

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Ekonomi merupakan aspek penting dalam kehidupan sehari-hari. Ekonomi termasuk bagian integral dalam kehidupan manusia. Untuk menjaga stabilitas kehidupan negara dan bangsa, ekonomi memiliki peranan penting. Taraf pertumbuhan dan perkembangan suatu negara dapat ditinjau dari indikator ekonominya (Kusdiana, 2021).

Indonesia merupakan negara kepulauan dengan sistem budaya kepulauan yang beragam. Dengan begitu banyak kearifan lokal di dalamnya. Dalam konteks sumber daya alam yang semakin menipis dan upaya pemberdayaan masyarakat yang kompleks, saat ini di Indonesia kearifan lokal menjadi topik pembahasan yang menarik (Darusman, 2016). Kearifan lokal disebut sebagai langkah strategis dalam menjawab permasalahan sehari-hari warga setempat guna meningkatkan kualitas hidup mereka (Samodro, 2018).

Sejalan dengan arahan UU Perindustrian No. 3 Tahun 2014, yang menyebutkan bahwa pembangunan nasional di bidang ekonomi dilakukan untuk mewujudkan struktur ekonomi yang kokoh melalui pembangunan industri maju sebagai penggerak ekonomi yang didukung oleh kekuatan dan ketahanan sumber daya. Salah satu cara pemerintah untuk mencapai kesejahteraan penduduk dan mengatasi masalah kependudukan adalah dengan mengembangkan dan memberdayakan industri (Shafira et al., 2021). Sektor industri merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian, hal tersebut dikarenakan sektor industri mampu meningkatkan sumber pendapatan dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan menciptakan lapangan pekerjaan. Ekonomi kreatif adalah kerangka teoritis kreativitas berbasis modal yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan kemakmuran ekonomi (Fitriana, 2014).

Tabel 1. 1 Distribusi Persentase PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen), 2019-2021

Lapangan Usaha	Distribusi Persentase PDRB Atas Dasar Harga Berlaku Menurut Lapangan Usaha (Persen)		
	2019	2020	2021
Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	15,45	15,93	15,20
Pertambangan dan Penggalian	1,06	1,06	1,12
Industri Pengolahan	20,50	20,55	20,50
Pengadaan Listrik dan Gas	0,21	0,19	0,21
Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	0,10	0,11	0,12
Konstruksi	11,46	10,92	11,39
Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	15,42	14,53	14,95
Transportasi dan Pergudangan	8,47	8,30	8,10
Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	3,48	3,16	3,06
Informasi dan Komunikasi	2,29	2,96	2,77
Jasa Keuangan dan Asuransi	3,80	3,89	4,04
Real Estat	2,30	2,39	2,48
Jasa Perusahaan	0,91	0,84	0,86
Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	3,06	3,01	3,26
Jasa Pendidikan	5,79	6,48	6,33
Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	2,03	2,06	2,14
Jasa lainnya	3,67	3,62	3,47
PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO	100,00	100,00	100,00

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon

Berdasarkan tabel 1.1 terlihat bahwa sektor industri pengolahan memberikan kontribusi terbesar terhadap Produk Domestik Regional Bruto

(PDRB) dari tahun 2019 hingga 2021, masing-masing sebesar 20,50%, 20,55%, dan 20,50%.

UMKM merupakan perekonomian kerakyatan yang berbasis kearifan lokal, dan kehadirannya dapat menjadi tumpuan pertumbuhan ekonomi Indonesia (Rosmadi, 2019). UMKM memainkan fungsi strategis yang sangat penting yang dapat dilihat dari berbagai sudut (Polandos et al., 2019). Usaha Mikro Kecil dan Menengah merupakan sektor ekonomi yang menjanjikan yang dapat membantu ekonomi lokal tumbuh dan berkembang. UMKM juga berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat karena dapat memperkerjakan masyarakat. UKM di Jawa Barat memiliki fokus yang kuat pada pembangunan ekonomi, khususnya lapangan kerja dan pembentukan PDRB Jawa Barat. Menurut Badan Pusat Statistik, jumlah UKM di Jawa Barat adalah 8.214.262 unit, dengan 138 UMKM tersebut tersebar di lima wilayah berbeda yaitu Cirebon, Bogor, Priangan Timur dan Barat, serta Purwakarta.

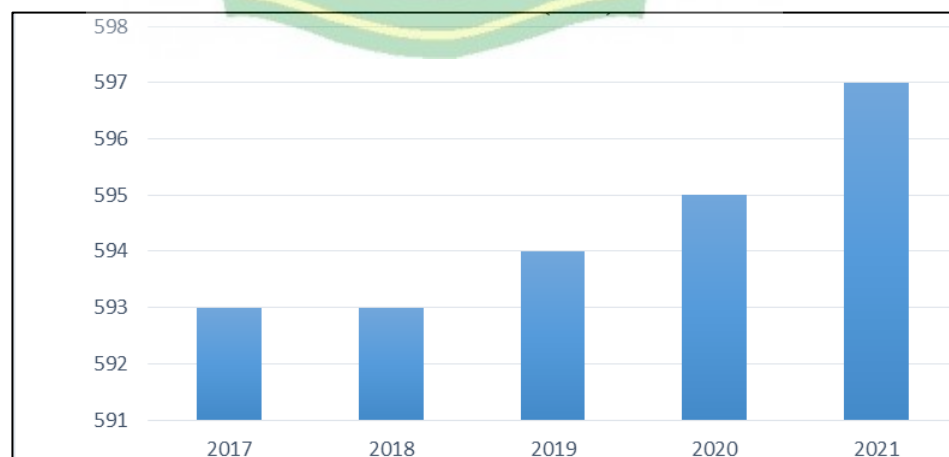
Indonesia adalah bangsa yang terkenal dengan keragaman seni dan budayanya. Salah satu item yang paling populer adalah batik. Di Pulau Jawa terdapat banyak daerah pembuatan batik, terutama di provinsi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur. Batik hanya dikenal luas di kalangan masyarakat keraton dan digunakan untuk acara resmi seperti pernikahan dan pemakaman, padahal hingga saat ini batik telah menjadi simbol pakaian nasional Indonesia (Shintia, 2012). Saat ini, setiap kabupaten di Indonesia secara merata memperluas industri batiknya sesuai dengan peraturan daerah setempat (Wibowo et al., 2019). Pemerintah menggunakan beberapa strategi untuk membantu perekonomian dan kesejahteraan rakyat Indonesia. Salah satu cara utama adalah dengan memperluas sektor industri. Dalam situasi ini, peran pemerintah dalam mendorong industri kreatif batik masuk ke pasar Internasional cukup penting.

Tabel 1. 2 Jumlah Perusahaan Industri Menurut Jenis Komoditi Unggulan di Kabupaten Cirebon (Unit), 2017 – 2021

Komoditi Unggulan	2017	2018	2019	2020	2021
Kerajinan Rotan	1,398	1,408	1,478	1,480	1,502
Meubeul Kayu	1,255	1,257	1,384	1,407	1,428
Roti dan Makanan Ringan	775	782	878	886	899
Konveksi	626	626	659	678	688
Batik	593	593	594	595	597
Batu Alam	347	247	347	347	271
Emping Melinjo	166	166	166	166	167
Sandal Karet	22	22	23	23	23
Kerajinan Kulit Kerang	8	8	8	8	8

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Cirebon (Data diolah)

Batik merupakan salah satu kategori produk yang paling populer di Kabupaten Cirebon. Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa jumlah industri batik pada tahun 2017 – 2018 sebanyak 593 unit, dan pada tahun 2019 mengalami kenaikan dengan jumlah sebanyak 594 unit, tahun 2020 sebanyak 595 unit, dan tahun 2021 sebanyak 597 unit. Berikut ini grafik perkembangan



jumlah industri batik tahun 2017 – 2021 (Unit).

Gambar 1. 1 Perkembangan Jumlah Industri Batik Tahun 2017 – 2021 (Unit)

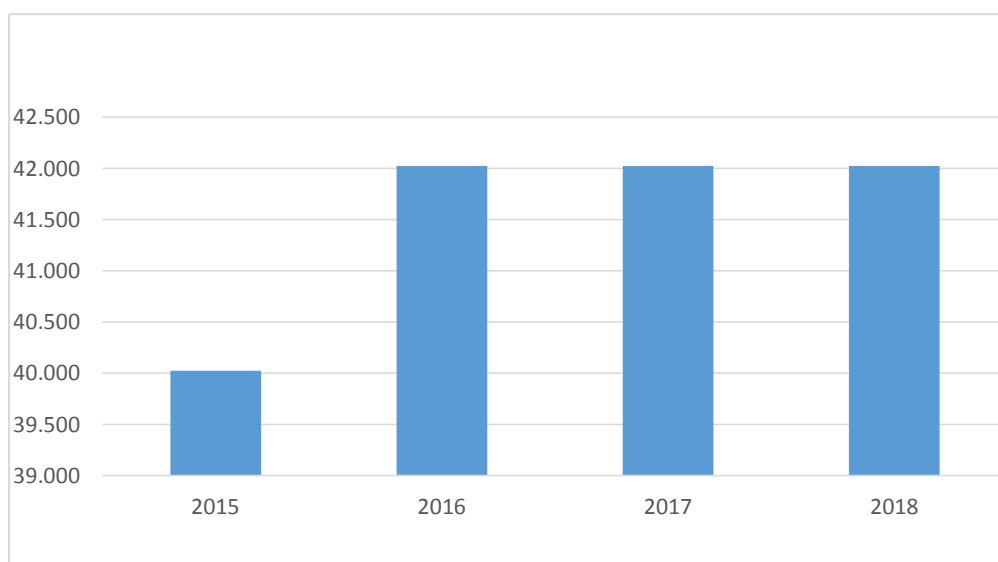
Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan grafik di atas dapat disimpulkan bahwa jumlah industri batik di Kabupaten Cirebon selama 5 tahun terakhir mengalami peningkatan namun tidak begitu signifikan, karena pada tahun 2017 dan 2018 tidak mengalami peningkatan, dan pada tahun 2019 dan 2020 hanya meningkat sebanyak 1 unit per tahunnya, adapun pada tahun 2021 meningkat sebanyak 2 unit dalam setahun.

Batik merupakan kerajinan masyarakat yang berkembang dari waktu ke waktu yang menjadi ciri khas, keunikan, kekayaan, dan corak budaya yang harus dilestarikan dan dikembangkan (Djawahir, 2019). Salah satu warisan budaya nasional Indonesia yang diakui oleh UNESCO adalah batik. Oleh sebab itu, pengembangan batik di setiap wilayah perlu didorong berdasarkan kebijakan dan keunikan budayanya masing-masing (Istiqomah et al., 2020).

Cirebon merupakan daerah yang memiliki nilai kearifan lokal yang tinggi. Salah satu contohnya adalah batik, daerah ini menjadi salah satu penghasil batik terbesar di Jawa Barat. Di desa Trusmi dapat ditemukan sentra pembuatan batik Cirebon. Ki Buyut Trusmi memulai industri batik di wilayah Trusmi. Batik Cirebon memiliki corak yang beragam dari segi visual. Hal ini dikarenakan batik Cirebon banyak dipengaruhi oleh bangsa asing seperti Cina, India (mitologi Hindu), dan Arab (dunia Islam). Hal ini didasarkan pada pola Wadasan dan hiasan motif awan (mega mendung) yang menjadi simbol batik Cirebon (Khairunnisa, Alfaza, Fadhillah & Prastika, 2021).

Desa Trusmi adalah sebuah desa kecil di kecamatan Plered. Jarak antara desa ini dengan pusat Kota Cirebon sekitar 4 km. Di desa inilah batik Cirebonan lahir. Di desa ini, terdapat sekitar 3000 orang bekerja sebagai buruh kelas menengah di industri batik. Batik Trusmi sudah ada sejak abad ke-4. Di



suatu daerah yang pada saat itu terdapat banyak tumbuhan, penduduk setempat kemudian menebang tumbuhan tersebut namun secara seketika tumbuhan itu tumbuh kembali. Oleh karena itu, kawasan tersebut dikenal dengan nama desa Trusmi, yang berasal frasa “*terus bersemi*” (Kurniawan & Sutapa, 2020).

Gambar 1. 2 Kapasitas Produksi Industri Batik Menurut Jenis Komoditi Unggulan di Kabupaten Cirebon, 2015 - 2018

Sumber: Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kabupaten Cirebon (Data diolah)

Berdasarkan gambar 1.2 di atas terlihat bahwa kapasitas produksi industri batik pada tahun 2015 sebanyak 40.023 kodi dan pada tahun 2016 – 2018 sebanyak 42.024 kodi dan tidak mengalami peningkatan per tahunnya. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kinerja usaha batik masih kurang maksimal. Selain data tersebut, peneliti juga telah melakukan kegiatan pra survei, berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan peneliti dengan cara wawancara secara informal kepada beberapa pelaku UMKM Batik di desa Trusmi menyatakan bahwasanya penjualan mereka dalam beberapa tahun terakhir mengalami fluktuasi. Hal ini dapat disimpulkan bahwa kinerja usaha batik di desa Trusmi dikatakan masih belum baik.

Kinerja adalah tingkat efektivitas dan efisiensi usaha organisasi untuk mencapai tujuan organisasi. Peran seorang wirausaha dalam menjalankan usahanya sangat penting karena mempengaruhi keberhasilan kinerjanya (Wulaningtyas, 2018). Keberhasilan dalam mengelola penjualan merupakan salah satu tolak ukur dalam menilai sebuah kinerja bisnis yang dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan tujuan penjualan guna mengantisipasi penyesalan pelanggan. Untuk mengatasi masalah ini, organisasi perlu mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pasar sehingga berhasil memasuki pasar yang semakin global dengan barang-barang impor.

Kontribusi agregat UKM yang besar belum mampu meningkatkan kinerja UKM Indonesia di pasar domestik maupun internasional (Wardi, Susanto & Abdulah, 2017). Hal ini disebabkan oleh beberapa hal, termasuk kenyataan

bahwa bisnis di Indonesia kurang memiliki pola pikir yang giat dalam mengembangkan produk baru. Tantangan penciptaan produk disebabkan oleh kurangnya keahlian bisnis, pendanaan, dan kesulitan dalam memanfaatkan teknologi (Jones, 2013; Stevenson, 2010). Kelemahan ini tidak hanya mempengaruhi pertumbuhan kinerja UKM tetapi juga melemahkan daya saing UKM pada suatu provinsi (Lantu et al., 2016).

Dari perspektif individu, tantangan utama yang dihadapi oleh para pelaku UMKM diantaranya adalah pengetahuan tentang bisnis yang rendah, masih takut dalam menjalankan usaha, dan tingkat inovasi yang rendah dalam operasi usaha. Selain itu, para UMKM juga memiliki pemahaman yang kurang baik tentang nilai dan karakteristik pesaing, sehingga akan berdampak pada perkembangan usahanya (Elvina, 2020). Menurut penelitian Kuncoro (2006), dibandingkan dengan negara lain, UMKM di Indonesia masih memiliki orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan yang rendah. Aspek orientasi pasar dan orientasi kewirausahaan merupakan faktor penting dalam upaya peningkatan kinerja UMKM menurut perspektif kewirausahaan (Mustari, Arisah, Thaief, Fatmawati & Hasan, 2021).

Untuk memahami keadaan pasar dan membuat rencana produk dan layanan yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan konsumen, sangat penting bagi perusahaan untuk menerapkan orientasi pasar (Oscarius, 2020). Banyak sekali peneliti yang melakukan penelitian mengenai pengaruh orientasi pasar terhadap kinerja usaha. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yasa et al (2018) menyatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap inovasi produk dan kinerja UKM. Pendapat tersebut diperkuat lagi oleh Astuti (2021), yang menyatakan bahwa orientasi pasar merupakan instrumen yang dapat mendukung kinerja UKM kreatif, baik secara langsung maupun melalui inovasi produk. Selain dari beberapa penelitian di atas yang mengatakan bahwa orientasi pasar berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja UKM, ada juga beberapa penelitian yang mengatakan sebaliknya. Penelitian yang dilakukan oleh Sari (2020) menunjukkan bahwa orientasi pasar tidak mempengaruhi inovasi produk.

Selama beberapa dekade, orientasi kewirausahaan dan kaitannya dengan kinerja bisnis telah menjadi topik hangat untuk penelitian akademik. Peningkatan orientasi kewirausahaan akan mengarah pada peningkatan kinerja bisnis (Octavia & Sriayudha, 2020). Orientasi kewirausahaan merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengembangan usaha, yang dapat dilihat dari perilaku inovatif, proaktif dan berani mengambil resiko dari pemilik dan pengelola usaha dalam menjalankan usaha (Huda & Maharani, 2020). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Shaher & Ali (2020) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki peran vital dalam inovasi kinerja, yang akibatnya mempengaruhi kinerja UKM. Pendapat tersebut diperkuat lagi dari Penelitian yang dilakukan oleh Ryadi & Yasa (2016) menunjukkan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kemampuan inovasi dan kinerja produk UMKM. Pendapat tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Feranita & Setiawan (2019) yang menyatakan bahwa orientasi kewirausahaan tidak mampu mempengaruhi kinerja usaha.

Di era globalisasi ini, teknologi informasi terus berkembang. Hampir semua kegiatan dilakukan dengan menggunakan teknologi informasi. Segala sesuatu lebih mudah diakses melalui internet, dan kemajuan teknologi informasi dapat membuat pekerjaan menjadi lebih sederhana dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi secara efektif dapat meningkatkan kinerja UMKM. Adopsi teknologi adalah sumber kekuatan, dan setiap bisnis memiliki keunggulan kompetitif yang mereka definisikan sebagai faktor yang mengarahkan konsekuensi menuju kesuksesan bisnis. (Andini et al, 2021). Penelitian yang dilakukan oleh Miyanto (2021) yang menunjukkan bahwa teknologi informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja UMKM baik secara parsial maupun simultan.

Inovasi telah diidentifikasi sebagai salah satu faktor terpenting yang berpengaruh terhadap kinerja usaha. Berbagai tugas inovatif yang mampu dilakukan oleh pemilik bisnis telah meningkatkan efisiensi pekerjaan mereka. Bisnis yang berinovasi mampu melakukan lebih dari sekadar meningkatkan kinerja, akan tetapi mereka juga mampu mendukung inisiatif tertentu dalam

mengatasi masalah yang terus ada dalam industri yang terus berkembang (Lianto et al, 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Teneka & Hasin (2022) menyatakan bahwa kinerja UKM dipengaruhi oleh inovasi produk. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Manahera et al (2018) yang menyatakan bahwa inovasi produk tidak mampu mempengaruhi kinerja pemasaran.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH ORIENTASI PASAR, ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN DAN PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI TERHADAP KINERJA UMKM MELALUI INOVASI PRODUK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING** (Survey Pada Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon)”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja industri batik Desa Trusmi masih kurang maksimal.
2. UMKM di Indonesia masih memiliki orientasi kewirausahaan dan orientasi pasar yang rendah dibandingkan dengan negara lain.
3. Kemampuan kewirausahaan (*entrepreneurism*) pelaku UKM masih rendah dalam melakukan inovasi produk. Tantangan inovasi produk yang disebabkan karena kurangnya pengalaman berwirausaha, pembiayaan, dan kesulitan memanfaatkan teknologi.
4. Rendahnya pengetahuan para pelaku UMKM tentang bisnis dan rendahnya keberanian dalam menjalankan usaha.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun batasan masalah yang akan diteliti antaranya:

1. Objek penelitian yang akan dianalisa hanya difokuskan pada Kinerja UMKM Sektor Industri Batik di Desa Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon.

2. Subjek yang akan diteliti hanya difokuskan pada UMKM Sektor Industri Batik di Desa Trusmi Kecamatan Plered Kabupaten Cirebon.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat ditentukan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon?
2. Apakah Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Inovasi Produk pada UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon?
3. Apakah Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon?
4. Apakah Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi berpengaruh terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon melalui Inovasi Produk?

E. Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Inovasi Produk pada UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon melalui Inovasi Produk.

F. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Praktis

- 1) Dapat dijadikan sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi para pelaku UMKM Batik di Desa Trusmi dalam menerapkan orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan pemanfaatan teknologi informasi agar diperoleh kinerja usaha yang lebih baik.
- 2) Untuk memperkaya khasanah ilmu bagi pembaca, baik mahasiswa maupun masyarakat secara umum tentang Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon).
- 3) Dapat digunakan sebagai dasar pengetahuan dalam kegiatan penelitian berikutnya bagi mahasiswa dan masyarakat yang akan meneliti mengenai Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening (Survey Pada Sektor Industri Batik Trusmi Cirebon).

b. Manfaat Teoritis

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan untuk pengembangan wawasan dan kajian lebih lanjut bagi yang ingin mengetahui dan memperdalam tentang masalah yang dihadapi pada era globalisasi sekarang.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi atas masalah yang berkaitan dengan kemajuan daerah dalam dunia usaha.

G. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TELAAH PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori tentang kinerja UMKM, orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, pemanfaatan teknologi informasi, dan

inovasi produk. Selain itu di bab ini juga berisi penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan waktu dan tempat penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, variabel penelitian, instrumen penelitian, dan metode analisis data.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini berisi gambaran umum lokasi penelitian, analisis dari hasil pengolahan data dan pembahasan mengenai Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Kewirausahaan, dan Pemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja UMKM Sektor Industri Batik Melalui Inovasi Produk Sebagai Variabel Intervening.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisikan beberapa kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini, dan saran-saran yang ditujukan untuk pelaku usaha maupun penelitian berikutnya.

