

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Wirausaha adalah salah satu pilar pendukung yang menentukan maju mundurnya perekonomian suatu negara, karena seorang wirausaha mempunyai kemampuan untuk membuat produknya sendiri, melakukan inovasi, mengambil peluang, menciptakan nilai ekonomi, menyumbang pajak pendapatan negara dan menciptakan lapangan pekerjaan. Berwirausaha merupakan suatu sikap mental yang dimiliki oleh seseorang yang memutuskan untuk menjadi seorang wirausaha sehingga berwirausaha tidaklah sulit bahkan tidak membutuhkan modal yang besar (Bygrave & Zacharakis, 2014). Kewirausahaan merupakan modal pertama yang ada pada diri manusia. Akan tetapi, kewirausahaan sendiri merupakan konsepsi, maka untuk menerapkan dalam kegiatan usaha haruslah diwujudkan dalam berbagai perilaku, bisa saja seseorang punya potensi kewirausahaan yang bagus tetapi tidak pernah mewujudkan potensi itu dalam perilaku maka potensi itu hanya tinggal potensi yang tidak punya makna dalam dunia bisnis sebenarnya.

Kewirausahaan menunjuk pada semangat, sikap dan perilaku sebagai teladan dalam keberanian mengambil resiko yang telah diperhitungkan berdasarkan atas kemauan dan kemampuan sendiri (Meredith, 2014). Dalam berwirausaha, seorang wirausaha membutuhkan suatu sikap mental yang kuat yang dapat mendorongnya melalui situasi-situasi sulit dengan kuat dan mampu bertahan dalam situasi tersebut (Lumpkin & Dess, 1996). Sikap mental dari seorang wirausaha

tersebut merupakan suatu orientasi yang dimiliki oleh wirausaha sehingga mampu untuk mencari solusi dan dapat berkembang dalam usahanya. Orientasi kewirausahaan merupakan suatu proses membuat strategi yang akan menjadi dasar untuk setiap keputusan bisnis dan tindakan strategik yang dilakukan oleh perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keunggulan bersaing (Covin & Slevin, 1991). Pemilik bisnis yang memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat akan dapat membawa perusahaannya melalui kondisi yang sulit, memiliki tujuan yang jelas dalam berbisnis serta bertahan dalam bisnisnya untuk meraih keunggulan bersaing.

Salah satu usaha yang telah bertahan selama puluhan tahun adalah Tahu Serasi “Oom Shin” yang terletak di Bandung. Tahu merupakan salah satu makanan favorit rakyat Indonesia yang berbahan dasar kedelai yang disukai oleh semua kalangan karena dianggap lebih sehat dan enak untuk dimakan (Purwaning Tyas, 2017). Banyak daerah memiliki makanan tradisional tahu tersebut seperti misalnya Jawa Barat dengan Tahu Sumedang. Di Jawa Tengah pun khususnya di daerah Kabupaten Semarang terdapat kuliner yang khas yaitu Tahu Serasi.

Tahu serasi adalah tahu putih yang sangat padat namun memiliki tekstur yang lembut, serta biasanya dimakan dengan kondisi panas dengan kecap dan cabe rawit. Nama Serasi dipilih lantaran mengikuti slogan Kabupaten Semarang yakni “Serasi”. Serasi merupakan singkatan dari Sehat, Rapi, Aman, Sejahtera dan Indah. Produsen tahu serasi yang pertama di Bandung adalah Pabrik Tahu Serasi milik Bapak Shindoro yang lebih terkenal dengan nama Pabrik Tahu Serasi Oom Shin. Bapak Shindoro adalah seorang pengusaha tahu yang dulunya menjual bahan baku

tahu putih pada para pengrajin tahu. Kemudian Bapak Shindoro memulai usahanya dengan menjadi makelar yang menjual kedelai dari pengepul kedelai ke pengrajin tahu dan tempe di kabupaten Semarang. Setelah bekerja selama enam tahun, sejak tahun 1976 Bapak Shindoro mulai untuk mencoba memproduksi tahu putih sebagai sambilan untuk mendapatkan pendapatan tambahan selain tetap menjual kedelai. Tahu putih buatan Bapak Shindoro dijual secara mentah kepada para penjual tahu retail yang kemudian digoreng. Pada tahun 1978, Bapak Shindoro memutuskan untuk membuat tempat usaha yang selain memproduksi tahu, juga menjual tahu yang telah matang atau digoreng yang disajikan dengan kecap pedas sebagai bumbunya.

Bapak Shindoro kemudian mendirikan Pabrik Tahu Serasi Oom Shin pada tahun 1980, dan terletak di Jalan Raya Bandungan-Sumowono KM 1, Desa Kenteng, Kecamatan Bandungan, Kabupaten Semarang. Pabrik Tahu Serasi Bandungan ini tidak berada tepat di pinggir jalan, melainkan menjorok ke bawah menuju halaman rumah dan posisinya tepat di depan Hotel Nugraha Wisata sehingga menyediakan parkir untuk mobil dan motor konsumennya. Pabrik Tahu Serasi Oom Shin mengklaim sebagai satu-satunya produsen tahu serasi saat ini karena sudah banyak warung yang menjual tahu serasi.

Pabrik Tahu Serasi Bandungan Oom Shin memiliki tempat yang luas. Di dalamnya juga disediakan tempat untuk pengunjung yang ingin menikmati langsung tahu serasi dengan disediakan kursi dan meja. Keunggulan produk yang dimiliki Tahu Serasi Bandungan Oom Shin yang tidak dimiliki oleh pesaing adalah pengunjung bisa melihat langsung pembuatan tahu sambil menikmati tahu serasi

sehingga Tahu Serasi Bandungan Oom Shin sangat terkenal di daerahnya dan bahkan sampai keluar daerah. Pada awal memulai usaha, Bapak Shindoro memproduksi tahu serasi dengan dibantu oleh istrinya yang melayani konsumennya. Pada awal tahun 1980, Bapak Shindoro mengatakan bahwa yang ke Bandungan biasanya adalah bos-bos yang memiliki villa, mereka adalah pelanggan pertama Bapak Shindoro.

Kemudian pada tahun 1990an, Bandungan mulai menjadi semakin ramai, sehingga usaha tahu Bapak Shindoro ini kemudian diperluas, yang dulunya berjualan di dalam rumah, kemudian dipindah ke dalam dan pabrik direnovasi hingga menjadi seperti saat ini dimana konsumen membeli di dalam dan dapat menikmati sambil melihat proses produksi. Tahu serasi yang dijual oleh Bapak Shindoro juga kemudian dapat dibeli secara mentah atau belum digoreng, berkembang dari yang sebelumnya hanya dapat dijual dengan matang saja. Bapak Shindoro kemudian mulai mengembangkan produk lain selain tahu serasi yaitu gembus serasi dan susu sari kedelai. Gembus Serasi berbeda dengan gembus pada umumnya karena teksturnya yang halus, dan gurih. Bapak Shindoro kemudian juga bekerja sama dengan pembuat makanan lokal dengan sistem konsinyasi aneka cemilan seperti keripik tahu, untir-untir, dan gemblong dan masih banyak cemilan lainnya.

Peneliti akan melakukan penelitian mengenai orientasi kewirausahaan dengan pendekatan teori (Lumpkin & Dess, 1996) yang melakukan pendekatan orientasi kewirausahaan melalui lima dimensi, menambah dimensi orientasi kewirausahaan (Covin & Covin, 1990) yaitu *innovativeness*, *proactiveness* dan *risk*

taking dengan dua dimensi yaitu *autonomy*, dan *competitive aggressiveness*. Berdasarkan (Lomberg, Urbig, Stöckmann, Marino, & Dickson, 2017), dinyatakan bahwa teori (Lumpkin & Dess, 1996) merupakan orientasi kewirausahaan klasik yang sesuai untuk usaha kecil dan menengah yang memiliki struktur organisasi yang kurang jelas atau bahkan tidak terstruktur sama sekali. Dengan pertimbangan tersebut maka peneliti memilih pendekatan orientasi kewirausahaan tersebut. Berdasarkan uraian yang disebutkan di atas, maka perlu dilakukan penelitian mengenai orientasi kewirausahaan pemilik Usaha Tahu Serasi Oom Shin, Bandungan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan uraian yang di kemukakan di atas, maka akan dapat dirumuskan sebagai berikut: “Bagaimana orientasi kewirausahaan pemilik Usaha Tahu Serasi Oom Shin, Bandungan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan orientasi kewirausahaan pemilik Usaha Tahu Serasi Oom Shin, Bandungan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan membawa manfaat bagi ilmu pengetahuan maupun yang dapat digunakan secara praktikal.

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan memberi manfaat kepada ilmu manajemen terutama mengenai orientasi kewirausahaan pemilik bisnis dalam menghadapi persaingan dan semakin maju dalam usahanya.

2. Manfaat praktis

Memberi informasi kepada calon wirausaha agar memiliki pola pikir dan orientasi yang lebih tepat dalam memulai usahanya.

