

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keadaan perekonomian dinegara Indonesia ini sedang terpuruk akibat melemahnya nilai tukar Rupiah, namun hal tersebut nampaknya tidak terlalu berdampak pada usaha Mikro dan Kecil di Kota Ponorogo. Pertumbuhan UMKM di Kota Ponorogo setiap tahunnya meningkat. Jumlah UMKM ditahun 2019 sebesar 31.328 dan mengalami kenaikan sebesar 35.025 ditahun 2020 pada saat pandemi. Jumlah UMKM terus mengalami kenaikan sebesar 38.387 ditahun 2021. Akhirnya data jumlah UMKM pada Kabupaten Ponorogo ditahun 2022 sebesar 39.650, dikutip dari Pusat Studi Jawa Timur (2023).

Sektor UMKM berperan penting untuk masyarakat perkotaan, karena sebagai penyangga terhadap permasalahan sosial yang terkait dengan pertumbuhan penduduk. UMKM yang didominasi oleh industri rumahan, perdagangan dan jasa sering kali dimulai dari bisnis keluarga. Meskipun memiliki potensi untuk berkembang, banyak dari mereka mengalami tantangan dalam menjaga keberlangsungan bisnisnya. Banyak faktor yang seringkali menyebabkan kegagalan atau kesulitan dalam pengembangan bisnis keluarga, seperti kurangnya pelatihan kaderisasi, manajemen yang buruk, jenis bisnis yang kurang kompetitif dan lain-lain (Dedi & Rahadi, 2017).

Keluarga ialah sistem yang lebih dari sekedar hubungan antara orang tua dan anak, yang berkembang dari generasi ke generasi dan dapat meliputi anggota keluarga yang lebih luas, yang sering kali disebut sebagai keluarga besar menurut Friedman (2003), dalam Nadirawati (2018). Keluarga sering kali cenderung mempertahankan dan menjaga kondisi yang ada, serta meminimalkan perubahan. Idealnya, ada keseimbangan antara keduanya, namun kenyataannya, keputusan keluarga sering kali diutamakan dari pada urusan profesional. Mereka melihat ke dalam (*inward looking*) dari pada *outward looking* agar dapat mengetahui peluang bisnis di masa mendatang. Perbedaan pendapat, menghabiskan lebih banyak waktu yang dapat menimbulkan konflik internal yang berkepanjangan sehingga dapat menghancurkan bisnis tersebut. Dalam suatu usaha, terdapat dua jenis bisnis keluarga, yang pertama ialah bisnis keluarga yang diolah oleh manajer profesional yang bukan merupakan anggota keluarga. Jenis bisnis keluarga kedua ialah bisnis yang dimiliki dan dioperasikan oleh anggota keluarga pendiri (Susanto et al, 2008) dalam (Eka Atmaja, 2019).

Di sisi lain, sistem keluarga lebih dominan pada bisnis keluarga sehingga menyebabkan bisnis cenderung konservatif, menolak perubahan. Ada banyak alasan untuk menghargai untuk keutuhan keluarga. Permasalahan yang timbul ialah ketidakmampuan memperkenalkan kreatifitas anggota untuk mengembangkan keberlangsungan bisnis keluarga. Kreatifitas seringkali sulit diterapkan disebabkan oleh kurangnya

ilmu, biaya yang tinggi dan nilai jual. Tujuan penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis suatu inovasi bisnis keluarga untuk mendapat sebuah kreatifitas, bisnis keluarga diharapkan tidak stagnan karena konsep tradisional. Dengan memadukan konsep ekonomi kreatif tradisional dan modern, bisnis keluarga di sektor UMKM kemungkinan besar akan bertemu dengan era persaingan yang sangat ketat.

Kinerja berarti sebuah tingkat pencapaian yang dicapai untuk menggapai tujuan. Menurut (Silviasih et al., 2016) mengatakan jika kinerja dapat diartikan sebuah keberhasilan atau kinerja dari bisnis yang secara langsung mempengaruhi profitabilitas, pendapatan, pengembangan pasar, produktivitas, sistem manajemen, dan struktur organisasi. Salah satu dari sebuah kinerja adalah kinerja bisnis. Kinerja bisnis mialah salah satu yang dijadikan sebagai ukuran keberhasilan suatu UMKM dalam usaha yang dikelolanya (Elvina, 2020). Kinerja bisnis sangat penting untuk meningkatkan daya saing usaha, namun terdapat permasalahan dalam aspek teknologi, keuangan dan pemasaran. Mencapai kinerja bisnis yang sukses dengan memahami, mengelola keuangan, mengelola pendapatan dan pengeluaran dari laporan keuangan dan penyimpanan catatan bisnis. Lemahnya kemampuan pengelolaan keuangan UMKM disebabkan oleh rendahnya pengetahuan literasi keuangan yang berujung pada buruknya pengelolaan keuangan dan pengambilan keputusan yang tidak tepat. Beberapa faktor keunggulan dalam kinerja bisnis suatu usaha salah satunya ialah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan.

Orientasi pasar ialah kemampuan bisnis dalam memahami kondisi pasar dan mempelajari keinginan serta kebutuhan pelanggan sehingga hal tersebut menjadi kekuatan dibanding pesaing guna mempertahankan pelanggan dan mendapatkan nilai lebih tinggi dari pelanggan untuk meningkatkan kinerja bisnis (Aulia et al., 2019). Orientasi pasar ialah tradisi sebuah perilaku yang diperlukan dalam menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan kinerja bisnis adalah memiliki organisasi yang efisien dan efektif (Abbas, 2018).

Penelitian pada (Hartanto & Handoyo, 2020) mengungkapkan apabila orientasi pasar berdampak positif yang signifikan pada kinerja bisnis kuliner. Orientasi pasar dapat meningkatkan kinerja bisnis, yang terdiri dari orientasi pesaing, pelanggan dan koordinasi fungsional pada kebudayaan perusahaan yang mengarah kepada pertumbuhan pasar. Perusahaan yang berorientasi pasar dapat menggunakan kebutuhan dan permintaan konsumen dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Menurut penelitian dari (Muhammad Hidayat, 2019) adanya orientasi pasar yang konstan pada unggulnya bersaing produk. Orientasi pasar harus dapat menekankan pada pentingnya keinginan dan kebutuhan konsumen agar dapat mencapai keunggulan bersaing terhadap pesaing secara lebih efektif dan efisien.

Faktor berikutnya yang dapat meningkatkan kinerja bisnis adalah orientasi kewirausahaan. Menurut Wardoyo et al. (2015), orientasi kewirausahaan ialah pola pikir proaktif, inovatif, dan berani mengambil

resiko yang mungkin dapat menjadikan kinerja bisnis lebih efektif. Selain itu dijelaskan bahwa bisnis dapat memasarkan produk atau jasanya dengan lebih meningkatkan kinerjanya jika memiliki pola pikir yang sama. Bisnis cenderung berkinerja lebih baik ketika mereka lebih kreatif, proaktif, dan bersedia mengambil resiko dalam situasi apa pun. Sebaliknya, jika tiga aspek kewirausahaan dalam bisnis rendah, maka kinerja bisnis yang dihasilkan seperti pertumbuhan penjualan, jumlah pembeli, omset dan keuntungan yang diperoleh menjadi berkurang.

Pada penelitian yang terdahulu memiliki keterkaitan dengan penelitian ini yaitu (Ahmad Feriyansyah, 2023) orientasi kewirausahaan menjadi peranan penting dalam strategi pemasaran, termasuk dalam meningkatkan kinerja bisnis, penelitian ini meningkatkan kinerja bisnis. Orientasi kewirausahaan ialah konsep yang sudah mapan dalam ilmu manajemen. Sifat proaktif sendiri jelas sangat penting bagi setiap bisnis. Namun bagi pebisnis sosial, karakteristik tersebut harus lebih diterjemahkan menjadi tindakan proaktif dalam penyelesaian masalah ekonomi, sosial atau lingkungan hidup kelompok masyarakat tertentu. Menurut sebuah penelitian (Rozi Efriadi, 2023) orientasi kewirausahaan seorang pengusaha dianggap penting bagi keberhasilan bisnis, maka bisnis tersebut dapat beroperasi secara baik. Orientasi kewirausahaan sangat penting untuk peningkatan kinerja bisnis.

Selain meningkatkan kinerja bisnis, kehidupan bisnis saat ini mempunyai banyak pesaing yang sulit dihindari. Pesaing dalam dunia

bisnis menuntut para usahawan dituntut agar dapat mengetahui dan paham dengan apa yang terjadi di lingkungan pasar dan kebutuhan konsumen. Tekanan bisnis yang bersal dari kompetitor berdampak langsung pada pengalaman kinerja bisnis para pelaku UMKM. Keunggulan bersaing dalam bisnis dapat dicapai dari melihat nilai tambah bagi pelanggan, budaya dan cuaca, sehingga meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Menurut Kotler dan Amstrong (2014) keunggulan bersaing dapat dibandingkan dengan pesaing yang dicapai dengan memberikan nilai lebih besar kepada pelanggan. Hill dan Jones (2018) berpendapat bahwa keunggulan bersaing ialah kekuatan spesifik suatu bisnis yang memungkinkan bisnis tersebut menghasilkan produk yang berbeda dari yang dijual oleh pesaing dan harganya lebih murah dari pada pesaing. Keunggulan bersaing ibarat sebuah prestasi dalam persaingan, sehingga bisnis harus terus merumuskan dan menerapkan strategi yang berbeda-beda untuk mencapai keunggulan besaing. Apabila bisnis dapat mencapai nilai unggul dalam persingan, maka bisnis akan mendapatkan keuntungan perusahaan dengan tujuan bisnisnya adalah memaksimalkan keuntungan.

Beberapa penelitian sebelumnya terkait penelitian ini yaitu (Afiyati, Sri Murni & Pramono Haryadi, 2019) tingginya bilai bersaing dalam suatu UMKM maka kinerja bisnis semakin meningkat. Kinerja bisnis dapat ditingkatkan atau dicapai dengan meningkatkan keunggulan besaing. Meskipun UMKM yang memiliki keunggulan dalam bersaing oleh berbagai alasan seperti halnya harga dibawah kompotitor dengan

keunggulan yang sama, merupakan salah satu UMKM yang berproduksi, walaupun konsumen membutuhkannya, namun tidak terdapat bisnis atau UMKM lain yang menanding produknya, sehingga UMKM tersebut bisa menguasai pasar. Keadaan seperti itu, produk tersebut diinginkan oleh konsumen karna dibutuhkan oleh banyak orang, namun sulit ditemukan dalam pasaran. Sehingga penjualan akan meningkat dan menunjukkan kinerja bisnis UMKM yang tinggi. Menurut penelitian yang dilakukan (Johanes Sugiarto, 2016) bisnis yang menonjol dalam persaingan berdampak pada kinerja bisnis yang tinggi. Dengan keunggulan kinerja bisnis yang baik akan berkembang sehingga berkelanjutan. Berdasarkan dari penelitian terdahulu diatas disimpulkan apabila keunggulan bersaing UMKM atau perusahaan mempengaruhi kinerja bisnis, maka UMKM dengan keunggulan besar dibandingkan UMKM lainnya mempengaruhi tinggi kinerja bisnisnya.

Penelitian ini dilakukan pada Usaha Mikro dan Kecil Di Ponorogo. Alasan pemilihan objek tersebut dikarenakan adanya temuan terkait apakah terdapat orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang dimiliki oleh pelaku Usaha Mikro dan Kecil Di Ponorogo. Studi ini berkontribusi untuk mengetahui kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil Di Ponorogo. Dengan variabel orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing sebagai variabel mediasi. Sebelumnya, belum ada penelitian yang meneliti hal tersebut secara menyeluruh, jika ada hanya satu variabel yang dibahas.

Berdasarkan penelitian fenomena masalah pada objek maka peneliti tertarik dalam melaksanakan penelitian dengan judul tentang **“Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Mediasi Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Bisnis (Studi Kasus Pada Usaha Mikro dan Kecil Di Ponorogo)”**



1.2 Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
3. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
5. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
6. Apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?
7. Apakah keunggulan bersaing memediasi orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas, dapat disimpulkan tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
2. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
3. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
4. Untuk mengetahui apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
5. Untuk mengetahui apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
6. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo
7. Untuk mengetahui apakah keunggulan bersaing memediasi hubungan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja bisnis pada Usaha Mikro dan Kecil di Ponorogo

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari berbagai pihak, seperti penelitian yang akan datang maka dari itu permasalahan diatas manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Bagi peneliti

penelitian ini merupakan persyaratan untuk mendapatkan gelar sarjana, sambil meningkatkan keterampilan mahasiswa dalam membandingkan teori manajemen kewirausahaan yang dipelajari di bangku kuliah dengan penerapannya di lapangan.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan untuk koleksi Universitas Muhammadiyah Ponorogo dan menjadi referensi yang berharga dalam bidang kewirausahaan, khususnya dalam ilmu tersebut.

3. Bagi peneliti yang akan datang

Harapannya, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan atau referensi dalam penelitian masa depan, terutama yang berfokus pada tema kinerja bisnis.