

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, persaingan dunia bisnis usaha kecil semakin ketat dengan ditandai oleh banyaknya usaha-usaha yang bermunculan yang bergerak dalam jenis usaha yang sama. Usaha-usaha kecil tersebut saling berlomba dalam merebut pangsa pasar agar dapat mempertahankan konsumennya agar tidak berpaling kepada pesaing yang sama dari pengusaha yang berbeda. Persaingan usaha yang ketat usaha kecil dituntut untuk mampu melakukan proses manajemen usaha yang produktif dan seefisien mungkin, serta dapat menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan preferensi pasar dengan standar kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing. Usaha kecil tidak cukup hanya memiliki keunggulan bersaing, usaha kecil dituntut pula untuk menghasilkan produk yang memiliki daya saing yang tinggi antara lain dengan kriteria: (1) Produk yang dijual tersedia secara teratur dan sinambung, (2) produk yang dijual harus memiliki kualitas yang baik dan seragam, (3) variasi produk harus dapat disediakan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pasar.

Orientasi kewirausahaan merupakan suatu konstruk yang mengintegrasikan kewirausahaan dan manajemen strategik. Manajemen strategik menghendaki agar perusahaan memiliki dan mengeksploitasi keunggulan bersaing dalam konteks lingkungan tertentu, pada saat yang sama, kewirausahaan giat berusaha mencari keunggulan bersaing melalui

produk , proses, dan inovasi pasar (Kuratko dan Audretsch,2009). Menurut Risnawati dan Noermijati (2008), orientasi kewirausahaan merupakan orientasi strategi perusahaan dalam berwirausaha untuk memperoleh keunggulan yang kompetitif dengan indikator : pengambilan keputusan, praktek dan metode. Sedangkan menurut Ginsberg dalam Isa (2011), pengertian orientasi kewirausahaan sebagai kecenderungan individu untuk melakukan inovasi, proaktif dan mau mengambil resiko untuk memulai atau mengelola usaha.

Kemampuan inovasi berhubungan dengan persepsi dan aktivitas terhadap aktivitas-aktivitas bisnis yang baru dan unik Kemampuan berinovasi adalah titik penting dari kewirausahaan dan esensi dari karakteristik kewirausahaan. Beberapa hasil penelitian dan literatur kewirausahaan menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan lebih signifikan mempunyai kemampuan inovasi daripada yang tidak memiliki kemampuan dalam kewirausahaan. Proaktifitas seseorang untuk berusaha berprestasi merupakan petunjuk lain dari aplikasi atas orientasi kewirausahaan secara pribadi. Demikian pula bila suatu perusahaan menekankan proaktifitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktifitas kewirausahaan yang akan secara otomatis mendorong tingginya kinerja (Weerawardena, 2003;424).

Perusahaan dengan aktifitas kewirausahaan yang tinggi berarti tampak dari tingginya semangat yang tidak pernah padam karena hambatan, rintangan, dan tantangan. Sikap aktif dan dinamis adalah kata kuncinya. Seseorang yang berani mengambil risiko dapat didefinisikan sebagai seseorang yang berorientasi pada peluang dalam ketidakpastian

konteks pengambilan keputusan. Hambatan risiko merupakan faktor kunci yang membedakan perusahaan dengan jiwa wirausaha dan tidak. Fungsi utama dari tingginya orientasi kewirausahaan adalah bagaimana melibatkan pengukuran risiko dan pengambilan risiko secara optimal (Looy et al. 2003).

Sedangkan dalam keunggulan bersaing merupakan strategi keuntungan dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk berkompetisi lebih efektif dalam pasar. Perusahaan mengalami keunggulan bersaing ketika tindakan-tindakan dalam suatu industri atau pasar menciptakan nilai ekonomi dan ketika beberapa perusahaan yang bersaing terlibat dalam tindakan serupa (Barney,2010:9). Keunggulan bersaing diharapkan mampu untuk mencapai laba sesuai rencana, meningkatkan pangsa pasar, meningkatkan kepuasan pelanggan, serta melanjutkan kelangsungan hidup suatu usaha (Saiman,2014:128).

Kecamatan Tanggulangin merupakan industri pembuatan tas maupun koper yang dikenal luas oleh banyak orang dan tetap eksis hingga saat ini. Bila melihat dari kaca mata sejarah, cikal bakal lahirnya sentra industri Tanggulangin bermula pada tahun 1939 ketika sekelompok orang memulai pembuatan tas dan koper untuk di jual ke masyarakat sekitar. Dan pada tahun 1976 sentra industri Tanggulangin memulai babak baru, yang ditandai dengan lahirnya Koperasi Industri Tas dan Koper atau lebih dikenal dengan sebutan INTAKO. Pada tahun 1780-an INTAKO sempat menjadi salah satu ikon pariwisata Sidoarjo, orang-orang pada saat itu telah menjadikan INTAKO sebagai surganya tempat mencari berbagai macam tas, dompet, koper, ikat pinggang dan sepatu yang terbuat dari bahan kulit asli. Tak heran pada masa kejayaan produk-produk dari Tanggulangin ini sudah

terkenal ke mancanegara seperti Jepang, Itali, Amerika, China, Saudi dan sebagainya. Pencapaian itu di dapat karena apa yang memang ditawarkan INTAKO telah menjadi bahan pertimbangan banyak orang, baik dinilai dari segi kualitas dan harga yang ditawarkan. Seiring berjalannya waktu jumlah anggota INTAKO pada 2017 yang dilansir oleh JawaPos telah mencapai 400 unit Usaha Kecil Menengah, dan pada belakangan ini anggota INTAKO sekarang sudah mencapai 600 unit (sumber: kompasiana.com). Setelah masa kejayaan Industri Tas/Koper ini mengalami masa keterpurukan. Ketika Indonesia dilanda krisis moneter, globalisasi, perkembangan teknologi informasi yang berkembang dengan cepat serta bencana lumpur Lapindo. Saat itu telah mengakibatkan beberapa infrastruktur serta akses ke lokasi ini terputus, hal ini menjadi masalah besar yang membuat industri ini semakin hari semakin matisuri.

Dalam hal ini peneliti ingin menggali lebih dalam mengenai ruang lingkup industri Tas/Koper yang berada di Kecamatan Tanggulangin pada UMKM MCH, yang mana peneliti mengambil judul **“Orientasi Kewirausahaan dan Strategi Bisnis Terhadap Keunggulan Bersaing Pada Tas/Koper di Kecamatan Tanggulangin (Studi Kasus Pada UMKM MCH)”**. Peneliti ingin mengetahui tentang orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis di industri Tas/Koper yang dilakukan oleh UMKM MCH yang memiliki persaingan sempurna dalam meningkatkan keunggulan bersaing.

Dari banyaknya industri Tas/Koper di Kecamatan Tanggulangin, sebelumnya peneliti sudah mengajukan proposal di beberapa UMKM. Namun hanya satu UMKM yang memberi respon positif untuk dijadikan sebagai objek penelitian, yaitu UMKM MCH.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui tentang orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis. Strategi bisnis yang dilakukan UMKM MCH yang berada di Jl. Raya Kludan No. 38 RT. 01 RW 02 Tanggulangin – Sidoarjo pada saat pandemi guna untuk meningkatkan keunggulan bersaing di perindustrian Tas/Koper.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana orientasi kewirausahaan berperan penting terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin?
2. Apa faktor pendukung dalam orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin?
3. Apa faktor penghambat dalam orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin?
4. Apakah strategi bisnis berperan penting terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tujuan dari penelitian ini untuk menjawab semua pertanyaan yang telah diidentifikasi pada masalah. Dan tujuan dari penelitian ini antara lain:

1. Menganalisis apakah orientasi kewirausahaan berperan penting terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper di Kecamatan Tanggulangin.
2. Menganalisis apa faktor pendukung dalam orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin.
3. Menganalisis apa faktor penghambat dalam orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper UMKM MCH di Kecamatan Tanggulangin.
4. Menganalisis apakah strategi bisnis berperan penting terhadap keunggulan bersaing pada industri Tas/Koper Tanggulangin.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini meliputi sebagai berikut

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan mengenai orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan serta wawasan kepada masyarakat akan pentingnya orientasi kewirausahaan dan strategi bisnis terhadap keunggulan bersaing.