

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Sektor mikro, kecil dan Menengah (UMKM) sebagai pemain yang berperan penting dalam mengembangkan perekonomian dan penciptaan lapangan kerja nasional (Sinurat et al., 2021). Dalam hal ini UMKM memiliki peran yang penting dalam pertumbuhan dan perkembangan perekonomian Indonesia. Undang-undang No 20 tahun 2008 pasal 3 menyebutkan: “Usaha mikro kecil dan menengah memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Berdasarkan informasi data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia terdapat 65,4 juta UMKM dengan dapat mempekerjakan pekerja di Indonesia dengan jumlah hingga 123 ribu tenaga kerja. UMKM juga memiliki kontribusi yang besar terhadap PDB nasional yakni sebesar 60,5%. Data ini menunjukkan bahwa UMKM yang berada di Indonesia memang memiliki peran penting didalam pertumbuhan ekonomi serta dapat berkontribusi lebih besar bagi perekonomian. UMKM sendiri juga dapat mengatasi permasalahan pengangguran di Indonesia karena secara data umkm mampu menciptakan lapangan kerja yang cukup banyak.(Elidjen et al., 2022)

Pada masa kini lingkungan bisnis dihadapkan pada ketatnya persaingan yang sangat luar biasa dengan banyak nya kompetitor baru sehingga mempersempit ruang bisnis. Dampak dari covid 19 membuat beberapa perusahaan melakukan

pengurangan karyawan sehingga mengakibatkan banyak karyawan yang tidak memiliki pekerjaan sehingga memilih untuk berbisnis. Karena semakin terus bertambahnya jumlah pesaing pada dunia bisnis serta perubahan lingkungan bisnis yang begitu cepat dan penuh ketidakpastiaan, mengakibatkan pelaku UMKM harus dapat menentukan pilihan strategi yang terbaik untuk memenangkan persaingan. Suatu kondisi dapat dikatakan sedang mengalami krisis ekonomi dapat dilihat dari adanya lingkungan bisnis yang tidak pasti (Elidjen et al., 2022).

Persaingan bisnis yang begitu ketat juga terjadi di kota Padang. Dalam setiap tahun nya terjadi peningkatan jumlah pelaku UMKM. Hal ini juga diakibatkan banyak nya orang orang yang tidak memiliki perkerjaan lalu memilih untuk berbisnis atau melakukan kegiatan usaha. Perkembangan UMKM di kota padang dapat dilihat dari data badan pusat statistik kota padang sebagai berikut:

Tabel 1 Data perkembangan UMKM di kota Padang 2016-2021

Tahun	Jumlah Unit UMKM
2016	44.307 unit
2017	45.851 unit
2018	47.253 unit
2019	48.425 unit
2020	48.467 unit
2021	48.627 unit

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Padang

Berdasarkan tabel perkembangan UMKM di kota Padang pada tahun 2016-2021 dapat dilihat bahwa terjadi penambahan jumlah UMKM di kota Padang setiap tahun. Dengan bertambah pesatnya pertumbuhan UMKM di kota Padang mengakibatkan persaingan semakin ketat.

Dari banyaknya UMKM yang bermunculan di Kota Padang, UMKM dibidang kuliner merupakan bidang yang banyak bermunculan di Kota Padang. Usaha pada sektor kuliner pada saat ini merupakan usaha yang cukup berkembang pesat (Andriani, 2020). Sektor kuliner menjadi sektor bisnis kreatif yang sangat diminati oleh pelaku usaha dengan perkembangan yang begitu pesat. Banyak calon pelaku usaha ingin membuka usahanya dibidang kuliner, hal ini disebabkan karena pasar yang semakin besar sehingga mendapatkan keuntungan yang besar juga. Selain itu, sektor kuliner merupakan sektor yang penting dan dibutuhkan oleh masyarakat karena berkaitan dengan kebutuhan primer. Pada saat ini di Kota Padang tren kuliner cukup berkembang, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya bermunculan kuliner malam, *café*, dan tempat yang baru untuk menikmati kuliner sehingga menjadikan kuliner sebagai gaya hidup pada saat ini. Dikenal dengan cita rasa yang khas dan beraneka ragam kuliner, sehingga menjadikan kota Padang menjadi salah satu tujuan untuk melakukan wisata kuliner yang banyak diminati.

Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Kota Padang pada tahun 2019 menunjukkan bahwa terjadi peningkatan restoran/rumah makan di Kota Padang dari 313 unit pada tahun 2018 menjadi 336 unit pada tahun 2019. Dari peningkatan tersebut dapat dilihat bahwa pada industri kuliner terjadi perkembangan yang cukup pesat di Kota Padang, sehingga dengan terjadinya peningkatan tersebut mengakibatkan terjadinya persaingan yang cukup tinggi antara pelaku kuliner di Kota Padang. Dari fenomena yang terjadi tersebut menuntut pelaku UMKM terutama di Padang sektor kuliner harus mampu menentukan strategi yang baik agar bisa memenangkan persaingan, sehingga organisasi mendapatkan kinerja yang lebih baik ditengah tingginya persaingan yang diakibatkan peningkatan pertumbuhan industri kuliner.

Dengan adanya persaingan bisnis yang begitu ketat, menjadi dampak yang besar bagi perusahaan yang masih baru. Perusahaan baru harus dihadapkan dengan keadaan yang cukup sulit karena perusahaan yang masih baru tidak memiliki kekuatan yang begitu kuat dalam hal sumber daya jika dibandingkan perusahaan yang sudah ada (Buli, 2017). Bahkan ada juga beberapa usaha mengalami penurunan pendapatan dikarenakan semakin meningkatnya daya saing bisnis. Bahkan ada beberapa UMKM yang masih baru memilih untuk gulung tikar karena tidak mampu bersaing didalam persaingan bisnis yang begitu ketat. Dalam hal ini perusahaan yang masih baru harus bisa cepat dalam beradaptasi dengan lingkungan bisnis agar bisa memenangkan persaingan. Untuk memenangkan persaingan beberapa perusahaan tidak hanya membutuhkan modal

yang cukup, namun juga harus memiliki seluruh sumber daya yang baik dan memilih strategi yang tepat untuk bisa bersaing dengan pesaing yang ada.

Persaingan bisnis yang semakin menggejolak tersebut tentunya menuntut pelaku UMKM untuk bisa berfikir inovatif dan kreatif agar bisa bertahan dan memenangkan persaingan. Tentunya untuk mampu memenangkan persaingan pelaku UMKM harus bisa memilih strategi yang tepat untuk usahanya, hal ini tentunya berguna untuk menjaga eksistensi usaha yang di jalankan oleh pelaku usaha UMKM terutama pada sektor kuliner(Rika Rahmayuni et al., 2024). Strategi yang tepat digunakan oleh pelaku UMKM untuk memenangkan persaingan adalah orientasi kewirausahaan terutama pada perusahaan yang masih baru(Kurniawan & Nuringsih, 2022).

Orientasi kewirausahaan memiliki orientasi tentang bagaimana strategi pada suatu perusahaan dalam mengambil keputusan, metode bisnis Suatu perusahaan, dan praktek yang ada pada suatu perusahaan sesuai dengan aspek kewirausahaan(Hidayat et al., 2021). Beberapa studi penelitian menemukan, bahwa orientasi kewirausahaan ini sangat cocok untuk perusahaan kecil atau usaha yang dapat dikategorikan perusahaan atau usaha yang memiliki usia kurang dari sepuluh tahun(Nursal et al., 2022), yang mana orientasi ini berguna meningkatkan kinerja perusahaan sehingga bisa bersaing dengan baik dengan pesaing. Orientasi kewirausahaan adalah dimana suatu perusahaan mempunyai kemampuan dan memiliki prinsip mampu dalam mengidentifikasi dan memanfaatkan suatu kesempatan(Elidjen et al., 2022). Elidjen et al. (2022), dalam

penelitian nya mengatakan perusahaan dengan menerapkan orientasi kewirausahaan lebih berani dalam mengambil resiko, dengan tidak terpaku dengan metode yang telah lalu.

Persaingan yang begitu ketat dalam UMKM terutama pada sektor kuliner, mengharuskan setiap pelaku usaha memiliki orientasi kewirausahaan yang baik agar mampu mencapai tujuan yang diharapkan. Sehingga para pelaku bisnis memiliki pemahaman tentang nilai, kemampuan, dan perilaku dalam mendapatkan peluang dan mampu melewati hambatan dengan baik dengan berbagai resiko yang mungkin akan dihadapi oleh suatu organisasi atau perusahaan. Benang merah dari kewirausahaan yang dimaksud merupakan kemampuan menciptakan hal yang baru dan berbeda (*Created new and different*). Dengan berpikir kreatif serta inovatif untuk menciptakan peluang, sehingga hal ini akan memberikan semangat serta sikap kemampuan seseorang dalam menangani usahanya melalui kegiatan yang mengarah pada upaya mencari, menciptakan, menerapkan cara kerja, teknologi serta produk baru dengan meningkatkan efisiensi dalam rangka memberikan pelayanan yang baik.

Dalam memanfaatkan sebuah peluang yang dibutuhkan pengetahuan agar peluang tersebut dapat dimanfaatkan dengan baik guna memenangkan persaingan. Penciptaan pengetahuan adalah suatu proses dimana UMKM mampu memperkuat pengetahuan yang ada pada internal dan bisa menjadikan kemampuan itu untuk kegiatan operasional dan meningkatkan efisiensi serta memberikan nilai yang baik bagi UMKM. Berdasarkan teori penciptaan

pengetahuan, penciptaan pengetahuan itu sendiri dapat diciptakan melalui proses sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi dan internalisasi (Vidic, 2018). Suatu UMKM tidak bisa berjalan dengan baik apabila didalam UMKM tersebut memiliki pengetahuan yang sedikit, sehingga UMKM tidak mampu mengubah peluang yang sudah ada menjadi keunggulan dalam bersaing.

Selain permasalahan dalam menentukan strategi dan rendahnya pengetahuan suatu organisasi menurut (Jatmika, 2016) menjelaskan bahwa permasalahan yang dihadapi oleh UMKM yakni kurang dan terbatasnya akses informasi, terutama informasi terhadap pasar. Hal ini tentunya menyulitkan pelaku bisnis untuk mengenalkan produk yang telah diciptakan, karena rendahnya informasi terhadap pasar sehingga mengakibatkan rendahnya market orientation yang mana berdampak pada lemahnya persaingan. Rendahnya informasi tentang pasar tersebut mengakibatkan pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya serta mencapai kinerja organisasi atau usaha yang diinginkan.

Dalam kondisi lingkungan bisnis saat ini yang dijelaskan sebelumnya, pelaku bisnis dituntut untuk dapat memahami pelanggan, memberikan produk yang berkualitas dengan harga dapat mampu bersaing, sehingga dianggap sangat penting bagi pelaku bisnis untuk mengembangkan *market orientation* agar organisasi mampu bertahan dalam lingkungan bisnis yang dinamis. *Market orientation* sudah mendapatkan perhatian khusus yang begitu besar dan jangka

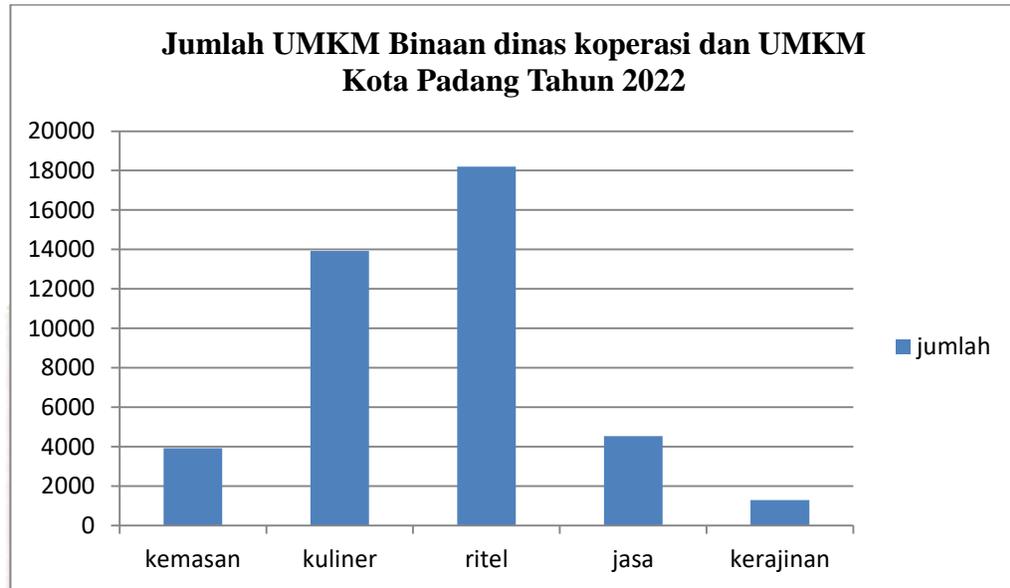
panjang sebagai sebuah strategi organisasi untuk meningkatkan kemampuan adaptasi organisasi terhadap lingkungan bisnis yang dinamis (Choi, 2014).

Orientasi pasar merupakan budaya organisasi atau perusahaan dengan menciptakan dan memelihara nilai unggul bagi pelanggan melalui tiga unsur yakni orientasi pelanggan, orientasi pesaing, dan orientasi sumber daya (Purwianti, 2021). UMKM perlu menerapkan strategi organisasi tersebut agar mampu bertahan dalam situasi yang dinamis dengan tingginya persaingan saat ini. Orientasi pasar memberikan informasi sehingga pelaku usaha mengetahui tentang selera atau kebutuhan konsumen, peluang produk dan layanan di pasar serta bagaimana suatu perusahaan mampu meningkatkan nilai jual layanannya dibandingkan pesaing dengan juga memperhatikan sumber daya pesaing.

Setiap perusahaan memiliki harapan agar organisasi dimiliki mempunyai kinerja perusahaan dengan hasil yang bagus dan memiliki kinerja perusahaan yang bagus. Kinerja perusahaan bisa menjadi tolak ukur yang dapat digunakan untuk melihat tingkat afektif dan efisien suatu organisasi atau UMKM dalam mencapai tujuan utama suatu UMKM (Rika Rahmayuni et al., 2024). Pada penelitian terdahulu berbagai ukuran yang dapat digunakan dalam mengukur kinerja perusahaan seperti pendapatan, arus kas, pengembalian asset dan pengembalian ekuitas untuk mengukur kinerja perusahaan (Kurniawan & Nuringsih, 2022). Agar mendapatkan kinerja perusahaan yang sesuai dengan tujuan utama pada perusahaan, maka perusahaan memerlukan orientasi kewirausahaan, orientasi

pasar, dan penciptaan pengetahuan untuk mendapatkan kinerja perusahaan yang baik.

Dari beberapa penjelasan yang telah dijelaskan diatas sehingga penelitian yang akan dilakukan cocok diadakan di kota padang yang mana begitu banyaknya UMKM yang ada di kota Padang. Menurut informasi dari data BPS Sumatera Barat kota padang sebagai persentase paling banyak yakni sebanyak 15% dibandingkan kota dan kabupaten yang lainya yang ada di Sumatera Barat. Banyak perusahaan yang berdiri dikota padang, mulai dari perusahaan yang berumur belum begitu lama dan perusahaan yang berdiri sejak lama di kota padang. Sehingga dibandingkan dengan kota dan kabupaten lain yang ada disumbar kota padang dianggap tepat dijadikan sebagai lokasi penelitian karena banyaknya umkm dikota padang. Berdasarkan Badan Pusat statistik Provinsi Sumatra Barat (2017), Kota Padang memiliki jumlah UMKM sebanyak 86.699 unit usaha. Dilihat dari daerah lainya, Dengan demikian kota padang memiliki jumlah UMKM paling banyak di Provinsi Sumatera Barat . Dengan besarnya jumlah umkm tersebut menajadi alasan bagi peneliti melakukan penelitian terkait umkm terkhusus pada umkm sektor Kuliner di Kota Padang. Pada akhir ini usaha kuliner menjadi usaha yang ramai diminati pelaku usaha. Hal ini disebabkan makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok dalam kegiatan sehari hari Begitu banyak perusahaan perusahaan yang baru bermunculan di kota padang, namun beberapa diantara perusahaan tersebut tidak memiliki masa umur bisnis yang panjang akibat tingginya persaingan.



Gambar 1 Data Statistik UMKM di Kota Padang

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Kota Padang

Penelitian ini penting untuk dilakukan pada beberapa UMKM Kuliner yang ada di kota padang, karena selalu bertambahnya jumlah UMKM yang ada dikota padang. UMKM baru harus memilih strategi bisnis yang tepat seperti strategi orientasi kewirausahaan dikarenakan UMKM baru dituntut untuk lebih berinovasi, berani dalam mengambil tindakan dan lebih proaktif dalam persaingan. Oleh karena itu penting bagi UMKM baru terutama UMKM yang masih berumur baru yang masih rentan mengalami kemunduran untuk menghubungkan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan proses penciptaan pengetahuan. Proses penciptaan pengetahuan yang dimaksud adalah proses dimana UMKM mampu melakukan sosialisasi, eksternalisasi, kombinasi, dan internalisasi.

Banyak UMKM baru yang memiliki sumber daya terbatas dibandingkan dengan UMKM pesaing yang sudah lama berada di pasar dan memiliki sumber daya yang mumpuni. UMKM yang baru dibangun biasanya cenderung memiliki sumber daya yang terbatas terutama sumber daya keuangan serta manajerial yang terbatas (Hidayat et al., 2021). Sehingga membuat beberapa UMKM baru harus berhati-hati dalam mengambil keputusan karena rentannya bisnis yang dibangun karena memiliki sumber daya yang terbatas. Menurut teori keunggulan sumber daya melihat orientasi kewirausahaan ini sebagai sumber daya yang dapat membantu perusahaan dalam mendahului perusahaan pesaing melalui keunggulan kompetitif (Elidjen et al., 2022). Dengan adanya orientasi kewirausahaan pada perusahaan baru maka hal ini akan dapat membantu UMKM baru dalam memenangkan persaingan dan mampu bersaing dengan usaha besar yang sudah lama ada pada suatu industri. Hal ini sangat tepat apa bila diterapkan pada UMKM baru yang ada di kota Padang karena begitu banyaknya perusahaan baru yang memerlukan orientasi kewirausahaan.

Dalam memenangkan persaingan perusahaan tidak cukup hanya memiliki orientasi perusahaan saja dalam mendapatkan kinerja perusahaan yang baik dan memenangkan suatu persaingan. Perusahaan membutuhkan pengetahuan dalam mengeksekusi suatu peluang serta menciptakan inovasi untuk kinerja perusahaan yang baik sehingga bisa bersaing kompetitif dengan perusahaan pesaing. Proses penciptaan pengetahuan dapat membantu perusahaan dalam mentransfer suatu pengetahuan ke dalam kegiatan operasional yang efisien dan dapat memberikan hal

positif bagi perusahaan(Vidic, 2013). Sehingga penelitian penting dilakukan untuk melihat apakah orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan penciptaan pengetahuan memberi pengaruh yang positif terhadap kinerja perusahaan terutama pada umkm sektor kuliner yang berumur kurang dari 10 tahun dikota padang. Lalu diharapkan setelah ada penelitian ini bisa membantu pelaku UMKM untuk meningkatkan kinerja usaha dan mampu menggunakan strategi strategi tersebut terutama pada UMKM sektor kuliner.

Pada penelitian sebelumnya sudah ada dilakukan penelitian tentang pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan penciptaan pengetahuan terhadap kinerja perusahaan. Merujuk pada penelitian sebelumnya memiliki hasil bahwa orientasi kewirausahaan, orientasi pasar dan penciptaan pengetahuan berpengaruh positif kepada kinerja perusahaan. Namun belum tentu orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif kepada kinerja UMKM yang ada dikota padang. Hal ini disebabkan sudah banyak perubahan lingkungan bisnis yang ada di kota padang yang disebabkan oleh adanya pandemic dan perkembangan teknologi yang sangat tinggi. Pada penelitian ini terdapat kebaharuan dari penelitian sebelumnya, yang mana penelitian sebelumnya melakukan penelitian kepada perusahaan perusahaan yang sudah besar yang ada diluar negeri dan juga cakupan Negara Indonesia. Penelitian ini nantinya akan dilakukan pada UMKM sektor kuliner terkhususnya di Kota Padang.

Berdasarkan penjelasan latar belakang dan fenomena tersebut Penulis ingin melanjutkan penelitian sebelumnya, yang mana penelitian dilakukan dalam

melihat tingkat pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan penciptaan pengetahuan terhadap kinerja perusahaan pada UMKM sektor kuliner yang berumur kurang dari enam tahun yang ada di kota padang. Penulis memilih judul penelitian yakni: **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, dan Penciptaan Pengetahuan terhadap Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan penejelasan latar belakang di atas, dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut

1. Bagaimana Pengaruh Orientasi Kewirausahaan kepada Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.
2. Bagaimana Pengaruh Orientasi Pasar kepada Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.
3. Bagaimana Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah sebelumnya sehingga tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Orientasi Kewirausahaan kepada Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.

2. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Orientasi Pasar kepada Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.
3. Untuk menguji dan menganalisis Pengaruh Penciptaan Pengetahuan terhadap Kinerja Perusahaan pada UMKM sektor kuliner di Kota Padang.

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan Adanya penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan secara konseptual dan memperluas ilmu manajemen dan pengembangan keilmuan tentang kewirausahaan. Penelitian diharapkan juga mampu memberikan petunjuk sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk beberapa yang membutuhkan penelitian ini, pertama tentunya bermanfaat bagi peneliti sendiri dan lembaga terkait yang membutuhkan. Bagi pelaku UMKM di Kota Padang terutama pada UMKM yang bergerak pada sektor kuliner. Penelitian diharapkan mampu menjadi pedoman bagi pelaku UMKM dalam menentukan strategi bisnis serta dalam pengambilan keputusan, serta menambah ilmu pengetahuan pelaku UMKM. Sehingga Pelaku UMKM bisa

sejahtera dan mendapatkan kinerja yang baik sesuai yang diharapkan pada umumnya.

1.5.Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan pada penelitian ini terdapat lima bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini terdapat isi tentang latar belakang masalah pada penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN LITERATUR

Pada bab ini terdapat isi Mengenai landasan teori tentang variabel yakni orientasi kewirausahaan, penciptaan pengetahuan, dan kinerja perusahaan pada UMKM yang berumur kurang dari enam tahun di Kota Padang beserta hal-hal yang terdapat dalam penelitian, tinjauan penelitian terdahulu, kerangka Konseptual dan hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat isi tentang metode yang digunakan, Operasional Variabel, Teknik Pengumpulan data, Teknik Pengambilan sampel, teknik Pengolahan, dan analisis data.

BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang identitas dan karakteristik responden, deskripsi variabel penelitian, pengujian model dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran dalam penelitian.

