

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sekarang ini banyak usaha makanan soto di Semarang, jika para pemilik usaha soto tidak memiliki keunikan / keunggulan tersendiri maka usaha mereka tidak akan dapat bersaing dengan para kompetitor. Para suksesor yang dipercaya generasi pertama bukanlah hanya bertugas untuk hanya melanjutkan usaha yang telah dirintis oleh generasi sebelumnya. Generasi ke - 2 pada usaha soto khas Semarang, dipercaya oleh generasi sebelumnya untuk lebih dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha soto yang telah dirintis.

Pak Ni merupakan generasi pertama pengusaha Soto Neon di Semarang. Beliau merintis usaha pertama kali pada tahun 1964 dengan cara berjualan keliling. Pada tahun 1995 Pak Ni mulai menetap di Taman Brumbungan, Semarang. Kini usaha Soto Neon Pak Ni dilanjutkan oleh salah satu anaknya yang bernama ibu Sri Reswanti. Ibu Sri Reswanti merupakan anak ke - 4 dalam keluarga Pak Ni. Pada awal mulanya ibu Sri Reswanti masih di bantu oleh Pak Ni dalam mengelola usaha soto Neon, tapi kini beliau sudah mulai mengelola sendiri dan Pak Ni hanya mengawasi.

Menurut Chirico (2008) yang dikutip dari jurnal Martinez (2016:211) mengatakan bahwa *“One of the reasons of the failure of family businesses from the second generation is due to the lack of ability or willingness of the family involved in the succession process of creating, sharing and transferring*

*knowledge from one generation to another*“ yang berarti salah satu alasan dari kegagalan bisnis keluarga dari generasi kedua adalah karena kurangnya kemampuan atau kesediaan keluarga yang terlibat dalam proses menciptakan suksesor, berbagi dan mentransfer pengetahuan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Tetapi menurut Barroso et al.(2013) yang dikutip dari jurnal Martinez (2016:211) mengatakan bahwa *“Knowledge transfer is gaining increasing recognition by researchers because of its potential benefits both to individuals and organizations, and it is fundamental to the company success*“ yang berarti transfer pengetahuan adalah mendapatkan peningkatan pengakuan oleh para peneliti karena potensi manfaat baik untuk individu dan organisasi, dan itu merupakan dasar untuk keberhasilan perusahaan.

Menurut Mello et al. (2004) yang dikutip dari jurnal Martens (2010:2) mengatakan bahwa *“ The literature has shown that organizations with high greater Entrepreneurship Orientation tend to have a better performance “*. Dalam hal ini organisasi yang memiliki *Entrepreneurship Orientation* yang lebih tinggi cenderung memiliki kinerja yang lebih baik. Di dalam *Entrepreneurship Orientation* terdapat dimensi-dimensi yang dapat membantu untuk mempertahankan serta mengembangkan usaha soto tersebut seperti sikap inovatif , pro-aktif, pengambilan resiko, agresifitas kompetitif dan otonomi menurut Lumpkin & Dess (1996). Jika generasi ke - 2 pada soto khas Semarang memiliki *Entrepreneurship Orientation* dan memanfaatkan setiap dimensi *Entrepreneurship Orientation* maka pengusaha Soto Neon Pak Ni di Semarang dapat bekerja lebih baik dan optimal.

Wiklund & Shepherd (2005) yang dikutip dari jurnal Martens (2010:2) menegaskan bahwa “*Entrepreneurship Orientation can provide the ability to discover new opportunities promoting differentiation and creating a competitive advantage helping to overcome difficulties in little dynamic environments which new opportunities rarely show up*“. Yang berarti *Entrepreneurship Orientation* dapat memberikan kemampuan untuk menemukan peluang baru, mendorong diferensiasi dan menciptakan keunggulan kompetitif, membantu mengatasi kesulitan dalam lingkungan dinamis yang kecil dimana peluang baru jarang muncul. Dengan memiliki *Entrepreneurship Orientation* dan mengerti setiap dimensi pada *Entrepreneurship Orientation*, maka akan dapat menjalankan dan mengembangkan usaha soto dengan lebih baik. Manfaat generasi ke-2 pada usaha soto khas Semarang dapat mengerti dan melakukan dimensi *Entrepreneurship Orientation* yaitu dapat lebih baik dalam melakukan pengambilan keputusan, melihat peluang-peluang yang ada, melihat kelemahan dari para soto pesaing dan menjadikannya menjadi keunggulan pada usahanya.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti bagaimana cara ibu Sri Reswanti selaku pengusaha Soto Neon Pak Ni di Semarang menerapkan 5 dimensi *Entrepreneurship Orientation* sehingga mereka dapat mempertahankan usaha soto tersebut, apakah generasi ke - 2 pada usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang dapat mempertahankan usaha soto tersebut hanya dengan menjalani usaha dengan apa adanya (tanpa pedoman) karena mendapat warisan.

Dari kajian di atas praktisi tertarik untuk melakukan penelitian mengenai *Entrepreneurship Orientation* dengan judul penelitian “ IDENTIFIKASI

*ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION* PADA PENGUSAHA SOTO NEON  
PAK NI DI SEMARANG “ .

**1.2 Perumusan masalah**

Bagaimana penerapan *Entrepreneurship Orientation* yang dilakukan oleh ibu Sri Reswanti dari usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang ?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan penelitian ini yaitu meneliti bagaimana cara generasi ke - 2 dari usaha Soto Neon Pak Ni di Semarang menerapkan *Entrepreneurship Orientation* dalam meneruskan dan menjalankan usahanya.

**1.4 Manfaat Penelitian**

**A. Bagi Praktisi**

Penelitian ini adalah kesempatan bagi penulis untuk menerapkan wawasan dan ilmu pengetahuan yang diperoleh ketika menuntut ilmu di universitas terutama dalam hal *Entrepreneurship Orientation*.

**B. Bagi Akademik**

Hasil penelitian ini nantinya dapat menjadi referensi pendukung untuk pengembangan pada penelitian-penelitian kedepannya dengan topik yang serupa.