

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri di negara-negara yang tergabung dalam *ASEAN Economic Community* semakin meningkat, karena melihat peluang pasar semakin luas. Perkembangan di Indonesia yang paling banyak adalah di sektor industri kecil menengah atau UMKM. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian 2021, UMKM di Indonesia menyerap sekitar 96% tenaga kerja, serta berkontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Perkembangan di industri ini semakin tahun meningkat (Fitrianiingsih dan Handayani, 2019:1).

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM dan Usaha Besar Tahun 2020-2021

| No | Indikator | 2020 | 2021 | Perkembangan 2020-2021 | |
|--------|--|---------------|-------------------|------------------------|------|
| | | Jumlah (Unit) | Jumlah (Unit) | Jumlah (Unit) | % |
| 1 | Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) | 61.651.777 | 62.922.617 | 1.271.440 | 2,06 |
| 2 | Usaha Besar (UB) | 5.370 | 5.460 | 90 | 1,67 |
| Jumlah | | 61.657.147 | 62.928.077 | 1.271.530 | 3,73 |

Sumber: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, 2022.

Nikmah, dkk (2017:2) menyatakan bahwa dalam perekonomian Indonesia, sektor UMKM memegang peranan yang sangat penting terutama apabila dikaitkan dengan jumlah tenaga kerja yang mampu diserap. Oleh pemerintah, UMKM sering dikaitkan dengan upaya untuk mengurangi

pengangguran, kemiskinan dan pemerataan daerah. Tidak heran jika kebijakan pengembangan UMKM dianggap secara tidak langsung sebagai kebijakan penciptaan kerja atau kebijakan anti kemiskinan sehingga tercapai masyarakat adil dan makmur.

Masyarakat adil dan makmur sejatinya diwujudkan melalui pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi. Dalam rangka Demokrasi Ekonomi, maka Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan bagian integral ekonomi rakyat, yang mempunyai kedudukan, peran, dan potensi strategis guna mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah memiliki kedudukan, peran, dan potensi dalam mewujudkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan peningkatan pendapatan rakyat, penciptaan lapangan kerja (Sidik, 2017:121).

Penciptaan lapangan kerja dengan dukungan dari usaha kecil yang memiliki kinerja maksimal. Kinerja pemasaran merupakan sejauh mana prestasi perusahaan pada produk yang dihasilkan, selain itu kinerja pemasaran juga merupakan ukuran yang digunakan untuk menilai pencapaian dari aktifitas proses pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan. Kinerja pemasaran berkaitan dengan pertumbuhan pelanggan yaitu peningkatan kedatangan pelanggan dengan melakukan pembelian kembali pada produk yang dihasilkan. Kinerja pemasaran diarahkan untuk mengukur sejauh mana volume penjualan meningkat dan pertumbuhan penjualan pada perusahaan tersebut (Manambing, dkk, 2018:3804).

Putri, dkk (2020:44) menyebutkan bahwa faktor yang mempengaruhi kinerja pemasaran usaha adalah keunggulan bersaing. Keunggulan bersaing dapat juga dilihat dengan melalui evaluasi pelanggan yang dapat diciptakan perusahaan melalui fasilitas-fasilitas pelayanan yang dapat menampung segala macam keluhan atau saran yang ditujukan konsumen untuk perusahaan demi perbaikan menuju yang lebih berkualitas. Pengaturan strategi yang baik menjadi kunci kesuksesan bagi perusahaan untuk dapat menjadi yang terdepan dengan adanya antisipasi dalam persaingan pasar.

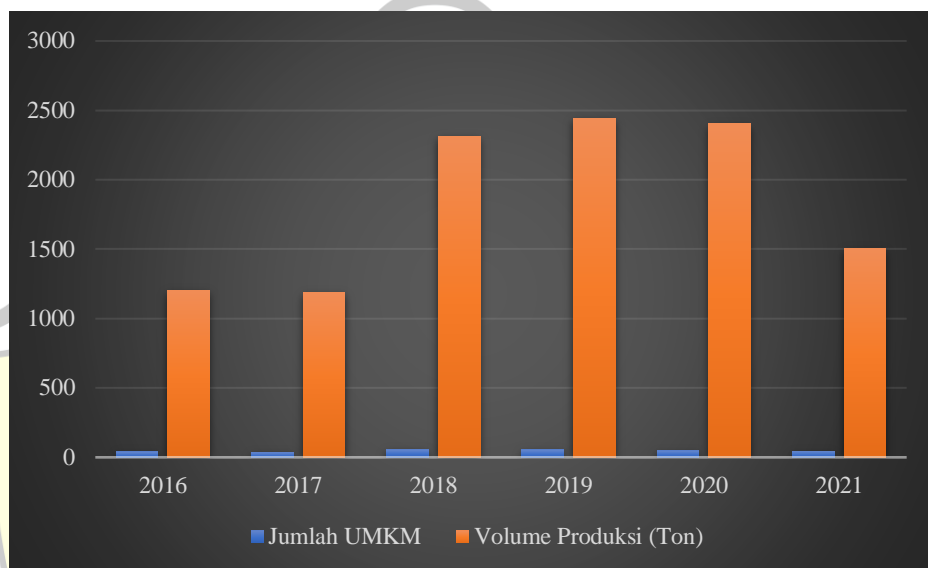
Faktor selanjutnya yang berpengaruh pada kinerja UMKM yaitu orientasi kewirausahaan. Orientasi kewirausahaan diidentifikasi sebagai satu dari banyak faktor yang dapat mempengaruhi suatu kinerja usaha. Seorang pengusaha dikatakan mempunyai peran yang cukup tinggi dalam suatu bisnis adalah dalam hal orientasi kewirausahaannya, dapat dinilai bisnis tersebut berjalan dengan baik. Orientasi kewirausahaan dilihat untuk dapat meningkatkan kinerja suatu perusahaan, dan sangat penting dalam pengembangan kinerja usaha (Alfulailah dan Soehari, 2020:163).

Inovasi produk merupakan suatu penemuan baru yang berbeda dari yang sudah ada. Persaingan yang semakin ketat dan konsumen yang semakin kritis dalam memilih produk, menuntut perusahaan untuk lebih inovatif dalam menghasilkan produk dengan kata lain perusahaan harus mampu menawarkan produk baru yang berbeda dan jauh lebih baik dengan produk yang ditawarkan oleh pesaing (Lapian, dkk, 2018:1331).

Industri yang menyokong perekonomian di Kabupaten Kudus berasal dari industri tembakau. Akan tetapi, banyak industri lainnya yang ikut berkontribusi dalam peningkatan perekonomian di Kabupaten Kudus. Industri lainnya yang terdapat di Kabupaten Kudus yaitu industri besar menengah terdiri dari industri percetakan, industri karoseri, industri barang dari plastik, industri perlengkapan rumah tangga dari gelas, industri minuman ringan, industri moulding dan komponen bahan bangunan, industri es batu dan industri pengolahan dari rotan. Industri kecil terdiri dari industri anyaman, industri batu bata, industri gula tumbu, industri genteng, industri sepatu, sandal dan tas, industri bandeng presto dan industri kerupuk. Adapun yang menjadi industri unggulan di Kabupaten Kudus yaitu industri rokok, industri bordir, industri kertas, industri konveksi, industri furniture, industri elektronik, industri kerajinan/handycraft dan industri jenang (Kudus dalam Angka, 2021:31).

Jenis klasifikasi usaha industri (KLUI) di Kabupaten Kudus Industri jenang merupakan industri makanan unggulan di Kabupaten Kudus dibandingkan industri makanan lain yaitu industri roti, tahu, daging rajungan, mie, kacang oven dan gula pasir. Jenang merupakan makanan tradisional khas warga Kudus yang bahan bakunya terdiri dari tepung ketan dicampur dengan gula dan santan. Dalam menjalankan usahanya, industri UMKM jenang di Kabupaten Kudus masih terdapat banyak kendala diantaranya yaitu harga bahan baku yang sering mengalami fluktuasi. Selain itu terdapat pengembalian produk yang menyebabkan penerimaan menurun. Pengembalian produk terjadi apabila terdapat produk yang tidak terjual atau kadaluarsa, maka

perlu dilakukan pengolahan lagi dengan ketentuan produk jenang masih dalam kondisi memungkinkan untuk dimasak lagi yaitu dengan kriteria masih bertekstur kenyal dan belum mengeras. Permasalahan lain yaitu menurunnya jumlah industri UMKM jenang setiap tahunnya yang dapat dilihat pada gambar 1.1 sebagai berikut :



Sumber: Kudus dalam Angka (2021:33).

Gambar 1.1

Jumlah UMKM Jenang di Kabupaten Kudus Tahun 2016 –2021

Berdasarkan gambar 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah UMKM industri jenang dan volume produksi cenderung selalu mengalami penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2016 jumlah UMKM jenang sebanyak 40 usaha dengan volume produksi 1204 ton turun pada tahun 2017 menjadi 37 usaha dengan volume produksi 1189. Tahun berikutnya UMKM jenang mulai mengalami perkembangan naik menjadi 55 usaha dengan volume produksi sebanyak 2314 ton pada tahun 2018. Setelah itu jumlah UMKM industri jenang

mengalami penurunan secara terus menerus mulai tahun 2019 hingga tahun 2021 hingga menjadi 45 usaha dengan volume produksi 1508 ton. Hal tersebut menunjukkan kinerja usaha yang belum maksimal yang terlihat dari volume produksi yang mengalami penurunan.

Hal tersebut menunjukkan keunggulan bersaing UMKM yang kurang, belum mampu bersaing dengan produk cemilan, oleh-oleh khas daerah. Berdasarkan data asosiasi pengusaha jenang di Kudus yang melakukan survey pada 40 usaha jenang menunjukkan data-data sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data Aspek Kewirausahaan UMKM Jenang

| Variabel | Pernyataan | Ya | Tidak |
|-------------------------|--|----|-------|
| Orientasi Kewirausahaan | Pengusaha pantang menyerah jika belum berhasil memasuki sebuah segmen pasar. | 22 | 18 |
| | Pengusaha berani mengambil resiko atas kemungkinan terburuk usahanya. | 17 | 23 |
| Inovasi | UMKM melakukan inovasi baik dari segi jenis produk maupun jenis peralatan. | 19 | 21 |
| | UMKM membuat kemasan baru yang unik agar berbeda dari pesaing. | 17 | 23 |
| Teknologi Informasi | Hanya menggunakan WhatsApp dalam pemesanan produk. | 25 | 15 |
| | Memanfaatkan media sosial yang beragam guna mempromosikan usaha jenang. | 15 | 25 |
| Keunggulan Bersaing | UMKM memberikan kualitas terbaik dari produk pesaing. | 20 | 20 |
| | UMKM memiliki inovasi produk yang berbeda dengan pesaing. | 18 | 22 |

Sumber: Data asosiasi UMKM Jenang Kudus, 2022.

Faktor penyebabnya yang pertama orientasi kewirausahaan pemilik UMKM yang kurang maksimal, dimana pengusaha yang cenderung mudah menyerah jika belum berhasil memasuki sebuah segmen pasar. Hanya terdapat 17 pengusaha yang berani mengambil resiko atas kemungkinan terburuk usahanya.

Faktor selanjutnya yaitu inovasi, dimana hanya terdapat 19 UMKM jenang yang melakukan inovasi baik dari segi jenis produk maupun jenis peralatan. Indikasi lainnya yaitu hanya terdapat 17 UMKM yang telah membuat kemasan baru yang unik agar berbeda dari pesaing.

Penggunaan teknologi informasi juga mempengaruhi kinerja UMKM karena UMKM masih menggunakan media sosial yang terbatas, misalnya hanya menggunakan WhatsApp sebagai basis pemasaran. Terdapat 15 pengusaha yang menjawab memanfaatkan media sosial yang beragam guna mempromosikan usaha jenang.

Aspek keunggulan bersaing menunjukkan bahwa terdapat 20 UMKM yang mampu memberikan kualitas terbaik dari produk pesaing sebagai bukti keunggulan bersaing. Dan hanya terdapat 18 UMKM yang memiliki inovasi produk yang berbeda dengan pesaing sebagai bukti keunggulan bersaing. Permasalahan tersebut mendorong peneliti untuk mengetahui lebih lanjut mengenai industri UMKM jenang di Kabupaten Kudus.

Riset gap yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu. Pada variabel orientasi wirausaha, hasil penelitian Wahyuningsih (2018) serta Anis, dkk (2018) menyatakan bahwa orientasi

kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, namun dalam penelitian Widyanti dan Mahfudz (2020) menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Alfulailah dan Soehari (2020) serta Ariyani dan Fauzan (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha, namun Basco, dkk (2019) menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Pada variabel inovasi, hasil penelitian Adietya (2017) serta Widyanti dan Mahfudz (2020) menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, namun dalam penelitian Wahyuningsih (2018) menyimpulkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Alfulailah dan Soehari (2020) serta Fatimah dan Azlina (2021) menunjukkan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kinerja usaha, namun Widyanti dan Mahfudz (2020) menyimpulkan bahwa inovasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Pada variabel teknologi informasi, hasil penelitian Adietya (2017) serta Widyanti dan Mahfudz (2020) menyatakan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, namun dalam penelitian Anis, dkk (2018) menyimpulkan bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing. Penelitian Anis, dkk (2018) serta Widyanti dan Mahfudz (2020) menunjukkan bahwa teknologi informasi berpengaruh terhadap kinerja usaha, namun Fatimah dan Azlina (2021) menyimpulkan bahwa teknologi informasi tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Pada variabel keunggulan bersaing, hasil penelitian Wahyuningsih (2018) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha. Namun dalam penelitian Manambing, dkk (2018) menyimpulkan bahwa keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap kinerja usaha. Demikian halnya dengan hasil penelitian Widyanti dan Mahfudz (2020) menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja usaha.

Berdasarkan uraian di atas, membuat penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana pengaruh orientasi kewirausahaan, inovasi, teknologi informasi dan keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha, dengan judul **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi dan Teknologi Informasi terhadap Kinerja Usaha melalui Keunggulan Bersaing Studi pada UMKM Jenang di Kudus.**

1.2 Ruang Lingkup

Agar permasalahan tidak menyimpang dari apa yang diharapkan, maka perlu adanya pembatasan masalah yang berguna untuk memudahkan penulis dalam melaksanakan penelitian. Maka dalam penelitian ini peneliti membatasi ruang lingkup sebagai berikut:

1. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel eksogen yaitu orientasi kewirausahaan, inovasi, teknologi informasi. Variabel endogen dalam penelitian ini yaitu kinerja usaha. Variabel intervening dalam penelitian ini yaitu keunggulan bersaing.
2. Obyek penelitian pada UMKM Jenang di Kudus.

3. Penelitian dilakukan selama 4 bulan setelah proposal disetujui.

1.3 Perumusan Masalah

Data penelitian menunjukkan kinerja usaha yang belum maksimal yang terlihat dari volume produksi yang mengalami penurunan. Artinya keunggulan bersaing UMKM yang kurang, belum mampu bersaing dengan produk cemilan, oleh-oleh khas daerah.

1. Orientasi Kewirausahaan : pengusaha yang cenderung mudah menyerah jika belum berhasil memasuki sebuah segmen pasar.
2. Inovasi : baru sedikit UMKM jenang yang melakukan inovasi baik dari segi jenis produk maupun jenis peralatan.
3. Teknologi Informasi : UMKM masih menggunakan media sosial yang terbatas, misalnya hanya menggunakan WhatsApp.
4. Keunggulan Bersaing : UMKM belum mampu memberikan kualitas terbaik dari produk pesaing sebagai bukti keunggulan bersaing.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas pertanyaan penelitian yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?
2. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?
3. Bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?

4. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus?
5. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus?
6. Bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus?
7. Bagaimana pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus?
8. Bagaimana pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?
9. Bagaimana pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?
10. Bagaimana pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.
2. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.
3. Untuk menganalisis pengaruh teknologi informasi terhadap keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.

4. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus.
5. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus.
6. Untuk menganalisis pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus.
7. Untuk menganalisis pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus.
8. Untuk menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.
9. Untuk menganalisis pengaruh inovasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.
10. Untuk menganalisis pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing pada UKM Jenang di Kudus.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tersebut terurai sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan berfikir, mengembangkan wawasan dan untuk memperdalam pengetahuan tentang manajemen kewirausahaan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi UKM Jenang

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi manajemen dalam menyusun rencana selanjutnya untuk meningkatkan kinerja usaha dan sebagai bahan informasi bagi UKM Jenang di Kudus mengenai peranan orientasi kewirausahaan, inovasi dan teknologi informasi terhadap kinerja usaha melalui keunggulan bersaing.

b. Bagi Dinas Perindustrian dan Perdagangan

Hasil penelitian ini menjadi masukan dan pertimbangan bagi dinas perindustrian dan perdagangan di Kabupaten Kudus, dalam rangka meningkatkan kinerja usaha pada UKM Jenang di Kudus.

