

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia memiliki banyak potensi untuk meningkatkan perekonomian baik pusat ataupun daerah. Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu distributor produk lokal tersebut. Potensi lokal bisa dikembangkan atau dijual ke pasar nasional ataupun internasional sehingga mampu untuk meningkatkan devisa negara. Wabah COVID-19 sebagai pandemi dunia setelah diumumkan oleh WHO atau Badan Kesehatan Dunia dan penyebarannya yang begitu cepat menciptakan COVID-19 sebagai topik utama di penjuru dunia. COVID-19 sudah mulai menyebar di Indonesia pada awal tahun 2020 dan rakyat yang terjangkit virus COVID-19 ini jumlahnya semakin hari semakin banyak. Wabah COVID-19 ini berdampak pada perekonomian khususnya bagi pelaku atau pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di Indonesia.

Menurut Wuisang et al. (2019) UMKM merupakan pemain utama dalam pembangunan di Indonesia. UMKM mampu untuk menyerap tenaga kerja sehingga mengurangi pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan mengurangi ketimpangan pendapatan. Dalam perkembangan pengelolaan perusahaan kontemporer, peran jejaring bisnis sangat penting dalam meningkatkan kinerja bisnis suatu perusahaan. Jejaring bisnis tersebut berperan dalam menciptakan permintaan maupun membentuk suatu pola kebiasaan interaksi antar perusahaan. Besarnya peran orientasi kewirausahaan,

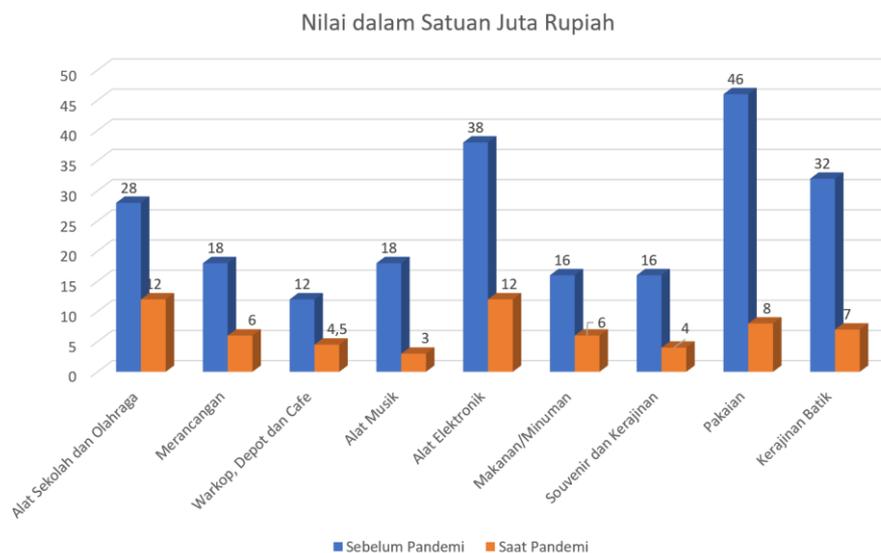
pembelajaran organisasional, dan inovasi dalam meningkatkan kinerja perusahaan, akan sangat ditentukan oleh kemampuan kewirausahaan dalam membangun modal sosial dan beradaptasi dengan perubahan lingkungan. Modal sosial diartikan secara luas sebagai sumberdaya yang diperoleh para pelaku atas ketentramannya dalam jaringan hubungan. Kebersamaan, kejujuran, egaliter, dan kepercayaan yang dikembangkan dalam modal sosial akan memperkokoh jejaring antar pengusaha. Modal sosial diketahui mempengaruhi secara langsung dengan memberikan akses ke informasi, modal keuangan, dukungan emosional, legimitasi serta kemampuan bersaing dari para kewirausahaan.

Kelemahan dalam membangun kerjasama menunjukkan bahwa para pengusaha masih kurangnya kemampuan mengembangkan modal sosial dan entrepreneurship, sehingga perusahaan kesulitan membangun kompetensi inti berbasis hubungan relasional tersebut. Dalam jangka panjang, kelemahan tersebut akan berdampak pada ketidakmampuan perusahaan dalam meningkatkan kinerja organisasi dan membangun keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Organisasi maupun perusahaan yang tidak menerapkan modal sosial akan mengalami kesulitan dalam pembelajaran organisasional yang baik, dan juga akan kurang mampu dalam melakukan inovasi. Perusahaan sering menerapkan kemampuan berinovasi rendah akan cenderung memiliki kinerja organisasi yang lebih rendah dibanding perusahaan memiliki kemampuan berinovasi yang tinggi.

Dalam bidang penelitian entrepreneurship, orientasi kewirausahaan telah menjadi konstruk yang penting. Menurut Wolf James dan Timothy L Pett, 2006 proposisi yang mendasari bagi pentingnya orientasi kewirausahaan adalah bahwa perusahaan-perusahaan dengan tingkat karakteristik kewirausahaan yang lebih tinggi kemungkinannya memiliki tingkat kinerja dan pertumbuhan yang lebih tinggi, karena mampu menghadapi dinamika lingkungan secara lebih sukses. Namun sifat hubungan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja masih belum konsisten (Lee dan Badri, 2007). Covin dan Slevin (2006) dalam penelitiannya telah menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara orientasi kewirausahaan dengan kinerja perusahaan baik pada perusahaan besar maupun UKM.

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) yang terdampak karena adanya wabah COVID-19 ini salah satunya adalah para pengusaha di Sidoarjo. Pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Sidoarjo juga merasakan dampak parah pandemi COVID-19 karena keterbatasan, tempat tertutup, dan jarak sosial, banyak dari mereka tidak dapat membuka usaha seperti sebelumnya. Bambang Wahyuono mengungkapkan Hipmikindo Jatim sendiri memiliki 2.000 anggota UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), dan secara umum penjualannya turun 70-100%. Penurunan penjualan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) juga merupakan bagian dari penutupan Pusat Oleh-oleh yang 95% produknya berupa camilan dan souvenir. Walaupun sentra oleh-oleh tutup, perusahaan kecil dan menengah berusaha mencari cara untuk meningkatkan omzetnya. (JawaPos.com, 23 Desember 2021)

Gambar 1.1 Perbandingan Omzet Penjualan Saat dan Sebelum Pandemi



*Sumber : Website Dinas Koperasi dan Usaha Mikro Kabupaten Sidoarjo*

Gambar di atas menunjukkan penurunan omzet penjualan dalam rentang waktu 3 (tiga) bulan yang sangat drastis, contohnya seperti yang dialami oleh UMKM souvenir dan kerajinan pada saat sebelum pandemi hingga bulan Februari 2020, omzet penjualan dapat mencapai 16 juta rupiah. Kemudian dari bulan Februari 2020 sampai dengan bulan Mei 2020, omzet penjualan mengalami penurunan, hanya mendapatkan 4 juta rupiah.

Dalam sebulan terakhir ini, UMKM Jatim mau tidak mau akhirnya belajar untuk menjual produknya secara online. Setidaknya 80-100 persen UMKM beralih ke online, baik melalui media sosial Instagram, Facebook dan Whatsapp Group, terutama untuk produk fashion, aksesoris dan makanan minuman.

Di Sidoarjo, terdapat satu desa sentra UMKM Souvenir dan Kerajinan yang terletak di Desa Kedensari. Sentra UMKM Souvenir dan Kerajinan yang

ada di Desa Kedensari ini menjual berbagai macam Souvenir dan Kerajinan yang terbuat dari Kulit mulai dari tas, sepatu, koper dan lain - lain. Menurut data yang diperoleh oleh peneliti , diketahui bahwa UMKM Souvenir dan Kerajinan yang ada di Desa Kedensari saat ini sedang mengalami fluktuasi penjualan yang berdampak pada kinerja organisasi.

**Tabel 1.1 Data Penjualan UMKM Souvenir dan Kerajinan di Desa Kedensari Tahun 2019-2021**

<b>Tahun</b>	<b>Target</b>	<b>Penjualan Rata-Rata</b>	<b>Persentase</b>
2019	2500	2650	106%
	2500	2700	108%
2020	2500	400	16%
	1500	365	24%
2021	1500	600	40%
	1500	750	50%

*Sumber : Data Penjualan UMKM di Desa Kedensari*

Dilihat pada tabel penjualan tersebut pada semester i tahun 2019 penjualan tercatat sebanyak 2650 unit. Pada semester 2 tahun 2019 penjualan tercatat sebanyak 2700 unit. Di tahun 2020 terdapat penurunan penjualan yang cukup signifikan dimana pada semester 1 penjualan tercatat sebanyak 400 unit sementara pada semester 2 penjualan tercatat sebanyak 365 unit. Di tahun 2021 terdapat sedikit kenaikan dimana pada semester 1 penjualan tercatat sebanyak 600 unit, sementara pada semester 2 penjualan tercatat sebanyak 750 unit. Berdasarkan penjelasan yang diberikan pelaku UMKM kepada peneliti, sebelum tahun 2020 dalam satu hari produk yang dijual bisa terjual 12 hingga 15. Memasuki tahun 2020 penjualan menurun secara drastis, dalam sehari

belum tentu 1 produk bisa terjual terkadang dalam 4 hari hanya 1 produk yang terjual.

Menurut (Jayaningrum & Sanawiri, 2018) Orientasi kewirausahaan merupakan kemampuan dalam melakukan kegiatan usaha dengan terus melakukan inovasi, berani menghadapi resiko, dan proaktif agar memperoleh keunggulan bersaing. Dalam berwirausaha aspek orientasi kewirausahaan menjadi hal penting bagi kelangsungan hidup organisasi. Orientasi kewirausahaan UMKM di Desa Kedensari dapat dilihat dari inovasi produk yaitu Kerajinan Kulit, seperti tas, koper, sepatu dan lain - lain. Kerajinan Kulit adalah souvenir atau buah tangan yang diminati semua orang, sehingga target pasar dapat dipasarkan di semua kalangan. Selain itu, pelaku UMKM tidak hanya melakukan promosi dari mulut ke mulut tetapi juga melakukan promosi di media sosial (*instagram, facebook, youtube*). Seorang wirausaha yang mampu menjalankan orientasi kewirausahaan dengan baik juga harus menyusun suatu strategi yang tepat agar mampu menghadapi suatu persaingan pasar.

Pembelajaran organisasional diperlukan oleh UMKM untuk mendapatkan dan mengembangkan informasi, pengetahuan, kapabilitas yang dimiliki dan selanjutnya akan bermanfaat bagi peningkatan penyesuaian terhadap perubahan lingkungan.

Menurut latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara Orientasi Kewirausahaan, Modal Sosial, dan Kinerja Organisasi dari pengusaha UMKM

(Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) souvenir dan kerajinan yang berada di Sidoarjo dengan judul skripsi **ANALISIS ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KINERJA ORGANISASI YANG DIMODERASI OLEH MODAL SOSIAL PADA UMKM SOUVENIR DAN KERAJINAN DI DESA KEDENSARI SIDOARJO**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Kinerja Organisasi pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari Sidoarjo.
2. Apakah Modal Sosial memiliki pengaruh dalam memoderasi Orientasi Kewirausahaan memiliki pengaruh terhadap Kinerja Organisasi pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari Sidoarjo.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin di capai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui pengaruh Modal Sosial dalam memoderasi Orientasi Kewirausahaan terhadap Kinerja Organisasi pada UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) souvenir dan kerajinan di Desa Kedensari Sidoarjo.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini memberikan manfaat yang dapat dirasakan oleh tiga pihak yaitu bagi peneliti, bagi UPN “Veteran” Jawa Timur, dan bagi Pemilik UMKM.

1. Bagi Peneliti

Diharapkan penelitian ini sebagai sarana untuk mengaplikasikan teori yang didapatkan selama berada di bangku perkuliahan. Menambah pengalaman dan sarana latihan dalam memecahkan masalah yang ada di dalam perusahaan sebelum terjun kedalam dunia kerja yang nyata.

2. Bagi UPN “Veteran” Jawa Timur

Diharapkan penelitian ini dapat digunakan oleh semua mahasiswa dan dapat menjadi masukan untuk peneliti di masa yang akan datang.

3. Bagi Pemilik UMKM

Diharapkan dapat memberikan dan menambah wawasan untuk pemilik UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah).