan inovasi dan orientasi

kewirausahaan. Keberhasilan perusahaan dalam menjaga keberlangsungan penjualan produk terletak pada kemampuannya berinovasi.

Pelanggan seringkali mendambakan produk yang inovatif sesuai dengan harapannya. Bagi sebuah perusahaan, memulai dengan awalan yang baik oleh para pesaingnya berarti sukses dalam inovasi. Hal ini memaksa cara berpikir perusahaan untuk mengetahui selera pelanggannya sehingga inovasi yang diciptakannya sesuai dengan keinginan pelanggan. Oleh karena itu, inovasi nyata perlu direncanakan dan dilaksanakan dengan hati-hati.

Sebagai seorang wirausaha yang memegang kendali dalam mengoperasikan suatu usaha tentu dapat menghadapi berbagai hambatan untuk kedepannya, sehingga dibutuhkan pemahaman yang lebih menyeluruh mengenai *entrepreneurial orientation* dalam pembentukan perilaku yang cocok dengan seorang wirausahawan. *Entrepreneurial orientation* merupakan bagaimana seorang wirausaha harus mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang menggunakan cara proaktif, pengambilan resiko yang diperhitungkan, inovasi, daya saing dan bertindak secara independen dalam meluncurkan produk dan layanan baru atau inovatif dengan tujuan mengungguli pesaing untuk keberlangsungan dan kinerja UMKM (Zaato et al., 2021).

Entrepreneurial orientation merupakan budaya perusahaan yang dapat menyebabkan peningkatan *performance* perusahaan. *Entrepreneurial orientation* juga merupakan budaya organisasi yang paling efektif dan efisien untuk menciptakan perilaku yang diperlukan untuk menciptakan nilai superior bagi pembeli dan menciptakan kinerja bisnis yang luar biasa (Retnawati &

Retnaningsih, 2020). Budaya organisasi yang dijadikan orientasi bisnis oleh perusahaan akan mendasarkan diri pada kebutuhan pokok, keinginan dan kebutuhan pasar sebagai landasan untuk membangun skema setiap unit bisnis dalam organisasi dan memastikan keberhasilan bisnis tersebut. Penelitian (Haji, 2017) menyatakan bahwa entrepreneurial orientation merupakan kemampuan organisasi yang memiliki kontribusi untuk menciptakan sumber daya organisasi yang unik dan keunggulan itu mempengaruhi performance perusahaan.

Disamping itu, sebuah perusahaan juga wajib memiliki *competitive advantage* untuk meningkatkan *performance* perusahaan. Produk yang memiliki sebuah nilai dapat membuat bisnis menjadi bertahan lebih kuat diantara para pesaing sehingga *competitive advantage* wajib diadakan di tengah persaingan pasar. Ditekankan bahwa inti *performance* ialah *competitive advantage*.

Menurut (Fatmawati, 2016) *competitive advantage* didefinisikan sebagai strategi benefit dari pemilik usaha yang melakukan kerjasama untuk menciptakan *competitive advantage* yang lebih efektif dalam pasarnya. *Competitive advantage* juga diartikan sebagai kumpulan dari beberapa point yang membedakan UMKM dari pesaing dan memberikan posisi yang unik dan unggul dipasar. *Competitive advantage* juga diukur melalui trobosan, diferensiasi, dan biaya rendah kepemimpinan (Afsharghasemi et al., 2013). Penelitian yang dilakukan oleh (Noviyana & Sitorus, 2023) menyatakan Umkm yang memiliki *competitive advantage* atas pemasok, pelanggan dan kemampuan untuk menghadapi persaingan dapat meningkatkan *performance* perusahaan.

Dengan latar belakang yang telah diuraikan terkait beberapa pembahasan mengenai variabel *entrepreneurial orientation*, *competitive advantage*, dan *performance* membuat penulis tertarik untuk mengangkat judul penelitian terhadap beberapa variabel dengan judul **“Pengaruh Entrepreneurial Orientation dan Competitive Advantage terhadap Performance”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka didapatkanlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat?
2. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *Competitive advantage* UMK kuliner di Sumatera Barat?
3. Bagaimana pengaruh *Competitive advantage* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat?
4. Bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat melalui *Competitive advantage*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat.

2. Untuk mengetahui pengaruh *entrepreneurial orientation* terhadap *Competitive advantage* UMK kuliner di Sumatera Barat.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Competitive advantage* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat
4. Untuk mengetahui *entrepreneurial orientation* terhadap *performance* UMK kuliner di Sumatera Barat melalui *Competitive advantage* sebagai variabel intervening.

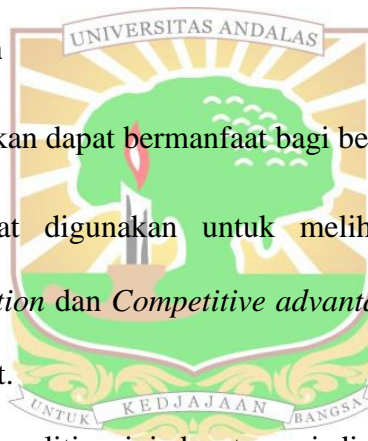
1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi berbagai pihak seperti:

1. Bagi mahasiswa, dapat digunakan untuk melihat bagaimana pengaruh *entrepreneurial orientation* dan *Competitive advantage* terhadap *performance* UMK di Sumatera Barat.
2. Bagi akademis, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber referensi sebagai bahan bacaan, informasi dan menambah pengetahuan.
3. Bagi penulis, penelitian ini sebagai media pengaplikasian ilmu dan menambah pengalaman penelitian.
4. Bagi praktisi, penelitian ini dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak-pihak terkait seperti pelaku UMK, baik sebagai masukan ataupun pertimbangan keputusan terkait meningkatkan *performance* UMK.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Pada penelitian ini, penulis membatasi ruang lingkup penelitian yang mana berfokus membahas pengaruh *entrepreneurial orientation*, *market orientation*,



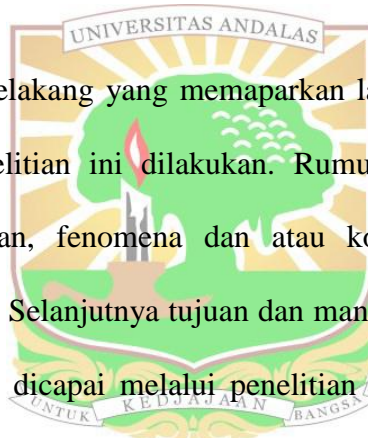
competitive advantage terhadap performance UMK yang bergerak di bidang kuliner di Sumatera Barat, dan data yang digunakan diperoleh melalui penyebaran kuesioner.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini terdiri dari beberapa bab yang tergabung dalam sebuah sistematik penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab I berisi latar belakang yang memaparkan landasan pemikiran secara garis besar mengapa penelitian ini dilakukan. Rumusan masalah terdiri dari pernyataan tentang keadaan, fenomena dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Selanjutnya tujuan dan manfaat penelitian merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai melalui penelitian ini. Terakhir, sistematika penulisan menjelaskan ringkasan materi yang dibahas pada setiap bab yang ada dalam thesis.



BAB II Tinjauan Literatur

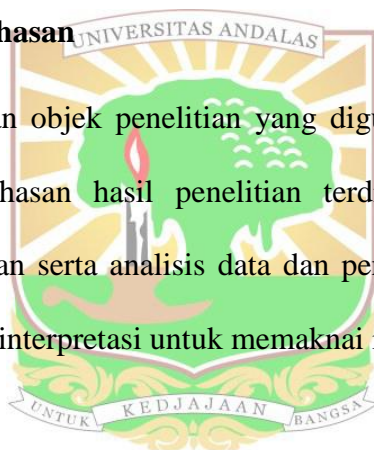
Bab II berisikan landasan teori yang menjadi dasar dalam perumusan hipotesis dan membantu dalam menganalisis hasil penelitian. Adapun tabel penelitian terdahulu yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Selanjutnya kerangka pemikiran dan hipotesis dibuat untuk menjelaskan skema penelitian serta memaparkan dugaan jawaban sementara atas hasil penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bab III terdiri dari penjelasan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional yang mengemukakan variabel yang digunakan dalam penelitian. Penentuan sampel terdiri dari jumlah populasi, jumlah sampel yang diambil dan penentuan metode pengambilan sampel. Berikutnya, jenis dan sumber data merupakan gambaran tentang jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini, Terakhir, metode analisis mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan untuk menjawab dan membuktikan hasil penelitian ini.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Bab IV memaparkan objek penelitian yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasan hasil penelitian terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis penelitian serta analisis data dan pembahasan. Terakhir hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian.



BAB V Penutup

Bab V berisikan kesimpulan hasil penelitian dan saran dari pembahasan. Saran yang diberikan berkaitan dengan penelitian juga merupakan anjuran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang memiliki kepentingan dalam penelitian ini.