

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini berperan sangat penting bagi perekonomian Indonesia karena dapat menciptakan lapangan pekerjaan, berkontribusi dalam pajak, ekspor dan impor, dan merupakan tempat terciptanya inovasi baru dalam berwirausaha. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan ekonomi nasional, selain karena UMKM menjadi tulang punggung sistem ekonomi kerakyatan yang tidak hanya ditujukan mengurangi masalah kesenjangan antar golongan pendapatan dan antar pelaku usaha, ataupun pengentasan kemiskinan dan penyerapan tenaga kerja (Putu & Dewi, 2014).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan penopang perekonomian bangsa (Polandos et al., 2019). UMKM sebagai potensi bisnis yang diandalkan oleh pemerintah Indonesia, karena semakin banyak masyarakat yang memulai UMKM maka semakin baik pertumbuhan perekonomian suatu daerah karena mulai dari sumber daya lokal, pekerja lokal dan pembiayaan lokal dapat terserap dan dimanfaatkan potensinya secara optimal. UMKM juga faktor utama pendapatan bagi masyarakat karena dapat

memberikan pendapatan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Usaha skala mikro dan kecil (UMKM) memiliki peran penting sebagai sumber utama lapangan kerja dan pendapatan di negara-negara berkembang, di Indonesia sendiri juga mengungkapkan pentingnya UMKM bagi perekonomian Indonesia. Namun, keadaan perekonomian di Indonesia mengalami penurunan diakibatkan adanya virus COVID-19 sehingga sektor UMKM terganggu perkembangannya, baik pada sektor kuliner, fashion, dan lain-lain.

Berbeda pada saat krisis moneter tahun 1998 di mana UMKM betul betul menjadi penyelamat ekonomi nasional yang pada saat itu mampu meningkat hingga 350 persen ketika banyak usaha besar yang kolaps. Namun pada saat pandemi Covid-19 saat ini, justru UMKM yang sangat terdampak. Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan. Bisnis UMKM menjadi salah satu sektor yang paling merasakan dampak wabah Virus Corona (Covid-19). Berdasarkan data yang diperoleh dari Kompas, 27 Maret 2020 bersumber dari Kementerian Koperasi dan UKM, setidaknya terdapat 949 laporan dari pelaku koperasi serta UMKM yang terkena dampak wabah virus Corona (Covid-19) (Gonibala et al., n.d.,2019).

Jumlah pelaku usaha dibidang industri UMKM Indonesia termasuk paling banyak di antara negara lainnya, terutama sejak tahun 2014. Jumlah

UMKM di Indonesia terus mengalami perkembangan dari tahun 2015, 2016 hingga tahun 2017 jumlah pelaku UMKM di Indonesia akan terus mengalami pertumbuhan. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, hingga Desember 2017 jumlah usaha mikro kecil menengah (UMKM) mencapai sebesar 59,69 juta pelaku. Tak hanya itu, pelaku UMKM juga berperan terhadap pertumbuhan perekonomian nasional, dimana lebih dari separuh produk domestik bruto (PDB) Indonesia berasal dari UMKM. (Oleh et al., 2018). Jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2016 hingga 2019 mengalami peningkatan, hal tersebut dapat berkembang dengan adanya minat masyarakat yang semakin tinggi terhadap UMKM. Perkembangan tersebut dapat terlihat pada data yang telah diambil oleh Kementerian Koperasi dan UMK Republik Indonesia.

Tabel 1. 1 Perkembangan Unit Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia dari tahun 2016 - 2019

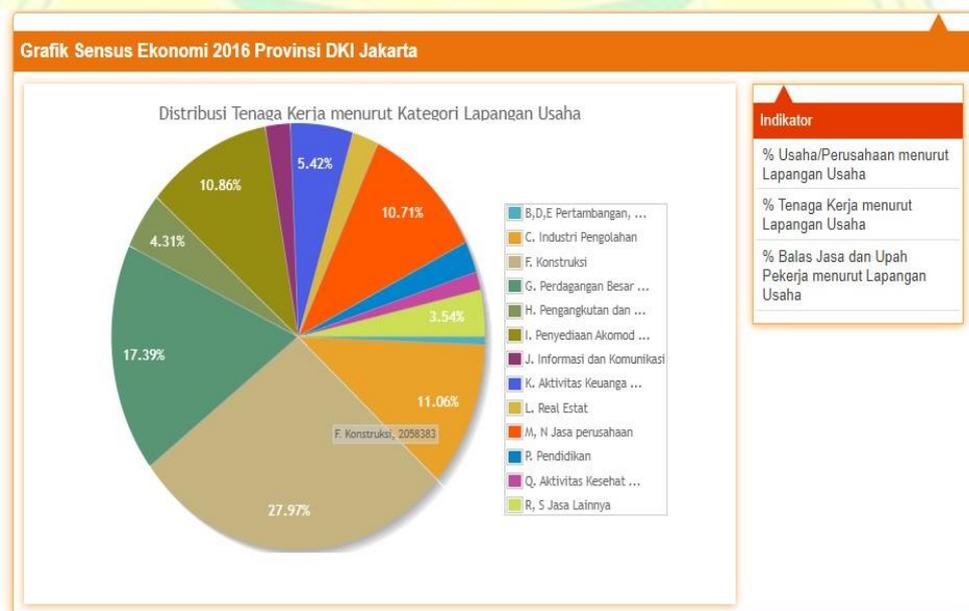
NO	Usaha	Satuan	2016	2017	2018	2019
1	Usaha Mikro	Unit	60.863.57 8	62.105.90 0	63.350.22 2	64.601.352
2	Usaha Kecil	Unit	731.047	757.090	783.132	798.679
3	Usaha Menengah	Unit	56.551	58.627	60.702	65.465

Sumber Data : Kementerian Koperasi dan UMK Republik Indonesia

Pada Tabel 1.1 menunjukkan kenaikan jumlah UMKM setiap tahunnya.

Terutama usaha mikro yang mempunyai pangsa pasar yang paling banyak dari

usaha lainnya. Hal ini menandakan usaha mikro merupakan usaha yang paling diminati oleh masyarakat Indonesia dan berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi. UMKM juga menjadi sumber penyediaan kebutuhan masyarakat DKI Jakarta. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) DKI Jakarta mencatat, setidaknya terdapat 1.100.000 UMKM di wilayah DKI Jakarta. Jumlah ini setara 98,78 persen dari total jumlah usaha di DKI Jakarta. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian dan penyerapan tenaga kerja pun begitu besar.



Gambar 1.2 Grafik Tenaga Kerja menurut kategori lapangan usaha

Sumber Data : SE2016 Badan Pusat Statistik

Badan Pusat Statistik DKI Jakarta menyatakan sebagian besar usaha masyarakat masih didominasi di sektor perdagangan baik yang skala besar maupun skala

kecil. Kepala BPS Suhariyanto mengatakan, berdasarkan Sensus Ekonomi (SE) Tahun 2016, jumlah usaha di sektor tersebut mencapai sekitar 12,33 juta atau 17,39%. Perdagangan ini tidak hanya pedagang besar, tetapi juga terkait dengan pedagang retail.



Gambar 1. 1 Jumlah Usaha dan Perusahaan di DKI Jakarta Tahun 2016

Sumber Data : SE2016 Badan Pusat Statistik

Berdasarkan hasil pendaftaran SE2016 Provinsi DKI Jakarta di dominasi oleh usaha mikro kecil dan usaha menengah keatas sebanyak 1.214.420 (BPS Provinsi DKI Jakarta, SE2016). Dari table dan gambar diatas terjadinya Peningkatan Jumlah usaha mikro kecil tiap tahunnya sejumlah 1.134.626 kenaikan dari tahun 2013-2016. Dengan ini menandakan usaha mikro banyak diminati di Provinsi DKI Jakarta dan berpotensi terhadap laju perekonomian DKI Jakart a.

Tabel 1. 2 Banyaknya Usaha/Perusahaan Menurut Wilayah dan Kelompok Pendapatan/Omset di Provinsi DKI Jakarta Tahun 2021

Banyaknya Usaha/Perusahaan Menurut Wilayah dan Kelompok Pendapatan/Omset Provinsi DKI Jakarta					
No	Nama Kabupaten/Kota	Kelompok Pendapatan			Jumlah
		<= 300 Juta	300 Juta - 2.5 M	> 2.5 M	
01	Kepulauan Seribu	3,398	333	29	3,760
71	Kodya Jakarta Selatan	179,040	49,409	15,089	243,538
72	Kodya Jakarta Timur	203,645	50,213	8,838	262,696
73	Kodya Jakarta Pusat	99,160	48,553	12,094	159,807
74	Kodya Jakarta Barat	239,847	67,111	9,651	316,609
75	Kodya Jakarta Utara	180,679	38,913	8,418	228,010
		905,769	254,532	54,119	1,214,420
Provinsi DKI Jakarta		905,769	254,532	54,119	1,214,420

Sumber : Data Sensus Ekonomi 2021 - Badan Pusat Statistik Republik Indonesia

Berdasarkan data Sensus Ekonomi yang dipublikasi oleh Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia bahwa omset yang dimiliki oleh UMKM dari tiap kota di DKI Jakarta jumlah yang beragam dengan masing masing jumlah UMKM-nya.

Tabel 1. 3 Data Usaha Kecil Menengah Kota Administrasi Jakarta Utara, 2021

No	Kecamatan	Jumlah
1.	Tanjung Priok	809
2.	Koja	998
3.	Cilincing	507
4.	Penjaringan	498
5.	Kelapa Gading	377
6.	Pademangan	283
Jumlah		3432

Sumber : Dinas Koperasi dan UKM Kota Jakarta Utara

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari kecamatan tanjung priok dengan jumlah pelaku UMKM sebesar 809, Koja sebesar 998, Cilincing sebesar 507, Penjaringan 498, Kelapa Gading sebesar 377 dan Pademangan sebesar 498. Dari jumlah pelaku UMKM yang berada di Jakarta Utara adalah sebanyak 3432 ditahun 2021. Kecamatan Koja memiliki jumlah UMKM terbanyak diantara kecamatan lainnya di daerah Jakarta Utara.

Kecamatan Koja merupakan salah satu kecamatan yang kecil didaerah Jakarta Utara, namun di kecamatan Koja memiliki potensi umkm yang banyak diminati warganya. Ada salah satu tempat dikecamatan Koja yang terkenal sebagai tempat umk kuliner seperti street food Jl. Semangka. Steer food ini merupakan salah satu tempat ikon favorit di Kota Jakarta Utara, karena disini banyak menjual macam produk makanan yang beragam dengan harga yang terjangkau bagi semua kalangan.

Penelitian terkait UMKM sangat menarik dilakukan karena UMKM merupakan usaha yang dapat dengan mudah dimasuki dan ditinggalkan. Pelaku usaha dapat melakukan inovasi atau membuat produk baru asalkan mempunyai modal untuk memulai usahanya. Masyarakat akan lebih mudah menyukai produk UMKM karena produknya yang beraneka ragam serta harganya yang relatif murah. Namun usaha mikro kecil menengah juga sangat mudah

ditinggalkan apabila pelaku usaha merasa usahanya tidak menguntungkan. Pemilihan lokasi di Kecamatan Koja dilakukan karena belum ada peneliti yang melakukan penelitian terhadap UMKM di Kecamatan Koja Jakarta Utara.

Pada pandemi saat ini, Usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dihadapkan pada lingkungan persaingan yang semakin ketat dan terjadinya penurunan pertumbuhan penjualan. Hal tersebut perlu dicermati dan disikapi agar dunia usaha dapat terus bertambah dan meningkat. Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai atau manfaat yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya yang lebih dari biaya yang harus dikeluarkan untuk menciptakan produk/jasa (Curatman et.,al. 2016).

Keunggulan bersaing sering disebut sebagai jantung kinerja pemasaran, dimana keunggulan bersaing dapat meningkatkan kinerja pemasaran agar dapat bertahan di dalam dunia persaingan yang sangat ketat (Fauziah, 2018). Persaingan usaha memaksa para pengusaha untuk memiliki strategi yang unggul dalam bersaing agar mampu bertahan dalam persaingan. Produk yang dihasilkan juga menjadi bagian sangat penting yang perlu diperhatikan oleh pelaku UMKM. Orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berperan dalam menumbuhkan ketertarikan konsumen (Jannah, Irawati, & Purnomo, 2019).

Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai *spearhead* (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk-produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko (Rahmadi, Jauhari, & Dewandaru, 2020). Sebuah usaha apabila memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani dalam mengambil resiko, serta tidak hanya bertahan pada strategi masa lalu (Jannah et al., 2019).

Melalui inovasi, perusahaan berharap untuk dapat menciptakan produk yang benar-benar baru atau lain dari yang sebelumnya atau membuat produk yang merupakan perbaikan dari produk yang telah ada sebelumnya. Dalam mengkonsumsi suatu produk, konsumen tidak hanya sebatas melihat pada nilai atau fungsi dari suatu produk yang dibutuhkan, tetapi konsumen juga memperhatikan apakah produk yang dipilih memiliki nilai tambah atau kelebihan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis (Curatman, 2016). Inovasi sebagai sebuah mekanisme perusahaan untuk beradaptasi dalam lingkungan yang dinamis (Hurley dan Hult dalam Akhriandi, 2017).

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai **”Pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing di sector kuliner kecamatan koja”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing disektor kuliner UMKM di kecamatan Koja?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing disektor kuliner UMKM di kecamatan Koja?
3. Apakah orientasi kewirausahaan dan inovasi produk secara simultan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing disektor kuliner UMKM di kecamatan Koja?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini untuk:

1. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing dibidang kuliner UMKM di kecamatan Koja.

2. Menganalisis inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dibidang kuliner UMKM di kecamatan Koja.
3. Menganalisis pengaruh simultan orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing dibidang kuliner UMKM di kecamatan Koja.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritik

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi secara teoritis sebagai bahan pengetahuan untuk penelitian selanjutnya, khususnya penelitian yang terkait dengan pengaruh orientasi kewirausahaan dan inovasi produk terhadap keunggulan bersaing.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi penulis, menambah ilmu pengetahuan sebagai hasil pengamatan langsung serta dapat memahami penerapan disiplin ilmu yang diperoleh selama studi diperguruan tinggi .
- b. Bagi akademik, sebagai sumbangan bagi kampus selaku lembaga pendidikan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi.

- c. Bagi pelaku UMKM melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran kepada UMKM di Kecamatan Koja, Jakarta Utara untuk dapat mengembangkan usahanya.

