

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kondisi perekonomian Negara yang mengalami krisis moneter yang berkepanjangan pada tahun 1998 memberi dampak besar terhadap banyak bidang kehidupan masyarakat Indonesia pada umumnya dan perkembangan industri pada khususnya. Dalam kondisi krisis tersebut ternyata Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dapat bertahan dan berkembang. Usaha Kecil Menengah memiliki kemampuan dalam penyedia barang dan jasa bagi konsumen dan memberikan kontribusi besar dalam peningkatan devisa Negara.

Pentingnya peranan UMKM dalam mengembangkan perekonomian nasional ditunjukkan dengan ditetapkannya Undang-Undang RI nomor 20 tahun 2008 tentang usaha kecil dan selanjutnya diikuti dengan peraturan pemerintah RI nomor 17 tahun 2013 tentang pelaksanaan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 dan cara pengembangan dan pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah. Inti dari peraturan ini adalah adanya pengakuan dan upaya untuk memberdayakan UMKM. Dalam PP tersebut disebutkan bahwa usaha kecil merupakan kegiatan usaha yang mampu memperluas lapangan kerja dan memberikan pelayanan ekonomi secara luas kepada masyarakat dan berperan dalam proses pertumbuhan ekonomi dan berperan dalam mewujudkan stabilitas nasional.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) mempunyai peran yang strategis dalam pembangunan ekonomi nasional, selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja juga berperan dalam pendistribusian hasil-hasil pembangunan. Dalam krisis ekonomi yang terjadi di Indonesia sejak beberapa tahun yang lalu, dimana banyak usaha berskala besar yang mengalami stagnasi bahkan berhenti aktifitasnya, sektor UMKM terbukti lebih tangguh dalam menghadapi krisis tersebut. Tetapi ada juga kelemahan dari UMKM yaitu dalam mengakses informasi diduga terkait langsung dengan kondisi faktor internal UMKM yang dibayangi oleh UMKM yang sebenarnya memiliki pangsa pasar yang cukup besar di dunia internasional, belum banyak diketahui konsumen.

Menurut Tambunan (2002: 4), jumlah masyarakat yang terlibat sebagai wirausaha di Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), khususnya Usaha kecil di Indonesia jumlahnya cukup signifikan, baik sebagai pemilik, pemimpin usaha maupun sebagai manajer. Kewirausahaan memiliki tradisi yang kuat terutama di sektor perdagangan kecil, seperti industri makanan dan minuman, pakaian jadi, industri kayu, bambu, rotan dan perabot rumah tangga serta kosmetik.

Menurut Tambunan (2002: 73) mengemukakan bahwa terdapat beberapa tantangan yang dihadapi usaha kecil, yaitu:

- a. Kesulitan pemasaran, adanya tekanan-tekanan persaingan, baik dipasar domestik dari produk serupa buatan usaha menengah, usaha besar dan impor, maupun persaingan di pasar ekspor.

- b. Keterbatasan keuangan, pada umumnya modal awal dari usaha kecil bersumber dari modal sendiri atau sumber-sumber permodalan yang sering tidak cukup untuk kegiatan produksi, apalagi untuk investasi. sementara, sisa dari kebutuhan finansial sepenuhnya dibiayai oleh dana dari perbankan jauh dari realitas. hal ini disebabkan sejumlah alasan diantaranya: lokasi bank terlalu jauh, persyaratan terlalu berat, administrasi yang rumit dan kurangnya informasi persyaratan perkreditan dan prosedurnya.
- c. Keterbatasan sumber daya manusia, merupakan masalah serius bagi banyak usaha kecil menengah indonesia, terutama dalam aspek-aspek *entrepreneurship*, manajemen, teknik produksi, pengembangan produk, *engineering design*, *quality control*, organisasi bisnis, akuntansi, data processing, teknik pemasaran dan penelitian pasar.
- d. Masalah bahan baku, keterbatasan bahan baku dan input lainnya sering menjadi kendala bagi UMKM.
- e. Keterbatasan teknologi, UMKM pada umumnya masih menggunakan teknologi tradisional dalam bentuk mesin-mesin atau alat-alat produksi manual.

Batik telah dikenal sejak abad XVII, dan pada tanggal 12 Oktober 2009 telah mendapat pengakuan dari badan PBB yaitu UNESCO sebagai *The Intangible cultural heritage*. Pengakuan tersebut karena batik dari Indonesia mampu merefleksikan aspek *oraltradition*, *social customs* dan *traditional handicraft* (Kemendag, 2011). Saat ini di Indonesia terdapat 19 daerah sentra batik dan 20.667 usaha batik yang tersebar di Jawa Tengah, DIY, Jawa Barat

serta Jawa Timur. Sebanyak 91,6% usaha batik banyak terdapat di Jawa Tengah, khususnya di daerah Kabupaten Pekalongan, Kota Surakarta serta Kabupaten Sragen (Kemendag, 2013).

Batik merupakan warisan budaya bangsa Indonesia yang adi luhung. Hampir setiap daerah di Indonesia memiliki seni dan motif batik sendiri. Batik yang merupakan salah satu jenis produk unggulan, telah berkembang sejak beberapa dekade, bahkan beberapa abad yang lalu. Sebagian besar masyarakat Indonesia telah mengenal batik baik dalam coraknya yang tradisional maupun yang modern. Pada umumnya batik digunakan untuk kain jarik, kemeja, taplak meja dan busana wanita. Mengingat jenis produk ini sangat dipengaruhi selera konsumen dan perubahan waktu maupun model, maka perkembangan industri batik, khususnya di Jawa Tengah mengalami perkembangan yang cepat, baik terkait dengan rancangan penampilan, corak dan kegunaannya disesuaikan dengan permintaan dan kebutuhan pasar, baik dalam maupun luar negeri. Tidak terkecuali Kota Pekalongan yang mempunyai ciri khas batik Pekalongan.

Kota Pekalongan merupakan daerah yang memiliki sumber daya yang potensial, bahkan beberapa diantaranya mampu menjadi produk unggulan. Produk unggulan Kota Pekalongan berupa batik, produk hasil pengolahan ikan, tenun ATBM, konveksi dan tenun ATM. Pemerintah daerah dituntut mampu menggali potensi daerah dalam rangka peningkatan kesejahteraan masyarakat yang memberikan *multiplier effect* terhadap pertumbuhan perekonomian daerah serta meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM Batik Periode 2011-2015 Kota Pekalongan

Tahun	Jumlah UKM (Unit)	%	Jumlah Tenaga Kerja	%	Sumbangan PDB UKM	%
2011	51.409.612	2,52	94.024.278	3,90	1.165.753,20	6,04
2012	52.764.603	2,64	96.211.332	2,33	1.212.599,30	4,02
2013	53.823.732	2,01	99.401.775	3,32	1.282.571,80	5,77
2014	55.206.444	2,57	101.722.458	2,33	1.369.326	6,76
2015	56.534.592	2,41	107.657.509	5,83	1.504.928,20	9,90

Sumber: Disperindagkop Kota Pekalongan, 2016

Kecamatan wiradesa adalah salah satu daerah di Kabupaten Pekalongan yang sebagian besar penduduknya bermata pencaharian sebagai pengrajin batik. Daerah ini juga sudah terkenal sebagai sentra pembuatan kain batik dengan ikonnya Sentra Batik *International Batik Center* (IBC) yang merupakan pusat berbelanja batik pekalongan bagi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang mengunjungi kota pekalongan. Di Kecamatan Wiradesa juga terdapat wilayah Kampung Batik yaitu perkampungan yang penduduknya melakukan aktivitas secara ekonomi dibidang pembatikan dan kegiatannya sudah berlangsung sejak nenek moyangnya menemukan batik sebagai hasil budidaya karya seni yang mempunyai nilai ekonomi lebih baik (*value added*). Kampung Batik yang ada di Kecamatan wiradesa tersebut sudah lama diyakini masyarakat Pekalongan sebagai cikal bakal dari industri batik pesisir di wilayah kabupaten Pekalongan. Disebut sebagai Kampung Batik Kemplong karena kampung batik ini terdiri dari tiga desa yang berdekatan, yaitu Desa

Kepatihan, Desa Kauman, dan Desa Kemplong. Di tiga desa tersebut akan banyak ditemui para pengrajin batik yang menghasilkan berbagai jenis batik, seperti jenis batik pesisir, batik kencana, batik mahkota ratu, dan jenis batik lainnya. Teknologi pembatikan yang dimiliki Kampung Batik ini secara teknis memiliki kemampuan pewarnaan batik secara alami yang ramah lingkungan, karena semua sumber pewarnaan batik diambil dari alam baik berupa dari unsur tumbuh-tumbuhan (daun-daunan, kayu, biji-bijian) dipadu dengan batu-batuan alam. Di Kampung Batik ini pula kegiatan pembatikan lebih fokus pada pembatikan tulis dan cap, yang secara teknis menghasilkan limbah cair lebih sedikit dibanding dengan industri batik sablon atau cucian (*wash*) kain.

Usaha kecil Menengah merupakan salah satu penyangga dalam kegiatan ekonomi masyarakat. Namun demikian, dalam proses usahanya industri kerajinan banyak menghadapi berbagai masalah seperti dalam proses produksi dimana dipengaruhi oleh faktor-faktor produksi seperti SDA, SDM, bahan baku, teknologi dan masalah pemasaran. Faktor produksi tersebut merupakan instrumen yang penting dalam pertumbuhan dan pengembangan usaha. Pengembangan usaha kerajinan batik menghadapi berbagai kendala seperti tingkat kemampuan, ketrampilan, keahlian, manajemen sumber daya manusia, kewirausahaan, pemasaran mengakibatkan pengusaha tidak mampu menjalankan usahanya dengan baik. Demikian juga kondisi yang ditemukan pada UMKM yang ada di Kecamatan Wiradesa, Kabupaten Pekalongan terdapat beberapa kendala dalam proses produksinya yaitu kurangnya tenaga yang terampil dan berkualitas, dan menjamurnya batik buatan pabrik yang

lebih mendominasi di pasaran lokal dikarenakan coraknya yang menarik dan harganya yang lebih murah. Serta lemahnya karakter wirausaha dari pemiliknya sehingga belum dapat mengembangkan usahanya dengan baik. Untuk itu diperlukan adanya peningkatan kinerja dari masing-masing UMKM agar mampu bersaing dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. UMKM yang berupaya untuk meningkatkan kinerja perusahaannya perlu untuk memperhatikan dua hal, yaitu orientasi kewirausahaan dan strategi bisnisnya.

Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan untuk berkreatif dan berinovatif yang dijadikan sebagai dasar untuk mencari peluang-peluang usaha. Menurut Miller (1983) orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai orientasi untuk menjadi yang pertama dalam hal inovasi di pasar, memiliki sikap untuk mengambil resiko, dan proaktif terhadap perubahan yang terjadi di pasar. Miller dan Friesen (1983) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan memiliki kemampuan untuk melakukan inovasi lebih kuat dibandingkan perusahaan lain. Sementara itu Lumpkin dan Dess (1996), menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan lebih berani untuk mengambil resiko, dan tidak cuma bertahan pada strategi masa lalu. untuk menentukan orientasi kewirausahaan dalam suatu perusahaan dapat dilihat dari tiga dimensi, yaitu proaktif (*proactiveness*), inovatif (*innovativeness*) dan keberanian mengambil resiko (*risk taking*).

Menurut Frees (2002) orientasi kewirausahaan adalah kunci untuk meningkatkan kinerja pemasaran. Perusahaan yang memiliki pemimpin yang berorientasi wirausaha memiliki visi yang jelas dan berani untuk menghadapi risiko sehingga mampu untuk menciptakan kinerja yang baik. Kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Kewirausahaan disebut sebagai pelopor untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Membangun kewirausahaan dinyatakan sebagai satu dari empat pilar dalam memperkuat lapangan pekerjaan.

Sedangkan strategi usaha merupakan cara perusahaan untuk memenangkan persaingan. Strategi yang baik adalah strategi yang mampu untuk menyesuaikan diri dengan berbagai perubahan lingkungan usaha yang terjadi untuk meraih keunggulan bersaing. Menurut Porter (2008) keunggulan bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah-gagas tentang desain dan strategi yang terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus (*Sustainable Competitive Advantages*).

Ahli perencana strategi percaya bahwa filosofi umum yang menggambarkan bisnis atau usaha perusahaan tercermin pada misi yang harus dapat diterjemahkan pada pernyataan dalam strategi bisnis yang ditetapkan (Suci, 2006). Porter (1985) memberikan gambaran strategi bisnis dari hasil penelitiannya yang disebut strategi generic yaitu strategi kepemimpinan biaya, diferensiasi dan fokus. Sedangkan menurut miller (1986,1988) strategi bisnis mempunyai tiga dimensi yaitu kepemimpinan biaya, diferensiasi marketing dan diferensiasi inovasi. Strategi perusahaan selalu diarahkan

untuk menghasilkan kinerja pemasaran (seperti volume penjualan dan tingkat pertumbuhan penjualan) yang baik dan juga kinerja keuangan yang baik.

Kedua hal tersebut dipandang sebagai landasan dalam menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik. Usaha yang aktif di pasar dicirikan dengan kompetisi dan pengembangan usaha. Hal ini menjadi esensial karena memberi kontribusi bagi pembaharuan (Harmsen, Grunnet dan Bove, 2000) serta daya saing dan pertumbuhan perusahaan (Cooper dan Kleinschmidt, 2004). Mengingat pentingnya peran orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis untuk kalangan UMKM, diperlukan pemahaman yang memadai tentang hal tersebut dalam rangka peningkatan kinerja UMKM.

Hasil dari implementasi strategi yang berdasarkan pada orientasi kewirausahaan memungkinkan perusahaan beradaptasi dengan sukses terhadap perubahan lingkungan. Orientasi kewirausahaan cenderung memiliki implikasi positif terhadap kinerja perusahaan. Merujuk pada beberapa studi yang dilakukan oleh para peneliti terdahulu banyak yang menyimpulkan bahwa orientasi kewirausahaan mengacu pada proses, praktik dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai tiga aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil resiko, bertindak secara proaktif dan selalu inovatif (Lumpkin dan Dess, 1996). Berani mengambil resiko merupakan sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya dan berani menghadapi tantangan dengan melakukan eksploitasi atau terlibat dalam strategi bisnis dimana kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian (Keh. et al, 2002 dalam Wardoyo, 2015). Proaktif mencerminkan kesediaan wirausaha untuk mendominasi pesaing melalui

suatu kombinasi dan gerak agresif dan proaktif, seperti memperkenalkan produk atau jasa baru di atas kompetisi dan aktivitas untuk mengantisipasi permintaan mendatang untuk menciptakan perubahan dan membentuk lingkungan. Inovatif mengacu pada suatu sikap wirausahawan untuk terlibat secara kreatif dalam proses percobaan terhadap gagasan baru yang memungkinkan menghasilkan metode produksi baru sehingga menghasilkan produk atau jasa baru, baik untuk pasar sekarang maupun ke pasar baru. Orientasi kewirausahaan yang tinggi berhubungan erat dengan penggerak utama keuntungan dan munculnya peluang-peluang tersebut, yang pada akhirnya memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Suryanita (2006) membuktikan bahwa orientasi kewirausahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Dalam penelitiannya Suryanita membuktikan bahwa Orientasi kewirausahaan yang diindikasikan dengan indikator kemampuan berinovasi, proaktitas, dan keberanian dalam mengambil risiko terbukti memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kapabilitas pemasaran yang diindikasikan dengan jaringan distribusi, riset pemasaran dan pengembangan produk, strategi harga, dan manajemen promosi. Ini berarti bahwa bila sebuah perusahaan memiliki manajer pemasaran yang memiliki orientasi kewirausahaan yang tinggi maka kondisi ini akan memberikan dukungan pada peningkatan kapabilitas pemasaran yang memungkinkan bisnis memberikan nilai tambah dan menciptakan nilai bagi pelanggan serta menjadi kompetitif.

Hanifah (2011) melakukan penelitian pada UKM Jawa Barat menyebutkan bahwa penyebab lemahnya kinerja dan produktivitas UKM diduga kuat karena lemahnya karakter kewirausahaan serta belum optimalnya peran manajerial dalam mengelola pada lingkungan bisnis yang cepat berubah. Untuk dapat mengembangkan usaha berkinerja tinggi, perusahaan bergantung pada banyak kapabilitas. Dalam hal ini ada dua kapabilitas yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan serta bagaimana kapabilitas ini berkaitan dengan kinerja. Penelitian tersebut mendapatkan hasil bahwa strategi bisnis jika dikelola dan dikerjakan dengan efektif maka akan dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Studi yang dilakukan oleh peneliti lainnya menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Kuncoro (2007) menemukan hasil yang berbeda, bahwa hubungan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja UMKM berpengaruh signifikan negatif. Hasil penelitian Kuncoro (2007) tersebut mengacu pada penelitian yang dilakukan Hart (1992) yang menyatakan bahwa organisasi dengan tipe wirausaha adalah berhubungan dengan kinerja yang rendah. Perusahaan dengan manajer puncak wirausaha adalah lebih berhubungan dengan kinerja yang rendah bila dibandingkan dengan pendekatan lain .

Berdasarkan uraian penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya terdapat adanya perbedaan hasil penelitian mengenai pengaruh orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Untuk itu, peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara orientasi

kewirausahaan dan strategi bisnis yang mempengaruhi peningkatan kinerja usaha di latar tempat dan kondisi masyarakat serta jenis usaha yang berbeda yaitu UMKM batik Kabupaten Pekalongan. Namun, penelitian ini hanya akan meneliti UMKM batik yang ada di Kecamatan Wiradesa. Untuk itu penelitian ini berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Usaha” pada UMKM Batik (Studi Pada UMKM Batik di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan).

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha di UMKM Batik Pekalongan?
2. Apakah strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja usaha di UMKM Batik Pekalongan?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menganalisis dan membuktikan pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha di UMKM Batik Pekalongan.
2. Menganalisis dan membuktikan pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha di UMKM Batik Pekalongan.

1.3.2. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian diharapkan mencapai tujuan yang telah ditetapkan akan lebih bernilai manakala hasil penelitian tersebut mampu memberikan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat Teoritis

Secara khusus penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memperdalam ilmu pengetahuan dan wawasan tentang orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis untuk meningkatkan kinerja UMKM yang ada di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan. Karena untuk meningkatkan kinerja perlu memperhatikan dua hal tersebut. Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar kiat dan sumber daya untuk mencari peluang menuju kesuksesan. Lumpkin dan Dess (1996) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat, akan lebih berani untuk mengambil resiko dan tidak hanya bertahan pada strategi yang pernah dilakukan. Dengan lebih memahami Kedua hal tersebut diharapkan UMKM di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan menjadikannya sebagai landasan dalam menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Diharapkan dapat bermanfaat dalam mengaplikasikan teori-teori manajemen terutama tentang orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis yang didapat selama kuliah dalam penerapannya pada UMKM Batik di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan guna meningkatkan kinerja UMKM .

b. Bagi pengusaha UMKM Batik

Diharapkan para pemilik UMKM dapat lebih memahami penerapan orientasi kewirausahaan dan strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja usaha pada masing-masing UMKM yang ada di Kecamatan Wiradesa Kabupaten Pekalongan. Dan digunakan sebagai landasan dalam menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik.

1.4. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi landasan teori, yang berisi teori-teori yang mendasari penelitian ini seperti orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan kinerja usaha, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dimensional variabel penelitian serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini meliputi deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan serta saran-saran bagi pengelola UMKM batik di kota Pekalongan dalam upaya meningkatkan orientasi Kewirausahaan, dan strategi bisnis yang akan berdampak pada peningkatan kinerja usaha, serta adanya keterbatasan dalam penelitian.