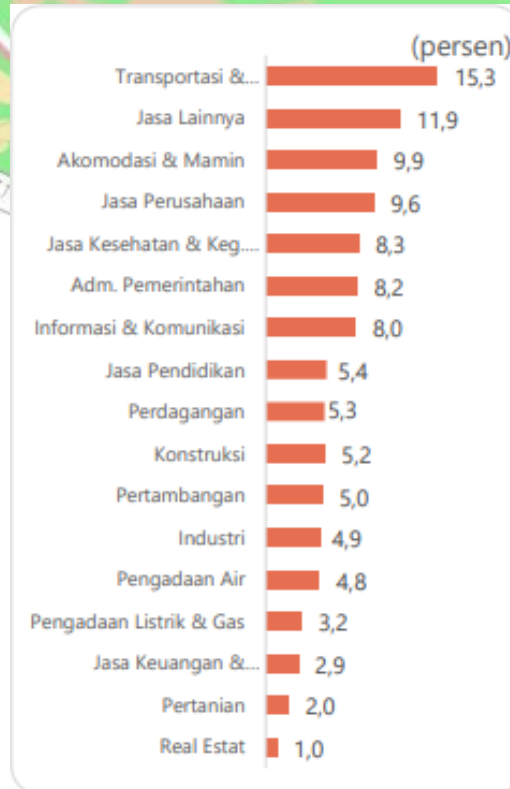


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu sektor yang menjadi kontributor dan penopang serta memiliki peran strategis dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia adalah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Br Tarigan et al., 2022). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Indonesia, Sektor UKM memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 61% atau senilai dengan Rp 9.580 Triliun, bahkan kontribusi UMKM terhadap penyerapan tenaga kerja mencapai sebesar 97% dari total tenaga kerja. Berdasarkan badan pusat statistik (BPS) tahun 2023, pertumbuhan PDB dari seluruh lapangan usaha kembali tumbuh positif.



Sumber: Data Kementerian PPN/Bappenas

**Gambar 1. 1** Pertumbuhan PDB 2023

Dapat dilihat bahwa sektor lapangan usaha yang bergerak di bidang jasa memiliki pertumbuhan yang cukup tinggi, yakni mencapai 11,9%, khususnya pada tahun 2023. Faktor peningkatan ini dipengaruhi oleh berakhirnya masa pandemi Covid-19 sehingga membuka gerbang bagi kehidupan sosial dapat berjalan sebagaimana mestinya. Berbagai *event* telah dilaksanakan kembali, dengan izin dan peraturan baru. Diketahui bahwa, kenaikan unit usaha yang terjadi dipengaruhi oleh jumlah pelaku usaha baru yang kian meningkat. Banyak bermunculan bisnis rintisan yang dikenal dengan *start-up business* di kota-kota kecil maupun kota-kota besar di Indonesia (Iskandar et al., 2024).

Setiap perusahaan ingin menjadi pelaku usaha yang berbeda dan unik dari pelaku usaha lain. Seperti salah satunya adalah membuka bisnis jasa pesta pernikahan (*wedding*). Pernikahan merupakan langkah penting dalam kehidupan seseorang yang harus dipertimbangkan secara matang karena memerlukan banyak persiapan. Dalam pelaksanaan pesta pernikahan, diperlukan adanya persiapan mengenai pelaksanaan pesta, guna untuk mengabadikan momen seremonial menjadi momen yang tak terlupakan bagi pasangan dan keluarga, maka pasangan harus berusaha memasukkan ide-idenya ke dalam pernikahan mereka (Pandowo & Tuwo, 2015).

Bagi sebagian besar kalangan masyarakat mempercayai bahwa pesta pernikahan merupakan suatu tahapan yang sangat penting dalam prosesi pernikahan/perkawinan. Sering kali pesta pernikahan dirancang dengan sangat mewah dan meriahnya yang tentunya membuat calon pengantin dan keluarga menjadi cukup disibukkan dengan kegiatan persiapan terkait dengan pesta pernikahan. Mulai dari undangan, foto *prewedding*, *Wedding organizer*, lokasi

atau tempat, *Make-Up Artist* (MUA), busana, souvenir, katering, konsep acara dan hiburan. Persiapan yang matang tersebut dilakukan demi mewujudkan keinginan konsumen untuk dapat mengabadikan momen sakral pesta pernikahan.

Usaha jasa pesta adalah pelaku usaha yang menawarkan jasa dalam membantu pasangan yang memiliki perencanaan rumit dan pelaksanaan pernikahan mereka, dengan tujuan untuk mengurangi tekanan emosional dan fisik yang terkait dengan proses persiapan. Para profesional ini adalah entitas berdedikasi yang menyediakan layanan pernikahan khusus (Iskandar et al., 2024). Mereka secara pribadi membimbing calon pasangan melalui persiapan yang cermat dari setiap aspek pernikahan, memastikan pengalaman yang mulus dan dirancang secara pribadi, meliputi penganggaran, pemilihan tempat, dekorasi, dan penjadwalan acara.

Usaha jasa pesta pernikahan di Sumatera Barat terbilang cukup banyak dan menjanjikan potensi bisnis yang cerah. Misalnya dalam bisnis *wedding organizer*. Tercatat pada saat ini dalam *wedding organizer* (WO) saja terdapat lebih dari 10 perusahaan jasa pesta yang aktif di Sumatera Barat. Adapun kesepuluh perusahaan tersebut menurut media sosial Instagram yang paling diminati oleh konsumen adalah:

**Tabel 1. 1 Daftar Perusahaan Jasa Pesta Pernikahan di Sumatera Barat**

No	Nama Usaha
1	LUZIE Wedding Organizer Padang
2	Minang Organizer
3	Pesona Wedding Organizer
4	Fairytale Wedding Organizer
5	Thity Wedding
6	Disya Pesta
7	Janeeta Wedding Organizer

No	Nama Usaha
8	Arkatama Wedding Organizer
9	Jacky Pelaminan Wedding Organizer
10	Humaira Pelaminan & Wedding Organizer

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti

Banyaknya pelaku usaha jasa pesta pernikahan WO di Sumatera Barat yang aktif, sebagaimana dapat dilihat pada Tabel 1.1, menjadikan para pelaku usaha tersebut untuk lebih kompetitif dalam memberikan pelayanan juga menawarkan jasa yang mereka berikan kepada konsumen. Karena ini dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan jasa mereka.

Selain *wedding organizer* ada jenis usaha jasa pesta pernikahan yaitu, catering. Catering juga sudah marak di masyarakat Sumatera Barat. Tercatat lebih dari 13 usaha catering yang populer di Sumatera Barat diantaranya:

**Tabel 1. 2 Daftar Perusahaan Jasa Pesta Pernikahan Bidang Katering di Sumatera Barat**

No	Nama Firm
1	AA Cathering
2	CV Yosa Catering Padang
3	Fintofood Padang
4	CV DF Catering
5	Miyapa Catering Padang
6	Aqila Catering Padang
7	Linda Kusuma Catering
8	Rei Catering
9	Manti Catering Padang
10	Rantangan Padang
11	Dhika Catering
12	Upi CC Catering
13	Nang Bakhtar

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti

Dalam konteks ini, penelitian terbaru menunjukkan bahwa keberadaan jasa *catering* tidak hanya memenuhi kebutuhan praktis tetapi juga menciptakan

peluang bagi pelaku usaha untuk berinovasi dalam penyediaan layanan (Dayanti, 2023). Selain itu jenis usaha jasa pesta di Sumatera Barat ialah pelaminan. Adapun beberapa pelaminan yang banyak diminati oleh masyarakat ialah:

**Tabel 1. 3 Daftar Usaha Jasa Pesta Pernikahan Bidang Pelaminan di Sumatera Barat**

No	Nama Firm
1	Tianda Wedding Decor
2	Mox Pelaminan
3	Dhika Pelaminan
4	Awe Pelaminan
5	Fadhil Pelaminan
6	Suite By Surya Pelaminan
7	CV Modelman Pelaminan
8	Wen Pelaminan
9	Humaira Pelaminan
10	AA Pelaminan
11	Usaha Ibu Pelaminan
12	En Pelaminan
13	Adesta Pelaminan Bukittinggi
14	Mutia Pelaminan
14	Riri Party Pelaminan
15	Yenni Pelaminan
16	Andhika Make Up dan Pelaminan
17	Bersaudara Pelaminan
18	Hana Pesta Pelaminan dan Tenda
19	Cendana Pelaminan
20	Royale Wedding Pelaminan
21	Mahkota Pelaminan
22	Feby Pelaminan
23	Dilla Pelaminan

*Sumber: Hasil pengolahan data peneliti*

*Makeup Artist (MUA)* juga merupakan salah satu jasa usaha pesta yang populer saat ini. Adapun beberapa MUA yang populer di Sumatera Barat adalah:

**Tabel 1. 4 Daftar Perusahaan Jasa Pesta Pernikahan Bidang Make Up Artist di Sumatera Barat**

No	Nama Usaha
1	Aisyah Harpani MUA
2	Randita Larasari MUA



3	OhjoMUA
4	Tepin Make Up
5	Vanny Zul MUA
6	Lany Pertiwi MUA
7	Welly Make Up
8	Deddy Make Up Art
9	Suko MUA
10	Iyayi Sofyani Make Up
11	My Makeup Art
12	Make Up by Thio
13	By Nia Monica
14	Beaute by Tritania
15	Shaneisya Make Up
16	Nike MUA
17	Make Up by Nadsya
18	Felysia Delyani MUA
19	Sevina Make Up
20	Nina Sani MUA
21	Yulianora MUA
22	Dhika Mezue MUA
23	Andamrani MUA
24	Tuti Susanti MUA

Sumber: Hasil pengolahan data peneliti

Beberapa data tersebut diatas juga ditambah dengan pelaku usaha lainnya yang juga bergerak di bidang yang sama, yakni jasa untuk undangan, souvenir, seserahan, *florist*/papan bunga, sanggar tari, *Master of Ceremony*, dan Fotografi.

Meningkatnya permintaan masyarakat akan layanan pernikahan yang berkualitas dan profesional disebabkan oleh perubahan gaya hidup yang semakin modern. Masyarakat lebih memilih menggunakan *jasa wedding* sebagai alternatif untuk menyelenggarakan acara pernikahan, yang sebelumnya lebih banyak dilakukan secara tradisional dengan bantuan keluarga dan teman. Fenomena ini menunjukkan pergeseran dalam cara masyarakat merayakan pernikahan, dimana efisiensi dan kualitas layanan menjadi prioritas utama.

Pelaku usaha dalam menjalankan usaha perusahaannya memerlukan

orientasi kewirausahaan (*entrepreneurial orientation*), yang berperan sebagai kunci untuk membantu organisasi menjadi lebih kompetitif (Freixanet et al., 2021). Peran orientasi kewirausahaan dalam perusahaan meliputi tindakan berani mengambil risiko, keinovasian, dan sifat proaktif. Perusahaan akan selalu dihadapkan dengan berbagai perubahan baik itu lingkungan ekonomi, lingkungan pasar, lingkungan alam, dan lingkungan bisnis. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk cepat mengambil kebijakan sehingga terus bergerak mengikuti perkembangan global.

Hal ini berlaku juga untuk perusahaan yang bergerak di bidang jasa pesta. Sebab pada implementasinya, orientasi kewirausahaan dapat dijadikan sebagai orientasi strategis guna memetakan dan mendefinisikan proses kewirausahaan, praktik, dan gaya pengambilan keputusan, yang berkaitan kinerja jasa yang ditawarkan (Arshad et al., 2024). Para pelaku usaha ini perlu untuk menekankan kemampuan organisasi untuk proaktif dalam menemukan dan memanfaatkan peluang yang dapat mendukung pertumbuhannya dengan secara proaktif mengidentifikasi dan memanfaatkan peluang tersebut. Sebagai hasil dari pengambil keputusan, dapat fokus pada strategi jangka panjang dan mempertahankan keunggulan kompetitif di pasar mereka, dengan menawarkan kinerja optimal untuk konsumen mereka bagi perkembangan perusahaan di masa depan.

Fenomena yang terjadi saat ini adalah meningkatnya kebutuhan akan layanan pernikahan yang lebih personal dan unik, terutama setelah pandemi COVID-19. Banyak pasangan yang mencari pengalaman berbeda, sehingga pelaku usaha jasa pesta dituntut untuk beradaptasi dengan cepat dan

menawarkan inovasi produk dalam layanan mereka. Misalnya, penggunaan teknologi seperti undangan digital, live streaming pernikahan atau paket layanan yang lebih fleksibel dan terjangkau.

Faktor lain yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan, yaitu melalui orientasi pasar (*market oriented*). Orientasi pasar mencakup kemampuan perusahaan untuk memahami dan merespon kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan lebih baik dibandingkan pesaing. Dengan mengadopsi orientasi pasar, perusahaan dapat mengembangkan produk dan layanan yang lebih relevan, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan mendorong pertumbuhan penjualan serta profitabilitas (Heryadi et al., 2023). Konsep orientasi pasar mencakup hal-hal mengenai pelanggan, pesaing, dan koordinasi interfunksional. Orientasi pelanggan meliputi seluruh aktivitas dalam upaya pemerolehan informasi mengenai pelanggan pada pasar sasaran.

Upaya yang dapat dilakukan untuk menjaga dan meningkatkan nilai yang tinggi bagi konsumen, dapat dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan inovasi (Otero-Neira et al., 2009). Inovasi merupakan sesuatu yang unik yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang sulit ditiru oleh perusahaan lain. Dengan memiliki daya inovasi yang lebih tinggi daripada pesaing, perusahaan dapat meningkatkan efektivitas dalam orientasi pasar dengan menciptakan halangan untuk ditiru. Tidak ada keraguan bahwa inovasi memainkan peran penting dalam meningkatkan Kinerja usaha. Banyak riset yang membuktikan bahwa inovasi semakin banyak digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan daya saing mereka dan memastikan kelangsungan jangka panjang, terutama seiring dengan perubahan dinamika sektor (Arshad et al.,



2024).

Penelitian yang dilakukan oleh (Martinez et al., 2018) dengan variabel yang sama yakni hubungan antara *orientasi pasardan orientasi kewirausahaan* yang dimediasi oleh variabel inovasi memiliki hasil riset bahwa suatu perusahaan harus mengembangkan dua dari tiga orientasi strategis (orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan orientasi pembelajaran) yang diterapkan dalam model untuk menghasilkan inovasi dalam produk, proses dan manajemen, sehingga mencapai hasil yang lebih baik di UKM.

Penelitian yang dilakukan Karaev & Mercan (2023) menjelaskan bahwa peran inovasi yang diuji sebagai faktor mediator antara orientasi pasar dan Kinerja usaha. Hasil penelitian mengungkapkan hubungan yang signifikan dan positif antara orientasi pasar dan orientasi inovasi dan Kinerja usaha. Pada penelitian ini, perusahaan menganggap inovasi sebagai faktor penting untuk meningkatkan Kinerja usaha dan faktor yang meningkatkan keunggulan komparatif mereka.

Kinerja usaha adalah hasil yang diperoleh dengan menggerakkan strategi kompetitif dan sumber dayanya secara harmonis untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditentukan perusahaan sebelumnya atau direvisi kemudian atau keuntungan yang diberikan selama proses implementasi. Pengukuran kinerja menentukan sejauh mana pengendalian sumber daya dan tujuan organisasi tercapai, serta mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan organisasi dan orientasi masa depan, serta mengidentifikasi proses yang mendasari tujuan organisasi, yakni mencapai keberhasilan dan meminimalisir kegagalan yang dialami (Karaev & Mercan, 2023).

Hal ini mengindikasikan bahwa hubungan antara *orientasi pasar* dan *orientasi kewirausahaan* yang dimediasi oleh variabel inovasi penting untuk menjadi perhatian para pelaku usaha jasa pesta di Sumatera Barat, khususnya adalah untuk meningkatkan Kinerja usaha mereka. Urgensi inovasi dalam perusahaan usaha jasa pesta di Sumatera Barat adalah untuk mempertahankan keberadaan mereka di tangan-tengah pangsa usaha dan pangsa pasar yang terus berkembang. Orientasi kewirausahaan dan peningkatan kinerja bisnis melalui orientasi pasar pada perusahaan ini perlu dibarengi dengan inovasi perusahaan, guna memaksimalkan peluang keberhasilan Kinerja usaha dalam menjalankan usaha jasa pesta dan kinerja usaha jasa pesta. Inovasi merupakan salah satu faktor paling penting yang menentukan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dan mempunyai dampak besar terhadap kemampuan suatu bisnis untuk tetap kompetitif dalam industrinya (Arshad et al., 2024).

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan membahas tentang “Analisa Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha Jasa Pesta di Sumatera Barat Melalui Inovasi Sebagai Variabel Mediasi”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Orientasi pasar terhadap Kinerja Usaha ?
2. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha?
3. Bagaimana pengaruh Orientasi pasar terhadap Inovasi ?
4. Bagaimana pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap inovasi?

5. Bagaimana pengaruh Inovasi terhadap Kinerja Usaha ?
6. Bagaimana pengaruh Inovasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Orientasi pasar dan Kinerja Usaha?
7. Bagaimana pengaruh Inovasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara orientasi kewirausahaan dan Kinerja Usaha?

### 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi pasar terhadap Kinerja Usaha
2. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja Usaha
3. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi pasar terhadap Inovasi
4. Untuk menganalisis pengaruh Orientasi kewirausahaan terhadap Inovasi
5. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi terhadap Kinerja usaha
6. Untuk menganalisis inovasi sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara Orientasi pasar dan Kinerja usaha
7. Untuk menganalisis pengaruh Inovasi sebagai variabel Mediasi dalam hubungan antara Orientasi kewirausahaan dan Kinerja usaha

### 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi pembaca. Manfaat yang disusun adalah sebagai berikut :

#### a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada perluasan pengetahuan tentang fenomena orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap Kinerja usaha khususnya pada perusahaan yang bergerak dibidang Usaha Jasa

Pesta di Sumatera Barat. Penelitian ini juga mengangkat teori tentang inovasi sebagai variabel mediasi antara hubungan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan pengetahuan seputar variabel-variabel tersebut.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini menyediakan informasi untuk pemilik usaha dibidang Usaha Jasa Pesta khususnya di Sumatera Barat. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat memberikan perspektif yang lebih luas yang kemudian dapat digunakan oleh pihak- pihak terkait seperti *owner* bisnis, manajer, dan pegawai untuk meningkatkan Kinerja usaha.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Di dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah agar tujuan yang diharapkan penelitian ini dapat tercapai dengan tepat. penelitian ini mengkaji tentang pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan sebagai variabel independen, dan variabel dependen yaitu Kinerja usaha kemudian inovasi sebagai variabel mediasi pada Usaha jasa pesta di Sumatera Barat.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan dan pembahasan penulisan ini terdiri dari sub bab yang saling berkaitan satu sama lain seperti yang terlihat pada sistematika penulisan di bawah ini :

BAB I : Pendahuluan

Menjelaskan secara garis besar mengenai latar belakang, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, ruang lingkup

penelitian, serta sistematika penulisan yang dipilih.

**BAB II : Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang menjelaskan terkait variabel- variabel penelitian terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan kerangka konseptual.

**BAB III : Metode Penelitian**

Pada bab ini menjelaskan penelitian yang terdiri dari metode yang digunakan, populasi, dan penentuan sampel, sumber, dan teknik pengumpulan data serta metode analisis data.

**BAB IV : Hasil dan Pembahasan**

Pada bab ini berisikan mengenai hasil penelitian yang di dalamnya mencakup profil dari responden, analisis deskriptif, data hasil penelitian, dan pengujian hipotesis penelitian.

**BAB V : Penutup**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, saran yang berguna bagi perusahaan atau instansi yang diteliti pada penelitian ini.

