

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dengan pertumbuhan UMKM yang cepat (Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, 2020). Unit usaha UMKM pada 2018 mencapai 99,99% dari total unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 97,0% dari total tenaga kerja. UMKM juga berperan besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, tercermin dari pangsa terhadap pembentukan PDB yang mencapai 61,1% (Bank Indonesia, 2020). Hal ini tidak terlepas dari karakteristik produk UMKM juga menunjukkan fleksibilitas dalam bisnisnya, salah satunya faktor adopsi teknologi digital yang tercermin dari tren digitalisasi pada UMKM. Karakteristik tersebut menjadikan UMKM dapat mendorong kinerja pada sektor yang berkontribusi besar dalam perekonomian dan menyerap banyak tambahan tenaga kerja informal yang berdampak perlambatan ekonomi.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu pendorong terdepan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia. UMKM mampu menciptakan lapangan pekerjaan lebih cepat dibanding sektor usaha besar, (Feranita & Aris, 2018) Perkembangan UMKM di Indonesia meluas ke berbagai provinsi, termasuk provinsi Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan salah satu provinsi dengan jumlah UMKM terbesar di Indonesia (Bank Indonesia, 2020). Kehadiran UMKM di Sumbar telah menarik banyak tenaga kerja dan mendominasi kegiatan ekonomi masyarakat karena pemangku kepentingan UMKM tersebar hingga ke pelosok pedesaan. Ini terutama ditujukan untuk pasar domestik seperti, kuliner, jasa, kerajinan tangan, konveksi, bordir (Sari Surya, 2023).

Pada siaran Pers HM.4.6/103/SET.M.EKON.3/05/2021 Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia menyatakan bahwa Usaha Mikro, Kecil dan

Menengah menjadi pilar penting di Indonesia dalam perekonomian (Limanseto Haryo, 2021). Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting dan strategis bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara. Salah satu peran UMKM yaitu terciptanya investasi nasional, peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional, membuka lapangan pekerjaan, dan penciptaan devisa nasional.

Selain itu karakteristik kinerja UMKM berdampak terhadap pertumbuhan perekonomian. Dampak pertumbuhan ekonomi seperti pertumbuhan penjualan, sumber pendapatan, terciptanya lapangan pekerjaan yang signifikan terhadap pelaku usaha dan karyawan pada UMKM. Kinerja UMKM dapat diukur melalui sejumlah indikator, seperti modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing dan e-commerce. Adapun kinerja merupakan serangkaian kegiatan manajemen yang memberikan gambaran sejauh mana hasil yang sudah dicapai dalam menjalankan tugas dan tanggungjawabnya dalam bentuk akuntabilitas publik, baik berupa keberhasilan atau kekurangan yang terjadi. pencapaian hasil kegiatan yang dimaksud meliputi standar hasil kerja target atau sasaran atau kriteria yang telah ditentukan sejak awal dimulainya usaha(Widjaja et al., 2018). Kinerja juga ditunjukkan dengan bagaimana proses berlangsungnya kegiatan demi mencapai tujuan organisasi. Dalam proses pelaksanaan aktivitas harus dilakukan monitoring, pengukuran kinerja secara periodik untuk mengetahui pencapaian dan kemajuan kinerja dalam mencapai tujuan (Putri et al., 2020).

Dalam mewujudkan peningkatan dan pengembangan kinerja usaha modal atau pembiayaan merupakan faktor yang sangat penting untuk setiap usaha baik skala kecil, menengah, maupun besar. Modal diartikan sebagai dana yang digunakan untuk menghasilkan barang lebih lanjut (Ferdiansyah & Bukhari, 2021). Sebagai sumber daya utama, modal memungkinkan UMKM untuk melakukan investasi, meningkatkan kapasitas produksi, dan mengembangkan inovasi. Modal merupakan faktor yang memegang peranan

penting dalam proses produksi, karena ketika seorang pengusaha ingin mendirikan perusahaan baru atau mengembangkan usaha yang sudah ada maka diperlukan modal yang cukup akan mempengaruhi kelancaran kemajuan usaha sehingga mempengaruhi pendapatan yang diperoleh (Istinganah & Widiyanto, 2020). Akan tetapi dalam mewujudkan peningkatan dan pengembangan sektor UMKM modal adalah mutlak diperlukan dalam menjalankan bisnis. Untuk menjalankan bisnis juga membutuhkan dana pribadi ataupun pinjaman. Dalam pengembangan UMKM keterbatasan dana pribadi adalah dalam batas wajar karena sesuai dengan kapasitas kemampuan yang ada pada setiap pemilik usaha UMKM itu sendiri (Fanteni et al., 2018). Namun modal dan kinerja UMKM tidak hanya bersifat kausal, dimana modal memungkinkan kinerja yang lebih baik, tetapi juga bersifat saling memperkuat, dimana kinerja yang baik dapat menciptakan peluang dan keberhasilan untuk perolehan modal lanjut.

Dalam mendirikan sebuah usaha, tentu kita mengharapkan adanya sebuah keberhasilan. Namun untuk mencapai keberhasilan, diharapkan adanya sebuah kinerja yang baik dari usaha tersebut. Kinerja yang baik yang dimaksud disini yaitu seorang manajer harus mampu merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan usahanya agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kemampuan manajer berkaitan erat dengan kemampuan UMKM untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan lingkungan bisnis. Manajer yang mampu melakukan analisis situasional dengan baik dapat merespon cepat terhadap perubahan trend pasar, regulasi dan persaingan. Kemampuan manajerial merupakan rangkaian pekerjaan kegiatan atau aktivitas yang dilakukan oleh manajer diantaranya mengambil langkah-langkah, persiapan, pengorganisasian, pengaplikasian dan pengawasan serta memiliki keterampilan manajerial diantaranya kekuatan intelektual, keterampilan emosional, kualitas fisik, energi spiritual dan keterampilan teknologi terapan untuk mencapai target yang telah ditentukan. Kemampuan manajerial merupakan kemampuan dari seorang wirausaha dalam

mengelola usahanya, dimana perusahaan tersebut akan berhasil apabila manajemennya baik dan teratur dalam menjalankan fungsi manajemen (Burhanuddin et al., 2021).

Selain itu, kemampuan manajer juga berpengaruh terhadap orientasi pelanggan, dengan kata lain orientasi pelanggan tidak hanya menjadi tanggungjawab departemen pemasaran tetapi juga menjadi bagian dari fungsi manajerial. Manajer yang berorientasi pelanggan tidak hanya fokus pada aspek internal perusahaan tetapi juga melihat ke luar untuk memahami tren pasar, perubahan kebutuhan pelanggan dan harapan konsumen. Orientasi pelanggan adalah pemahaman perusahaan terhadap target sehingga dapat menciptakan superior value kepada mereka secara terus-menerus. Adapun lingkungan pasar saat ini cenderung beralih dari berorientasi produk ke berorientasi pelanggan, pentingnya manajemen pelanggan melalui penciptaan nilai pelanggan yang positif semakin ditekankan (Yeo et al., 2019). Tenaga penjualan yang efektif memainkan peran kunci dalam menciptakan nilai pelanggan yang positif dengan membina hubungan berkelanjutan antara pelanggan dan pelaku usaha. Untuk itu dibutuhkan pemahaman pemasar terhadap keseluruhan rantai nilai konsumen, tidak hanya saat ini tetapi juga dalam perkembangannya seiring dinamika kondisi internal pasar. Melalui orientasi pelanggan perusahaan berusaha memahami pelanggannya sekarang maupun pelanggan potensial di masa depan serta apa yang dapat ditawarkan untuk memuaskan keinginan tersebut sekarang atau di masa depan (Yulianthini & Dewanti, 2023).

Dalam berorientasi pelanggan pelaku usaha juga harus menciptakan keunggulan bersaing dalam memasuki pasar, suatu perusahaan dituntut untuk meningkatkan kemampuan yang ada, kemampuan yang dimaksud adalah kesanggupan untuk mempertahankan pangsa pasar yang dimiliki dan lebih lagi memenangkan pangsa pasar dari pesaing. Keunggulan bersaing harus dimiliki oleh perusahaan atau produk untuk mencapai kinerja dan mencapai kesuksesan. (Manambing et al., 2018). Strategi adalah alat yang

sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing guna untuk memenangkan persaingan dan meningkatkan kinerja. Keunggulan bersaing adalah suatu kemampuan perusahaan untuk meraih keuntungan ekonomis diatas laba yang mampu diraih oleh pesaing di pasar dalam industri yang sama (M.Hoiron,2018). 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. Jika suatu perusahaan tepat memilih strategi untuk menganalisa pasar maka dengan mudah menciptakan keunggulan bersaing dalam pasar tersebut.

Dalam meningkatkan strategi pemasaran *e-commerce* menjadi salah satu alternatif yang dapat dilakukan pelaku usaha. *E-commerce* merupakan suatu teknologi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha untuk melakukan pengembangan usaha melalui pemasaran online. Dimana menurut kementerian usaha kecil menengah republik indonesia (2022) mencatat penggunaan *e-commerce* sudah banyak digunakan oleh pelaku UMKM. Semenjak pelaku usaha menggunakan platform *e-commerce* sebagai media untuk memasarkan, menjual dan mengembangkan usahanya. Dengan memanfaatkan teknologi *e-commerce*, UMKM dapat mengatasi beberapa hambatan tradisional dalam menjalankan bisnis. Penggunaan *e-commerce* juga memberikan kemudahan bagi pelanggan karena dengan menggunakan *e-commerce* pelanggan tidak akan mengalami hambatan waktu. Transaksi jual beli akan lebih cepat karena dilakukan secara online dan hanya memerlukan beberapa klik saja (wahyuni, 2021).

Sesuai dengan gap research pada penelitian ini telah memenuhi unsur orisinalitas dengan terlebih dahulu mencari dan membandingkan antara penelitian yang akan penulis teliti dengan penelitian yang lebih dulu ada dengan memperlihatkan titik beda antara penelitian penulis dan sebelumnya. Berikut hasil perbandingan penelitian yang telah ada sebelumnya

(Ferdiansyah & Bukhari, 2021) menguji pengaruh modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial terhadap kinerja UMKM fashion di Bekasi Utara dengan hasil penelitian modal, *financial knowledge*, teknologi dan media sosial secara parsial dan simultan berpengaruh positif terhadap kinerja umkm.

(Burhanuddin et al., 2021) menguji pengaruh kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku umkm terhadap kinerja umkm di Kabupaten Sinjai dengan hasil penelitian kemampuan manajerial dan pengetahuan akuntansi pelaku umkm berpengaruh dan signifikan terhadap kinerja umkm di Kabupaten Sinjai.

(Yeo et al., 2019) menguji orientasi pelanggan tenaga penjual untuk kinerja di pasar korea kasus : hubungan antara orientasi pelanggan dan penjualan adaptif dengan hasil penelitian berpengaruh positif terhadap kinerja di pasar korea.

(Manaming et al., 2018) menguji analisis pengaruh orientasi pasar dan keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran (studi kasus umkm kuliner tinutuan di Manado) dengan hasil penelitian orientasi pasar dan keunggulan bersaing secara simultan dan parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pemasaran umkm kuliner tinutuan di manado.

(Tiandra et al., 2020) menguji analisis pengaruh e-commerce terhadap peningkatan kinerja umkm (studi kasus pada umkm di kabupaten sumbawa) dengan hasil penelitian e-commerce tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja umkm.

Namun penelitian ini dikembangkan dengan variabel modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing dan *e-commerce* dikarenakan memiliki relevansi dalam mewujudkan pengembangan kinerja usaha, modal menjadi faktor yang memegang peranan penting dalam proses keberhasilan usaha untuk perolehan modal lanjut, namun untuk meningkatkan keberhasilan diharapkan adanya kemampuan manajerial yang dimiliki manajer untuk mengendalikan usahanya agar dapat mencapai tujuan yang diinginkan,

seorang manajer juga berorientasi pada pelanggan agar menciptakan efektifitas penjualan antara pelanggan dengan pelaku usaha, sedangkan keunggulan bersaing dan *e-commerce* meningkatkan daya saing dalam memasuki pasar di era digital saat ini.

Penulis mengkaji topik ini dikarenakan peningkatan kinerja UMKM dalam pemasaran dan penjualan produk UMKM di kota padang yang nanti akan berdampak pada modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan Bersaing dan *e-commerce*, dimana masyarakat sekarang lebih senang berbelanja online dibandingkan langsung datang ke lokasi UMKM. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian di Kota Padang. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui secara langsung faktor yang mempengaruhi variabel terikat kinerja UMKM dengan menggunakan variabel modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, kemampuan bersaing dan *e-commerce* dengan menggunakan 100 sampel dan populasi UMKM di kota padang dengan metode pengambilan sampel purposive random sampling. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan sumber data primer dengan menyebarkan kuesioner kepada pelaku UMKM yang ada di kota Padang.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Pengaruh Modal Kemampuan Manajerial Orientasi Pelanggan Keunggulan Bersaing dan *E-Commerce* Terhadap Kinerja UMKM di Kota Padang.**

1.2 Rumusan Masalah

- 1) Apakah modal berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Padang?
- 2) Apakah kemampuan manajerial berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Padang?
- 3) Apakah orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja UMKM di kota Padang?

- 4) Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja UMKM dikota Padang?
- 5) Apakah *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM dikota Padang?
- 6) Apakah modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, *e-commerce* berpengaruh secara simultan terhadap kinerja UMKM di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk menentukan pengaruh modal terhadap kinerja UMKM dikota Padang.
- 2) Untuk menentukan kemampuan manajerial terhadap kinerja UMKM dikota Padang.
- 3) Untuk menentukan orientasi pelanggan berpengaruh terhadap kinerja UMKM dikota Padang.
- 4) Untuk menentukan keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja UMKM dikota Padang.
- 5) Untuk menentukan *e-commerce* berpengaruh terhadap kinerja UMKM dikota padang.
- 6) Untuk menentukan modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing, dan *e-commerce* terhadap kinerja UMKM di Kota Padang.

1.4 Manfaat penelitian

1. Bagi UMKM di Kota Padang

Hasil penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk meningkatkan kesadaran bagi para pelaku UMKM di kota Padang mengenai pentingnya modal, kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, dan keunggulan bersaing serta pengaruhnya terhadap kinerja UMKM di kota Padang.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat digunakan bagi peneliti selanjutnya sehingga dapat memperluas pengetahuan dalam bidang akuntansi khususnya mengenai pengaruh modal,

kemampuan manajerial, orientasi pelanggan, keunggulan bersaing terhadap kinerja UMKM dikota Padang.

3. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai pengalaman baru bagi penulis dalam mengimplementasikan wawasan yang telah diperoleh selama perkuliahan dan sebagai syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang latar belakang masalah yang dipilih, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang landasan teori, jurnal dan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang lokasi penelitian, jenis dan sumber data penelitian, populasi sampel dan teknik pengambilan sampel, definisi operasional, variabel serta pengukurannya, metode pengumpulan data dan metode analisa data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis mencoba menganalisis dan mengevaluasi permasalahan yang ditemukan dengan menggunakan uji statistik.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi simpulan dari pembahasan yang diuraikan diatas, keterbatasan penulis, dan saran yang disampaikan kepada pihak yang berkepentingan terhadap penelitian.