

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Kewirausahaan mengalami perkembangan yang cukup pesat di berbagai negara. Kewirausahaan tidak hanya berperan dalam meningkatkan output dan pendapatan per kapita, namun melibatkan pengenalan atau penerapan perubahan dalam struktur bisnis maupun masyarakat (Slamet et.al, 2014). Kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan ikut memiliki andil dalam mendorong praktik-praktik kewirausahaan yang pada akhirnya memunculkan berbagai penemuan-penemuan produk dan jasa baru bagi konsumen. Hal ini tentunya membuka peluang kerja baru, membuka pasar baru, dan dalam jangka panjang akan mampu menciptakan pertumbuhan usaha di berbagai sektor.

Di negara yang sedang berkembang, usaha-usaha yang banyak tumbuh di masyarakat umumnya tergolong sebagai usaha kecil. Fakta ini menunjukkan bahwa usaha kecil merupakan mayoritas kegiatan masyarakat yang memberikan kontribusi signifikan terhadap penciptaan pendapatan penduduknya. Beberapa fakta tersebut antara lain: 40% dari volume bisnis di banyak negara dilakukan oleh usaha kecil, 75% dari pekerjaan baru dihasilkan oleh sektor usaha kecil, usaha kecil menyumbang bagian tersebar dari penjualan di sektor manufaktur, dan hampir di semua negara usaha kecil adalah tempat lahirnya kewirausahaan. Namun demikian, terdapat juga fakta bahwa 50% dari usaha kecil gagal pada dua tahun pertama dan manajemen yang buruk adalah penyebab tersebar kegagalan usaha kecil (Daryanto 2013,p.2).

Di Indonesia, pertumbuhan ekonomi juga ditentukan oleh dinamika perekonomian daerah, sedangkan perekonomian daerah pada umumnya di hasilkan dari kegiatan ekonomi berskala kecil dan menengah. Memang keberadaan pengusaha kecil dan menengah merupakan proses awal perkembangan industrialisasi di daerah, tapi kenyataannya di lapangan, masih banyak kendala yang dihadapi oleh usaha kecil dan menengah. Menurut Prawiranegara dalam Suryanita (2006,p.5) kendala intern yang dihadapi oleh pengusaha kecil yaitu kualitas SDM yang masih rendah, lemahnya akses dan pengembangan pangsa

pasar, lemahnya struktur pemodalan, terbatasnya penguasaan teknologi, lemahnya organisasi dan manajemen, serta terbatasnya jaringan usaha dan kerjasama dengan pelaku-pelaku ekonomi lainnya. Untuk menghadapi kendala tersebut, seorang pengusaha harus memiliki pondasi yang kuat sebelum mendirikan dan menjalankan usahanya. Seorang pengusaha harus memiliki orientasi kewirausahaan untuk menghadapi persaingan dan tekanan pasar yang terus meningkat (Kaur and Mantok , 2015).

Permasalahan-permasalahan tersebut di atas juga terjadi pada usaha kecil di daerah Magetan. Berdasarkan hasil survey Badan Pusat Statistik Kabupaten Magetan (2016), profil industri kecil di Kabupaten Magetan masih didominasi industri kecil disektor pengolahan atau manufaktur. Industri manufaktur di Kabupaten Magetan sebagian besar merupakan indutri pengolahan kulit, kerajinan kulit, pengolahan makanan dan anyaman bambu. Industri manufaktur masih didominasi usaha mikro dan kecil. Berdasarkan data dari badan pusat statistik mengenai industri kecil di wilayah Kabupaten Magetan, pada tahun 2012 jumlah unit usaha kecil sebanyak 14.473, tahun 2013 jumlah usaha kecil sebanyak 14.489 unit usaha, tahun 2014 jumlah usaha kecil sebanyak 15.037 dan pada tahun 2015 jumlah usaha kecil sebanyak 15.247. Pada tahun 2013 hanya mengalami kenaikan sebesar 16 unit usaha kecil, pada tahun 2014 mengalami kenaikan tinggi sebesar 548 unit usaha, akan tetapi pada tahun 2015 hanya mengalami kenaikan sebesar 210 unit usaha. Hal ini menunjukkan terjadinya penurunan kenaikan jumlah usaha kecil di Magetan artinya perkembangan usaha kecil mengalami pasang surut dalam kenaikan jumlah unit usaha. Secara tidak langsung, kinerja dari usaha kecil di Kabupaten Magetan belum mengalami peningkatan yang signifikan. Kecenderungan penurunan kinerja Usaha kecil ini diduga, disebabkan oleh permasalahan ataupun kelemahan yang dimiliki oleh sebagian besar usaha kecil untuk mengantisipasi ancaman dan mengeksplotasi peluang pasar. Faktor yang menyebabkan lemahnya usaha kecil antara lain: keterbatasan modal, permasalahan kepegawaian, biaya langsung yang tinggi, keterbatasan varian usaha, dan rendahnya kredibilitas (Daryanto 2013, 4). Selain itu, para pengusaha belum memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat dalam menghadapi kelemahan-kelemahan tersebut dan bertahan dalam persaingan bisnis.

Pentingnya memiliki orientasi kewirausahaan dalam menjalankan usaha telah dibuktikan dalam beberapa penelitian. Menurut penelitian Kaur & Mantok (2015) yang membuktikan bahwa tiga dimensi orientasi kewirausahaan yaitu sikap proaktif, *risk-taking* (pengambilan keputusan), dan inovasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis diukur dari kinerja subjektifnya. Didukung dengan penelitian Uddin & Bose (2015) dengan empat variabel orientasi kewirausahaan yaitu inovasi, proaktif, *risk-taking*, dan autonomi terbukti berpengaruh terhadap kinerja usaha. Hal ini menunjukkan bahwa usaha kecil yang ingin meningkatkan kinerjanya tentunya harus memiliki orientasi kewirausahaan yang kuat.

Telah disebutkan sebelumnya bahwa salah satu penyebab kegagalan usaha kecil adalah manajemen yang buruk. Padahal setiap usaha dalam pengelolaannya untuk mencapai hasil yang efektif dan efisien memerlukan penerapan prinsip-prinsip manajemen dan peranan pimpinan atau pengusaha untuk menjalankan fungsi-fungsi utama manajemen agar tercapainya keberhasilan usaha yang diinginkan. Suci (2009) menyatakan bahwa kemampuan manajemen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja usaha pada industri kecil menengah bordir di Jawa Timur. Sehingga memiliki kemampuan manajemen yang baik juga menjadi peranan yang penting dalam menjalankan usaha kecil.

Dengan memiliki orientasi kewirausahaan dan kemampuan manajemen yang baik diharapkan dapat membuat dan menjalankan strategi yang tepat bagi usahanya. Menurut Zimmerer et al. (2008,p.145), strategi adalah peta jalan tindakan-tindakan yang disusun oleh wirausahawan untuk mencapai misi,sasaran, dan tujuan perusahaan. Wirausahawan harus menyusun strategi yang kuat berdasarkan pada langkah sebelumnya yang menggunakan kompetensi inti dan kekuatan perusahaan sebagai batu loncatan menuju kesuksesan.

Salah satu aspek penting dalam dari kewirausahaan adalah pemasaran. Tujuan pemasaran adalah untuk mendapatkan laba bagi perusahaan melalui promosi dan distribusi produk. Sudah menjadi tuntutan bagi setiap pengusaha untuk menyusun strategi pemasaran dalam menjalankan aktivitas-aktivitas usaha guna mencapai target yang ingin dicapai oleh suatu usaha. Strategi pemasaran perlu dilakukan untuk menghadapi persaingan dan memenuhi keinginan konsumen. Salah satu contoh misalnya, pengusaha menerapkan strategi

pemasaran *low cost* dibanding pesaingnya agar menarik lebih banyak konsumen. Setyawan et al. (2015), menemukan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap kinerja bisnis walaupun 85 persen dari UKM yang diteliti tidak melaksanakan keseluruhan perencanaan strategi bisnis. Strategi bisnis hanya terbatas pada strategi pemasaran. Selain itu, menemukan bahwa dalam menjalankan strategi pemasaran para pengusaha melakukan hubungan pemasaran dengan pengusaha lain sehingga terciptanya jaringan usaha. Hal ini mendukung penelitian Setyawan et al. (2014) yang menunjukkan bahwa di perusahaan minyak, hubungan antara perusahaan dan pemasok mereka terikat pada kontrak yang ketat bahkan hubungan pemasok dan perusahaan didasarkan pada teori biaya transaksi. Dalam perusahaan hypermarket, hubungan pemasok dan peritel didasarkan pada kepercayaan, komitmen dan kepuasan. Ketiga konstruk tersebut adalah dasar dari hubungan pemasaran. Oleh karena itu, pemilihan dan penerapan strategi pemasaran yang tepat adalah hal penting dalam pencapaian tujuan perusahaan baik besar maupun kecil.

Pengusaha akan dihadapkan dengan berbagai permasalahan, sehingga diperlukan kemampuan manajemen yang kuat untuk menyusun strategi-strategi pemasaran agar dapat terus bertahan dalam dunia usaha. Kelancaran suatu strategi pemasaran tentunya membutuhkan orientasi kewirausahaan yang kuat dan kemampuan manajemen yang handal agar kinerja usaha dapat dihasilkan secara optimal. Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan, penelitian ini akan membahas beberapa temuan dan implikasi penelitian terdahulu saat dilakukan pada usaha kecil di Magetan di mana variabel orientasi kewirausahaan, kemampuan manajemen, dan strategi pemasaran menjadi peranan yang penting bagi usaha kecil dalam meningkatkan kinerja usahanya secara maksimal dan berkelanjutan sehingga dapat bertahan dalam persaingan

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap strategi pemasaran usaha kecil manufaktur di Magetan?
2. Apakah kemampuan manajemen berpengaruh terhadap strategi pemasaran usaha kecil manufaktur di Magetan?

3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil manufaktur di Magetan?
4. Apakah kemampuan manajemen berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil manufaktur di Magetan?
5. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap kinerja usaha kecil manufaktur di Magetan?

#### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap strategi pemasaran pada usaha kecil manufaktur di Magetan.
2. Menganalisis pengaruh kemampuan manajemen terhadap strategi pemasaran pada usaha kecil manufaktur di Magetan.
3. Menganalisis pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha kecil manufaktur di Magetan.
4. Menganalisis pengaruh kemampuan manajemen terhadap kinerja usaha kecil manufaktur di Magetan.
5. Menganalisis pengaruh strategi pemasaran terhadap kinerja usaha kecil di Magetan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk menambah pengetahuan bagi penulis maupun pembaca pada khususnya bidang pengembangan industri kecil manufaktur.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengembangkan ilmu pengetahuan terutama yang berhubungan dengan kewirausahaan, kemampuan manajemen serta strategi pemasaran bagi usaha kecil di bidang manufaktur.

##### **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan referensi di perpustakaan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- b. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang terkait, baik pemerintah maupun pelaku industri dalam rangka mengembangkan usaha kecil manufaktur di Magetan.

#### **E. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran isi penelitian secara keseluruhan, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan penelitian.
2. Bab II Kajian Teori. Bab ini menguraikan landasan teori dalam penelitian, kajian penelitian terdahulu, hipotesis penelitian, dan kerangka penelitian.
3. Bab III Metode Penelitian. Bab ini berisi jenis dan pendekatan penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, teknik pengumpulan data dan teknis analisis data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi karakteristik responden, deskripsi data, hasil analisis pengukuran model, hasil pengujian model struktural, pengujian hipotesis, pembahasan hasil penelitian.
5. Bab V Penutup. Bab ini berisi uraian tentang kesimpulan, penelitian dan saran.