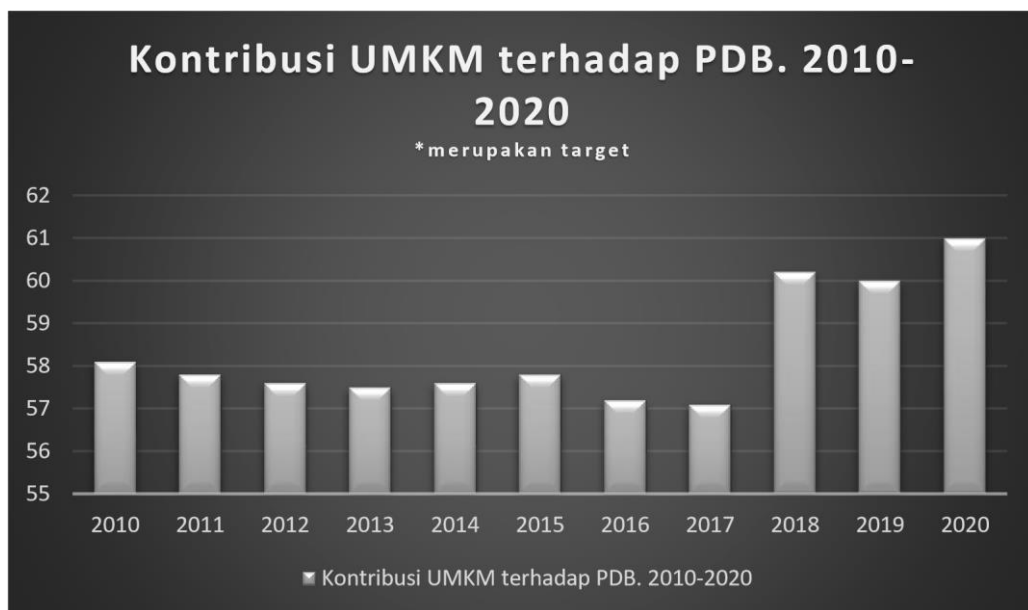


# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan ekonomi bisa dibilang merupakan indikator berhasil atau tidaknya suatu pemerintahan dalam menjalankan, membentuk dan mengelola negara. Meskipun masih ada banyak faktor lain yang sebagai faktor penentu. berdasarkan salah seorang ekonom Amerika Serikat, Simon Kuznets, pertumbuhan ekonomi ialah suatu kenaikan kemampuan jangka panjang dari sebuah negara buat menyediakan berbagai jenis barang ekonomi kepada penduduknya. Kemampuan tersebut akan tumbuh seiring menggunakan adanya perkembangan atau kemajuan teknologi dan juga penyesuaian kelembagaan dan ideologi.



Gambar 1.1 Statistik kontribusi UMKM

Sumber : Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah

UMKM menjadi salah satu bagian yang secara signifikan banyak menyumbang atau berkontribusi dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Menurut Rudjito, pengertian UMKM adalah usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya. Tak bisa di pungkiri bahwa hal ini terjadi karena banyaknya pelaku UMKM yang semakin lama semakin banyak dan perkembangannya pun semakin pesat. Ada begitu banyak bisnis yang mulai populer di Indonesia, seperti halnya gojek yang kuat di bidang teknologi, ada juga berbagai penyedia jasa baru yang muncul dan masih bersifat konvensional dan yang paling banyak di temui adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner merupakan bisnis yang sangat menjanjikan. Dengan semakin bervariasinya permintaan konsumen dari hari ke hari, seolah menuntut para pelaku bisnis kuliner untuk terus melakukan inovasi atau bahkan membuat jenis makanan terbaru untuk usahanya. Para pelaku bisnis pun berlomba-lomba untuk melakukan inovasi guna memenuhi permintaan dari para konsumen. Meskipun pada dasarnya pola permintaan konsumen itu tidak ditunjukkan dengan meminta langsung produk baru, melainkan dengan mempertunjukkan sikap bosan terhadap produk yang itu-itu saja.

Salah satu bisnis kuliner yang sedang pesat perkembangannya adalah Tinutuan atau yang biasa disebut Bubur Manado. Bubur Manado adalah

makanan khas yang pada awalnya hanya tersedia di Manado saja, namun seiring berkembangnya zaman, bubur Manado kini sudah tersedia di hampir semua daerah di Indonesia. Beriringan dengan itu, para pelaku usaha Tinutuan di kota Manado terus memperhatikan perkembangan usahanya masing-masing dengan terus meningkatkan kinerja dan produktivitas. Ada beberapa studi yang menyebutkan bahwa lemahnya kinerja dan produktivitas disebabkan karena lemahnya karakter kewirausahaan. Dan untuk mengembangkan itu, para pelaku usaha bergantung pada banyak kapabilitas.

Dalam kasus ini yang terdapat dua faktor yaitu orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan. Porter (2008) mendefinisikan orientasi kewirausahaan sebagai strategi benefit perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif di dalam *market place* yang sama. Orientasi kewirausahaan mengacu di proses, praktik, dan pengambilan keputusan yang mendorong ke arah input baru dan mempunyai 3 aspek kewirausahaan, yaitu berani mengambil risiko, bertindak secara agresif dan selalu inovatif (Lumpkin serta Dess, 1996). Berani mengambil risiko artinya sikap wirausahawan yang melibatkan kesediaannya untuk mengikat sumber daya serta berani menghadapi tantangan dengan melakukan pendayagunaan atau terlibat dalam taktik usaha dimana ada peluang kemungkinan hasilnya penuh ketidakpastian (Keh et al. 2002). Bersikap proaktif berarti mampu membuat pilihan-pilihan berdasarkan prinsip-prinsip serta nilai-nilai yang berlaku. Sedangkan inovatif yaitu proses berpikir yang

menghasilkan solusi dan gagasan di luar bingkai konservatif." Smart dan Conant (1994):

Wiklund (1999), menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memasarkan produknya menuju kinerja usaha yang lebih baik. Oleh karena itu, para pelaku bisnis yang mampu bertindak secara proaktif dan inovatif cenderung mampu untuk membangun kinerja yang lebih baik. Selain dari orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang dapat berpengaruh pada strategi.

Orientasi pasar pada usaha kecil merupakan respon terus menerus kepada keinginan dan kebutuhan dari pelanggan sehingga hal ini dapat memfasilitasi pengembangan strategi yang difokuskan pada penciptaan nilai pelanggan, untuk mencapai keunggulan bersaing (Didonet et al., 2012). Narver & Slater (dalam Tjiptono dkk, 2008) mendefinisikan orientasi pasar sebagai budaya bisnis yang mampu secara efektif dan efisien menciptakan perilaku karyawan sedemikian rupa sehingga menunjang upaya penciptaan. Perusahaan yang sudah menjadikan orientasi pasar sebagai budaya organisasi akan berdasar di kebutuhan eksternal, impian serta permintaan pasar sebagai dasar pada penyusunan strategi bagi masing-masing unit bisnis dalam organisasi, serta menentukan keberhasilan perusahaan. menurut Narver dan Slater. Sedangkan keunggulan bersaing bagi Porter (2008), keunggulan bersaing hanya dapat diraih melalui upaya curah gagasan tentang desain dan strategi yang

terus menerus untuk dapat mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus. Dengan begitu, perusahaan dapat mendominasi pasar lama dan baru.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan dari latar belakang tersebut maka dirumuskan suatu pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
2. Apakah orientasi pasar berpengaruh terhadap keunggulan bersaing?
3. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
4. Apakah orientasi Pasar berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?
5. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini antara lain yaitu :

1. Menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing.
2. Menguji pengaruh orientasi Pasar terhadap kinerja keunggulan bersaing.
3. Menguji pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.
4. Menguji pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja pemasaran.
5. Menguji pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran.

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

Manfaat yang diharapkan pada penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna terutama pada ilmu Orientasi Kewirausahaan, Orientasi pasar, kinerja pemasaran dan keunggulan bersaing dalam kaitannya dengan kinerja pemasaran pada usaha Tinutuan di kota Manado.

2. Manfaat praktik

Bagi para pelaku usaha Tinutuan diharapkan agar hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan memberi informasi tambahan bagi pihak-pihak yang terkait.

