

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut agar mampu memiliki strategi untuk mendapatkan peluang dalam berbisnis sehingga dapat mengembangkan usahanya, serta dapat menawarkan dan membuat pasar baru. Adanya perkembangan jaman di era globalisasi ini dan peningkatan teknologi maupun permintaan pasar dari konsumen membuat para pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menjalani persaingan bisnis. Chunuzaimah dan Mubruroh, 2008 dalam Santoso & Made (2014) mengatakan dalam UMKM harus merupakan produk unggulan sehingga dapat memiliki daya saing, mempunyai orientasi pasar dan diharapkan untuk dapat ramah lingkungan, sehingga mampu untuk maju dan menciptakan keunggulan kompetitif antar UMKM dan siap untuk menghadapi persaingan global.

Di Indonesia banyak sekali berbagai jenis UMKM yang ada, sehingga dapat di simpulkan sebagian besar dari perekonomian masyarakat suatu Negara digerakan oleh UMKM. . Sehingga Chunuzaimah dan Mubruroh, 2008 dalam Santoso & Made (2014) mengatakan di Indonesia UMKM dianggap dapat membantu perekonomian, karena UMKM memiliki karakter yang dinamis dan kemampuan dalam berinovasi sehingga memiliki kemampuan mudah bergerak dalam pengambilan sebuah keputusan. UMKM diharapkan dapat berperan dalam meningkatkan lapangan pekerjaan, pembangunan Negara dan untuk menambah jumlah lapangan kerja sehingga dapat mengurangi jumlah pengangguran yang ada di Indonesia. UMKM merupakan usaha yang dikelola dalam lingkup kecil maupun mikro oleh masyarakat secara perseorangan. Terdapat juga pada peraturan pemerintah mengenai UMKM dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Adanya UMKM di daerah juga akan menambah adanya pendapatan di daerah tersebut. Menurut Kuncoro,

2006 dalam Wardoyo, Rusdiyanti & Purwantini (2015) mengatakan bahwa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia masih kurang secara kualitas dan sangat sulit untuk berkembang karena adanya beberapa masalah internal :

- a. Kualitas dari Sumberdaya Manusia, kurang terampil dalam menciptakan inovasi baru dipasar.
- b. Kurang adanya pengertian mengenai orientasi kewirausahaan dalam menjalankan usahanya.
- c. Kurang menguasai teknologi yang lebih maju dan kurang mendapatkan beberapa informasi, serta kurangnya dalam menjalankan manajemen bisnis di dalam usahanya.

Provinsi Jawa Tengah memiliki beberapa Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang mempunyai potensi untuk pengembangan daerah yang cukup besar. Secara grafik tercatat dari data di Dinas Koperasi Usaha Kecil & Mengengah Provinsi Jawa Tengah terus mengalami perkembangan unit UMKM pertahunnya :

Gambar 2.1. 1
Grafik Perkembangan Jumlah UMKM di Jawa Tengah



Sumber : Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah (2020)

Karena adanya jumlah yang terus berkembang dalam usaha UMKM di daerah Menurut Rahayu, Nababan, Hariyadi & Noviar, 2012 dalam Made

(2014) Sektor unggulan dalam UMKM mampu memberikan jaminan atas usaha yang telah dijalankan agar tetap berkembang dan UMKM di daerah dapat meningkatkan perekonomian di daerah sehingga mampu memicu Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan adanya lapangan kerja di daerah tersebut.

Salah satu produk unggulan di Jawa Tengah adalah unit usaha Kuliner, Usaha Kuliner merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam bidang makanan maupun minuman, penjualan dalam usaha Kuliner biasanya melakukan penjualan dalam jumlah kecil (mikro). Adanya UMKM memiliki peran yang cukup besar dalam perekonomian sehingga akan membuat pertumbuhan pesat di sebuah Negara.

Orientasi Kewirausahaan adalah sebuah kegiatan untuk mengembangkan sebuah usaha dengan menggunakan prinsip indentifikasi dan eksploitasi bisnis tersebut. Disebutkan jika sebuah perusahaan mempunyai orientasi kewirausahaan yang kuat maka perusahaan tersebut dianggap dapat melakukan suatu hal yang lebih dibandingkan dengan perusahaan lainnya untuk membuat usahanya tetap berdiri dan berkembang menurut Miller, 1983 dalam Wardi, Susanto, Abdullah (2017).

Menurut Lumkin dan Dess (1996 : 140-146) dalam Djodjobo, Tawas (2014) mengatakan Orientasi berperan sangat penting dalam kewirausahaan dimana dalam orientasi kewirausahaan merupakan inti dari kewirausahaan itu sendiri. 3 Dimensi Orientasi Kewirausahaan :

a) Keinovatifan (*innovativeness*)

Yaitu usaha yang memberikan atau mengenalkan suatu hal-hal baru dengan melalui proses serta kreatifitas yang dilakukan untuk mengembangkan serta kemajuan produk, jasa maupun proses baru dalam pembuatan produk.

b) Pengambilan Resiko (*risk tasking*)

Pengambilan resiko yaitu seorang pemilik usaha dapat bertindak dengan tegas serta mengambil sebuah keputusan yang memiliki tujuan untuk mengembangkan dan memajukan usahanya walaupun tidak memiliki jaminan untuk keberhasilan usahanya.

c) Keproaktifan (*proactiveness*)

Proaktif dalam usaha yaitu seorang pemilik usaha yang mau mencari sebuah peluang dalam bisnis dengan memandang kedepan mengenai permintaan produk yang baru maupun jasa.

d) Keagresifan bersaing (*competitive aggressiveness*)

Keagresifan bersaing yaitu seorang pemilik usaha yang akan mengembangkan usahanya sehingga dapat unggul dibandingkan dengan para pesaingnya.

e) Otonomi (*autonomy*)

Otonomi yaitu sebuah tindakan yang dilakukan mandiri oleh pemilik usaha, dalam mengambil sebuah keputusan maupun mengambil tindakan yang memiliki tujuan untuk memajukan bisnis.

Jadi Orientasi Kewirausahaan ini dianggap memiliki manfaat yang sangat penting bagi kesuksesan suatu usaha. Menurut Knight, 2000:14 dalam Djodjoko & Tawas (2014) menegaskan bahwa Orientasi kewirausahaan berkaitan dengan mencari *opportunity*, berani mengambil resiko dan tindakan pemimpin dalam mengambil sebuah keputusan.

Penelitian ini berfokus pada UMKM bidang kuliner yang khas di daerah Kab.Semarang yaitu Tahu bakso. Tahu bakso sendiri sudah dikenal sebagai salah satu oleh-oleh khas Kabupaten Semarang khususnya di Kota Ungaran. Ungaran dianggap pelopor dari usaha kuliner Tahu bakso karena Tahu bakso banyak di produksi di Ungaran, Kab Semarang dan dikirim-kirim di berbagai daerah di Indonesia, selain itu Tahu bakso di Ungaran memiliki ciri khas yaitu menggunakan sambal kecap dan irisan cabe rawit untuk bumbu tambahan yang digunakan saat akan menyantap tahu bakso atau menikmati Tahu bakso hanya dengan menggunakan cabe rawit. Terdapat dua macam tahu bakso yang ditawarkan yaitu Tahu bakso yang sudah di goreng atau sudah siap makan dan Tahu bakso kukus belum siap makan yang dapat disimpan lebih lama, sehingga konsumen dapat menggorengnya sendiri dirumah. Semakin banyaknya permintaan akan produksi tahu bakso membuat usaha kuliner ini semakin berkembang, jumlah unit usaha tahu bakso menciptakan sebuah sentra

usaha kuliner tahu bakso di daerah Kab. Semarang. Banyak sekali usaha Tahu Bakso yang ada di Semarang maupun Kab. Semarang yang sudah berdiri selama puluhan tahun dan banyak pula para pengusaha Tahu Bakso yang sukses sehingga mempunyai beberapa cabang di dalam maupun luar kota. Dalam penelitian kali ini akan memilik Tahu Bakso yang ada di daerah Ungaran Kab. Semarang yang sudah berdiri selama 7 tahun dan memiliki usaha bakso selama 20 tahun. Wiklund, 1999 dalam Wardoyo, Rusdianti, Purwantini (2015) mengatakan bahwa di dalam sebuah Orientasi kewirausahaan yang tinggi mempunyai hubungan erat dengan sebuah keuntungan dalam menjalankan usaha sehingga para wirausahawan mendapatkan sebuah keuntungan untuk mengambil sebuah keputusan dari munculnya sebuah peluang yang ada yang memiliki dampak positif bagi usahanya maupun konsumennya. Lumpkin dan Dess, 1996 dalam Martens et.al (2010) mengatakan didalam sebuah perusahaan yang mempunyai orientasi kewirausahaan yang kuat akan membuat lebih berani untuk mengambil sebuah resiko dan mengambil sebuah keputusan untuk usahanya sehingga tidak hanya akan bertahan pada strategi yang lama sehingga hal ini akan menciptakan sebuah kinerja perusahaan memiliki tujuan dan dampak yang lebih baik. Sehingga penelitian ini dilakukan karena pada usaha Tahu Bakso yang merupakan sebuah keputusan Pak Hadi sebagai wirausahawan untuk berani mengambil resiko dan mampu menciptakan sebuah peluang baru selain bisnis yang sudah ia jalankan sebelumnya.

Penelitian ini akan membahas lebih lanjut mengenai masalah Orientasi Kewirausahaan dari usaha kuliner khas yang ada di Kab. Semarang yaitu Tahu Bakso. Usaha Tahu Bakso Mas Hadi dari pemiliknya Pak Hadi yang sudah merintis usahanya kuliner tahu bakso selama 7 tahun. Pak Hadi memulai usahanya pada tahun 1991 saat itu ia membuka usaha bakso dan mie ayam yang bertempat di Jl.Pringapus Karang Jati No.2 Sidorejo, Bergas Semarang. Usaha bakso dan mie ayamnya sudah berjalan selama 29 tahun dan Pak Hadi memulai peruntungan usaha untuk berjualan Tahu Bakso pada tahun 2012 sampai saat

ini berumur 8 tahun usaha. Usaha milik Pak Hadi ini sudah memiliki 3 cabang yang beralamat di :

- Jl. Pringapus Karang Jati No.2, Sidorejo, Karangjati Kec. Bergas Semarang
- Pasar Babadan, Langen sari RT.01/RW.03, Langensari Barat Kec. Ungaran Barat Semarang
- Jalan Raya Merdeka, Langensari, Kec.Ungaran Barat Jawa Tengah 50519

Pak Hadi menjalankan dan mengelola usahanya dibantu dengan anak dan istrinya serta memiliki 15 orang karyawan yang dibagi di 3 cabang usahanya. Banyaknya konsumen yang berlangganan karena Pak Hadi memberikan pelayanan yang ramah dan baik kepada konsumen serta memiliki kualitas Tahu Bakso yang baik sehingga tidak mengecewakan para konsumen.

Usaha yang dimiliki oleh Pak Hadi ini sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut, karena dalam menjalankan sebuah usaha penting adanya Orientasi kewirausahaan sehingga dari penelitian ini dapat mengetahui bagaimana penerapan Orientasi kewirausahaan yang telah dilakukan oleh Pak Hadi dan apakah Pak Hadi sudah menerapkan adanya konsep Orientasi kewirausahaan didalam usahanya sehingga dapat berkembang kedepannya.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang ada diatas, rumusan masalah dari penelitian ini adalah bagaimana Orientasi Kewirausahaan yang dilakukan oleh Pak Hadi selaku pemilik usaha Tahu Bakso Mas Hadi di Kab Semarang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari adanya penelitian diatas adalah mengetahui adanya Orientasi Kewirausahaan yang dilakukan pada usaha kuliner Tahu Bakso milik Pak Hadi.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Perusahaan :

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi Pak Hadi selaku pemilik usaha Tahu bakso serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil sebuah keputusan yang akan diterapkan dalam usahanya sehingga bermanfaat untuk kesuksesan usahanya dimasa mendatang.

2. Manfaat Akademis

Diharapkan penelitian ini dapat berguna bagi pembaca untuk menambah wawasan dan relasi, serta dapat di jadikan sebagai referensi bagi penelitian-penelitian lain dengan topik serupa dan dapat menganalisis adanya pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja sebuah bisnis.

3. Manfaat pribadi

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan acuan dan referensi untuk memulai suatu usaha yang baru sehingga dapat berkembang dan menambah wawasan serta pengetahuan dalam UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah)