

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era saat ini, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) harus memiliki kemampuan dan strategi dinamis yang dapat memanfaatkan peluang dengan maksimal dan berinovasi di pasar. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut para pelaku usaha kecil dan menengah untuk lebih berinovasi dalam pembuatan produk. Dengan kata lain, produsen harus mampu menawarkan produk (barang atau jasa) yang mereka jual jauh lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Guna mempertahankan eksistensi perusahaan dan mengikuti tren pasar, pelaku UMKM harus mampu dalam memilih dan menentukan strategi yang digunakan untuk mengatasi permasalahan yang berkaitan dengan kemampuan pemilik dalam mengelola usaha dan meningkatkan hasil pasar, sehingga akan tercipta produk yang akan dapat dijual secara terus menerus dan bisnis yang menguntungkan.

Di Indonesia, Usaha UMKM kini dipandang sebagai alat yang efektif untuk mengentaskan kemiskinan. UMKM merupakan salah satu penggerak roda perekonomian di Indonesia. Pertumbuhan UMKM yang semakin pesat menjadikan para pengusaha mencari cara untuk dapat bersaing dan bertahan ditengah perubahan lingkungan (Komariah et al., 2022).

Kinerja merupakan kemampuan untuk menggunakan lingkungan organisasi untuk menggunakan sumber daya yang terbatas. Definisi UMKM juga mengacu

pada efektivitas (pencapaian tujuan) dan efisiensi (penggunaan sumber daya secara efektif untuk mencapai tujuan) (Komariah et al., 2022).

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey

Data Responden		Presentase	Total
Jumlah Responden :	30 Responden	100%	100%
Jenis Kelamin :	Perempuan	42.9%	100%
	Laki-Laki	57.1%	
Jenis Usaha :	Kuliner	100%	100%
Pendapatan 3 Tahun Terakhir :	Mengalami kenaikan	85.7%	100%
	Mengalami penurunan	14.3%	
Rata-Rata Pendapatan Per Bulan :	(>) 15 Jt	64.3%	100%
	(<) 15 Jt	35.7%	

Sumber: Data yang diolah oleh peneliti (2024)

Dilihat berdasarkan tabel hasil pra survey diatas, maka dari 30 responden diperoleh pendapatan rata-rata per bulan dominan lebih dari (>) 15jt sebesar 64.3% dan kurang dari (<) 15 jt sebesar 35.7%. Dan dari data pendapatan 3 tahun terakhir lebih mendominasi mengalami kenaikan sebesar 85.7% dan penurunan 14.3%.

Inovasi dalam arti luas sebenarnya tidak hanya tentang produk karena suatu inovasi dapat berupa suatu gagasan, suatu metode atau suatu benda yang dianggap baru oleh seseorang, seringkali inovasi juga mengacu pada suatu perubahan yang dirasakan pada suatu hal baru bagi orang yang mengalaminya (Ambarwati et al., 2021).

Orientasi kewirausahaan merupakan keadaan dimana masyarakat cenderung berinovasi, proaktif dan bersedia mengambil resiko untuk memulai atau mengelola suatu usaha (Jannah et al., 2019). Menurut Sisdayan (2024), orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan organisasi yang mendorong terciptanya

sumber daya organisasi yang unik, dan keunggulan posisi yang memengaruhi kinerja.

Orientasi pasar menggambarkan bagaimana suatu perusahaan menerapkan atau melaksanakan konsep pemasaran. Dari sudut pandang lain, orientasi pasar dapat dipahami sebagai perilaku inovatif (Syafi, 2022).

Menurut (Kalil & Aenurohman, 2020; Lorensa & Hidayah, 2022; Nizam et al., 2020) inovasi produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian serupa juga dilakukan oleh (Fadhillah et al., 2021; Hamel & WIjaya, 2020; F. A. P. W. Sari & Farida, 2020) bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja.

Dalam penelitian (Purwianti, 2023; Santoso & Kurniawati, 2023) menyatakan bahwa Orientasi Pasar bersama dengan Inovasi berperan sebagai mediator yang mendorong efektifitas organisasi. Demikian pula dengan Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Inovasi menemukan bahwa Inovasi berhasil memediasi hubungan antara kewirausahaan dengan kinerja (Sisdayan, 2024).

Menurut Kartawan et al. (2021), orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi dan profitabilitas pada perusahaan kecil. Variabel profitabilitas merupakan salah satu indikator yang umum dipakai untuk kinerja perusahaan. Hasil penelitian Nizam et al. (2020) menunjukkan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap inovasi. Menurut Hamel & WIjaya (2020) orientasi pasar berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya, Saleh (2022) dalam penelitiannya menggabungkan orientasi kewirausahaan dipandang dari aspek uni-dimensional

dan multi-dimensional, dalam arti ia meneliti bagaimana orientasi kewirausahaan berkorelasi secara keseluruhan dan bagaimana orientasi berkorelasi secara per dimensi terhadap kinerja bisnis usaha kecil dan menengah. Secara keseluruhan baik itu orientasi kewirausahaan dan kinerja bisnis memiliki hubungan yang positif, akan tetapi secara bagian (per dimensi beberapa diantaranya memiliki hubungan yang negatif. Adapun dimensi yang memiliki hubungan yang negatif tersebut menurut hasil penelitian Saleh (2022) yaitu: orientasi kewirausahaan secara keseluruhan terhadap dimensi profit; dimensi *innovativeness* terhadap profit; *proactiveness* terhadap profit; dan dimensi *proactiveness* terhadap edimensi *employment growth*.

Hartato & Handoyo (2021) juga mengemukakan dalam penelitiannya bahwa orientasi pasar berpengaruh secara negatif terhadap kinerja bisnis. Hasil penelitian Fadhillah et al. (2021) dengan unit analisis usaha kecil dan menengah (SME) juga menunjukkan terdapat kontribusi yang signifikan dan langsung antara orientasi kewirausahaan, inovasi dan kinerja perusahaan, dimana dalam penelitiannya inovasi adalah sebagai variabel mediator. Dengan kata lain bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja melalui inovasi.

Penelitian Fahriyai (2018) dengan unit analisis usaha kecil menengah di Provinsi Mazandaran, Iran menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif, signifikan dan langsung antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja inovasi. Adapun hubungan tidak langsungnya dalam penelitiannya adalah melalui manajemen pengetahuan sebagai variabel mediasi. Penelitian yang senada juga dilakukan oleh E. C. Putri et al. (2024) dimana penelitian konseptualnya mengemukakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh baik secara langsung

maupun tidak langsung terhadap kinerja organisasional. Adapun secara tidak langsungnya adalah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja organisasional melalui fleksibilitas stratejik.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya yang telah diuraikan, maka ditemukan beberapa kesenjangan (gap) teori tentang keterkaitan orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi, dan kinerja. Orientasi kewirausahaan dan pasar baik secara parsial maupun bersama-sama berpengaruh secara positif terhadap kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap kinerja perusahaan melalui inovasi. Orientasi kewirausahaan berpengaruh secara negatif terhadap kinerja. Inovasi memberikan sebuah perubahan dalam pengenalan produk baru yang lebih efektif sehingga mampu menarik minat konsumen.

Dari uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik untuk memilih judul **“Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan Dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Kelurahan Harapan Baru”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah yang diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru?
2. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru?

3. Apakah inovasi berpengaruh terhadap terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru
2. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penulis melakukan penelitian ini agar dapat menjadi suatu penjelasan kepada pihak akademis tentang pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi terhadap kinerja umkm kelurahan harapan baru.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Peneliti akan mendapatkan pengetahuan yang lebih dalam tentang bagaimana . Orientasi Pasar, Orientasi

Kewirausahaan dan Inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM binaan harapan baru. Hal ini juga dapat meningkatkan pemahaman peneliti tentang UMKM.

b. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi dalam menyajikan informasi mengenai pengaruh Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Terhadap Kinerja UMKM Harapan Baru.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan tugas akhir ini, disusun sebagai berikut :

1) BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penelitian.

2) BAB II TELAAH PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang kajian literatur, telaah empiris, hipotesis dan kerangka konseptual yang mendasari topik penelitian secara umum.

3) BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang desain penelitian, tahapan penelitian, model konseptual penelitian, operasional variabel, waktu dan

tempat penelitian, metode pengambilan sampel dan metode analisis data.

4) BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang berisi deskripsi variabel-variabel penelitian dan analisis data yang termasuk pengujian hipotesis serta pembahasan yang berisi hasil analisis data.

5) BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang berisi hasil utama temuan sesuai dengan tujuan yang dinarasikan, serta saran berisi tentang apa-apa yang dapat dilakukan oleh peneliti lain dalam rangka menyempurnakan atau melengkapi hasil penelitian yang dilaporkan pada tugas akhir.

