

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Peran UMKM di Indonesia sangat penting dalam pembangunan perekonomian, selain menjadi sumber penghasilan bagi kelompok masyarakat berpenghasilan rendah, dan memiliki efek menyerap tenaga kerja yang dapat mengurangi masalah pengangguran serta pengentasan kemiskinan. Lebih dari itu, pertumbuhan UMKM mampu memperluas basis ekonomi dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam mempercepat perubahan struktural, yaitu meningkatkan ekonomi regional dan ketahanan ekonomi nasional. Melihat peran dan potensinya yang demikian besar, sangat penting untuk mengembangkan UMKM semaksimal mungkin guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus mendukung perekonomian daerah.

Berada di era pasar global seperti sekarang ini, membuat persaingan dalam dunia bisnis semakin kompleks dan tidak dapat dihindari. Dengan timbulnya persaingan, maka UMKM khususnya UMKM kuliner di Rumah BUMN Baturaja dihadapkan pada berbagai macam peluang dan ancaman baik yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang memasuki pasar Indonesia. Tingkat kemampuan seseorang berwirausaha dan eksistensi suatu bisnis dapat diukur dari kinerja bisnis atau kinerja pemasaran yang merupakan konstruk yang sering digunakan untuk mengukur dampak strategi-strategi dan orientasi yang diterapkan perusahaan (Ferdinand, 2011:116). Dalam penelitian ini kinerja bisnis atau kinerja pemasaran yang baik dinyatakan dalam

pertumbuhan pelanggan, pertumbuhan penjualan, dan keberhasilan produk yang akhirnya akan bermuara pada keuntungan perusahaan (Ferdinand, 2011:116). Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis atau kinerja pemasaran, dimana diantaranya adalah orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Hasil penelitian dari Yahya (2017) dan Zulkarnain (2019) yang menemukan bahwa orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha atau kinerja pemasaran.

Persaingan bisnis sekarang ini sudah semakin ketat. Setiap usaha dituntut agar dapat terus berkembang untuk menghadapi setiap peluang dan ancaman yang bersumber dari persaingan antar perusahaan. Dalam menghadapi persaingan tersebut, suatu perusahaan diharuskan memiliki strategi yang tepat dan dapat membantu agar usaha tersebut dapat bertahan dan memiliki keunggulan dibandingkan dengan perusahaan lainnya.

Bisnis kuliner menjadi pilihan usaha yang utama bagi kebanyakan orang, karena bisnis ini dianggap salah satu jenis usaha yang mudah dilakukan daripada jenis usaha lainnya. Tetapi bisnis ini tergolong bisnis yang rumit karena membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Rumah BUMN Baturaja merupakan salah satu tempat pembinaan bagi UMKM yang ada di Kabupaten Ogan Komering Ulu dan sudah berdiri sejak 14 November 2017 yang beralamatkan di Jl. D.I. Panjaitan Bangsal Genteng Sukaraya, Baturaja Timur. UMKM binaan di Rumah BUMN Baturaja merupakan UMKM–UMKM lokal yang telah mendaftarkan produknya di Rumah BUMN Baturaja baik secara *offline* maupun *online* (www.rumahbumn.id). Jumlah UMKM binaan Rumah

BUMN Baturaja dari tahun 2017-2020 sudah mencapai 476 UMKM binaan dari berbagai kategori usaha, dimana mayoritas UMKM binaan tersebut merupakan UMKM kategori kuliner yang berjumlah 170 UMKM kuliner yang telah bergabung di Rumah BUMN Baturaja.

Berdasarkan hasil pra survey yang dilaksanakan oleh peneliti di Rumah BUMN Baturaja diperoleh hasil UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja yang tercermin dari tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Jumlah UMKM Kuliner Aktif di Rumah BUMN Baturaja

Tahun	Jumlah UMKM Kuliner Aktif
2018	8
2019	19
2020	15
Total	42

Sumber : Rumah BUMN Baturaja

Berdasarkan tabel 1.1 diperoleh jumlah UMKM kuliner aktif pada tahun 2017-2020 adalah sebanyak 42 UMKM dengan berbagai jenis produk. Dimana dari tahun ke tahun jumlah pelaku usaha kuliner aktif bertambah yaitu pada tahun 2017 tidak ada pelaku usaha kuliner yang aktif di Rumah BUMN Baturaja, tahun 2018 jumlah pelaku usaha kuliner aktif adalah sebanyak 8 UMKM, pada tahun 2019 jumlah pelaku usaha yang bergabung meningkat lebih banyak dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 19 UMKM dan pada tahun 2020 jumlah pelaku usaha yang bergabung pun bertambah sebanyak 15 UMKM sehingga total seluruh mitra kuliner aktif adalah sebanyak 42 UMKM yang sudah bergabung dan memenuhi kriteria mitra binaan di Rumah BUMN Baturaja serta sudah terdaftar di *website rumahbumn.id*.

Tabel 1.2
Hasil Pra Survey UMKM Kuliner Aktif di Rumah BUMN Baturaja

Pernyataan	Hasil	
	Ya	Tidak
Orientasi Pasar		
Berorientasi atau fokus pada kebutuhan pelanggan	78,6%	21,4%
Mempunyai strategi yang digunakan untuk menghadapi pesaing	47,6%	52,4%
Selalu berkoordinasi dengan tim	47,6%	52,4%
Orientasi Kewirausahaan		
Selalu berusaha aktif mencari informasi yang terkait dengan peluang usaha	88,1%	11,9%
Mempunyai kemampuan berinovasi dalam menciptakan produk baru	50%	50%
Berani mengambil risiko dalam segala sesuatu yang terjadi	88,1%	11,9%
Pemilik memiliki wewenang penuh dalam mengelola usaha untuk memaksimalkan visi dan misi perusahaan	76,2%	23,8%
Mampu bersaing dan mempertahankan posisi di pasaran	73,8%	26,2%
Kinerja Pemasaran		
Jumlah penjualan mengalami kenaikan dari tahun ke tahun	23,8%	76,2%
Pelanggan mengalami penambahan dari tahun ke tahun	47,6%	52,4%
Hasil penjualan produk mampu memberikan laba bersih kepada perusahaan	66,7%	33,3%
Memiliki kemampuan dalam mengembangkan produk baru	64,3%	35,7%

Sumber : Kuesioner Prasurvey

Berdasarkan hasil kuesioner pra survey pada tabel 1.2 yang peneliti bagikan kepada 42 responden, diperoleh informasi bahwa terdapat permasalahan yang dihadapi UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja dalam orientasi pasar, dimana 52,4% dari UMKM kuliner aktif menyatakan tidak mempunyai strategi dalam menghadapi para pesaing dan 52,4% dari UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja menyatakan sangat jarang melakukan koordinasi sesama tim, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan UMKM kuliner aktif kurang

dalam menganalisa performa pesaing dan memahami target konsumen terhadap produk yang konsumen butuhkan. Dalam hal orientasi kewirausahaan, 50% UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja menyatakan sangat jarang menciptakan inovasi dan kreasi terhadap produk makanan dan minuman yang ditawarkan kepada konsumen, hal tersebut dikarenakan mayoritas UMKM kuliner aktif kurang melakukan riset terhadap produk makanan dan minuman yang baru. Sedangkan permasalahan dalam kinerja pemasaran yaitu sebanyak 76,2% UMKM kuliner aktif menyatakan adanya penurunan jumlah penjualan serta 52,4% menyatakan adanya penurunan jumlah pelanggan, hal tersebut dapat terjadi dikarenakan kurangnya strategi dan inovasi dalam menciptakan produk.

Hasil pra survey tersebut semakin mempertegas bahwa terdapat masalah yang dihadapi oleh UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja yang berkaitan dengan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan, dimana mayoritas UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja masih kurang mampu dalam berinovasi dan kurang kreatif dalam menciptakan produk kuliner yang baru serta dalam merumuskan strategi pemasaran yang paling efektif dan sesuai dengan keinginan pasar. Sehingga dapat diperoleh informasi bahwa kemampuan orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan hal penting dan harus dimiliki oleh UMKM kuliner aktif di Rumah BUMN Baturaja untuk meningkatkan kinerja pemasaran atau kinerja usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh Orientasi Pasar dan Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Pemasaran UMKM Kuliner di Rumah BUMN Baturaja”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Rumah BUMN Baturaja baik secara parsial maupun simultan ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Rumah BUMN Baturaja baik secara parsial maupun simultan.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik segi teoritis maupun praktis.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi, acuan, serta informasi mengenai hal yang berkaitan dengan pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap UMKM. Sehingga penelitian ini kiranya dapat menjadi pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman terkait permasalahan yang diteliti khususnya pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap UMKM.

2. Bagi Mahasiswa

Sebagai referensi pengetahuan mahasiswa tentang pengaruh orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Mahasiswa diharapkan dapat memahami tentang pentingnya orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan dalam sebuah perusahaan untuk menganalisis pasar sehingga apabila mahasiswa mendapatkan pekerjaan disuatu perusahaan atau menjadi pelaku usaha sesudah lulus kuliah mahasiswa dapat mengetahui strategi yang tepat dalam menunjang kinerja perusahaan.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan dan menambah referensi perpustakaan dan untuk referensi penelitian selanjutnya.

4. Bagi Pihak UMKM

Untuk menambah pengetahuan teoritis dan memperluas wawasan tentang orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran UMKM kuliner di Rumah BUMN Baturaja, serta sebagai bahan masukan yang berguna bagi UMKM untuk lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat membantu meningkatkan kinerja pemasaran.