

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor kuliner merupakan hal yang penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM kuliner memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, dan mempromosikan budaya lokal. Inovasi produk dan kreativitas yaitu elemen kunci dalam pertumbuhan UMKM kuliner. Mereka mencerminkan kemampuan untuk mengembangkan ide-ide baru, menghadirkan menu yang unik, dan membuat pengalaman makan yang menarik bagi pelanggan. Inovasi produk dalam bisnis kuliner melibatkan pengembangan hidangan dan minuman yang unik dan berbeda dari yang ditawarkan pesaing. UMKM kuliner juga dapat menjadi kreatif dengan menawarkan menu yang berubah secara berkala. Misalnya, mengikuti musim, acara khusus, atau perayaan budaya dengan menyajikan hidangan istimewa yang hanya tersedia dalam periode tertentu dan mencakup kreativitas desain interior restoran kafe atau gerai.

Menurut (Fajri 2022) perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sektor UMKM di Indonesia memiliki pengaruh terhadap pendapatan nasional. Mereka mencatat bahwa peningkatan jasa swasta, seperti yang mencakup kompleksitas kehidupan, dapat memunculkan jenis-jenis layanan baru. Ini disebabkan oleh peningkatan

kualitas dan keterampilan sumber daya manusia dalam pemanfaatan teknologi, yang pada gilirannya mempermudah aksesibilitas untuk menghasilkan layanan-layanan baru. Layanan-layanan ini mencakup kegiatan pelayanan kepada masyarakat yang bertujuan untuk melayani kebutuhan rumah tangga, perusahaan, pemerintah, dan lembaga lainnya. Usaha jasa secara umum dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu usaha jasa yang memenuhi kebutuhan konsumsi, seperti usaha kuliner, pengiriman barang, transportasi, serta penyedia layanan internet dan telekomunikasi, dan usaha jasa yang memenuhi kebutuhan perusahaan.

Perilaku konsumen dalam UMKM kuliner mencakup pola, preferensi, dan keputusan yang diambil oleh pelanggan saat berinteraksi dengan bisnis kuliner, seperti restoran, kafe, atau toko makanan kecil. Memahami dengan baik perilaku konsumen sangat penting untuk merancang strategi pemasaran, menu, dan pengalaman pelanggan yang sesuai. Pelanggan sering memilih bisnis kuliner berdasarkan preferensi rasa dan kualitas makanan, mencari rasa autentik, bahan segar, kualitas yang konsisten, dan mempertimbangkan harga makanan dan minuman sebagai faktor penting dalam keputusan mereka. Bisnis kuliner perlu memahami berbagai segmen pelanggan dan menawarkan pilihan harga yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi.

Perilaku kewirausahaan merujuk pada serangkaian tindakan, termasuk pengumpulan, analisis, dan identifikasi peluang berdasarkan informasi, pengambilan risiko, manajemen usaha baru, ekspansi pasar, pencarian dukungan finansial, pemanfaatan kemampuan teknologi, dan

sumber daya lainnya. Tujuan dari pengembangan perilaku kewirausahaan adalah untuk memupuk sikap positif terhadap wirausaha, yang tercermin dalam kemampuan untuk mengendalikan situasi dan fokus pada pencapaian tujuan. Individu yang menunjukkan perilaku kewirausahaan cenderung lebih proaktif dalam mengidentifikasi peluang, bersifat inovatif, dan berani menghadapi risiko. Perilaku wirausaha melibatkan pengamatan peluang, pertimbangan nilai-nilai dalam lingkungan bisnis, kesiapan untuk mengambil risiko, dan kreativitas.

Sektor Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pilar utama dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Ponorogo. UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja dan mendorong pertumbuhan investasi. UMKM mencakup berbagai sektor bisnis, termasuk sektor kuliner, yang memiliki banyak unit usaha.

Budaya UMKM kuliner mencakup norma, nilai, praktik, dan tradisi terkait dengan bisnis kecil dan menengah di sektor makanan dan minuman. Warisan budaya UMKM kuliner seringkali terhubung erat dengan warisan kuliner suatu daerah. UMKM kuliner juga sering memberdayakan masyarakat lokal dengan menciptakan peluang pekerjaan di sektor makanan dan minuman.

Warisan budaya UMKM kuliner seringkali erat terkait dengan warisan kuliner suatu daerah, dan UMKM kuliner secara rutin memberdayakan masyarakat lokal melalui penciptaan peluang pekerjaan di sektor makanan dan minuman. Banyak bisnis UMKM kuliner menjalin

kerjasama dengan petani lokal dan produsen untuk mendukung ekonomi perdesaan. Banyak dari mereka meneruskan tradisi keluarga, menjadikan bisnis keluarga yang diwarisi dari satu generasi ke generasi berikutnya, dan seringkali mewarisi resep-resep tradisional dari kakek-nenek mereka.

Pemasaran dan promosi memainkan peran kunci dalam pertumbuhan UMKM kuliner. Ini melibatkan berbagai strategi dan taktik yang bertujuan untuk menjangkau calon pelanggan, meningkatkan visibilitas bisnis, dan membangun merek yang kuat. Salah satu metode yang sangat efektif dalam mempromosikan UMKM kuliner adalah melalui media sosial. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok memungkinkan bisnis untuk berbagi foto makanan, ulasan pelanggan, dan kisah-kisah tentang sejarah bisnis mereka. Keberadaan situs web yang informatif dan mudah digunakan juga sangat penting, memungkinkan pelanggan untuk mencari menu, lokasi, dan informasi kontak bisnis.

Dalam konteks penggunaan media sosial, penggunaannya memiliki dampak signifikan pada cara orang mendapatkan informasi, terutama melalui internet. Hal ini mendorong pemilik UMKM untuk lebih berani menggunakan media sosial sebagai alat promosi produk mereka. Media sosial memiliki cakupan yang luas dan dapat beroperasi tanpa batasan geografis atau waktu, menjadikannya alat pemasaran yang sangat efektif. Terlebih lagi, dengan adanya kebijakan jaga jarak fisik saat ini, masyarakat lebih cenderung melakukan aktivitas secara daring. Oleh karena itu, media sosial menjadi alat yang sangat efektif dalam pengembangan dan

optimalisasi usaha, terutama bagi UMKM, untuk mempromosikan produk dan layanan mereka.

Permasalahan utama yang dihadapi UMKM dalam meningkatkan pendapatan usaha yaitu dari segi permodalan (Rahma, 2021). Modal merupakan faktor yang mempunyai peran cukup penting dalam proses produksi, karena modal diperlukan ketika pelaku usaha hendak mendirikan usaha, tanpa modal yang cukup maka akan berpengaruh terhadap kelancaran usaha sehingga akan mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Dewi dan Utari, 2014). Sumber modal merupakan dari mana asal uang atau barang tersebut diperoleh sebagai awal untuk mendirikan suatu usaha. Sumber modal dibedakan menjadi dua, yaitu modal sendiri dan modal pinjaman. Modal sendiri merupakan dan yang berasal dari dari pemilik usaha, sedangkan modal pinjaman merupakan sumber dana yang berasal dari luar seperti pinjam ke bank, lembaga keuangan, koperasi dan lain-lain (Nursafitri, 2021).

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengalami peningkatan kembali, mencapai 38.387 pada tahun 2021. Sampai saat data ini diumumkan, jumlah UMKM di Kabupaten Ponorogo per tahun 2022 melonjak menjadi 39.650. Bupati Ponorogo, Sugiri, dan Wakil Bupati Lisdyarita menunjukkan perhatian yang besar terhadap sektor ekonomi produktif di kalangan masyarakat berpenghasilan rendah. Terlebih lagi, UMKM terbukti memiliki ketahanan dan kemampuan untuk bertahan dalam menghadapi situasi sulit.

Orientasi kewirausahaan menjadi kunci utama dalam meningkatkan performa pemasaran suatu UMKM. UMKM yang dipimpin oleh individu yang memiliki orientasi wirausaha cenderung memiliki visi yang terdefinisi dengan jelas dan berani menghadapi risiko, sehingga mampu mencapai kinerja yang unggul. Pendekatan kewirausahaan diakui sebagai metode inovatif dalam merenovasi kinerja suatu UMKM, dianggap sebagai pionir dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan tingkat daya saing yang tinggi. Membangun orientasi kewirausahaan diakui sebagai salah satu dari empat pilar utama dalam memperkuat pangsa pasar tenaga kerja.

Menurut Megracia, (2021), Faktor lain yang berpengaruh pada performa bisnis wirausaha adalah motivasi kewirausahaan. Motivasi berwirausaha dapat diartikan sebagai dorongan atau energi internal yang mendorong individu untuk menjaga semangat kewirausahaan dalam setiap tindakannya. Orang yang memiliki tingkat motivasi kewirausahaan yang tinggi cenderung lebih mungkin menjadi pengusaha. Motivasi menjadi salah satu elemen kunci dalam kesuksesan bisnis kecil karena memiliki dampak langsung pada kinerja bisnis. Individu yang didorong oleh motivasi yang tinggi dalam menjalankan usaha mereka kemungkinan besar akan mencapai performa bisnis yang optimal. Performa bisnis merujuk pada hasil pekerjaan yang memiliki keterkaitan yang erat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen, dan pada akhirnya berkontribusi pada aspek ekonomi.

Menurut Megracia, (2021) Kinerja Bisnis UMKM mencerminkan tingkat pencapaian hasil kerja suatu perusahaan dalam menjalankan

kegiatan dan usahanya. Sebuah industri atau usaha dapat didefinisikan sebagai sekelompok perusahaan yang menghasilkan barang atau jasa serupa atau yang bersifat saling menggantikan. Hubungan langsung antara pemasaran kewirausahaan akan berdampak pada hasil penjualan yang dapat dicapai oleh perusahaan dalam melaksanakan aktivitas usaha. Dengan menggunakan pemasaran kewirausahaan, pemilik usaha dapat melakukan evaluasi menyeluruh untuk merumuskan kebijakan yang tepat guna meningkatkan performa bisnis, termasuk peningkatan penjualan dan keuntungan.

Menurut (Angioni, S et al. 2021) Penelitian terdahulu yang mendukung hubungan Orientasi kewirausahaan dalam keberhasilan usaha pada UMKM kuliner diantaranya penelitian yang dilakukan oleh (Ratnasari & Levyda, 2021) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa UMKM yang ada di Ponorogo yang mana belum banyak diteliti mengenai UMKM tersebut dalam menggunakan dan menerapkan orientasi kewirausahaan, maka UMKM yang menggunakan dan menerapkan orientasi kewirausahaan tentunya akan memiliki kinerja bisnis yang lebih baik. UMKM kuliner cukup berpengaruh dalam perekonomian nasional hingga daerah, walaupun begitu UMKM kuliner masih dihadapkan dengan berbagai hambatan dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku UMKM kuliner untuk meningkatkan kinerja usahanya dari segi aspek pendapatan karena adanya keterbatasan modal, jumlah tenaga kerja, serta lama usaha. Jadi, untuk menjawab pertanyaan Anda secara langsung: Tiga variabel pertama (proaktif, inovatif, berani mengambil risiko) memang umumnya dianggap sebagai dimensi

orientasi kewirausahaan. Namun, kinerja bisnis biasanya tidak dianggap sebagai bagian dari orientasi, melainkan sebagai hasil yang dipengaruhi oleh orientasi tersebut.

Menurut Hendarwati *et al.*, (2021) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja UMKM, sejalan dengan pandangan berbasis sumber daya sebagai keunggulan kompetitif UMKM. Giriati, (2019) menemukan hasil yang berbeda dengan *entrepreneurial orientation* berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap kinerja bisnis. Koefisien regresi bertanda negatif menunjukkan hubungan yang berlawanan arah, artinya semakin tinggi *entrepreneurial orientation*, maka semakin rendah pengaruhnya terhadap kinerja bisnis. Peneliti juga menemukan riset gap terkait dimana menyatakan motivasi berwirausaha berpengaruh negatif terhadap kinerja bisnis UMKM. Yunus mengatakan bahwa seorang berwirausaha sebisa mungkin bermotivasi dengan menciptakan daya tarik sendiri dari produknya sehingga bermotivasi menjadi peluang pada penjualan. Sedangkan hasil penelitian dari Megracia, (2021) menemukan bahwa motivasi *entrepreneur* terhadap kinerja bisnis mempunyai pengaruh yang signifikan. Disisi lain, hasil penelitian ini didukung oleh Trihudiyatmanto, & Purwanto 2018) menunjukkan bahwa motivasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kinerja bisnis.

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang diatas peneliti tertarik pengkajian lebih lanjut terkait faktor-faktor tersebut peneliti datasi dalam dua faktor, yaitu Orientasi Kewirausahaan, dan Motivasi Berwirausaha.

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah dimensi variable proaktif berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo?
2. Apakah dimensi variable kemampuan inovatif berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo?
3. Apakah dimensi variable berani mengambil risiko kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo?
4. Apakah Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui dimensi variable proaktif berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui dimensi variable inovatif berwirausaha berpengaruh terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo.
- c. Untuk mengetahui dimensi variable berani mengambil resiko terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo.
- d. Untuk mengetahui motivasi terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo

2. Manfaat Penelitian

- a. **Bagi para pelaku UMKM kuliner**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada pelaku UMKM kuliner di Ponorogo, yang berkaitan dengan dimensi variable proaktif, inovatif, berani mengambil resiko, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan peneliti selanjutnya mengenai dimensi variable proaktif, inovatif, berani mengambil resiko, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja bisnis UMKM kuliner di Ponorogo.

