

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kami mengakui keberadaan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, yang berkontribusi signifikan terhadap proses pemerataan dan peningkatan pendapatan rata-rata masyarakat Indonesia. Secara umum, UMKM di Indonesia dapat dianggap sebagai salah satu faktor pendukung perekonomian bangsa.

UMKM, atau usaha mikro, kecil, dan menengah, merupakan salah satu mesin utama pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pertumbuhan dan peluang kerja yang dihasilkan sektor UMKM sangat penting. UMKM dapat menghasilkan lapangan kerja lebih cepat dibandingkan sektor usaha besar lainnya. Meskipun partisipasi mereka jauh lebih sedikit dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM juga sangat bervariasi dan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap ekspor dan impor perdagangan dan jasa, menjadikannya salah satu penghasil devisa negara. Veronita dan Hendra,(2018).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sektor industri kecil Indonesia mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Jika dibandingkan dengan industri besar atau usaha besar yang ada di Indonesia, jumlah usaha mungkin lebih tinggi daripada Industri Mikro Kecil. (Veronita dan Hendra, (2018). Dengan populasi Kehadiran UMKM yang meluas di Indonesia merupakan bukti bahwa mereka merupakan bagian yang cukup besar dari semua pelaku usaha di sana. Di ikatan kerja sama pemerintah dan negara-negara asean memberikan dorongan dalam pemberdayaan UMKM. Dalam penerapan Masyarakat Ekonomi Asean (MEA) tahun 2018 membawa beberapa tantangan bagi UMKM umumnya tanpa terkecuali Di antara negara-negara lain, pola pikir masyarakat Indonesia lebih suka membeli barang dari luar negeri daripada dari dalam negeri. Akibat keengganan perbankan untuk menyalurkan kredit kepada UMKM, akses pembiayaan menjadi terbatas. Keterbatasan akses pasar akibat pemanfaatan teknologi yang

kurang dimanfaatkan oleh UMKM. Masih sedikitnya proyek penelitian dan pengembangan produk yang sedang berjalan, dan banyak pelaku UMKM yang belum memiliki rencana bisnis yang komprehensif. Almaidah, (2019).

Tabel berikut ini menggambarkan perkembangan UMKM selama periode 2014-2018 untuk lebih jelasnya dapat diamati di bawah ini dalam tabel 1.1

Pengembangan UMKM Tahun 2014-2018

Di Indonesia Asia Tenggara

No	Tahun	UMKM	perkembangan	Persentase (%)
1	2014	57,895,721		
2	2015	59,262,772	1,367,051	1.02
3	2016	61,651,177	2,388,405	1.04
4	2017	62,922,617	1,271,440	1.02
5	2018	64,194,057	1,271,440	1.02

Sumber : Kementerian Koperasi dan UMKM 2020, (diolah)

Berdasarkan dari tabel 1.1.diatas dapat dilihat bahwa pergerakan unit usaha UMKM dari tahun 2014-2018 terjadi peningkatan. Dapat dipahami bahwa untuk tahun 2014 menyentuh pada angka 57,895,721 unit usaha. Pada tahun 2015 terjadi peningkatan sebesar 1,367,051 atau sebanyak 59,262,772 dengan presentasi 1,02%. Pada tahun 2016 angka UMKM menyentuh sebesar 61,651,177 atau terjadi peningkatan sebesar 1,04% dari tahun sebelum dengan besaran unit UMKM sebanyak 2,388,405. Untuk tahun 2017 unit usaha UMKM menyentuh pada angka 62,922,617 atau terjadi peningkatan sebesar 1,02% atau sebesar 1,271,440. Untuk tahun 2018 peningkatan UMKM menunjukkan angka peningkatan yang sama dengan tahun sebelumnya yakni 1,271,440 atau sebesar 1,02% dengan jumlah unit UMKM sebesar 64,194,057. Dari ilustrasi diatas dapat dipahami bahwa dari tahun 2013-2019 unit usaha UMKM terjadi peningkatan yang cukup konsisten, dikarenakan kinerja UMKM dan kontribusinya bernilai positif bagi

perkembangan dan pemberdayaannya. Hal ini melahirkan dugaan Namun demikian, sejumlah faktor lain, termasuk, berdampak pada seberapa baik kinerja UMKM. fokus pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bersaing dan inovasi.

Kinerja kewirausahaan secara umum dapat terlihat dari bagaimana suatu usaha dapat memberikan dampak kepada suatu UMKM. Pokok permasalahan yang ada pada kinerja UMKM biasanya berkaitan dengan langkah yang harus diambil dalam mengembangkan UMKM. Suntoro mendefinisikan kinerja sebagai keluaran pekerjaan yang dapat dihasilkan oleh seseorang atau sekelompok individu dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan organisasi dalam waktu yang telah ditentukan. Kinerja adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan sejauh mana suatu program kegiatan atau kebijakan telah berhasil mencapai tujuan, sasaran, visi, dan misi perusahaan sebagaimana tertuang dalam perencanaan strategisnya. Jika seorang individu atau kelompok karyawan telah memiliki standar persyaratan keberhasilan yang ditetapkan oleh organisasi, kinerja dapat dipahami dan diukur. Tanpa tujuan dan target yang ditetapkan dalam pengukuran, tidak mungkin menentukan kinerja seseorang atau perusahaan jika tidak ada baseline. begitu pula dengan kinerja UMKM Wulaningtyas dan Widiartanto, (2017).

Dalam sebuah organisasi, kinerja atau UMKM dilakukan oleh semua sumber daya manusia organisasi tersebut, baik manajemen maupun staf. Terdapat dua elemen yang mungkin berdampak pada kinerja sumber daya manusia yakni internal organisasi maupun eksternal organisasi. Untuk faktor internal sumber daya manusia sendiri yakni budaya organisasi, skill maupun pengelolaan manajemen dan untuk eksternal organisasi seperti uang, sumber daya, peralatan, teknologi, volume penjualan, dan sistem organisasi internal Wulaningtyas dan Widiartanto, (2017). Disisi lain Lee dan Tsang (2010) dalam Wulaningtyas dan Widiartanto (2017) menjelaskan indikator performa ekonomi misalnya pertumbuhan volume penjualan, aset perusahaan, dan kesuksesan finansial. Lebih jelasnya dalam menjelaskan faktor kinerja UMKM ada beberapa faktor yang mempengaruhi misalnya, fokus pasar dan fokus kewirausahaan,

strategi saingan dan inovasi. Didukung oleh peran keunggulan bersaing sebagai moderasi. Faktor tersebut yang nantinya digunakan untuk penelitian ini.

Salah satu praktik budaya, sikap, dan tindakan yang terkait untuk menarik dan mempertahankan konsumen dengan mengukur kebutuhan mereka secara teratur dan bertujuan untuk meningkatkan kinerja bisnis adalah orientasi pasar., fokus pasar juga adalah salah satu taktik yang digunakan oleh bisnis untuk masuk dan tetap kompetitif di pasar. dimana Orientasi pasar menempatkan penekanan berat pada pelanggan dan saingan., artinya bahwa p baik pelanggan maupun saingan dapat memiliki dampak yang signifikan terhadap kinerja UMKM karena mempertahankan SDM yang lebih produktif sebagai keterampilan inovasi.

Menurut According to Tjiptono, et al. (2008) bahwa Orientasi pasar adalah ukuran tindakan dan sikap yang mewakili bagaimana konsep pemasaran diterapkan. dimana dapat berpotensi untuk meningkatkan kinerja bisnis. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Taktik untuk mendapatkan keunggulan kompetitif adalah orientasi pasar. Dalam penelitiannya Veronita dan hendra (2018) dan Almaidah (2019) temuannya menjelaskan orientasi pasar memiliki dampak UMKM. Namun hal ini tidak sejalan dengan penelitian Feranita dan Setiawan (2018) Menurut temuan studinya, orientasi pasar memiliki dampak yang kecil terhadap kinerja UMKM. Tabel 1.2 menunjukkan tabel tentang jumlah UMKM menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Maluku Utara.

Tabel 1.2

menunjukkan tabel tentang jumlah UMKM menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Maluku Utara Tahun 2017

Kabupaten/Kota	Persentase UMKM di Setiap Wilayah	Distribusi UMKM Menurut Wilayah
Halmahera Barat	99,44	8,34
Halmahera Tengah	99,24	4,04

Kepulauan Sula	99,09	7,44
Halmahera Selatan	99,48	16,42
Halmahera Utara	99,11	15,01
Halmahera Timur	99,30	6,01
Pulau Morotai	99,45	3,87
Pulau Taliabu	99,60	3,07
Ternate	97,41	24,18
Tidore Kepulauan	99,28	11,62

Sumber : BPS, SE2019

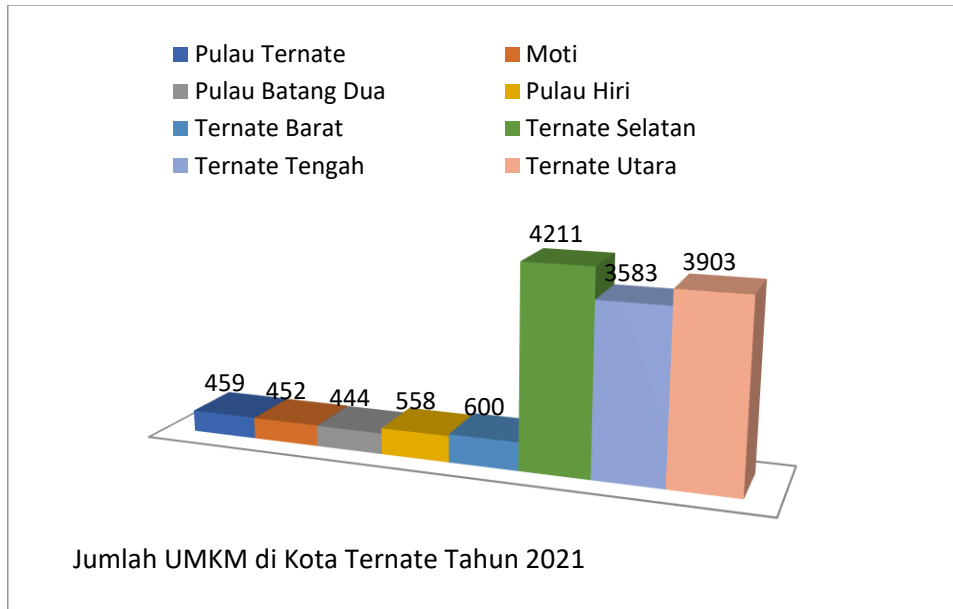
Dari data di atas, Jumlah UMKM yang terdistribusi pada 10 Kabupaten/Kota di Provinsi Maluku Utara, Berdasarkan Tabel 1.2. di atas menunjukkan bahwa pergerakan unit usaha jumlah UMKM tahun 2017 terjadi peningkatan. Dapat dipahami bahwa untuk presentase UMKM di setiap wilayah Halmahera Barat, menyentuh pada angka 99,44 untuk Distribusi UMKM menurut wilayah nilai 8,34 Halmahera Tengah presentase UMKM di setiap wilayah 99,24 distribusi UMKM menurut wilayah 4,04 kepulauan sula presentase UMKM di setiap wilayah 99,09 distribusi UMKM menurut wilayah 7,44 Halmahera Selatan presentase UMKM di setiap wilayah 99,48 distribusi UMKM menurut wilayah 16,42 Halmahera Utara 99,11 distribusi UMKM menurut wilayah 15,01 Halmahera Timur 99,30 presentase UMKM di setiap wilayah distribusi UMKM menurut wilayah 6,01 pulau morotai presentase UMKM di setiap wilayah 99,45 distribusi UMKM menurut wilayah 3,87 pulau taliabu presentase UMKM di setiap wilayah 99,60 distribusi UMKM menurut wilayah 3,07 Ternate presentase UMKM di setiap wilayah 97,41 distribusi UMKM menurut wilayah 24,18 tidore kepulauan presentase UMKM di setiap wilayah 99,28 distribusi UMKM menurut wilayah 11,62. Total presentase wilayah 98,84 Total distribusi UMKM menurut wilayah 100.00.

UMKM kontribusinya bernilai positif bagi perkembangan dan pemberdayaannya. Hal ini melahirkan anggapan bahwa berbagai faktor, termasuk, berdampak pada seberapa baik UKM berhasil. fokus pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bersaing dan inovasi. Dengan kondisi tersebut, bidang perdagangan agaknya akan terus menarik minat pelaku usaha untuk beberapa tahun kedepan.

Pada gambar Berdasarkan 1.1, terdapat 8 kecamatan di Kota Ternate, antara lain Pulau Ternate, Moti, Pulau Batang Dua, Pulau Hiri, Ternate Barat, Ternate Utara, Ternate Tengah, dan Ternate Selatan, dimana UMKM tersebar di antara UMKM kota. Pada gambar tersebut dapat dilihat jumlah UMKM yang mendominasi di kecamatan Ternate Selatan dengan jumlah 4211? usaha sedangkan yang terendah berada pada kecamatan Pulau Batang Dua dengan jumlah 444 !

Gambar 1.1

Jumlah UMKM di Kota Ternate Tahun 2021



Sumber : BPS, Kota Ternate 2022 (diolah)

Gambar 1.2 menunjukkan hal itu. seharusnya perkembangan UMKM secara jumlah cenderung lebih mendominasi diKecamatan Ternate Selatan. Hal ini menunjukkan distribusi UMKM dikota ternate belum merata secara efektif, olehnya itu perkembangan UMKM perlu adanya pemberdayaan terhadap persoalan internal UMKM, Maka dari itu perkembangan UMKM bukan hanya dari segi kuantitatif akan tetapi dari segi peningkatan kualitas UMKM dikota ternate.

Orientasi Kewirausahaan adalah tindakan melakukan atau mengembangkan sesuatu yang baru dengan cara yang orisinal dan kreatif, bermanfaat bagi orang lain, dan bernilai tambah. Keadaan pikiran karakteristik seseorang yang imajinatif, energik, dan memiliki kapasitas untuk menghasilkan sesuatu yang orisinal dan baru yang dapat bermanfaat bagi orang lain. cukup sedikit. Proses dinamis kewirausahaan melibatkan penciptaan sesuatu yang disertai dengan sumber daya, modal, dan risiko serta tenggang waktu..Maka orientasi kewiraswastaan sangat membutuhkan kinerja UMKM yang spesialisasi, inovasi sebagai pendorong orientasi kewirausahaan.

Orientasi kewirausahaan secara konseptual dikemukakan Miller (1983) dalam Setyaningsih dan Edi (2017). Ia mengklaim bahwa memiliki pola pikir kewirausahaan dan

dianggap sebagai wirausahawan terkait dengan kemampuan bersaing dengan mengembangkan produk baru, mengambil risiko, dan menjadi proaktif dan agresif. Pola pikir yang proaktif dan inovatif, kemauan untuk berspekulasi terlepas dari risikonya, dan kemampuan bersaing dengan sengit hanyalah beberapa karakteristik yang menunjukkan hal ini.

Orientasi kewirausahaan dinilai dengan daya cipta, keproaktifan, Kemampuan memberikan pelayanan terbaik, mengembangkan produk, membuat rencana strategis untuk promosi atau komunikasi, distribusi, dan penentuan harga produk adalah beberapa contoh kemampuan yang dimaksud. Persaingan yang agresif dan sikap berani mengambil risiko juga dapat mendorong peningkatan kapabilitas di bidang pemasaran untuk memberikan peningkatan kinerja bisnis. apalagi pelayanan. sehingga dapat disimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan dapat menjadi salah satu strategi kreatif, inovatif, mandiri, keuntungan bagi banyak orang maupun secara pribadi untuk mencapai kinerja UMKM. Wibowo (2017) dan Setyaningsih dan edi (2017) hasil penelitiannya Menjelaskan sikap itu kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM. Penelitiannya yang tak sejalan dikemukakan oleh Feranita dan Hendra (2018) menjelaskan bahwa kinerja UKM tidak terpengaruh oleh orientasi kewirausahaan.

Inovasi merupakan prosedur atau hasil peningkatan pemanfaatan produk sumber daya yang sudah ada sebelumnya sehingga memiliki nilai yang lebih substansial.. Cahyo dan Harjanti (2013) menjelaskan Inovasi adalah peremajaan berbagai sumber daya untuk meningkatkan nilainya bagi orang-orang. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak signifikan terhadap inovasi karena dapat memfasilitasi penciptaan produk baru dan baru..

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu perilaku yang hidup mandiri serta keinginan individu seseorang untuk terjun ke dunia usaha untuk menjadi pengusaha yang sukses di dalam orientasi kewirausahaan juga bermamfaat bagi banyak orang secara formal maupun non-formal yang dapat menarik pendaanguran ketika usaha anda sudah berkembang atau meningkat maka anda akan membuka peluang pekerjaan untuk meresap tenaga kerja pengangguran. Keunggulan bersaing dalam dunia bisnis merupakan salah satu strategi untuk perusahaan anda tidak menurun

secarah drastis atau bangkrut, dengan sisilain harus membuat konsumen merasakan nyaman terhadap suatu perusahaan memberikan pelayanan yang bagus serta dll.

1.2. Rumusan Masalah.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dikemukakan sebagai berikut:

- 1) Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
- 2) Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
- 3) Apakah strategi bersaing berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
- 4) Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh strategi bersaing berpengaruh terhadap kinerja UMKM.
- 4) Untuk mengetahui pengaruh inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil dan tujuan yang telah dipaparkan maka hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan mamfaat sebagai berikut :

- 1) Penelitian ini dapat digunakan sebagai salah satu referensi bagi pengembangan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dalam kaitanya dengan strategi bersaing, serta inovasi, mengenai perilaku kinerja UMKM.
- 2) Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan menganalisis dinamika, bahwa pentingnya kehadiran UMKM dimaluku utara dalam beberapa kebijakan Orientasi

pasar, orientasi kewirausahaan, strategi bersaing, serta inovasi. Terhadap peningkatan kinerja UMKM Di Kota Ternate.