

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Ekonomi adalah faktor penting penunjang keberhasilan dalam usaha pembangunan nasional. Kestabilan ekonomi suatu negara menunjukkan kestabilan dan kesejahteraan pula bagi elemen-elemen di dalamnya. Pada bidang ekonomi, bukan hanya pemerintah yang memegang peran penting untuk pengembangan, melainkan juga rakyat sebagai penggerak ekonomi terbesar. Usaha-usaha yang dilakukan rakyat dalam perputaran ekonomi merupakan peluang besar yang harus diprioritaskan dan dioptimalkan.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) adalah bentuk usaha penggerak ekonomi negara dengan rakyat sebagai pengelolanya. Perkembangan perannya sampai saat ini memperkuat alasan mengapa UMKM harus lebih diperhatikan. Pasalnya, usaha yang dikelola rakyat ini dapat menjadi pion utama dalam memecahkan masalah ekonomi kerakyatan seperti kesenjangan ekonomi antargolongan sampai tidak meratanya penyerapan tenaga kerja. UMKM tidak hanya bermanfaat bagi sekelompok kecil rakyat, melainkan juga dapat membantu meningkatkan perekonomian daerah, bahkan sampai ekonomi nasional.

Sesuai dengan aturan terbaru, klasifikasi UMKM ditentukan oleh besaran modal yang dimiliki. Usaha mikro memiliki maksimal modal sejumlah satu miliar rupiah, renrang modal usaha kecil yaitu di atas satu miliar hingga lima miliar rupiah, sedangkan usaha menengah memiliki modal di atas lima miliar hingga sepuluh miliar rupiah. Batasan modal ini tidak mencakup nilai tanah dan bangunan yang

digunakan untuk usaha, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai skala usaha (BPK RI, 2021).

Data dari Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2023) yang disampaikan dalam konferensi persnya menunjukkan bahwa UMKM memiliki peran yang sangat besar dalam perekonomian Indonesia. Kontribusinya terhadap Produk Domestik Bruto mencapai 61%, setara dengan Rp9.580 triliun. Lebih dari itu, UMKM juga menjadi tulang punggung dalam menyerap tenaga kerja, dengan porsi mencapai 97%.

Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan adalah lokasi berdirinya Universitas Trunojoyo Madura. Seiring perkembangan kampus, UMKM di kecamatan ini menjadi sangat banyak untuk memenuhi kebutuhan pasar. Keberadaan mahasiswa yang kerap bertambah setiap tahun membuat Kecamatan Kamal khususnya di sekitar kampus sangat cocok untuk pertumbuhan UMKM.

Kendati peran dan potensinya yang begitu besar, UMKM di Indonesia belum dapat berkembang dengan maksimal dikarenakan beberapa hal. Salah satu yang paling relevan di berbagai situasi adalah ketatnya persaingan dengan UMKM lain. Persaingan yang berlangsung memaksa setiap jenis usaha untuk mengembangkan strategi yang efisien dan menjadi kompetitif dalam menunjang keberhasilan beradaptasi usaha tersebut dengan lingkungan luar (Yuliaty et al., 2020).

Selain itu, menurut penelitian Nurdin et al., (2023) kendala lain yang dialami UMKM adalah kurangnya pengetahuan dalam pemasaran produk. Hal ini bisa berupa kendala pemasaran produk seperti kurang menariknya pengemasan

produk UMKM tersebut. Nurdin et al., (2023) juga menyebutkan minimnya penggunaan sosial media juga dapat menyebabkan rendahnya keuntungan yang didapat.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hutahayan (2019), disampaikan bahwa *Business Performance* dipengaruhi oleh beberapa faktor, diantaranya adalah *Entrepreneurial Orientation* serta *business strategy*. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin bagus *Entrepreneurial Orientation* dan *business strategy* semakin tinggi juga tingkat keberhasilan *Business Performance*. Hasil lainnya penelitian ini adalah *Entrepreneurial Orientation* mempengaruhi *Business Performance* melalui *business strategy*.

Penelitian lain menyebutkan variabel berbeda yang mempengaruhi *Business Performance*. *Business Performance* juga dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan tradisional, dalam penelitian ini adalah gaya kepemimpinan tradisional Minangkabau. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa gaya kepemimpinan tradisional mempengaruhi *Business Performance* dimediasi oleh *Entrepreneurial Orientation* (Andriani et al., 2024).

Penelitian lain oleh Hasan et al., (2020) menunjukkan bahwa *Business Performance* dipengaruhi oleh faktor modal psikologis positif dan orientasi pemasaran. Selain itu, ada juga penelitian yang menunjukkan pengaruh antara strategi harga dan orientasi pemasaran. Penelitian ini menggunakan objek industri perhotelan dan menunjukkan bahwa penetapan harga yang lebih rendah dapat meningkatkan *Business Performance* (Sampaio et al., 2021).

Untuk menghadapi masalah-masalah tersebut, Ie & Pratama (2019)

menyatakan bahwa UMKM membutuhkan *Market Orientation* dan *Entrepreneurial Orientation* untuk menjalankan usahanya. Hal-hal tersebut akan menstabilkan tantangan yang datang dari lingkungan luar bisnis dan memperbaiki internal usaha. Perusahaan dengan *Entrepreneurial Orientation* yang kuat berkemampuan untuk mengeksplor dan memanfaatkan kesempatan berinovasi di pasar (Lumpkin & Dess, 1996).

Selain itu, dalam penelitian Hasan et al., (2020) juga menunjukkan *Market Orientation* berhubungan positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sektor kuliner di Makassar. Dalam penelitian lain oleh Andriani et al., (2024) menyatakan bahwa *Entrepreneurial Orientation* mempengaruhi secara signifikan terhadap kinerja UMKM di Padang, Sumatera Barat.

Namun, terdapat penelitian yang menentang 2 penelitian di atas. Seperti dalam penelitian yang dilakukan usaha rumahan emping melinjo di Kabupaten Kebumen, menunjukkan hubungan yang tidak signifikan antara *Market Orientation* dan *Business Performance* (Musrifah & Murwatiningsih, 2017).

Selain penelitian di atas, terdapat penelitian lain yang menyatakan bahwa *Market Orientation* tidak secara langsung mempengaruhi *Business Performance*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa orientasi perusahaan baru dapat mempengaruhi *Business Performance* melalui strategi prospektor sebagai mediator (Ngo, 2021).

B. Rumusan Masalah

Masalah-masalah yang akan menjadi fokus penelitian ini telah dirumuskan dari latar belakang sebagai berikut:

1. Apakah *Entrepreneurial Orientation* berpengaruh terhadap *Business Performance*?
2. Apakah *Market Orientation* berpengaruh terhadap *Business Performance*?
3. Apakah *Entrepreneurial Orientation* dan *Market Orientation* berpengaruh secara simultan terhadap *Business Performance*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini dijabarkan oleh penulis sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara *Entrepreneurial Orientation* terhadap *Business Performance*.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara *Market Orientation* terhadap *Business Performance*.
3. Untuk mengetahui pengaruh simultan antara *Entrepreneurial Orientation* dan *Market Orientation* terhadap *Business Performance*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini antara lain untuk turut berkontribusi dalam hal pengembangan teori mengenai hubungan antara *Entrepreneurial Orientation*, *Market Orientation*, dan *Business Performance* pada UMKM di Kecamatan Kamal, Kabupaten Bangkalan. Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai bagaimana faktor-faktor tersebut berinteraksi dan berdampak pada *business performance* UMKM. Manfaat lain yang diharapkan adalah penelitian ini juga dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan dalam berbagai bidang serupa.

2. Manfaat praktis

a. Bagi peneliti

Melalui penelitian ini, penulis dapat meningkatkan keterampilan dalam merancang dan melaksanakan penelitian, termasuk pengumpulan data, analisis statistik, dan penulisan laporan akademis. Penulis juga dapat memperdalam pemahaman tentang konsep-konsep *Entrepreneurial Orientation* dan *Market Orientation*, serta bagaimana keduanya berinteraksi untuk mempengaruhi kinerja bisnis, yang dapat menjadi landasan untuk penelitian lebih lanjut.

b. Bagi akademisi

Akademisi lain yang ingin mengeksplorasi topik serupa, baik di konteks yang sama maupun di konteks yang berbeda, dapat menjadikan penelitian ini sebagai rujukan sehingga memperkaya literatur yang ada. Hasil penelitian ini dapat memicu diskusi lebih lanjut di kalangan akademisi mengenai hubungan antara EO, MO, dan BP, serta faktor-faktor lain yang mungkin berperan. Selain itu, temuan dari penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya kurikulum di program studi manajemen, khususnya dalam mata kuliah yang berkaitan dengan strategi bisnis dan kewirausahaan.

c. Bagi pelaku UMKM

Pelaku UMKM dapat mengaplikasikan temuan penelitian ini untuk membantu mengefisienkan strategi dalam meningkatkan kinerja bisnis mereka, dengan fokus pada pengembangan *Entrepreneurial Orientation*. Penelitian ini dapat pula membantu pelaku UMKM dalam mengenali kekuatan dan kelemahan dalam pendekatan bisnis mereka, hingga kemudian dapat melakukan perbaikan yang

diperlukan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada para pemilik dan pengelola UMKM mengenai urgensi orientasi pasar dan kewirausahaan, yang dapat mendorong mereka untuk mencari dukungan dari pemerintah atau lembaga lain dalam bentuk pelatihan atau pendanaan. Dengan menerapkan rekomendasi dari penelitian ini, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar lokal dan regional, serta beradaptasi dengan perubahan kebutuhan konsumen.