

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan sektor usaha yang berinteraksi langsung dengan masyarakat. UMKM mempunyai peran yang sangat strategis bagi pembangunan ekonomi di Indonesia, dan penyerapan tenaga kerja yang sangat besar. Berbeda dengan perusahaan besar, UMKM memiliki lokasi di berbagai tempat. Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia yang semakin meningkat setiap tahunnya memberikan angin segar bagi sektor perekonomian. Kebangkitan ini sejalan dengan peran UMKM sebagai penopang perekonomian negara.

Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM (2019), terdapat 65,4 juta UMKM. Dengan jumlah unit usaha yang sampai 65,4 juta dapat menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwa dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi jumlah pengangguran di negara ini. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian.

Menurut laporan Kementerian koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah pertumbuhan tercatat mencapai 8,71 juta unit usaha. Dari banyaknya pelaku

UMKM yang tersebar di 34 provinsi, Jawa Barat menempati posisi puncak di daftar terbanyak dengan jumlah 1.494.723 unit. Sedangkan di posisi kedua adalah Jawa Tengah berjumlah 1.457.126 unit. Setelah Jawa Tengah, ada Jawa Timur dengan jumlah UMKM sebanyak 1.153.576 unit. Ibu Kota Indonesia yakni DKI Jakarta menempati urutan keempat dengan jumlah DKI Jakarta 658.365 unit. Dari urutan pertama hingga keempat didominasi dari Pulau Jawa, namun di urutan kelima ada Sumatera Utara yang memiliki jumlah UMKM sebanyak 595.779 unit.

Menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS) (2019), Indonesia mempunyai 3,9 juta Usaha Mikro dan Kecil (UMK) di bidang makanan dan minuman pada 2019. Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki jumlah UMK makanan dan minuman terbanyak dengan jumlah mencapai 791.435 UMK. Jawa Timur menyusul di posisi kedua dengan jumlah UMK makanan dan minuman sebanyak 746.732 UMK. Kemudian, di posisi ketiga Jawa Tengah sebanyak 569.896 UMK. Posisi keempat dan kelima ditempati Sumatera Utara dan Banten masing-masing sebanyak 222.832 UMK dan 167.155 UMK.

Makanan khas Jawa Barat yang berbasis UMKM ini sudah menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan dan, Ada berbagai jenis makanan yang dapat dijumpai seperti Karedok, Nasi tibet, Nasi jambang, Tutug oncom, Colenak dll. Semua makanan memiliki rasa, keunikan dan khas masing-masing di setiap daerah. Seperti salah satu makanan yang memiliki khas tersendiri yang ada di Jawa barat yaitu Tahu Sumedang. Tahu Sumedang merupakan makanan khas Jawa Barat yang dapat dengan mudah di jumpai di kabupaten Sumedang dan

tersebar di berbagai tempat di Jawa Barat seperti terminal dan stasiun. Sebagian besar produk Tahu Sumedang ini merupakan hasil produksi para UMKM.

Sumedang merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Jawa Barat yang berada di sekitar 45 km timur laut Kota Bandung. Kabupaten ini berbatasan dengan Kabupaten Indramayu di utara, Kabupaten Majalengka di timur, Kabupaten Garut di selatan, serta Kabupaten Subang, Bandung, dan Bandung Barat di barat. Sumedang merupakan kabupaten yang menjadi bagian dari kawasan metropolitan Bandung Raya. Sumedang mempunyai produk unggulan yang sekaligus menjadi makanan khas Sumedang yaitu Tahu Sumedang yang sebagian besar masih berbasis UMKM. Karena tahu Sumedang merupakan identitas dari kota Sumedang, membuat produk ini dapat bertahan sampai saat ini. Hal ini tentunya tidak akan terlepas dari manajemen yang baik dan upaya-upaya dari para pelaku usaha untuk mempertahankan kinerja dari usaha yang di jalankannya.

Kinerja usaha pada UMKM ini sangat penting karena menyangkut keberlangsungan usahanya di masa yang akan datang serta dapat menjadi ukuran untuk tercapainya target usaha yang sedang di jalankan. Kinerja usaha merupakan konsep untuk mengukur prestasi pemasaran suatu perusahaan, Setiap perusahaan berkepentingan untuk mengetahui prestasinya sebagai cermin dari keberhasilan usahanya dalam persaingan pasar (Purwanto dan Trihidiyatmanto, 2018:44). Definisi kinerja merujuk pada tingkat pencapaian atau prestasi dari perusahaan dalam periode waktu tertentu. Tujuan perusahaan yang terdiri dari: tetap berdiri atau eksis (*survive*), untuk memperoleh laba (*benefit*) dan dapat

berkembang (growth), dapat tercapai apabila perusahaan tersebut mempunyai performa yang baik (Ahmad Feriyansyah, 2021:292) Tanpa adanya kinerja usaha, maka UMKM yang selama ini dijalankan berarti dianggap tidak mampu memberikan kontribusi yang menguntungkan bagi pengelola dan orang lain yang ikut terlibat didalamnya yang tentunya akan dapat dengan mudah dimanfaatkan oleh pesaing untuk menjatuhkan usaha kita.

Orientasi kewirausahaan merupakan salah satu kunci dalam meningkatkan kinerja suatu usaha, Kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan yang mengacu pada kemampuan berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan dan supplier, bagaimana memperoleh sumberdana usaha, dan memiliki kemampuan untuk memproduksi dengan baik. Orientasi Kewirausahaan merupakan suatu kondisi yang cenderung individunya untuk melakukan suatu inovasi, proaktif, dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengola usaha (Knight, 2000). Orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan atau pemahaman perlunya menjadi proaktif terhadap peluang pasar dan dinamisme pasar, toleran terhadap risiko, dan fleksibel terhadap perubahan. Inti dari kewirausahaan adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda melalui berpikir kreatif dan bertindak inovatif untuk menciptakan peluang (Ahmad Feriyansyah, 2021:292).

Saat ini Peran dari teknologi dan komunikasi sangat penting khususnya bagi pelaku UMKM. menurut **Martin (1999)**, Teknologi Informasi adalah teknologi yang tidak hanya pada teknologi komputer (perangkat keras dan perangkat lunak) yang akan digunakan untuk memproses dan menyimpan

informasi, melainkan mencakup teknologi komunikasi untuk mengirim atau menyebarkan informasi. Menurut **Andri (2021)** Teknologi Informasi (TI), atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah Information technology (IT) adalah istilah umum untuk teknologi apa pun yang membantu manusia dalam membuat, mengubah, menyimpan, mengomunikasikan dan/atau menyebarkan informasi. TI menyatukan komputasi dan komunikasi berkecepatan tinggi untuk data, suara, dan video. Contoh dari Teknologi Informasi bukan hanya berupa komputer pribadi, tetapi juga telepon, TV, peralatan rumah tangga elektronik, dan peranti genggam modern (misalnya ponsel).

Dengan makin canggihnya teknologi, maka komunikasi khususnya dalam bisnis menjadi lebih mudah dan cepat. Hal ini membuka kesempatan yang lebih luas bagi para pelaku UMKM untuk mempercepat pertumbuhan bisnisnya dan memperluas jaringan bisnis. Dengan semakin canggihnya kemajuan teknologi terutama dalam hal telekomunikasi, komunikasi dan kerjasama dapat dilakukan dari jarak jauh baik dengan rekan bisnis, pelanggan maupun investor, jelas ini bisa memperluas pasar bisnis dan juga potensi konsumen yang akan digayet. Dalam usaha meningkatkan produktifitas dan efisiensi dari UMKM maka dapat memanfaatkan teknologi informasi.

Dengan kehadiran teknologi informasi, sudah banyak *platform* yang menyediakan layanan pesan makanan lewat *online* seperti Gofood, Grabfood, dan lain-lain. Kehadiran teknologi tentunya membawa perubahan baik dalam hal efisiensi bisnis dalam aspek kuliner, karena penggunaan teknologi ini memudahkan masyarakat untuk menjual dan membeli makanan serta minuman

melalui aplikasi. Bagi pembeli, kita tidak perlu pergi keluar untuk membeli makanan karena sudah tersedia beberapa aplikasi yang menawarkan jasa mengantarkan makanan. Bagi penjual, dengan adanya aplikasi pemesanan membuat promosi usahanya menjadi lebih mudah (Wafi,2021).

Teknologi informasi sudah banyak digunakan dalam mendukung proses bisnis yang terjadi di perusahaan. Selain itu, hubungan bisnis dan teknologi informasi jika diterapkan akan membuka akses informasi dan penyebaran informasi dengan mudah. Seperti yang telah diketahui, memanfaatkan teknologi informasi dapat digunakan untuk melakukan promosi atau kegiatan yang sifatnya publikasi baik itu berupa: Berita, Iklan ,pengetahuan dan informasi lainnya.

Penelitian yang di ambil oleh penulis kepada para pelaku umkm tahu sumedang, penulis melakukan survei awal yang dilakukan pada 10 orang pedagang tahu sumedang yang menanyakan mengenai kinerja usaha dengan menyebarkan kuisisioner secara langsung menggunakan kertas angket pada tanggal 27 April 2024 dengan hasil dapat dilihat pada tabel berikut :

1. Kinerja Usaha (Y)

Tabel 1.1
Survei Awal Kinerja Usaha

No	Pernyataan	Hasil Kuisisioner Awal		
		Ya	Tidak	Total
Kinerja Usaha				
9	Pelaku usaha mengalami kenaikan omzet selama 3 bulan terakhir	5 50%	5 50%	100%

10	Pelaku usaha sudah mencapai target penjualan selama 3 bulan terakhir	1 10%	9 90%	100%
----	--	----------	----------	------

Sumber: diolah dari hasil kuisisioner awal 10 responden

Berdasarkan tabel 1.1, pelaku usaha 50% pelaku usaha mengalami kenaikan omzet dikarenakan pada 3 bulan terakhir terdapat bulan ramadhan dan hari raya yang menurut mereka dapat meningkatkan penjualan meskipun tidak begitu tinggi, tetapi sebagian pelaku usaha menyatakan tidak ada kenaikan omzet yang signifikan cenderung sama dengan periode sebelumnya. Pada pernyataan kedua sebagian besar pelaku usaha belum dapat mencapai target penjualan yang di inginkan, menurut mereka pembangunan jalan tol merupakan salah satu penyebab turunnya penjualan

2. Orientasi Kewirausahaan (X1)

Tabel 1.2
Survei Awal Orientasi Kewirausahaan

No	Pernyataan	Hasil Kuisisioner Awal		
		Ya	Tidak	Total
Orientasi Kewirausahaan				
1	Pelaku usaha mampu menambah model baru dari produk tahunya	5 50%	5 50%	100%
2	Pelaku usaha mampu mengganti mesin pembuat tahu jika rusak dengan menggunakan teknologi yang sama	1 10%	9 90%	100%
3	Pelaku usaha mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan dan pemasok	10 100%	0 0%	100%
4	Pelaku usaha berani mengembangkan usahanya	6 60%	4 40%	100%

Sumber: diolah dari hasil kuisisioner awal 10 responden

Berdasarkan tabel 1.2 50% pelaku usaha sudah dapat membuat model baru seperti ukuran tahu (kecil & sedang) serta isian tahu yang kosong dan padat berdasarkan kebutuhan konsumen, tetapi sebagian pelaku

usaha masih memproduksi tahu dengan ukuran normal dan isian normal. Serta Pelaku usaha belum mampu mengganti mesin pembuat tahu jika rusak dengan teknologi mesin yang sama, pelaku usaha menyatakan bahwa untuk mempunyai mesin pengganti harus mempunyai modal yang besar dan perawatan yang ekstra.

3. Teknologi Informasi (X2)

Tabel 1.3
Survei Awal Teknologi Informasi

No	Pernyataan	Hasil Kuisisioner Awal		
		Ya	Tidak	Total
Teknologi Informasi				
5	Pekau usaha sering menggunakan teknologi informasi	8 80%	2 20%	100%
6	Pelaku usaha memahami cara menggunakan teknologi informasi	8 80%	2 20%	100%
7	Pelaku usaha dapat dengan mudah bekerjasama dengan pemasok melalui teknologi informasi	8 80%	2 20%	100%
8	Pelaku usaha dapat dengan mudah melakukan promosi menggunakan teknologi informasi	2 20%	2 80%	100%

Sumber: diolah dari hasil kuisisioner awal 10 responden

Berdasarkan tabel 1.3 Pelaku usaha belum dapat melakukan promosi menggunakan teknologi informasi seperti beriklan, dan penggunaan aplikasi pesan antar seperti (gofood, gojek, shopee food dll). Alasan pelaku usaha belum dapat melakukan promosi karena mereka belum memahami bagaimana cara menggunakan fitur promosi di aplikasi digitalnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan dan

Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Usaha Pada UMKM Tahu Sumedang. Lokasi yang di ambil untuk penelitian ini yaitu di sepanjang Jl. Pangeran kornel dan Jl. Mayor Abdurahman Sumedang Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. Yang merupakan sentra penjualan tahu sumedang.

1.2 Identifikasi masalah dan rumusan masalah

1.2.1 identifikasi masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam menambah model baru dari produk tahunya
2. kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam mengganti mesin pembuat tahu jika rusak dengan menggunakan teknologi mesinyang sama
3. Kurangnya kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk melakukan promosi yang berkaitan dengan usahanya
4. Para pelaku usaha tahu sumedang mengalami kesulitan untuk dapat meningkatkan pendapatan mereka
5. Pelaku usaha mengalami kesulitan dalam mencapai target penjualanya.

1.2.2 Rumusan masalah

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai orientasi wirausaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang
2. Bagaimana tanggapan responden mengenai teknologi informasi pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang

3. Bagaimana tanggapan responden mengenai kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang
4. Seberapa besar pengaruh orientasi wisausaha terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.
5. Seberapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.
6. Seberapa besar pengaruh orientasi wirausaha dan orientasi pasar terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.

1.2.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai orientasi wirausaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang
2. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai teknologi informasi pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang
3. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai kinerja usaha dan teknologi informasi pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang
4. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.
5. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.

6. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh orientasi wirausaha dan teknologi informasi terhadap kinerja usaha pada pelaku usaha Tahu Sumedang di kota Sumedang.

1.2.4 KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang nyata mengenai keadaan sesungguhnya berkaitan dengan judul yang penulis ambil. Adapun kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini dibagi menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis.

1.2.5 Kegunaan Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran yang menyangkut orientasi kewirausahaan, orientasi pasar untuk meningkatkan kinerja bisnis bagi para pelaku umkm
- b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan bagi UMKM khususnya UMKM Tahun Sumedang.

1.2.6 Kegunaan Akademis

Penelitian ini diharapkan mampu membawa kontribusi positif untuk pengembangan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen bisnis dan memberikan kegunaan teoritis atau akademis berupa tambahan sumber informasi dan sumber referensi bagi perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Komputer Indonesia.

