

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Keberhasilan UMKM dapat dilihat dari hasil kinerja UMKM itu sendiri. Kinerja bisnis merupakan tolak ukur keberhasilan suatu usaha Westerberg dan Wincent (dalam Octavia, et al, 2017), fungsi hasil kegiatan yang ada dalam suatu perusahaan dipengaruhi oleh faktor intern dan ekstern dalam mencapai tujuan yang ditetapkan selama periode waktu tertentu (Wicaksono dan Nuvriasari, 2012), sehingga menciptakan keterampilan yang kompleks, yang memungkinkan perusahaan menghasilkan gagasan baru (Frishammar dan Horte, 2007).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Suku Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, Menengah, dan Perdagangan (KUMKMP) kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat (2018) bahwa sampai saat ini perkembangan UMKM di kecamatan Cempaka Putih hanya mencapai 700 peserta UMKM, 70% merupakan sebagai pelaku usaha pada sektor kuliner, 10% pada sektor kerajinan tangan dan sisanya pada sektor industri rumahan, fashion dan parfum. Meskipun angka tersebut masih dibawah 1.000 peserta UMKM dari target tahunan yang sudah ditetapkan. Namun begitu Kecamatan Cempaka Putih telah menjadi salah satu *pilot project* pemerintah sebagai daerah penyumbang bagi pertumbuhan perekonomian UMKM di Jakarta. Salah satu UMKM

pada sektor kuliner adalah menjajakan makanan di warung/kios sebagai pedagang kaki lima atau makanan yang disediakan dalam bentuk makanan siap saji.

Menurut Rosyidi (dalam Prasatya et al, 2017) makanan jajanan (*street food*) merupakan makanan siap makan atau diolah di lokasi jualan. Meskipun keberadaan makanan jajanan sering dikaitkan dengan penyakit diare karena penanganan mereka menurut King et al, Barro et al, WHO (dalam Barro et al, 2006), sangat penting bagi mereka untuk dapat mempertahankan status gizi dalam populasi menurut Ekanem dan Eko (dalam Rane, 2011). Masyarakat diharapkan tetap cermat dalam memilih makanan sebagai konsumsi sehari-hari, menurut Badan POM (2013) sebaiknya hindarilah jenis-jenis makanan yang tidak mengandung bahan kimia berbahaya seperti Formalin, Boraks, Metanil Yellow dan Rhodamin-B. Dan bagi pengusaha makanan jajanan harus tetap memperhatikan tentang pedoman dan persyaratan *hygiene* sanitasi saat pengolahan makanan jajanan, dalam penanganan makanan jajanan, seperti saat menjamah makanan, memperhatikan peralatan, air, bahan makanan, bahan tambahan makanan, penyajian dan sarana penjaja (Kep.Menkes, 2003). Beberapa aspek tersebut sangat mempengaruhi kualitas makanan. Sedangkan kualitas produk bukanlah satu-satunya faktor yang memberikan hasil positif dalam peningkatan kinerja, tetapi juga dari strategi yang digunakan berupa orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan inovasi (Supranoto, 2009).

Sebagai salah satu alat pengukuran kinerja yang dianggap paling komprehensif pada saat ini peneliti mengadopsi metode *balance scorecard* yang dapat diukur dari beberapa indikator diantaranya perspektif keuangan, perspektif kepuasan pelanggan,

perspektif bisnis internal, serta perspektif pembelajaran dan pertumbuhan Mulyadi (2001).

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan Sudin KUMKMP di Kecamatan Cempaka Putih (2018) meskipun berbagai dukungan telah diberikan oleh pemerintah terkait, namun faktanya UMKM binaan Kecamatan Cempaka Putih masih mengalami kendala dalam menjalankan usahanya. Faktor yang menjadi kendala utama bagi UMKM binaan dalam meningkatkan kinerjanya yaitu dalam hal akses permodalan, teknologi, kurangnya kemampuan berwirausaha dari pemilik, serta jenuhnya pasar karena kurangnya inovasi.

Sedangkan berdasarkan survei yang dilakukan peneliti kepada 50 responden pengusaha makanan jajanan yang berlokasi di UMKM binaan Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat, bahwa kinerja UMKM disebabkan antara lain oleh:

Penyebab pertama pencapaian kinerja UMKM dalam perspektif kinerja keuangan yang memperoleh pendapatan bersih meningkat secara signifikan ditiap tahunnya hanya sebesar 28%, 47% menyatakan meningkat tidak signifikan, dan 25% merasa tidak mengalami perubahan yang berarti. Besarnya biaya produksi dan masih rendahnya tingkat minat daya beli masyarakat belum optimal menjadi penyebab tidak tercapainya kinerja keuangan bagi UMKM.

Penyebab kedua yaitu faktor kepuasan pelanggan bahwa pelanggan yang merasa sangat puas setelah menikmati makanan hanya 10%, 69% merasa puas, sedangkan 19% merasa biasa-biasa saja, dan 2% merasa tidak puas. Sedangkan jika dilihat dari kualitas makanan yang disajikan dianggap mempunyai cukup nilai gizi oleh

pelanggan mencapai 60%, sedangkan 40% yang menganggap bahwa makanan jajanan tidak mempunyai cukup nilai gizi. Dan besarnya kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan bahwa penjual terlihat rapih dan menarik hanya mencapai 38% saja, dan dilihat dari faktor lainnya bahwa 58% pelanggan menilai ketidaknyamanan terhadap lokasi dikarenakan sulitnya tempat parkir, dan 69% pelanggan menilai warung makan masih kurang diperhatikan kebersihannya.

Penyebab ketiga yaitu dilihat dari perspektif bisnis internal, kemampuan pelaku UMKM untuk dapat selalu memberikan kualitas standar makanan sehat dan higienis terhadap sajian makanan, serta pelayanan dalam komplain (pelayanan purna jual) hanya berkisar 34% yang dapat melakukan secara maksimal, 45% lainnya pada standar sedang, sedangkan 21% sisanya bersikap sama ditiap periode tanpa melakukan peningkatan pelayanan purna jual. Hal ini disebabkan beberapa faktor penyebab, diantaranya tidak tercapainya jumlah target *improvement project*.

Dan penyebab keempat, dilihat dari perspektif pembelajaran dan pertumbuhan bahwa kemampuan pelaku UMKM untuk dapat menarik minat konsumen baru secara maksimal untuk dapat membeli makanan yang diujakan hanya 74%, sedangkan 26% pelaku UMKM tidak mampu berupaya menarik konsumen baru secara maksimal. Rendahnya *performance* menjadi penyebab utama tidak tercapainya target kinerja dalam perspektif pembelajaran dan pertumbuhan.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa pencapaian kinerja UMKM binaan Sudin KUMKMP yang berada di Kecamatan Cempaka Putih belum mencapai target kinerja yang diharapkan.

Salah satu faktor yang menentukan kinerja usaha adalah inovasi (Gronum, Verreyne dan Kastle, 2012). Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut agar lebih berinovasi dalam memasarkan produk usahanya. Inovasi tersebut haruslah disesuaikan dengan zaman sekarang yang mayoritas konsumennya kaum milenial dan melek teknologi informasi (economy.okezone, 2018). Inovasi merupakan satu hal yang potensial untuk menciptakan pemikiran dan imajinasi orang yang pada akhirnya menciptakan pelanggan menurut Berthon et.al dalam Gradistya dan Farida (2016), inovasi dapat membantu UMKM dalam memperluas pasarnya untuk mendapatkan konsumen yang loyal. Selain itu, mekanisme lain yang ditekankan oleh para ahli manajemen dan pemasaran adalah inovasi yang kuat, yang mengacu pada bagian budaya perusahaan yang mempromosikan dan mendukung ide-ide baru, eksperimen, dan keterbukaan terhadap ide-ide baru (Calantone et.al, 2002).

Berdasarkan hasil survei peneliti kepada pelaku UMKM binaan bahwa kemampuan untuk dapat melakukan inovasi secara teknis dalam hal mengembangkan proses produksi dengan cara yang efektif dan efisien mencapai 32% menganggap itu sangat dibutuhkan, 51% hanya mengatakan dibutuhkan dengan kemampuan seadanya, sedangkan 17% masih menganggap tidak begitu dibutuhkan. Dan upaya inovasi layanan pesan antar hanya 25% pelaku UMKM yang menganggap sangat berperan, 51% berperan tidak aktif, dan 23% menganggap tidak memiliki peranan yang berarti. Dengan demikian bahwa pelaku UMKM binaan Sudin KUMKMP masih belum sepenuhnya mengetahui bahwa pentingnya perbaharuan informasi sebagai sarana media penting yang sangat dibutuhkan dalam pengembangan inovasi.

Faktor lain yang diduga mempengaruhi kinerja UMKM adalah orientasi pasar. Berdasarkan penelitian Kumar (2002) orientasi pasar memberikan kontribusi yang signifikan dalam peningkatan kinerja. Banyak hasil penelitian yang menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara orientasi pasar dan kinerja bisnis (Matanda, 2009; Moghaddam et. al, 2013).

Masih berdasarkan hasil sumber data survei peneliti kepada pelaku UMKM, bahwa kemampuan untuk dapat melakukan orientasi pasar melalui beberapa indikator diantaranya pertama orientasi pelanggan dimana seorang individu atau kelompok individu yang membeli produk kepada pengusaha UMKM dengan pertimbangan berbagai faktor seperti harga, kualitas, tempat, dan pelayanan yang berada di sektor wilayah Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat terhadap kemampuan pengusaha UMKM untuk dapat memahami keluhan pelanggan secara sangat baik hanya sebesar 15%, 62% mempunyai kemampuan namun tidak maksimal.

Indikator kedua dilihat dari orientasi pesaing dimana seorang individu atau kelompok individu yang menawarkan produk sejenis kepada pelanggan dan harga relatif sama yang berada di satu wilayah lokasi binaan kecamatan Cempaka Putih bahwa upaya pelaku UMKM untuk mengelola strategi dalam hal menghadapi pesaing secara maksimal hanya 23%, sedangkan 58% mempunyai kemampuan namun tidak digunakan secara maksimal.

Dan indikator ketiga dari informasi pasar dimana terdapat data atau suatu berita yang dapat mempengaruhi *demand* dan *supply* terhadap produk yang dipasarkan yang ada di lingkungan sekitar bahwa partisipan dalam hal ini pelaku UMKM yang mampu

memperkenalkan produk-produk yang dihasilkan hanya sebesar 23% yang menganggap bahwa hal itu sangat diperlukan, 53% menganggap tidak terlalu diperlukan, bahkan 4% menganggap hal ini dirasa tidak diperlukan. Dengan demikian bahwa pelaku UMKM masih belum mengembangkan kemampuan minat dan daya serapnya terhadap *responsiveness* dalam pengembangan orientasi pasar.

Terdapat hubungan yang positif antara orientasi wirausaha terhadap kinerja bisnis (Frank, et al, 2010, Zhang and Zhang, 2012). Bersama dengan kemampuan manajemen dan strategi bisnis, orientasi wirausaha diyakini dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM menurut Ibrahim (2013, dalam Octavia, et al, 2017).

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk membentuk budaya kewirausahaan adalah dengan memberikan bantuan teknis dan manajemen kepada UMKM dalam bentuk pelatihan kewirausahaan (*entrepreneurship training*). Alasadi et al (2015) menyatakan bahwa pelatihan kewirausahaan dapat meningkatkan kinerja bisnis UMKM. Pelatihan kewirausahaan memiliki hubungan yang positif terhadap kompetensi dan kinerja bisnis (Eikebrokk dan Olsen, 2009). Menurut Putta (2014, dalam Octavia, et al, 2017) wirausaha yang mengikuti pelatihan memiliki kemampuan dan keahlian dalam bidang manajemen (*management skill*) yang lebih baik dibandingkan dengan wirausaha yang tidak mengikuti pelatihan.

Melengkapi data hasil wawancara peneliti kepada Sudin KUMKMP (2018) bahwa kemampuan pengusaha untuk dapat melakukan orientasi kewirausahaan melalui beberapa indikator diantaranya keinginan untuk berprestasi, kemampuan untuk pengambilan keputusan dalam hal meningkatkan penjualan dan kemampuan

berinisiatif untuk menggali perkembangan dan kemajuan informasi hanya mencapai 50% yang mampu menyerap dan mengaplikasikan jiwa wirausaha ke dalam bisnis yang mereka jalani. Hal ini disebabkan karena lemahnya tingkat pendidikan yang dimiliki serta rendahnya minat pelaku UMKM untuk dapat mengikuti pelatihan tentang pemahaman perkembangan pengetahuan informasi.

Berdasarkan fakta di atas, peneliti berinisiatif untuk mengkaji hal tersebut dengan mengobservasi perilaku pelaku UMKM binaan yang melakukan operasional bisnisnya guna meningkatkan kinerja UMKM.

Demikian juga dari sisi kebaharuan penelitian dimana penelitian ini menawarkan beberapa perspektif baru, sehingga diharapkan menjadi penelitian pionir di Indonesia dalam mengukur kinerja pelaku UMKM makanan dengan menggunakan anteseden yang saling berhubungan.

Berangkat dari permasalahan yang telah dipaparkan di atas maka peneliti membatasi penelitian hanya pada variabel-variabel independen penelitian, yaitu pertama inovasi dimana tingkat kemampuan pelaku UMKM untuk dapat mampu menciptakan, meningkatkan dan mendukung ide-ide dan gagasan baru terhadap kemampuan untuk memperluas pasarnya guna mendapatkan konsumen yang loyal, kedua orientasi pasar yaitu kemampuan pelaku UMKM binaan untuk selalu dapat mengamati serta memahami kebutuhan pelanggan dan kekuatan pesaing sehingga dapat menjadikan peluang usaha yang tepat, dan ketiga orientasi kewirausahaan yang merupakan karakteristik dan nilai yang dianut oleh wirausaha itu sendiri yang merupakan sifat pantang menyerah, berani mengambil risiko serta perilaku berinovasi

dan proaktif yang memungkinkan untuk menciptakan pengetahuan baru yang diperlukan untuk mencapai kemampuan baru yang unik.

Sedangkan variabel dependen yang diidentifikasi adalah Kinerja UMKM sebagai dasar untuk pengambilan keputusan dan mengevaluasi kinerja pelaku usaha guna mencapai kemajuan dan keberhasilan dalam mencapai target yang dituju. Untuk mengukur kinerja eksekutif di masa depan diperlukan pengukuran secara komprehensif yang mencakup empat perspektif utama, yaitu keuangan, kepuasan pelanggan, proses internal bisnis serta pembelajaran dan pertumbuhan. Oleh karena itu hal ini sangat diperlukan kajian lebih mendalam yang bertujuan untuk mengetahui, mendeskripsikan dan menganalisis dengan judul penelitian Studi Kinerja UMKM ditinjau dari Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Inovasi: Kasus Pada UMKM Binaan Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan deskripsi yang telah dikemukakan di atas, ada beberapa pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM?
4. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap inovasi?
5. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap inovasi?
6. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui inovasi?

7. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja UMKM melalui inovasi?
8. Bagaimana pelaku UMKM menanggapi kinerjanya yang ditinjau dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi sebagai mediasi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini, sesuai dengan perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh inovasi terhadap kinerja UMKM.
2. Menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM.
3. Menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM.
4. Menguji pengaruh orientasi pasar terhadap inovasi.
5. Menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap inovasi.
6. Menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja UMKM melalui inovasi.
7. Menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM melalui inovasi.
8. Untuk mengetahui tanggapan dari pelaku UMKM terhadap Kinerjanya yang ditinjau dari orientasi pasar, orientasi kewirausahaan dan inovasi sebagai mediasi.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat / kontribusi baik dari sisi teoritis maupun manajerial, antara lain:

1. Memberikan kontribusi terhadap literatur kajian manajemen stratejik, khususnya mengenai faktor-faktor yang memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM makanan. Peneliti berharap penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti lainnya yang berencana melakukan studi pendalaman atau perluasan tema tersebut,
2. Memberikan kontribusi dari sisi manajerial di bidang manajemen stratejik dalam pengambilan keputusan tentang faktor-faktor yang berpengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM makanan.
3. Memberikan rekomendasi kepada pelaku UMKM makanan di daerah perkotaan khususnya pada UMKM binaan Kecamatan Cempaka Putih Jakarta Pusat dan untuk mengevaluasi, meningkatkan serta memahami faktor-faktor apa saja yang memberikan pengaruh terhadap peningkatan kinerja UMKM makanan.