

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Agro bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam proses perkembangan perekonomian. Selain itu memiliki manfaat atau tujuan untuk menyediakan lapangan pekerjaan, tenaga kerja, maupun sebagai sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah. Dalam kondisi krisis ekonomi, agro bisnis merupakan salah satu usaha yang tahan terhadap permasalahan tersebut, karena pada dasarnya bahan baku yang mereka gunakan kebanyakan dari daerah lokal saja dan hanya sedikit menggunakan bahan baku impor. Pada saat usaha dalam skala yang cukup besar mengalami kehancuran karena dampak dari krisis ekonomi, agro bisnis merupakan salah satu penyelamat masyarakat dari dampak krisis ekonomi tersebut. Karena pada dasarnya, agro bisnis memiliki peran yang sangat penting dalam memberikan kontribusi ekspor non migas yang cukup besar (Efriadi et al., 2023).

Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, UMKM menyumbang sekitar 60,5% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap 96,9% dari total tenaga kerja nasional. Melihat peran serta potensinya yang begitu besar membuat pemerintah semakin mendorong perkembangan usaha agro bisnis tersebut semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung perekonomian daerah tersebut (Sumastuti, 2011).

Kinerja agro bisnis menjadi sangat penting untuk dibicarakan karena menyangkut keberadaan serta keberlangsungan usahanya di masa yang akan datang. Tanpa adanya kinerja usaha, maka agro bisnis yang selama ini telah berjalan dapat dikatakan tidak mampu dalam memberikan kontribusi yang begitu menguntungkan bagi pengelola dan semua pihak yang terlibat didalamnya. Kinerja usaha agro bisnis dapat diartikan sebagai suatu ukuran tercapainya suatu usaha yang dijalankan oleh seseorang maupun kelompok yang mengelola suatu unit usaha berdasarkan target atau standar yang telah ditentukan sebelumnya. Dan kini kinerja dari agro bisnis menjadi salah satu hal yang begitu penting untuk diperhatikan dalam perusahaan agrobisnis (Efriadi et al., 2023).

Agrobisnis mencakup berbagai kegiatan yang berhubungan dengan produksi, pengolahan, distribusi, dan pemasaran hasil pertanian. Keberadaan perusahaan agrobisnis membantu meningkatkan efisiensi dan nilai tambah dalam sektor pertanian, serta menciptakan peluang ekonomi bagi petani dan masyarakat luas. Secara umum, agribisnis terbagi menjadi beberapa sektor utama, yaitu sektor hulu, sektor *on-farm*, dan sektor hilir. Sektor hulu berfokus pada penyediaan input pertanian seperti benih, pupuk, pestisida, dan alat mesin pertanian yang mendukung proses produksi. Sektor *on-farm* meliputi kegiatan produksi pertanian, termasuk budidaya tanaman pangan, hortikultura, perkebunan, peternakan, dan perikanan. Sementara itu, sektor hilir berhubungan dengan pengolahan hasil pertanian, distribusi, dan pemasaran produk pertanian ke konsumen akhir (Pratiwi et al., 2017).

Sektor hulu dalam agro bisnis menjadi perang utama yang sangat penting dalam mendukung keberlanjutan sistem pertanian. Sektor ini berfokus pada penyediaan input atau sarana produksi yang menjadi dasar bagi keberhasilan sektor *on-farm* dan hilir. Input tersebut mencakup benih unggul, pupuk, pestisida, pakan ternak, alat dan mesin pertanian, serta teknologi pertanian modern. Keberhasilan sektor hulu sangat menentukan produktivitas dan efisiensi dalam pertanian. Dengan adanya inovasi di sektor ini, seperti pengembangan benih tahan hama, penggunaan pupuk berbasis teknologi ramah lingkungan, serta penerapan otomatisasi dalam peralatan pertanian, produktivitas pertanian dapat meningkat secara signifikan. Selain itu, sektor hulu juga berperan dalam menekan biaya produksi dan mengurangi risiko kegagalan panen akibat faktor lingkungan (Pratiwi et al., 2017)

Toko pertanian berperan sebagai penyedia berbagai kebutuhan petani, seperti benih berkualitas, pupuk, pestisida, serta alat pertanian yang diperlukan dalam proses produksi. Selain itu, toko pertanian juga menjadi pusat informasi bagi petani dalam memperoleh edukasi mengenai penggunaan input pertanian yang tepat guna serta teknologi terbaru dalam budidaya pertanian. Dengan adanya toko pertanian yang berfungsi secara optimal, petani dapat lebih mudah mengakses sarana produksi yang berkualitas dan meningkatkan hasil pertaniannya secara efisien. Dengan penguatan sektor hulu, termasuk optimalisasi peran toko pertanian, agribisnis secara keseluruhan dapat berkembang lebih pesat dan berkelanjutan. Hal ini tidak hanya berdampak pada peningkatan hasil

pertanian, tetapi juga memperkuat ketahanan pangan serta meningkatkan kesejahteraan petani dan pelaku usaha di sektor pertanian.

Namun, dalam pengembangannya, toko pertanian menghadapi berbagai masalah dan tantangan, seperti persaingan dengan toko modern dan *e-commerce* yang semakin berkembang. Selain itu, keterbatasan akses informasi dan teknologi juga menjadi kendala bagi pemilik toko pertanian dalam mengelola usahanya secara efisien dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, para pelaku usaha seharusnya memiliki sikap, wawasan, dan kemampuan untuk menjalankan sebuah bisnis atau usaha. Orientasi kewirausahaan, Orientasi pasar, dan Motivasi berwirausaha menjadi fondasi utama yang membentuk perilaku wirausaha serta sangat memengaruhi kinerja dan keberhasilan usaha. Ketiga variabel tersebut merupakan bentuk sumber daya tak berwujud (*intangible*) yang memiliki nilai strategis. Konsep ini selaras dengan teori *Resource-Based View (RBV)*, yang menyatakan bahwa keunggulan kompetitif suatu usaha dapat dicapai melalui pemanfaatan sumber daya internal yang unik, langka, sulit ditiru, dan tidak mudah digantikan. Apabila toko pertanian mampu mengembangkan dan mengelola sumber daya tersebut secara optimal, mereka berpeluang untuk meraih keunggulan bersaing yang berkelanjutan serta meningkatkan kinerja usaha secara signifikan.

Menurut (Huang et al., 2010) orientasi kewirausahaan adalah sikap individu yang terdorong untuk memulai usaha melalui pendekatan inovatif, berani mengambil risiko dengan mencoba produk baru yang belum teruji,

serta menunjukkan sikap proaktif dalam memanfaatkan peluang pasar lebih cepat dibandingkan pesaing . Menurut Sembiring et al. (2024), pemimpin perusahaan yang berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani mengambil risiko untuk mencapai hasil yang luar biasa. Keh et al. (2007) juga menekankan bahwa pemilik usaha yang berani mengambil risiko lebih mampu menghadapi tantangan dan menangkap peluang bisnis. Dalam bisnis toko pertanian, keberanian mengambil risiko dapat terlihat dalam keputusan untuk berinvestasi pada teknologi baru, ekspansi bisnis, atau diversifikasi produk yang lebih sesuai dengan permintaan pasar. Dengan menerapkan orientasi kewirausahaan yang kuat, toko pertanian dapat meningkatkan daya saingnya, mengatasi tantangan pasar, serta menciptakan nilai tambah bagi petani dan konsumen. Hal ini pada akhirnya berdampak positif terhadap kinerja usaha dalam jangka panjang.

Selain itu, orientasi pasar juga sangat penting untuk dipelajari dan diteliti karena berkaitan dengan kinerja usaha karena orientasi pasar merupakan salah satu elemen penting yang sangat mempengaruhi keunggulan kompetitif untuk meraih profitabilitas. orientasi pasar memungkinkan toko pertanian untuk lebih memahami kebutuhan dan preferensi petani, sehingga mereka dapat menyediakan produk yang lebih sesuai dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Menurut Crick (2021) Orientasi pasar merupakan suatu proses dalam memperoleh, menyebarkan, dan menerapkan informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan mengetahui perilaku pesaing. Kohli dan Jaworski dalam Mandala (2018) menyebutkan tiga komponen utama orientasi pasar, yaitu orientasi

pelanggan, orientasi pesaing dan informasi pasar. Dengan memahami ketiga komponen tersebut, toko pertanian dapat merancang dan menyesuaikan strategi bisnisnya secara lebih efektif dan adaptif terhadap perubahan pasar.

Untuk meningkatkan kinerja bisnis, selain diperlukan orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar, pelaku usaha juga perlu memiliki motivasi yang kuat dalam berwirausaha. Menurut Naffziger et. al (1994) motivasi berwirausaha adalah proses yang memengaruhi arah, intensitas, dan ketekunan perilaku individu dalam memilih dan mengejar peluang kewirausahaan. Motivasi ini dipengaruhi oleh karakteristik personal, kondisi pribadi, tujuan, serta faktor lingkungan. Penelitian ini menguatkan bahwa motivasi berwirausaha berasal dari faktor psikologis seperti kebutuhan akan pencapaian dan keinginan untuk independen, serta faktor internal seperti *self-efficacy* dan kontrol diri. Dalam banyak kasus, tantangan dan ketidakpastian yang ada dalam dunia wirausaha justru menjadi suatu daya tarik bagi mereka yang berani mengambil risiko demi mencapai impian dan tujuan pribadi.

Meskipun berbagai penelitian telah mengkaji pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha, masih terdapat kesenjangan penelitian dalam konteks perusahaan agribisnis. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada sektor industri manufaktur atau perdagangan umum, sementara studi yang menyoroti sektor agribisnis, terutama di tingkat usaha kecil dan menengah seperti toko pertanian, masih terbatas. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengintegrasikan ketiga variabel tersebut

dalam satu model untuk mengevaluasi dampaknya terhadap kinerja perusahaan agribisnis. Selain itu, terdapat perbedaan hasil dalam penelitian sebelumnya mengenai hubungan antara orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar terhadap kinerja bisnis. Penelitian yang dilakukan oleh Tasya Calista Sondra dan Oey Hannes Widjaja (2021) menunjukkan hasil bahwa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis, Klemens Mere, Firina Lukitaningtyas, Endang Sungkawati (2024) juga mengatakan bahwa motivasi kewirausahaan dan orientasi kewirausahaan secara bersamaan mempengaruhi Kinerja Bisnis, sementara penelitian yang dilakukan oleh Suzan Sefanya, Mei Ie (2024) menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif berpengaruh negatif dan tidak signifikan serta orientasi pasar terhadap kinerja UMKM dengan dimediasi keunggulan kompetitif berpengaruh negatif dan tidak signifikan. M Trihudyatmanto dan Heri Purwanto (2018) juga membuktikan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif antara motivasi dengan kinerja usaha.

Maka dari beberapa fenomena dan gap penelitian diatas, penelitian ini memiliki tujuan untuk melakukan analisis mengenai bagaimana peran orientasi wirausaha, orientasi pasara, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja Perusahaan agro bsisnis dalam mendorong perkembangan agro bisnis yang ada di ponorogo. Sehingga Perusahaan agro bisnis di ponorogo dapat terus berkembang dan memperoleh profitabilitas serta dapat terus bersaing dengan para pelaku usaha lainnya ditengah kondisi pasar yang

bersaing secara bebas ini. Maka dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis Di Ponorogo”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan diatas, maka penulis dapat Menyusun rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis?
2. Apakah Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis?
3. Apakah Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

1. Untuk mengetahui Orientasi Kewirausahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis
2. Untuk mengetahui Orientasi Pasar berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis
3. Untuk mengetahui Motivasi Berwirausaha berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan Agro Bisnis

2. Manfaat

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana faktor-faktor seperti Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Motivasi Berwirausaha saling berinteraksi dan mempengaruhi kinerja perusahaan agro bisnis. Hal ini dapat memperluas wawasan peneliti mengenai dinamika yang ada dalam konteks kewirausahaan.

b. Bagi Pembaca

Dapat memberikan sumber bacaan maupun pengetahuan mengenai bidang kewirausahaan pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Orientasi Pasar, Motivasi Berwirausaha Terhadap Kinerja Bisnis.

c. Bagi Pelaku Usaha Toko Pertanian Di Kabupaten Ponorogo

Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang memengaruhi kinerja bisnis pada toko pertanian di Kabupaten Ponorogo. Dengan memahami pengaruh orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, dan motivasi berwirausaha terhadap kinerja usaha, pelaku usaha dapat lebih fokus dalam mengembangkan sikap proaktif, memahami kebutuhan pasar, serta memperkuat motivasi dalam menjalankan bisnis. Informasi dari penelitian ini juga dapat dijadikan dasar untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam mengelola usaha secara lebih efektif dan berkelanjutan, sehingga mampu menghadapi persaingan dan meningkatkan daya saing di sektor agro bisnis.

d. Bagi Akademis

Peningkatan Pemahaman Teoritis dan Praktis tentang Kewirausahaan. Skripsi ini memberikan kontribusi signifikan dalam memperdalam pemahaman tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis. Temuan penelitian dapat digunakan sebagai referensi untuk pengembangan teori kewirausahaan dan strategi pendidikan, sehingga akademisi dapat merancang program yang lebih efektif dalam mendukung pengembangan kewirausahaan di kalangan mahasiswa.

