

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Hal ini karena usaha tersebut merupakan tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan untuk mengurangi masalah kesenjangan antar golongan, pendapatan, dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja. Lebih dari itu, pengembangannya mampu memperluas basis ekonomi dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatnya perekonomian daerah dan ketahanan ekonomi nasional.

Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam perekonomian Indonesia ditunjukkan oleh populasinya sebagai pelaku usaha terbesar, serta kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja, pembentukan produk domestik bruto (PDB), ekspor, dan penciptaan modal tetap/investasi. Ditinjau secara sektoral, sebagian besar UMKM bergerak di sektor primer (50,1 persen), sektor sekunder (7,4) dan sektor tersier (42,5 persen). Penulisan ini bersumber dari BPS dan kementerian koperasi dan UMKM kabupaten kupang.

UMKM juga memiliki daya tahan yang lebih baik terhadap krisis, yang terbentuk karena struktur organisasi dan tenaga kerja UMKM yang lebih fleksibel dalam menyesuaikan dengan perubahan pasar. Daya tahan dan

fleksibilitas ini menjadikan UMKM digunakan oleh sebagian besar masyarakat sebagai sumber utama penghidupan.

Dalam usahanya untuk mendapatkan laba dan memberikan kontribusi positif lainnya terhadap negara, pengusaha di bidang UMKM kerap harus menghadapi berbagai kendala. Permasalahan usaha kecil pada bidang pemasaran terfokus pada tiga hal, yaitu permasalahan persaingan pasar dan produk, permasalahan akses terhadap informasi pasar, dan permasalahan kelembagaan pendukung usaha kecil (Anoraga dan Sudantoko: 2011 ; 95) Produk yang dihasilkan UMKM seringkali masih kalah bersaing dengan produk yang dihasilkan oleh usaha besar, baik dari segi inovasi, kualitas, maupun distribusi produk. Persaingan antar sesama pelaku UMKM dan persaingan dengan usaha besar seringkali menjadi hambatan bagi UMKM untuk mengembangkan dan memperluas usahanya.

Untuk mempertahankan eksistensi UMKM dalam dunia bisnis, diperlukan adanya peningkatan kinerja dan peningkatan kapasitas bisnis dari segi manajemen, keuangan, dan profesionalitas. Baik buruknya kondisi suatu perusahaan dilihat dari kinerja yang telah dicapai. Kinerja adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha-usaha yang dilakukan oleh organisasi dalam mencapai tujuan organisasi. Pengukuran kinerja merupakan analisis data serta pengendalian bagi usaha (Edison, 2016 hal 50). Suatu usaha melakukan pengukuran kinerja dengan tujuan memperbaiki kegiatan operasional agar dapat melanjutkan usaha. Mulyadi dan Setiawan (Edison, 2016 hal 105) mengungkapkan bahwa pengukuran kinerja merupakan hal yang esensial bagi

pengusaha atau badan usaha, terutama untuk dapat melaksanakan pengelolaan secara efektif dan efisien.

Tujuan suatu perusahaan mengelola aktivitas manajemennya adalah untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran menunjukkan ukuran prestasi yang berhasil diperoleh suatu perusahaan setelah perusahaan tersebut melakukan berbagai proses aktivitas pemasaran secara menyeluruh. Kinerja pemasaran dijadikan sebagai dasar dalam mengevaluasi apakah strategi yang digunakan telah sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Winata (2010 hal 35), kinerja pemasaran merupakan suatu konsep untuk mengukur prestasi pasar suatu produk. Setiap perusahaan harus mengetahui prestasi pasar dari produk-produknya sebagai cerminan dari keberhasilan usahanya di dunia bisnis. Keberhasilan usaha ditandai dengan kemampuan bertahan untuk terus melanjutkan usaha bisnisnya.

Ferdinand (2011 hal 50) menyatakan bahwa kinerja pemasaran dinyatakan dalam lima indikator yaitu peningkatan keuntungan bersih, pertumbuhan keuntungan, peningkatan penjualan, pertumbuhan penjualan, dan peningkatan modal usaha. Kinerja Usaha Mikro, Kecil dan Menengah dapat diartikan sebagai ukuran tercapainya sebuah usaha yang dijalankan oleh seseorang atau kelompok yang mengelola unit usaha berdasarkan target atau standar yang telah ditentukan sebelumnya, di mana usaha tersebut masuk dalam kategori Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Terdapat beberapa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kinerja usaha tersebut antara lain adalah orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar.

Kinerja UMKM juga dapat dinilai dari keberhasilan dalam mengelola penjualan, dengan melakukan identifikasi kebutuhan dan keinginan konsumennya melalui penciptaan customer value (Harga) dan customer satisfaction (Kepuasan Pelanggan). Dalam mewujudkan tujuan tersebut UMKM harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang “ Market Oriented “ (strategi bisnis). Sehingga UMKM mampu bersaing dalam meraih pasar yang semakin mengglobal dengan produk-produk impor.

Selain itu, berbagai studi menunjukkan bahwa usaha kecil yang berorientasi kewirausahaan akan menempatkan kemampuan SDM sebagai target yang harus dicapai (Agarwal, Audretsch & Sarkar 2018 hal 21 & 35) dengan mengarahkan berbagai sumber daya untuk pencapaian tujuan, maka diharapkan tercipta inovasi kreatifitas sehingga menghasilkan kinerja UMKM menjadi lebih baik.

Orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara proaktif, dan selalu inovatif (Lumpkin dan Dess 2015 hal 2). Berani mengambil risiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian. Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produksi baru atau jasa di atas kompetisi dan

aktivitas untuk rnengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru.

Orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan sehingga seorang wirausahawan mempunyai kesempatan untuk mengambil keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya berpengaruh positif terhadap kinerja usaha. Penelitian yang dilakukan oleh Silviasih, dkk (2016 hal 97) menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan mempengaruhi kinerja usaha.

Selain orientasi kewirausahaan, kinerja usaha yang optimal juga dipengaruhi oleh orientasi pasar (Buli, 2016 hal 35). Orientasi pasar adalah suatu konsep orientasi yang berfokus pada penciptaan nilai-nilai yang tinggi bagi konsumen. Craven Abbas (2018 hal 98) mendefinisikan orientasi pasar sebagai penetapan sasaran konsumen strategis dan membangun organisasi yang berfokus pada layanan konsumen, memberikan dasar persaingan yang berfokus ke dalam, memberi layanan yang sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga berhasil memenangkan suatu persaingan orientasi pasar adalah cara yang dilakukan organisasi untuk mengidentifikasi pasar dan menggunakannya sebagai dasar untuk menentukan strategi perusahaan. Hasil dari implementasi strategi yang

berdasarkan pada orientasi pasar, memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan.

Orientasi pasar, secara signifikan merupakan faktor penting yang memungkinkan perusahaan memahami pasar dan mengembangkan strategi produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan kebutuhan pasar.

Penelitian yang dilakukan Mei Ie dan Vincent (2019 hal 5) menemukan bahwa orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja usaha. Husein, et al (2016 hal 153) menemukan hubungan positif antara orientasi pasar dan kinerja usaha. Semakin tinggi orientasi pasar akan mendorong semakin tingginya kinerja perusahaan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang di temukan di salah satu kelurahan di kabupaten kupang, yakni kelurahan Penfui mengalami pertumbuhan yang tidak stabil. Dengan pertumbuhan yang tidak stabil ini, bisa menilai tinggi atau rendahnya kinerja dari UMKM. Berikut adalah data modal usaha beserta Omset per Bulan dari pelaku UMKM di Kelurahan Penfui.

Tabel 1.1
Jumlah Usaha Mikro, Modal Awal dan Omset Per Bulan

No.	Jenis Usaha	Modal Awal	Omset Per Bulan
		(Rp)	
1	Kios Arkif	15.000.000	17.000.000
2	Kios Kurniawan	50.000.000	

3	Kios Firgo	7.500.000	700.000
4	Kios Kerambitan	2.000.000	5.000.000
5	Kios Diana	15.000.000	17.000.000
6	Kios Paman Amin	2.000.000	3.000.000
7	Kios Tri Abdi	7.000.000	700.000
8	Kios Kusiawan 1	1.500.000	1.000.000
9	Kios Kusiawan 2	1.000.000	750.000
10	Kios Lista	500.000	600.000
11	Kios Baru Jaya	10.000.000	20.000.000
12	Kios Advent	3.000.000	20.000.000
13	Kios Bela Jaya	1.000.000	750.000
14	Kios Putri AJ	10.000.000	3.000.000
15	Kios Advent	20.000.000	2.000.000
16	Kios Amunir	5.000.000	500.000
17	Kios Emanuel	5.000.000	5.000.000
18	Kios Fanda	30.000.000	20.000.000
19	Kios Reyfan	200.000	1.500.000
20	Kios Sela	500.000	1.000.000
21	Kios Yatika	9.000.000	45.000.000
22	Warung Martabak Insap	10.000.000	21.000.000
23	Kios Pulsa Mawarti	1.000.000	16.500.000
24	Kios Revan	300.000	45.000.000
25	Warung Sedap	1.000.000	60.000.000

	Rasa		
26	Kios Pulsa Zulfa Cell	3.000.000	16.500.000
27	Kios Sembako Barokah	10.000.000	54.000.000
28	Kripik & Kopi Evalia Manson	5.000.000	45.000.000
29	FC dan Travel Garuda	30.000.000	39.000.000
30	Kripik Orpa S	500.000	39.000.000
31	Kios Mariyati S	200.000	4.500.000
32	Tenun Ikat Imelda B	100.000.000	104.000.000
33	Kios Bensin Bernadus S	100.000	3.750.000
34	g Daniel R	500.000	18.200.000
35	Pengrajin Blasius S	500.000	15.600.000
36	Kios Lilin Kecil	2.500.000	1.500.000
37	Kios Karitas	4.000.000	4.000.000
38	Kios Hidup Damai	2.000.000	5.000.000
39	Kios Marli	600.000	1.500.000
40	Kios Putri	3.000.000	1.500.000
41	Kios Neptunus	5.000.000	2.500.000
42	UD.Surya	16.000.000	15.000.000
43	Kios Grafira	10.000.000	6.000.000
44	Kios Andre	10.000.000	9.000.000
45	Kios Tujuh Saudara	5.000.000	1.500.000

46	Kios Yupiter	80.000	6.000.000
47	UD.Mari	100.000.000	8.000.000
48	Kios Juni	500.000	500.000
49	Kios Berkah	1.000.000	750.000
50	Kios Sejati	2.500.000	1.500.000
	Total	519.480.000	710.800.000
	Rata-rata	10.389.600	14.506.122

Sumber: Data dari Kelurahan Penfui dan Dinas Koperasi, UKM Kota Kupang

Berdasarkan tabel di atas, jumlah modal awal dari 50 UMKM sebesar Rp519.480.000 sehingga didapatkan rata-rata sebesar Rp10.389.600. Modal awal di bawah rata-rata berjumlah 41 UMKM dan di atas rata-rata berjumlah 9 UMKM. Modal terkecil sebesar Rp80.000 dan modal terbesar sebesar Rp100.000.000. Sedangkan, jumlah omset per bulan sebesar Rp710.800.000 sehingga didapatkan rata-rata sebesar Rp14.506.122. Omset di bawah rata-rata berjumlah 30 UMKM dan di atas rata-rata berjumlah 20 UMKM. Omset terkecil sebesar Rp500.000 dan omset terbesar sebesar Rp104.000.000.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Djamila Abbas pada tahun 2018 dengan judul penelitian “Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Kota Makassar”. Kesimpulannya hasil penelitian membuktikan bahwa modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap UMKM.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andwiani (2017) dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan

Terhadap Kinerja Perusahaan” menyimpulkan bahwa penelitian membuktikan modal usaha, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan tidak signifikan terhadap kinerja UMKM.

Sehingga, Berdasarkan uraian diatas maka studi ini mengangkat permasalahan tersebut untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar, dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di kelurahan Penfui Kabupaten Kupang”.

1.2 Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah penelitian yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Pengaruh Modal Usaha, Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM di Kelurahan Penfui, Kabupaten Kupang.

1.3 Persoalan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah modal usaha berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kelurahan penfui kabupaten kupang.?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kelurahan penfui kabupaten kupang ?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kelurahan penfui, kabupaten kupang ?

1.4. Tujuan Dan Kemanfaatan Penelitian

1. Manfaat Akademik

Secara akademik, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan masukan atau referensi bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama untuk lembaga Universitas Kristen Artha Wacana Kupang, khususnya Fakultas Ekonomi.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis, diharapkan dapat mengetahui pengaruh modal kerja, orientasi pasar, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM di Kelurahan Penfui Kabupaten Kupang