

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Wirausaha merupakan kegiatan pertumbuhan ekonomi dan pembangunan nasional yang dilihat dari sektor formal maupun informal (A. Al Mamun et al., 2016). Kegiatan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) merupakan kegiatan usaha yang memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan sangat berkontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi (Bowen & Richardson, 2016). Secara khusus UKM merupakan kegiatan penggerak kewirausahaan secara global dan juga memainkan peranan penting dalam mengembangkan kemampuan teknologi, difusi inovasi dan mobilitas modal (Nabiswa & Mukwa, 2017). Untuk meningkatkan kemampuan pada UKM, kegiatan ini selalu terikat dengan seorang wirausahawan yang selalu menjalankan usaha dengan melakukan penggabungan antara sumber daya manusia dengan sumber daya lainnya yang dapat menciptakan nilai yang lebih tinggi daripada sebelumnya (Hirsch et al., 2018).

(Raghuvanshi & Garg, 2018) mengatakan bahwa perusahaan nasional maupun internasional mengalami banyak tantangan dalam menghadapi ketidakpastian pasar seperti modal konsumen dan keuangan konsumen. Serta banyaknya pesaing lokal maupun internasional. (Wolcott et al., 2008) mengatakan dan mencatat bahwa jenis usaha mikro atau bisa disebut juga dengan pekerjaan paruh waktu atau penuh waktu merupakan usaha perumahan, pedagang kaki lima (PKL), ataupun juga berbasis dengan bidang pertanian. Kegiatan usaha mikro di Malaysia merupakan usaha dengan omset penjualan kurang dari RM 300.000 per tahun dan karyawannya terdiri kurang dari lima karyawan (Ahmad et al., 2018).

(Razavi & Ab Aziz, 2017) Kurang lebih usaha di Malaysia ini memiliki operasi kerja dengan skala kecil, seperti warung makan di pinggir jalan, pedagang pasar malam, warung kelontong dan juga usaha mempromosikan kegiatan ritel di dalam negeri.

Orientasi kewirausahaan merupakan orientasi yang penting untuk berdirinya suatu perusahaan agar perusahaan tersebut berjalan sesuai dengan rencana (Covin et al., 2006; Covin & Slevin, 1991; Lumpkin & Dess, 2001; Martens et al., 2011; Miller, 1983; Miller & Friesen, 1982; Rauch et al., 2009; Zahra & George, 2002). (Covin & Slevin, 1991) menjelaskan bahwa kewirausahaan di tingkat usaha berpuncak pada konsep orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan merujuk pada serangkaian dimensi yaitu terdiri dari teknik menentukan keputusan, dan proses pada kegiatan pembentukan usaha usaha yang cenderung bertindak secara mandiri, berinovasi dan menanggung resiko dalam aktivitas mencari peluang yang lebih menantang (Lumpkin & Dess, 2001). Orientasi kewirausahaan merupakan penyaluran nilai-nilai usaha yang bersumber dari perusahaan manajemen puncak yang dapat dinyatakan bahwa orientasi kewirausahaan diawali pada tingkatan tertinggi dalam perusahaan dan bertujuan untuk menyebarluaskan peluang usaha (Lumpkin & Dess, 2001). Dan juga (Miller, 1983) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki tiga dimensi yaitu, inovatif, cenderung mengambil resiko dan juga dapat mengukur skala pertumbuhan usaha itu sendiri. Sedangkan (Lumpkin & Dess, 1996) menjelaskan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki lima dimensi yaitu, inovatif, ketekunan, berani mengambil resiko, mandiri, dan dapat mewujudkan pertumbuhan usaha.

Pengetahuan kewirausahaan sangat menguntungkan bagi usaha kecil ataupun organisasi yang dukungan dari teknologi dan keuangan yang sangat minim (A. Al Mamun & Fazal, 2018; Đurkin & Perić, 2017). Kegiatan kewirausahaan di perusahaan baru mengacu pada keseimbangan kompetensi khusus pada pengoperasionalan kewirausahaan (Mitchelmore & Rowley, 2013). Menurut (A. Al Mamun et al., 2016) pengetahuan kewirausahaan merupakan kemampuan untuk menggunakan sumber daya alam sebagai acuan peningkatan dan keberhasilan usaha mikro. Pengetahuan kewirausahaan sangat penting dalam membangun usaha agar usaha tersebut berhasil dan sukses. (Andrews et al., 2011) menegaskan bahwa mengidentifikasi kompetensi kewirausahaan lainnya dapat menjadikan referensi untuk kesuksesan usaha. Menurut pendapat (Man et al., 2002) pengetahuan individu merupakan acuan penting dalam meningkatkan perilaku pengusaha dalam mengelola perusahaan secara efisien. (Gerli & Gubitta, 2011) berpendapat bahwa pengusaha harus bisa meningkatkan pengetahuan kewirausahaan tertentu untuk bisa memfasilitasi kinerja perusahaan yang mereka jalani. Dan juga pengetahuan yang dimiliki oleh seorang pengusaha diharapkan mampu untuk bisa memfasilitasi performa perusahaan, perkembangan dan pertumbuhan ekonomi agar bisa berkembang pesat (Mitchelmore & Rowley, 2013).

(Gerli & Gubitta, 2011) berpendapat bahwa peran seorang pengusaha dapat dilihat dengan baik dari hasil perusahaan yang mereka jalani. Dan juga hasil perusahaan dapat berpengaruh terhadap pengetahuan wirausaha terhadap kinerja perusahaan. Tidak diragukan lagi, bahwa orientasi kewirausahaan merupakan suatu faktor penting dalam mengatasi permasalahan yang ada di kalangan UKM dan kewirausahaan juga dapat membangun kompetensi eksternal maupun internal

(Darwis, 2017). (Mitchelmore & Rowley, 2010) menegaskan bahwa keberhasilan suatu usaha dan perkembangan ekonomi di kalangan UKM adalah merupakan suatu keberhasilan dari kompetensi kewirausahaan tersebut.

Networking merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh seorang wirausahawan untuk menjalankan usaha karena networking bertujuan untuk bisa menjalankan UKM dengan kegiatan eksternal yang memiliki tujuan untuk bisa membantu menjalankan usaha, kebutuhan hidup dan juga pertumbuhan ekonomi serta kegiatan eksternal akan memperlihatkan betapa pentingnya sumber daya eksternal yang mampu membantu menjalankan UKM agar usaha tersebut berhasil dan sukses (K. L. Taylor et al., 2004). (Dodd & Patra, 2002) menjelaskan bahwa seorang wirausahawan harus memiliki keterikatan terhadap networking agar mampu memenuhi sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Dan juga networking merupakan sesuatu yang dibutuhkan oleh perusahaan untuk bisa mendapatkan informasi tentang peluang usaha, gagasan dan sumber daya yang lain (D. W. Taylor & Thorpe, 2004). Keberhasilan networking mampu berhubungan baik dengan pengembangan dan keberhasilan perusahaan (Brüderl & Preisendörfer, 1998).

(Guyatt et al., 2011) mengklaim bahwa menganalisis faktor-faktor pengetahuan kewirausahaan merupakan suatu kepentingan untuk keberhasilan usaha. Namun, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi seperti salah satunya adalah pengetahuan manusia itu sendiri. Ini merupakan suatu tantangan utama yang dihadapi oleh usaha mikro untuk bisa berjalan dan bertahan di pasar (Wahid et al., 2017). (M. A. Al Mamun et al., 2016) menegaskan bahwa seorang pengusaha harus bisa memahami tentang faktor-faktor utama yang mempengaruhi kinerja

perusahaan dengan melihat pengetahuan kewirausahaan untuk bisa mencapai keberhasilan usaha mikro.

Indonesia merupakan negara dengan penduduk yang pertumbuhan ukm semakin bertambah setiap tahun. Menurut data dari Kementerian Koperasi Dan Usaha Kecil Menengah, saat ini pertumbuhan usaha ukm mencapai 60 juta, jumlah tersebut masih terus bertambah dengan seiring kemajuan teknologi. Menteri Perdagangan (Mendag) Muhammad Lutfi dalam penandatanganan Nota Kesepahaman Kementerian Koperasi dan UKM, PT. Sarinah dengan PT Ina Product Indonesia pada hari Kamis, 28 Oktober 2021 menyampaikan bahwa tantangan yang dihadapi oleh para pelaku usaha UKM ada 3 yaitu yang pertama adalah pengalaman, hal ini membuat para pelaku usaha ukm sulit beradaptasi terhadap perkembangan zaman. Kedua yaitu networking, hal ini membuat pelaku usaha sangat sulit untuk berkompetisi dan yang ketiga adalah modal atau pendanaan hal ini membuat para pelaku usaha sulit untuk mengembangkan usaha mereka.

Adapun juga yang terjadi di Jawa Timur, Indonesia adalah masalah-masalah yang terkait dengan ukm yang sering kali dihadapi oleh pelaku usaha adalah kurangnya modal, pemasaran, penjualan dan bahan baku. Dari permasalahan tersebut maka berakibat pada pelaku usaha yang bergerak di sektor ukm akan kesulitan untuk maju dan bertahan lama. Lambat laun usaha tersebut akan tidak dapat berkembang lagi dan dapat mengakibatkan kebangkrutan lebih awal. Oleh karena itu, maka penulis berpendapat bahwa pelaku usaha atau sektor ukm harus memiliki pengetahuan dan keterampilan kewirausahaan dalam mengelola usaha yang mereka jalani agar tidak terjadi kebangkrutan lebih awal. Dengan demikian dimana faktor-faktor yang menentukan keberhasilan suatu usaha adalah

kemampuan pengetahuan dan keterampilan individu yang dimilikinya. Selain fenomena usaha yang telah dijabarkan tersebut penelitian ini juga didasari atas riset gap yang ditemukan oleh peneliti dari penelitian-penelitian terdahulu sebagaimana yang ditampilkan pada tabel 1. Berikut ini:

Tabel 1. 1 Research Gap

No	Jenis GAP	Penjabaran
1.	Kontroversi Riset (Entrepreneurial Knowledge)	(Dewi, 2019) dalam penelitiannya mengemukakan bahwa pengetahuan kewirausahaan secara signifikan terhadap kinerja perusahaan muslim di Surabaya, Sidoarjo dan Gresik. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Yasa et al., 2017) menyatakan bahwa pengetahuan kewirausahaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja kerajinan payung tradisional di Provinsi Bali.
3.	Kontroversi Riset (Market Orientation)	(Abbas, 2018) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa market orientation berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan di Makassar. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Setyawati, 2013) menjelaskan bahwa market orientation tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan di kabupaten Kebumen.
4.	Kontroversi Riset (Sales Orientation)	(Rizan & Utama, 2020) dalam penelitian menjelaskan bahwa sales orientation berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja UKM di Jakarta. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Anwar & Ratnasari, 2017) menjelaskan bahwa sales orientation tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan di Surabaya.
5.	Kontroversi Riset (Networking)	(Hendrawan & Wijaya, 2020) dalam penelitian menjelaskan bahwa networking berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan di Jakarta Barat. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh (Parida et al., 2010) mengatakan bahwa networking tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.

B. Rumusan Masalah

1. Apakah pengetahuan kewirausahaan akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
2. Apakah market orientation akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

3. Apakah sales orientation akan berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?
4. Bagaimana networking bisa berpengaruh terhadap kinerja perusahaan?

C. Tujuan

1. Untuk menganalisis pengaruh entrepreneurial knowledge terhadap kinerja perusahaan
2. Untuk menganalisis pengaruh market orientation terhadap kinerja perusahaan
3. Untuk menganalisis pengaruh sales orientation terhadap kinerja perusahaan
4. Untuk menganalisis pengaruh networking terhadap kinerja perusahaan

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis:
 - a. Memperluas wawasan penulis terhadap fenomena yang terjadi dalam kinerja perusahaan SMEs.
 - b. Penelitian dapat digunakan sebagai bahan perbandingan sampai sejauh mana teori-teori tentang kinerja perusahaan, entrepreneurial knowledge, market orientation, sales orientation and networking yang didapat selama masa perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia nyata.
2. Bagi pihak lain:
 - a. Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat dalam menambah pengetahuan bagi pihak-pihak yang tertarik dengan bidang ini.
 - b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi dan referensi yang kelak bermanfaat bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

