

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Usaha mikro kecil menengah merupakan salah satu dari 4 program unggulan di Kabupaten Demak dalam meningkatkan perekonomian masyarakat Demak. Pertumbuhan dan perkembangan UMKM di Kabupaten Demak dari tahun 2017 sampai dengan trimester III tahun 2020 mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah UMKM pada tahun 2017 berjumlah 29.354 unit usaha menjadi 30.561 unit usaha atau naik sebesar 4,11%. Pertumbuhan dan perkembangan usaha mikro menjadi usaha kecil pada tahun 2017 dari 2.809 unit usaha menjadi 3.236. Unit usaha pada trisemester III tahun 2020 naik sebesar 1,56%. Hal tersebut membuktikan bahwa UMKM naik kelas dari segi produksi, pemasaran maupun pengelolaan manajemen.

Kerajinan tangan merupakan salah satu dari UMKM di Kabupaten Demak. Kerajinan tangan yaitu sebuah proses pembuatan sesuatu dengan tujuan untuk menghasilkan sebuah objek atau benda (Haryono, 2012). Kerajinan tangan dapat diartikan juga sebagai pembuatan sebuah benda dengan menggunakan tangan, bukan cetakan mesin, yang menitik-beratkan pada aspek kegunaan dan keindahan. Kerajinan tangan memiliki fungsi sebagai Produk kerajinan yang memiliki nilai guna dalam menunjang kebutuhan sehari-hari masyarakat juga estetikanya. Hasil buatan tangan yang dibuat oleh pengrajin tentunya memiliki proses yang tidak instan dan tidak setiap individu berkompeten dalam hal tersebut. Ada dua macam

jenis kerajinan yaitu kerajinan tradisional dan kerajinan modern. Kerajinan tradisional yang terdapat di Indonesia seperti kerajinan batik, anyaman bambu, anyaman rotan, dan lain sebagainya. Sedangkan kerajinan modern seperti scrapbook, clay, aksesoris, kotak hadiah, boneka flannel, dan lain sebagainya. Kerajinan tangan memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumennya, disamping bentuknya yang unik, manfaat lain yang didapat konsumen dari membeli kerajinan tangan khususnya kerajinan tangan dengan material daur ulang yaitu mutu dan kualitas barang yang tinggi karena diproduksi oleh tenaga ahli dan dibuat dengan bahan pilihan.

Penyebaran Corona virus Disease 2019 ( Covid-19) telah menimbulkan korban jiwa dan kerugian material yang telah berimplikasi pada aspek sosial, ekonomi, dan kesejahteraan masyarakat. Pemilik UMKM kerajinan tangan menjadi salah satu sektor perekonomian yang terdampak akibat adanya pandemic Covid-19 di Kabupaten Demak. Hasil pemetaan dampak Covid-19 bagi UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak, terdapat permasalahan yaitu menurunnya jumlah pembeli sehingga pemasaran menjadi terganggu, kesulitan dalam mendapatkan bahan baku produksi, kesulitan dalam mengatur dana usaha, kesulitan membayar kredit usaha dan disebabkan faktor-faktor lainnya antara lain gaji karyawan, pengiriman produk/barang dan lain sebagainya. Dampak adanya wabah covid-19 bagi UMKM kerajinan tangan omset penjualan mengalami penurunan sebesar Rp. 2.869.314.000,- (dari semula Rp. 4.689.526.000,- menjadi Rp. 1.820.212.000, Asset mengalami penurunan Rp. 2.699.503.000,- (dari semula Rp. 7046.750.000,- menjadi Rp. 4.347.246.500.-). Oleh karena itu pemerintah banyak menciptakan

pembinaan dan pelatihan, menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan kualitas produk UMKM dan fasilitas bantuan permodalan.

Innovativeness didefinisikan sebagai konsep yang membahas tentang penerapan gagasan, produk atau proses yang baru (Amabile 1996). Oleh karena itu, perusahaan diharapkan dapat membentuk ide-ide baru ketika berhadapan dengan pesaing, pelanggan, dan pasar yang sudah ada. Robbins (2002) mendefinisikan inovasi sebagai konsep baru yang dapat digunakan untuk memulai atau meningkatkan produk, proses atau layanan. Menurut penelitian Smith et al. (2011), inovasi merupakan mekanisme perusahaan yang beradaptasi dengan lingkungan yang dinamis. Dalam kesempatan yang sama, Lin dan Chen (2007) mengemukakan bahwa inovasi merupakan salah satu aspek penentu kinerja perusahaan, dalam lingkungan yang semakin kompetitif, kapabilitas inovasi perusahaan akan menjamin daya saing perusahaan. (Kasali, 2010) menjelaskan bahwa inovasi adalah kemampuan untuk melihat sesuatu dengan cara yang baru dan terkadang berbeda. Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi merupakan menciptakan hal-hal baru untuk barang dan jasa atau meningkatkan dari hal-hal yang sudah ada (kinerja yang lebih besar atau nilai yang dipersepsikan) sebagai pilihan strategis organisasi untuk meningkatkan organisasi dan membuatnya lebih kompetitif. Vazquez et al.(2014) menyatakan ada pengaruh signifikan positif antara inovasi dan keunggulan produk. Penelitian yang dilakukan oleh Droge dan Vickrey (1994) menunjukkan bahwa inovasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keunggulan produk.

Proactiveness adalah mencari peluang dan perspektif ke depan, yang ditandai dengan pengenalan pertama produk atau layanan baru dalam persaingan dan tindakan untuk mengantisipasi permintaan di masa mendatang. Proaktif merupakan mengambil antisipasi dan tindakan terhadap kebutuhan dan permintaan pasar di masa depan dan menciptakan keuntungan pertama Lumpkin & Dess (2001). Keuntungan penggerak pertama mengacu pada keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan yang pertama kali menghasilkan produk atau layanan baru, menetapkan identitas merek, memasuki pasar baru, atau mengadopsi teknologi operasi baru (Ferrier, Smith, dan Grimm, 1999). Proaktif adalah arah strategis perusahaan, yang menangkap aspek kewirausahaan tertentu dari gaya pengambilan keputusan, metode dan praktik (Frank, Kessler, dan Fink, 2010). Proaktif mengacu pada pandangan berkelanjutan di mana perusahaan secara aktif mencari antisipasi dan menggunakan peluang untuk mengembangkan dan memperkenalkan produk baru dan menerapkan perubahan pada strategi dan taktik perusahaan yang ada. Proaktif juga mencakup kemampuan untuk menemukan tren pasar masa depan, sambil memastikan keuntungan sebagai penggerak pertama dalam jangka pendek, dan menentukan arah lingkungan pasar dalam jangka panjang (Lumpkin & Morgan 2007). Penelitian yang dilakukan Coulthard (2007) mengatakan bahwa proaktif berpengaruh positif dan signifikan terhadap keunggulan produk, berbeda dengan penelitian (Henderson & Cool 2003) bahwa proaktif tidak berpengaruh terhadap keunggulan produk.

Risk Taking (pengambilan resiko) adalah risiko pengambilan tindakan tegas dengan mengeksplorasi objek yang tidak diketahui, meminjam dalam jumlah besar,

dan mengalokasikan sumber daya besar untuk perusahaan di lingkungan yang tidak pasti. Ketika hasil yang memungkinkan penuh dengan ketidakpastian, mengambil risiko adalah sikap berani, dan Anda dapat menghadapi tantangan dengan mengembangkan atau berpartisipasi dalam strategi bisnis. Menurut Saiman (2014), keberanian mengambil risiko wirausaha merupakan keinginan untuk bertindak bijak meskipun ada rasa malu dan takut. Suryana (2011) mengemukakan bahwa pengusaha harus berani mengambil risiko. Semakin tinggi risikonya, semakin besar pula peluang untung. Sebelum membuat keputusan bisnis, risiko harus diperhitungkan. Karena hasil yang dicapai akan sebanding dengan risiko yang diambil. Mengambil risiko sangat penting untuk mengembangkan mentalitas kewirausahaan (Irlandia, Hitt dan Simon, 2003). Penelitian yang dilakukan oleh Suryana (2014) mengemukakan bahwa pengambilan risiko berdampak signifikan terhadap keunggulan produk. Berbeda dengan penelitian yang dikemukakan oleh Yurtkoru, Acar, dan Teraman (2014), mereka berpendapat bahwa pengambilan risiko tidak berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.

Keunggulan Produk Menurut Kotler dan Keller (2007), merupakan cara bagi perusahaan untuk memenangkan persaingan melalui atribut yang unik atau berbeda, sehingga konsumen dapat melihatnya sebagai produk yang lebih bernilai. Keunggulan produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Hanya perusahaan dengan keunggulan produk yang baik yang dapat berkembang pesat, dan dalam jangka panjang akan lebih sukses dari pada perusahaan lainnya. Navarone (2003) mengemukakan bahwa keunggulan produk merupakan hal mutlak yang harus dijaga perusahaan. Keunggulan produk

disediakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan digunakan sebagai produk yang dibedakan (McNally et al., 2010). Selain itu, dalam persaingan global, teknologi informasi yang semakin berkembang secara dinamis untuk memenuhi kebutuhan pasar, menuntut UMKM untuk memodifikasi produknya supaya mendapatkan keuntungan dalam persaingan tersebut. Hal ini sejalan dengan pernyataan Ferdinand (Ferdinand, 2009) bahwa strategi pemasaran selalu mengupayakan yang terbaik untuk meningkatkan produk guna meningkatkan kinerja bisnis. Untuk meningkatkan kinerja UMKM tidak dapat dilakukan tanpa kemampuan pemilik atau pengusaha dalam melihat persepsi pasar. Buzzell dan Wiersema (1981) menyatakan bahwa keunggulan produk berdampak positif terhadap kinerja bisnis. Calantone dan Cooper (1981) menyatakan bahwa kualitas produk yang sangat baik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.

Kinerja Bisnis adalah hasil yang dicapai oleh organisasi sesuai dengan sasaran yang ingin dicapai, standar kerja yang telah ditetapkan sebelumnya. Prestasi yang dicapai oleh organisasi ditinjau dari berbagai aspek misalnya aspek keuangan, produksi, pemasaran, operasional dan termasuk pertumbuhannya (Hasan, 2017). Menurut Mulyadi (2009), kinerja merupakan hasil dari keberhasilan pencapaian tujuan strategis perusahaan dan transformasi tujuan strategis perusahaan menjadi hasil yang dapat menjadikan misi, visi, keyakinan dasar, nilai-nilai dasar, dan strategi perusahaan berhasil. Moehariono (2012) mengemukakan bahwa kinerja merupakan gambaran tingkat realisasi rencana kegiatan atau implementasi kebijakan yang dituangkan dalam rencana strategis organisasi untuk mencapai

tujuan, sasaran, visi dan misi organisasi. Menurut definisi kinerja Chaizi Nasucha (2004), kinerja adalah suatu organisasi yang menjadikan seluruh organisasi efektif, dapat memenuhi kebutuhan masing-masing kelompok dalam hal sistem kegiatan bisnis, dan secara terus menerus meningkatkan kapabilitas organisasi untuk mencapai kebutuhannya secara efektif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kinerja bisnis merupakan hasil atau pencapaian perusahaan dalam kurun waktu tertentu, dan dipengaruhi oleh kegiatan operasional perusahaan yang menggunakan sumber dayanya sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka menarik dilakukan penelitian, dengan judul: **PERAN ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DALAM MENINGKATKAN KEUNGGULAN PRODUK DAN KINERJA BISNIS UMKM KREATIF DI KABUPATEN DEMAK**

### **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang terkait diatas, maka penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: “ Bagaimana meningkatkan Kinerja Bisnis melalui Innovativeness, Proactiveness, Risk Taking dan Keunggulan Produk pada UMKM Kerajinan tangan di Kabupaten Demak”

### **1.3 Pertanyaan peneliti**

Sedangkan pertanyaan Skripsi ini sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh Innovativeness terhadap Keunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?
2. Bagaimana pengaruh Proactiveness terhadap Kunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?

3. Bagaimana pengaruh Risk Taking terhadap Keunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?
4. Bagaimana pengaruh Innovativeness terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?
5. Bagaimana pengaruh Risk Taking terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?
6. Bagaimana pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak?

#### **1.4 Tujuan penelitian**

Sesuai dengan pertanyaan yang diajukan dalam penelitian diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Innovativeness terhadap Keunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.
2. Mengetahui dan menganalisis Proactiveness terhadap Keunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.
3. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Risk Taking terhadap Keunggulan Produk pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.
4. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Innovativeness terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.
5. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Risk Taking terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.
6. Mengetahui dan menganalisis pengaruh Keunggulan Produk terhadap Kinerja Bisnis pada UMKM kerajinan tangan di Kabupaten Demak.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diinginkan bisa memberi manfaatnya untuk seluruh pihak yang diantaranya seperti di bawah ini:

1. Bagi UMKM kerajinan tangan

Penelitian ini diinginkan bisa dipergunakan oleh pemilik UMKM kerajinan tangan untuk bahan pertimbangan serta masukan pada penerapan strategi pemasaran yang kreatif dalam usaha meningkatkan kinerjanya, terkait Innovativeness, Proactiveness, Risk Taking dan Keunggulan Produk

2. Bagi penulis

Penelitian ini diinginkan bisa memperbanyak pengetahuan serta melatih kemampuan penulis untuk menganalisis persoalan atas dasar teori yang telah didapatkan pada perkuliahan yang ada

3. Bagi Khasanah Ilmu pengetahuan

Penelitian ini diinginkan bisa memperbanyak pengetahuan guna memahami disiplin ilmu pemasaran dalam meningkatkan kinerja bisnis sebagai bahan penunjang guna penelitian yang akan datang.