

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Badan pusat statistik menyatakan bahwa Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dibagi menjadi dua pengertian berdasarkan jumlah karyawan yang dimiliki. Pertama, dapat disebut usaha kecil karena dalam usahanya ini memiliki karyawan yang berjumlah antara 5-10 pekerja. Kedua, disebut usaha menengah karena dalam usahanya ini memiliki karyawan yang berjumlah antara 20-99 pekerja. Usaha kecil dan menengah selama ini diwajibkan untuk terus memahami kondisi pasar dan terus memperthankan eksistensinya di pasar hal ini karena keberadaan UKM berperan cukup signifikan untuk ekonomi daerah. Ekonomi daerah dituntut untuk harus terus maju dan berkembang dengan cara memanfaatkan serta mengembangkan kemampuan yang dimiliki setiap daerah.

Usaha kecil dan menengah diyakini mampu meminimalisir jumlah pengangguran setiap daerah sehingga hal ini berdampak pada kondisi ekonomi daerah yang semakin sejahtera. Data Sensus Ekonomi 2016, memaparkan bahwa Usaha Kecil dan Menengah memperoleh urutan yang paling atas dalam kategori perekonomian nasional. Usaha ini dibagi menjadi tiga jenis usaha non pertanian antara lain: pertama, usaha pedagang besar dan eceran. Usaha ini dijalankan dengan cara langsung menjual barangnya tanpa mengganti barang tersebut sebelum dijual kepada konsumen. Namun, ada beberapa dari mereka yang mengharuskan melakukan perubahan pada barang sebelum dijual kepada konsumen yaitu bagian

pengemasan ulang dan penyortian karena mereka akan membeli barang dengan kuantitas yang banyak selanjutnya akan dijual lagi dengan cara satuan. Kedua, usaha dibidang agen akomodasi dan agen makanan minuman. Usaha ini contohnya adalah hotel, penginapan, warung makan, catering, dll. Ketiga, usaha industri pengolahan yang merupakan usaha yang mengharuskan melakukan perubahan pada barang yang sebelumnya masih mentah hingga terbentuk barang setengah jadi dan atau barang jadi setelah itu barang sudah siap untuk dipasarkan. Industri pengolahan contohnya yaitu sebuah barang yang bermanfaat dan memiliki keestetikan.

Jepara merupakan sebuah kabupaten yang dikenal sebagai kota ukir karena pada tiap-tiap Kecamatan sampai Desa di Kota Jepara ini terdapat usaha kerajinan yang beraneka ragam hal ini dapat membantu ekonomi daerah. Industri kerajinan yang ada di Kota Jepara antara lain adalah ukir kayu, mebel, genteng, tenun ikat, konveksi, mainan anak tradisional, kemasan, kuningan, kerajinan rotan, dan masih beraneka ragam lagi. Beraneka ragamnya UKM di Kota Jepara belum tentu semuanya dapat dibuktikan bahwa dapat mengembangkan semua industri yang ada. Ciri khas Kabupaten Jepara adalah usaha kerajinannya yang mendirikan usaha rumahan.

Desa Karanganyar Kecamatan Welahan merupakan sebuah Desa berada di Kabupaten Jepara tepatnya di bagian penghujung selatan dan bersebelahan dengan Kabupaten Demak yang mempunyai keahlian eksistensinya pada industri kerajinan mainan anak tradisional. Namun hal ini, industri kerajinan di Desa Karanganyar ini belum mampu menjadi sentral industri unggulan Kota Jepara (Triyono, 2020).

Kerajinan adalah barang atau produk yang memiliki nilai keindahan dibuat oleh tangan seseorang yang memiliki daya terampil dan kreatif. Kadjim (2011) memberikan pernyataan tentang kerajinan yaitu sebuah karya seni yang dibuat oleh seseorang dengan semangat tinggi secara berkesinambungan, tangkas, dan tetap teguh pada tujuan utama.

Industri kerajinan mainan anak tentunya membawa dampak yang cukup besar terhadap warga Desa Karanganyar. Dampak tersebut diantaranya: 1. Memupuk kreatifitas generasi muda, 2. Mengembangkan jiwa berwusaha untuk generasi selanjutnya. UKM kerajinan mainan anak disebut sebagai usaha yang diwarisi dari nenek moyang yang tumbuh dari budaya setempat. Desa Karanganyar mempercayai sosial budaya dari kerajaan zaman kuno yaitu di pinggir sepanjang alur sungai diikuti oleh bangunan rumah masyarakat (Arifin & Rahman, 2020), 3. Memberikan peluang kerja bagi masyarakat Desa Karanganyar, 4. Perekonomian daerah semakin sejahtera. Sebagian besar penduduk Desa Karanganyar menjadikan usaha mainan anak tersebut untuk menopang kehidupannya setiap hari.

Sentral industri mainan anak sebagai julukan untuk Desa Karanganyar yang memproduksi produk mainan anak tradisional dengan beberapa produk favoritnya antara lain otok-otok, wayang upin-ipin, kitiran, lele-lelean, dan banyak lagi. UKM kerajinan mainan anak sudah mampu menembus di beberapa pasar Indonesia dan luar negeri. Kerajinan mainan anak yang dibuat oleh masyarakat setempat dengan penuh kegigihan dan kreatifitas sehingga menghasilkan produk yang menarik dan perpaduan warna tanpa meninggalkan kearifan lokal. Produk kerajinan mainan anak dibandrol dengan harga yang cukup murah berkisaran mulai dari Rp 2.000 –

Rp 5.000 per pcs tergantung tingkat kerumitan membuat produk dan jenis bahan baku yang mahal serta sulit diperoleh misalnya produk mainan barongan bahan baku dari kayu dibandrol dengan harga Rp 50.000. Namun, jika membeli produk dengan jumlah yang besar maka harga juga berbeda tentunya akan lebih murah. Segmen penjualan industri ini yaitu anak-anak tujuannya adalah untuk mengasah pola pikir ditengah maraknya gadget dan game online agar anak-anak tidak kecanduan. Namun, UKM kerajinan mainan anak ini tidak selalu berkembang dengan baik tetapi ada juga beberapa permasalahan yang dihadapi antara lain: 1) kurangnya keberanian dalam mengambil resiko yang kemungkinan terjadi pada sebuah usaha; 2) desain untuk menciptakan produk mainan anak masih belum ideal 3) produk belum memiliki logo atau merk yang menjadi identitas sehingga konsumen belum mengenal pencipta produk mainan anak; 4) proses pembuatan produk mainan anak masih menggunakan mesin secara manual sehingga selama pengerjaan produk mainan anak memakan waktu yang cukup lama; 5) sumber daya manusia yang kurang karena saat ini banyak orang yang lebih memilih bekerja sebagai karyawan pabrik; 6) pemasaran produk mainan anak belum sepenuhnya mengenal secara online, mereka hanya menawarkan produknya keliling desa, promosi melalui tengkulak dan melakukan kerja sama dengan konsumen yang sudah lama menjadi pelanggan. Beberapa permasalahan yang sudah dipaparkan tersebut akan sangat berpengaruh baik cepat atau lambat terhadap UKM mainan anak Desa Karanganyar.

Desa Karanganyar wilayahnya terbagi menjadi 6 RT dan 2 RW. Jumlah penduduk masyarakat desa karanganyar adalah 1.663 orang. Ada beragam jenis

pekerjaan yang mereka punya seperti pengrajin mainan anak, petani pedagang dll. Namun, sebagian besar penduduk Desa Karanganyar tersebut bekerja sebagai pengrajin mainan anak tradisional.

**Tabel 1.1**  
**Mata Pencaharian Masyarakat Desa Karanganyar, Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara**

No	Mata Pencaharian	Jumlah (Orang)
1.	Pengrajin mainan tradisional	318
2.	Petani	174
3.	Pedagang	48
4.	Peternak	21
5.	Buruh tani	18
6.	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	16
7.	Guru	15
8.	Buruh Bangunan	11
9.	Pensiunan PNS	9
10.	Penjahit	8
11.	Pengusaha	6
12.	Sopir	4
13.	Bidan	3
14.	Pembantu Rumah Tangga	3
15.	TNI	2
	<b>Jumlah</b>	<b>656</b>

(Bps, dalam angka Kabupaten Jepara, 2017)

Menurut data pada tabel di atas, masyarakat Desa Karanganyar mayoritas bermata pencaharian sebagai pengrajin mainan anak tradisional dengan jumlah 318 pekerja. Mereka semua bukan sebagai pemilik UKM mainan anak tetapi ada

juga yang hanya sebagai buruh pengrajin mainan anak. Desa Karanganyar mempunyai jumlah penduduk yang cukup banyak, wilayah yang luas, dan potensi sumber daya alam yang melimpah sehingga kreatifitas masyarakatnya tertuju pada industri mainan anak yang bahan baku untuk membuat produk harus ramah lingkungan dan harga yang ditetapkan tidak terlalu mahal.

UKM kerajinan mainan anak dibedakan menjadi empat bagian atau kelompok pada masing-masing kelompok terdiri dari 26-27 anggota sudah termasuk ketua, sekretaris, dan bendahara. Pembagian kelompok ini berdasarkan variasi mainan yang diproduksi. Empat bagian kelompok tersebut yaitu Mekar Jaya, kelompok UKM yang memproduksi mainan jenis kitiran berbahan baku berasal dari bambu. Mekar Maju, kelompok pengrajin yang memproduksi mainan jenis otok-otok berbahan baku berasal dari spons. Mekar Sari, kelompok pengrajin yang memproduksi mainan jenis tarik dan boneka balon berbahan baku berasal dari spons. Mekar Makmur, kelompok pengrajin yang memproduksi mainan jenis otok-otok dan kitiran berbahan baku berasal dari bambu. Daftar nama pemilik UKM kerajinan mainan anak yang bergabung ke dalam kelompok ini, antara lain:

Tabel 1.2

**Daftar Pemilik UKM Kerajinan Mainan Anak Desa Karanganyar,  
Kecamatan Welahan, Kabupaten Jepara**

Mekar Jaya				Mekar Makmur			
No.	Nama	(RT/ RW)	Jabatan	No.	Nama	(RT/ RW)	Jabatan
1.	Sumarno	4/2	Ketua	1.	Karjono	4/2	Ketua
2.	Suko	5/2	Sekretaris	2.	Mughdor	5/2	Sekretaris
3.	Musirah	2/1	Bendahara	3.	Mubayah	2/1	Bendahara
4.	Mutawak hid	1/1	Anggota	4.	Abdullah	1/1	Anggota
5.	Sugiyono	4/2	Anggota	5.	Tasliman	4/2	Anggota
6.	Siti Tumi	4/2	Anggota	6.	Amat	4/2	Anggota
7.	Kosidah	4/2	Anggota	7.	Maskanah	4/2	Anggota
8.	Mahmudi	4/2	Anggota	8.	Suhadi	4/2	Anggota
9.	Sarimun	5/2	Anggota	9.	Suparman	5/2	Anggota
10.	Suntono	5/2	Anggota	10.	Suyit	5/2	Anggota
11.	Sabaku	2/1	Anggota	11.	Kustiah	2/1	Anggota
12.	Suwito	2/1	Anggota	12.	Nursahid	2/1	Anggota
13.	Atmoko	5/2	Anggota	13.	Sruni	5/2	Anggota
14.	Solikul	5/2	Anggota	14.	Mustahal	5/2	Anggota
15.	Sutariyah	2/1	Anggota	15.	Budi Santoso	2/1	Anggota
16.	Saduddin	4/2	Anggota	16.	Abdul Ghofur	4/2	Anggota
17.	Kuswadi	4/2	Anggota	17.	Sodikin	4/2	Anggota
18.	Zuafah	5/2	Anggota	18.	Sarkani	5/2	Anggota

19.	Sundari	2/1	Anggota	19.	Buniah	2/1	Anggota
20.	Tarmiah	1/1	Anggota	20.	Mualim	1/1	Anggota
21.	Juminten	6/2	Anggota	21.	Zaenal	6/2	Anggota
22.	Khodim	6/2	Anggota	22.	Keswati	6/2	Anggota
23.	khotimah	1/1	Anggota	23.	Yati	1/1	Anggota
24.	Saropah	6/2	Anggota	24.	Afiful	6/2	Anggota
25.	Aris	6/2	Anggota	25.	Romdonah	6/2	Anggota
25.	Ufi	6/2	Anggota	26.	Poniah	6/2	Anggota
27.	Sutinah	2/1	Anggota				
<b>Mekar Maju</b>				<b>Mekar Sari</b>			
No.	Nama	RT/ RW	Jabatan	No.	Nama	RT/ RW	Jabatan
1.	Sunadi	3/1	Ketua	1.	Partono	4/2	Ketua
2.	Musafak	3/1	Sekretaris	2.	Subandriyo	5/2	Sekretaris
3.	Muaslik	3/1	Bendahara	3.	Udin	2/1	Bendahara
4.	Mashur	1/1	Anggota	4.	Paryono	1/1	Anggota
5.	Aksari	4/2	Anggota	5.	Tarmuji	4/2	Anggota
6.	Abu Amar	3/1	Anggota	6.	Kasdi	4/2	Anggota
7.	Shokip	3/1	Anggota	7.	Abd. Syukur	4/2	Anggota
8.	Sakirin	3/1	Anggota	8.	Nur Ikhsan	4/2	Anggota
9.	Wagimin	4/2	Anggota	9.	M. Basyir	5/2	Anggota
10.	Sistoko	2/1	Anggota	10.	Ekowati	5/2	Anggota
11.	Hidayah	3/1	Anggota	11.	Tutik S.	2/1	Anggota
12.	Asromah	3/1	Anggota	12.	Muzaini	2/1	Anggota
13.	Kuwoto	3/1	Anggota	13.	Kartonah	5/2	Anggota



14.	Masrokah	1/1	Anggota	14.	Asromi	5/2	Anggota
15.	Zuriyah	3/1	Anggota	15.	Zubaidi	2/1	Anggota
16.	Masrini	3/1	Anggota	16.	Sabaku	4/2	Anggota
17.	Asiyah	3/1	Anggota	17.	Sri Reswati	4/2	Anggota
18.	Nakuwan	3/1	Anggota	18.	Sopiyatun	5/2	Anggota
19.	Dina	3/1	Anggota	19.	Wakhit	2/1	Anggota
20.	Mufarikah	4/2	Anggota	20.	Muhdori	1/1	Anggota
21.	Milah	6/2	Anggota	21.	Saikhudin	3/1	Anggota
22.	Nor Hidayati	6/2	Anggota	22.	Solekah	6/2	Anggota
23.	Zaroah	5/2	Anggota	23.	Muarofah	3/1	Anggota
24.	Zuli	6/2	Anggota	24.	Sulambik	6/2	Anggota
25.	Indra	4/2	Anggota	25.	Surawan	1/1	Anggota
26.	Dul Wakhid	6/2	Anggota	26.	Nur Udin	6/2	Anggota

(sumber data ketua UKM Mainan Anak Desa Karanganyar 2021)

Kelompok pemilik UKM kerajinan mainan anak ini telah terbentuk sejak tahun 2012 . Pembentukan kelompok pengrajin ini bertujuan untuk memudahkan sistem diantara para pengrajin baik sistem training maupun bantuan berupa alat maupun modal. Setiap kelompok pengrajin yang telah dibagi tersebut terdiri dari 26-27 anggota pemilik UKM mainan anak Desa Karanganyar. Jadi, total seluruh UKM Kerajinan mainan anak di Desa Karanganyar yaitu sebanyak 105 UKM.

Usaha kecil dan menengah di tengah persaingan yang bertambah tinggi ini di tuntut untuk terus bergerak untuk masa depan dan berstrategi agar mampu mencari peluang pasar dan supaya usaha yang dijalani tetap terus bertahan atau

berkembang. Usaha kecil dan menengah dapat dipengaruhi oleh beberapa hal yaitu orientasi kewirausahaan, orientasi pasar, inovasi produk, dan globalisasi. Rusdianto (2018) memberikan pemaparan yaitu ada beberapa persoalan yang ada pada pemilik UKM kerajinan mainan anak salah satunya yaitu UKM kerajinan mainan anak kekurangan jumlah sumber daya manusia (SDM) yang mempunyai kemampuan untuk menganalisis kondisi pasar ketika ada peluang untuk memasuki pasar dan hal ini tentunya dapat membuat produk kerajinan mainan anak mampu menghadapi persaingan pasar secara berkesinambungan dan tentunya tanpa menghilangkan nilai kearifan lokal.

Pengertian kinerja menurut moeheriono (2012) suatu perusahaan yang sudah mempunyai perencanaan strategis yang digunakan untuk mengukur seberapa banyak kegiatan-kegiatan yang sudah terlaksana sesuai dengan tujuan, visi, dan misi perusahaan. Srimindarti dalam Sudiarta (2014) memberikan pengertian bahwa kinerja yaitu suatu keahlian sesuai dengan tolok ukur, standar, dan sasaran yang sudah ditetapkan secara berkesinambungan yang memiliki nilai guna bagi perusahaan dan yang bekerja pada perusahaan tersebut. Kinerja UKM merupakan salah satu dimensi yang harus dimiliki oleh perusahaan karena memiliki peranan yang penting ditengah tingginya persaingan usaha. Kinerja UKM yang berumutu tinggi akan memberikan pengaruh menguntungkan bagi UKM.

Kinerja UKM bermanfaat untuk memberikan gambaran tingkat kemampuan UKM dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin sengit. Kinerja UKM dapat diukur dengan cara melakukan analisis beberapa faktor yang memberikan pengaruh selama usaha berjalan. UKM harus mampu mengkaji tentang bagaimana

usaha kedepannya agar mampu bertahan pada persaingan pasar dengan menggunakan faktor internal dan faktor eksternal (Charles J. Capss, 2012). Menurut Subroto (2016) ada beberapa aspek yang termasuk dalam faktor internal yang memberikan pengaruh pada kinerja UKM antara lain faktor pemasaran, faktor keuangan, faktor produksi, dan faktor sumber daya manusi (SDM). Pearce et. al (2013) dalam Sentiago (2016) memaparkan jika faktor eksternal memberikan dampak terhadap penetapan petunjuk dan aktivitas yang hendak dilaksanakan oleh suatu perusahaan. Terdapat beberapa aspek yang termasuk dalam faktor eksternal antara lain kawasan perusahaan, kawasan jauh, dan kawasan operasional. Kawasan perusahaan ini meliputi kendala masuk, kekuatan penyuplai, daya konsumen, kesiapan barang substitusi, dan persaingan tinggi. Kawasan jauh ini meliputi politik, sosial, ekonomi, teknologi, dan ekologi. Kawasan operasional ini meliputi kompetitor, lender, bursa tenaga kerja, konsumen, penyuplai.

Selain kinerja UKM, keunggulan bersaing juga memiliki peranan yang penting dalam mengatasi kompetisi. Febriatmoko & Raharjo (2014) menyatakan jika tingkat keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan tinggi maka kinerja bisnis perusahaan juga akan tinggi. Menurut Utama & Nadi (2017) UKM yang mempunyai keunggulan lebih dari yang lain untuk bersaing harus mempunyai jiwa dalam perusahaannya yaitu orientasi kewirausahaan, tidak takut akan resiko, dan memiliki sikap yang inovatif dan proaktif. Penjelasan fenomena dan analisis empiris menjelaskan bahwa ada pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UKM.

Keunggulan bersaing mempunyai pengertian yaitu salah satu strategi penting bagi UKM agar memenangi kompetisi (Hajar dan Sukatmaja, 2016). Sama dengan yang diungkapkan oleh Dalimunthe (2017) keunggulan bersaing merupakan suatu strategi yang digunakan perusahaan untuk menghadapi persaingan dengan para kompetitor sehingga perusahaan mampu memenangkan persaingan pasar yang semakin ketat. Seperti yang dijelaskan oleh Delta & Paulus (2017:60) dalam kutipan Kubra (2019) jantung kinerja dalam menjalankan sebuah bisnis adalah ada pada keunggulan bersaing karena diyakini mampu menghadapi kompetisi atau persaingan.

Saat ini, tingkat persaingan yang terjadi antar perusahaan semakin sulit. UKM dapat disebut sudah memenangkan persaingan jika UKM tersebut mampu memberikan nilai lebih kepada konsumen dibandingkan dengan kompetitornya. Nilai lebih yang diberikan kepada konsumen tersebut berbentuk harga yang dipasarkan, kualitas produk, kualitas pelayanan, cara promosi. Gilang (2014:2) dalam kutipan Kubra (2019) menjaga agar usaha tetap unggul bersaing membutuhkan tiga faktor yaitu: 1. Dasar menghadapi persaingan (*basic of competition*), kemampuan, kecakapan, dan harta merupakan strategi yang harus dimiliki oleh perusahaan karena ketiga hal tersebut dapat memberi bantuan terhadap strategi perusahaan yang sedang diterapkan sehingga membuat usaha semakin unggul dibanding kompetitor dalam menghadapi persaingan. 2. Dimana perusahaan melakukan persaingan (*where you compete*), sebuah usaha harus bisa memilih dan menentukan pasar sebagai tempat dimana usaha tersebut akan dijalankan. Tiga hal dari *basic of competition* yang telah disebutkan di atas dapat

digunakan kemudian diterapkan pada strategi memilih pasar ini sehingga memperoleh manfaat dari pasar. 3. Siapa lawan bersaingnya (*who you compete against*), perusahaan harus mengenali dan memahami terlebih dahulu seberapa kekuatan dan kelebihan yang dimiliki oleh para pesaingnya apakah lemah, sedang atau kuat sehingga hal ini memiliki peran yang penting bagi perusahaan.

Langkah awal yang harus dimiliki oleh pelaku UKM dalam menjalankan bisnisnya yaitu mampu berinovasi secara terus menerus dan menggunakan strategi bauran pemasaran serta strategi yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis UKM. Kondisi seperti ini harus dihadapi UKM agar eksistensi usaha terus bertahan dengan cara menciptakan produk baru untuk menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen yang berubah-ubah dan menggunakan strategi pemasaran dengan tepat. Permintaan konsumen yang tidak konsisten tentunya menjadi tantangan tersendiri bagi UKM untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar dengan salah satu cara yang dapat ditempuh yaitu membuka lini baru dan memperbarui sistem pemasaran yang ada (Aris, 2021). Perusahaan yang terus berinovasi atau selalu menciptakan produk baru sesuai dengan permintaan pasar akan menjadi kepuasan tersendiri bagi konsumen. Selain menempuh cara selalu berinovasi, keunikan produk (*unique selling product*) juga dapat membuat produk lebih diminati oleh konsumen dibandingkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain. Pengertian inovasi produk menurut Amir (2018) yaitu sebuah perusahaan yang menciptakan produk baru secara terus menerus mengikuti permintaan pasar dan waktu yang diperlukan tidak sebentar karena prosesnya tidak mudah mulai dari menetapkan keputusan yang akan diambil, mencari ide baru tentunya ide tersebut harus kreatif dan

menarik, kemudian diaplikasikan supaya menjadi produk sesuai yang diinginkan konsumen. Pendapat inovasi produk oleh Devi (2018) yaitu terdapat hubungan antara inovasi produk dengan teknologi karena jika melakukan inovasi produk dengan menggunakan teknologi yang canggih maka pekerjaan akan menjadi mudah dan tidak memakan waktu yang lama.

Inovasi produk merupakan salah satu elemen penting bagi UKM untuk mencapai keunggulan bersaing karena mengingat saat ini kondisi persaingan semakin sulit dikalahkan. UKM yang mengabaikan inovasi produk akan membuat usaha mati atau tidak dapat bertahan (Aji, 2020). Persaingan pasar yang semakin sulit diatasi harus dapat dikuasai oleh perusahaan salah satunya dengan terus menghasilkan produk-produk terbaru. Menghasilkan produk yang inovatif, kreatif dan tidak mudah ditiru oleh para kompetitor akan menjadi tanda pengenal tersendiri bagi perusahaan. Keunikan yang dihasilkan dari sebuah produk akan menjadi daya tarik tersendiri dan mendapat perhatian khusus dari konsumen. Inovasi produk merupakan strategi dasar Ketika memasuki pasar baru, untuk melengkapi perusahaan dengan keunggulan bersaing, dan untuk meningkatkan jumlah terjualnya produk (Ibidunni et. al, 2014:195)

Inovasi produk yang unik berperan serta membantu UKM untuk menumbuhkan keunggulan bersaing (Urbancova, 2013). Keunggulan bersaing dapat dijangkau dengan terpenuhinya keinginan konsumen dengan adanya produk yang unik dan memiliki nilai lebih dibandingkan produk kompetitor. Pelaku UKM memiliki tugas untuk terus memantau kondisi pasar supaya produk yang diciptakan sesuai dengan harapan konsumen. Penelitian Udriyah (2019) memperlihatkan hasil

bahwa inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing UKM tekstil di Selanggor, Malaysia. Menawarkan produk yang mempunyai nilai lebih kepada konsumen salah satunya dengan inovasi produk. Inovasi produk bukan selalu tentang membuat produk baru tetapi juga bisa dengan melakukan perbaikan pada produk yang sudah ada sebelumnya. Terpenuhinya permintaan pasar menjadi tujuan utama UKM melakukan inovasi produk sehingga UKM akan meraih keberhasilan yang berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Secara umum, pengertian kewirausahaan yaitu melakukan pengenalan terhadap peluang dan selanjutnya diaplikasikan (Montho, 2021). Menurut Eddy S. Soegoto (2014:26) kewirausahaan merupakan suatu usaha yang dalam kegiatannya tidak hanya menghasilkan barang yang inovatif dan kreatif, produk yang memiliki value lebih, namun kewirausahaan juga dapat memberikan peluang pekerjaan bagi sekitar. Pengertian kewirausahaan menurut (Suryana, 2013) adalah ilmu yang memahami tentang nilai, keahlian, dan cara yang digunakan seseorang menghadapi permasalahan dalam kehidupannya dan mencari solusi atas permasalahan tersebut yang kemungkinan keputusan tersebut akan menimbulkan resiko yang beragam. Ciri-ciri orientasi kewirausahaan diantaranya adalah lebih suka mengerjakan sesuatu secara mandiri, sikap selalu berinovasi untuk memburu peluang pasar, tidak takut akan resiko yang terjadi, bersikap tangkas dalam menghadapi pesaing (Arief et. al, 2013). Penilaian konsumen terhadap suatu produk yang memiliki nilai unggul dibanding kompetitornya dapat dilihat dengan bagaimana cara berinovasinya produk tersebut sehingga perusahaan dapat bertahan eksistensinya disaat persaingan semakin sengit.

Mustikowati (2016) dalam Ainin (2018) memberikan pemaparan bahwa orientasi kewirausahaan dan inovasi produk, proaktif, tidak takut akan resiko menjalankan usaha, dan mampu mengalahkan para pesaing merupakan satu kesatuan yang saling berkaitan. Mahmood dan Hanafi (2013) dalam kutipan Hajar (2016) orientasi kewirausahaan berpengaruh besar dalam meraih keunggulan bersaing karena pemimpin perusahaan memiliki tanggung jawab besar atas keberhasilan perusahaan sehingga pemimpin yang mempunyai kemampuan yang berorientasi pada kewirausahaan kemungkinan besar usaha yang dipegang akan berhasil. Orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM yang bersikap inovatif, proaktif, dan tidak takut akan resiko yang terjadi.

Orientasi kewirausahaan menurut Jalali et. al (2014) adalah sikap inovatif, proaktif, dan keberanian dalam mengambil resiko yang dimiliki oleh individu untuk meraih peluang berwirausaha dilandaskan pada sifat dan sumber daya yang ada. Orientasi kewirausahaan memiliki arti mengarah pada ketetapan yang diambil oleh suatu perusahaan dalam mendukung kegiatan berwirausaha. Proaktif menurut Seogiasuti & Haryani (2013) adalah wirausahawan yang memiliki sikap tangkas, ketika mengerjakan sesuatu atas kesadarannya sendiri, belajar dari kegagalan di masa lalu, menerima kritik dan saran yang mendukung perkembangan perusahaan, mampu berpikir untuk masa depan perusahaan baik jangka pendek maupun Panjang. Berani mengambil resiko. Menurut Isa (2013) yaitu sikap yang ada dalam jiwa seorang wirausaha yang tidak pernah ada rasa takut akan resiko kemungkinan terjadi dan mampu mengambil sisi baiknya dari resiko tersebut untuk keberhasilan bisnis kedepannya. Inovatif menurut Hafeez et. al (2011) adalah wirausaha yang



memiliki sikap inovatif berpengaruh besar terhadap bertahannya suatu bisnis. Orientasi kewirausahaan yang melekat ada pada diri pelaku bisnis tentu akan lebih berani dalam mewujudkan ide-ide kreatif dan inovatifnya.

Penelitian yang berjudul Pengembangan Masyarakat Melalui Kreativitas Usaha Mainan Tradisional (Studi pada Kelompok Pengrajin Kitiarn Mekar Jaya Desa Karanganyar Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara) yang dilakukan oleh Henni (2020). Hasil dari penelitian yang telah dilakukan meliputi: (1) proses pengembangan masyarakat melalui kreativitas usaha mainan tradisional dapat dilihat dari tahapan-tahapan pemberdayaan (2) Hasil pengembangan masyarakat melalui kreativitas usaha mainan tradisional meliputi: (a) Meningkatkan Perekonomian Masyarakat. (b) Tumbuhnya Solidaritas Sosial. (c) Terciptanya Peluang Usaha.

Penelitian oleh Syukron (2015) yang berjudul Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan terhadap Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing menunjukkan hasil bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing. Terdapat perbedaan penelitian oleh Yosi (2021) dengan penelitian yang berjudul orientasi kewirausahaan, inovasi produk dan media sosial terhadap kinerja pemasaran dengan keunggulan bersaing sebagai intervening. Hasil penelitian adalah orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Judul penelitian keunggulan bersaing melalui orientasi pasar dan inovasi produk (Dalimunthe, 2017). Inovasi Produk berpengaruh langsung dan positif terhadap keunggulan bersaing pada pelaku UMKM. Sementara menurut Sherlin

(2016) Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing, variabel inovasi justru berpengaruh negatif terhadap variabel keunggulan bersaing.

Penelitian yang dilakukan oleh Medhika et. al (2018) yang berjudul Peran Keunggulan Bersaing Dalam Memediasi Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan dengan Kinerja UKM menyatakan hasil bahwa, Keunggulan bersaing secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kinerja UKM. Berbeda dengan Sherlin (2016) Pengaruh Inovasi Produk Dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keunggulan Bersaing bahwa kinerja UKM tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing.

Ranto (2016) dalam penelitiannya menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja UMKM. Penelitian ini berjudul pengaruh orientasi pasar, inovasi dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran. Tetapi, hasil yang berbeda pada penelitian Suryaningsih (2018) yang berjudul Kinerja UMKM ditinjau dari Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi bahwa Orientasi Kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap Kinerja UMKM

Penelitian yang berjudul yang Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja UKM menunjukkan hasil bahwa variabel inovasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja UMKM (Jannah dan Irawati, 2016). Research gap terdapat pada penelitian Huda (2020) dengan penelitian yang berjudul pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap kinerja usaha kecil menengah dengan variabel intervening

keunggulan bersaing menunjukkan hasil bahwa Inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja usaha kecil menengah.

Oleh sebab itu, penting bagi UKM memiliki orientasi kewirausahaan, inovasi produk, serta kinerja UKM sehingga UKM mampu menghadapi persaingan. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja UKM Kerajinan Mainan Anak Desa Karanganyar Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara".

## 1.2 Ruang Lingkup Penelitian

### a. Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilakukan pada UKM kerajinan mainan anak di Desa Karanganyar Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara

### b. Data yang digunakan

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer yang didapatkan dari hasil survey dengan cara menyebarkan kuesioner yang telah ditetapkan sebelumnya kepada responden yang dituju yaitu pelaku UKM kerajinan mainan anak Desa Karanganyar. Selain menggunakan data primer, penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder yang didapatkan melalui beberapa sumber misalnya dari situs di internet dan literatur atau artikel yang saling keterkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan

c. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017) yaitu segala sesuatu yang memiliki bentuk apapun itu yang telah ditetapkan oleh seorang peneliti bertujuan untuk dipelajari sehingga mendapatkan suatu informasi yang diinginkan, kemudian setelah itu dibuat kesimpulannya. Berdasarkan judul penelitian ini yaitu Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi Produk Melalui Keunggulan Bersaing terhadap Kinerja UKM Kerajinan Mainan Anak Desa Karanganyar Kecamatan Welahan Kabupaten Jepara, maka judul tersebut dibagi menjadi dua variabel yaitu:

1. Variabel Bebas (Variabel Independen)

Variabel bebas (variabel independen) menurut Sugiyono (2015) yaitu variabel yang dapat mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau munculnya variabel terikat (variabel dependen). Judul penelitian ini yang merupakan variabel bebas (variabel independen) yaitu Orientasi Kewirausahaan (X1) dan Inovasi Produk (X2).

2. Variabel Terikat (Variabel Dependen)

Variabel Terikat (Variabel Dependen) menurut Sugiyono (2015) yaitu variabel yang dapat dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas (variabel independen). Judul penelitian ini yang merupakan variabel terikat (variabel dependen) yaitu Keunggulan Bersaing (Y1) dan Kinerja UKM (Y2).

d. Jangka Waktu Penelitian

Jangka waktu penelitian ini diperhitungkan memakan waktu selama kurang lebih selama 3 bulan

### 1.3 Rumusan Masalah

#### 1.3.1 Identifikasi Masalah

1. Orientasi Kewirausahaan

Pelaku UMKM Desa Karanganyar kurang kreatif dan inovatif dalam memproduksi barang. Selain itu, ada beberapa dari mereka yang memproduksi barang hanya untuk disetorkan kepada pengepul yang dikenalnya saja. Mereka tidak memproduksi barang lebih banyak lagi karena mereka takut jika produknya tidak terjual. Sehingga jangkauan distribusinya tidak terlalu luas

2. Inovasi

Produk kerajinan mainan anak Desa Karanganyar kurang beragam. Kebanyakan produk mereka masih mainan anak tradisional dan diproduksi dengan masih menggunakan mesin yang sederhana. Selain itu, produk mainan anak yang dihasilkan tidak tahan lama atau cepat rusak.

3. Keunggulan Bersaing

Ketidak beranian dalam mengambil resiko dan produk yang kurang beragam membuat UMKM mainan anak Desa Karanganyar kalah dalam bersaing di Pasar. Banyak produk mainan anak terbaru dan adanya game online membuat persaingan semakin ketat. Selain itu, beberapa bahan baku

mainan anak sulit didapatkan sehingga beberapa produk mainan anak harganya menjadi mahal. Menurut Utama dan Nadi (2017) orientasi kewirausahaan, inovatif, berani mengambil resiko dan bersikap proaktif dapat mengalahkan pesaing yang berada di pasar.

#### 4. Kinerja UMKM

Ketiga masalah yang telah disebutkan diatas yaitu, ketidak beranian mengambil resiko, inovasi produk yang kurang, dan kurang unggul dalam persaingan ini tentunya berdampak pada kurangnya kepuasan pelanggan dan penjualan produk mainan anak Desa Karanganyar yang rendah. Kemampuan untuk melakukan inovasi, proaktif dan berani dalam mengambil resiko akan berpengaruh pada perusahaan yang dapat membuat pelanggan lebih puas sehingga perusahaan akan unggul dalam persaingan (Kumalaningrum, 2012).

#### 1.3.2 Pertanyaan Penelitian

- 1) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Desa Karanganyar?
- 2) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing UKM Desa Karanganyar?
- 3) Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja UKM Desa Karanganyar?
- 4) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UKM Desa Karanganyar?

- 5) Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja UKM Desa Karangannya?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

- 1) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan besaing UKM Desa Karangannya
- 2) Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan besaing UKM Desa Karangannya
- 3) Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja UKM Desa Karangannya
- 4) Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UKM Desa Karangannya
- 5) Untuk menganalisis pengaruh inovasi produk terhadap kinerja UKM Desa Karangannya

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat Teoritis**

Setelah dilaksanakan penelitian ini, diharapkan akan mampu memberikan dampak yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan manajemen kewirausahaan dan menjadi sumber referensi bagi penelitian selanjutnya.

##### **b. Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi gagasan tentang Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Keunggulan Bersaing agar

Kinerja UKM semakin meningkat. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan manfaat untuk bahan masuk UKM agar dapat lebih baik untuk kedepannya dalam hal meningkatkan keunggulan dalam bersaing untuk usahanya.

