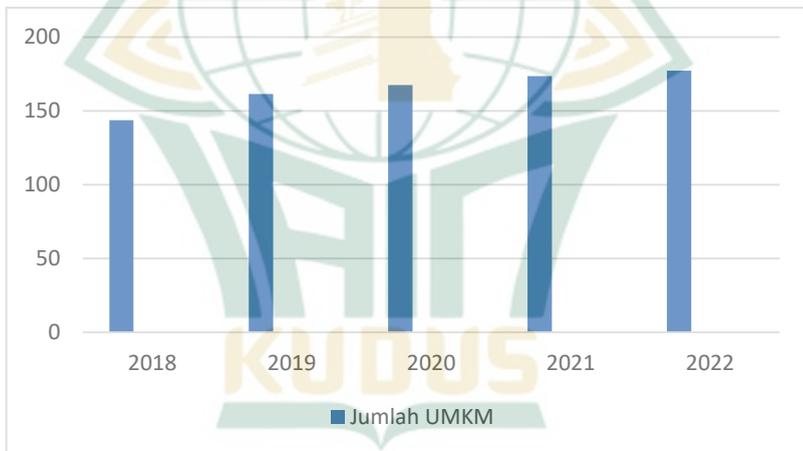


BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara dituntut menetapkan kebijakan ketahanan perekonomian untuk mempertahankan ekonominya agar tidak terseret dalam krisis global. Di negara Indonesia, dalam peningkatan perekonomian negara, Indonesia sendiri di dukung oleh bisnis yang sudah maju selain itu oleh negara serta UMKM. Sebab Negara berkembang seperti Negara Indonesia ini, UMKM memiliki peran penting dan diyakini dapat berpengaruh dalam pertumbuhan perekonomian nasional. UMKM juga diyakini dapat mengatasi permasalahan perekonomian Negara sebab memiliki potensi yang sangat besar. UMKM lebih mudah beradaptasi dibandingkan dengan bisnis yang sudah besar, oleh sebab itu UMKM berperan penting sebagai penggerak kewirausahaan dan peningkatan ekonomi.¹

Gambar 1. 1 Perkembangan UMKM Jawa Tengah



Sumber : Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah

Grafik diatas menjelaskan bahwa perkembangan UMKM Jawa Tengah tahun 2018 sampai tahun 2022 mengalami peningkatan. Ditahun 2018 jumlah UMKM 143.738, tahun 2019 mengalami peningkatan jumlah UMKM 161.458, tahun 2020 juga meningkat dengan jumlah UMKM 167.391, di tahun 2021 jumlah UMKM

¹ Achmad Zaini dkk., “Effect Of Competitive Advantage As A Mediator Variable Of Entrepreneurship Orientation To Marketing Performance” 16, no. 5 (2014): 5–10.

semakin meningkat menjadi 173.431 dan di tahun 2022 jumlah UMKM mencapai 177.256. Berdasarkan data yang di dapat dari dinas koperasi Jateng menunjukah UMKM di Jepara 18.695 dengan jumlah tenaga kerja 143.538. Peranan penting yang dipegang dalam pertumbuhan ekonomi memberikan dampak kepada masyarakat, yaitu membuat Masyarakat mempunyai harapan dalam mengembangkan usahanya.²

Di tengah pesatnya perkembangan industri manufaktur, UMKM tetap yang diandalkan dalam perekonomian daerah. Memiliki banyak UMKM Jepara memiliki daya tahan kuat dibandingkn dengan daerah lain. Sebagai buktinya dengan adanya kemunduran ekonomi global akibat Covid-19 dimana pertumbuhan ekonomi kabupaten jepara hanya minus 1% dibandingkan rata – rata Jawa Tengah dan nasional yang mnusnya sampai 2%. Ditahun 2022 pertumbuhan ekonomi jepara hamper menyentuh angka 6%, tepatnya 5,95%. Di Jawa Tengah dan nasional sama – sama berada pada angka 5,31%. Memasuki tahun 2024 meskipun arah pembangunan terhadap ketahanan pangan pemkab jepara tidak melupakan sumber daya manusia termasuk siap dalam memasuki pemasaran digital.³ Tabel dibawah merupakan jenis usaha yang di jalankan masyarakat Jepara :

Tabel 1.1 Jenis Usaha Masyarakat Jepara

No.	Jenis Usaha	Unit	Tenaga Kerja
1.	Meubel	5.870	75.603
2.	Rotan	846	4.665
3.	Tenun	724	11.087
4.	Monel	638	1.959
5.	Gerabah	94	363
6.	Genteng	3.688	11.063
7.	Rokok	29	1.270
8.	Kerajinan	1.346	8.830
9.	Kuliner	2.788	13.171
10.	Konveksi	2.043	11.555
11.	Bordir	318	2.012

² Dinas Koperasi UMKM Provinsi Jawa Tengah, 2023, dinkop-umkm.jatengprov.go.id.

³ Badan Statistik (BPS) Kabupaten Jepara, Lembaga Geografi Kabupaten Jepara, 2023, <https://jeparakab.bps.go.id>.

12.	Pabrik Mainan	228	1.612
13.	Pengrajin Sipping	29	185
14.	Pengrajin Kuningan	54	162
	Total	18.695	143.538

Sumber : Badan Statistik Kabupaten Jepara

Tabel diatas dapat dijelaskan bahwa masyarakat jepara memiliki 14 jenis usaha dengan total unit usaha 18.695 dan total tenaga kerja 143.538. Dari total keseluruhan, UMKM kuliner juga ikut berkontribusi untuk meningkatkan sumber daya di jepara. Perkembangan UMKM kuliner di jepara mengalami naik turun. Namun pada data tersebut UMKM kuliner menyumbang unit usaha sebanyak 2.788 dengan total tenaga kerja 13.171. Hal tersebut dapat membuktikan UMKM kuliner mampu berperan dalam meningkatkan sumber daya masyarakat Jepara. Hal tersebut dapat terjadi atas kinerja yang sudah dilaksanakan oleh pelaku UMKM.⁴

Penelitian ini difokuskan pada UMKM di salah satu kecamatan yang berada di Kabupaten Jepara, yaitu Kecamatan Kalinyamatan. Tepatnya berada di Kenari. Di tempat ini ada berbagai aneka kuliner yang bisa dinikmati sepanjang jalan raya dengan jumlah stand 180. Sehingga ada yang mengatakan bahwa area jajanan di Kenari ini menyebut Malioboronya Jepara.⁵ Ada berbagai kuliner lama dan baru di tempat ini mulai sate ayam, sate kambing, sate kerbau, pecel, nasi aneka lauk ada ditempat ini. Untuk makanan kekinian mulai sosis, telur gulung, siomay, empek - empek, leker crepes, bakso bakar, sotong dan masih banyak lagi yang lainnya. Untuk minuman ada puluhan minuman yang bisa di cari dan dirasakan di Malioboronya Jepara ini. Ada pop ice, aneka minuman ringan, berbagai jenis Kopi, teh, jus dan minuman kekinian lainnya. Sehingga selain warga Kalinyamat warga lain kecamatan datang ke tempat ini untuk merasakan aneka jenis minuman dan kulinernya. Harganya cukup terjangkau mulai Rp 5.000 sudah bisa memesan satu porsi makanan.⁶

Perkembangan UMKM di wisata kuliner Kenari ini dikatakan oleh pemerintahan desa belum baik. Meskipun banyaknya pembeli yang datang ditempat ini. Namun dalam menjalankan bisnis kuliner persaingan tidak bisa dihindari. Apalagi bidang makanan tradisional menjadi hambatan dalam meningkatkan daya saing sejak munculnya

⁴ Badan Statistik (BPS) Kabupaten Jepara, Lembaga Geografi Kabupaten Jepara, 2023, <https://jeparakab.bps.go.id>.

⁵ Wawancara oleh Pemerintahan Desa Kenari Kalinyamatan Jepara (2023)

⁶ Wawancara Oleh Pemerintahan Desa Kenari (2023).

makanan modern yang menjadi selera generasi muda. Dalam menjalankan usaha kuliner, menuntut pelaku UMKM unggul dalam bersaing, apabila tidak dapat diperkirakan dalam menjalankan usaha tersebut hanya sebentar. Unggul dalam bersaing dapat dilakukan dengan cara, seperti melakukan pengembangan produk yang dijual. Namun ada yang kurang memiliki kreatifitas dalam mengembangkan produknya sehingga dapat menghambat perkembangan usahanya. Selain itu, juga disebabkan karena factor internal seperti kurangnya modal.⁷

Inovasi produk adalah membuat produk baru yang berbeda dari pesaing atau mengembangkan produk yang sudah ada untuk memberi ciri khas yang lebih baik dan unggul.⁸ Untuk pengembangan bisnis atau kemajuan dalam usahanya harus berani menampilkan produk yang berbeda dan memiliki ciri khas di banding produk milik pesaing, sehingga usahanya mengalami kemajuan.⁹

Mengembangkan usahanya, pelaku usaha mempunyai karakter wirausaha yang tinggi maka akan berdampak pada kinerja dan perkembangan usaha yang dijalankan. Usaha tersebut akan lebih maju.¹⁰ Inovasi produk akan memberi dampak yang baik apabila dalam penerapannya sudah baik, begitu pula sebaliknya.¹¹

Menjalankan usahanya agar dapat lebih maju juga dipicu dari seorang pelaku usaha yang dituntut untuk berani mengambil risiko. Seperti halnya apabila seorang pelaku usaha menghendaki sesuatu keputusan dan menjalankannya atas dasar keinginan dan untuk mengembangkan usahanya, meskipun tau dampak atau resiko yang akan dialami apabila mengalami kegagalan. Maka dalam menjalankan usaha kuliner dibutuhkan orientasi kewirausahaan.

⁷ Iha Haryani Hatta, "The Effect of Market Orientation, Entrepreneurship towards the Marketing Capability and Performance," *International Journal of Business and Management Invention* ISSN 4, no. 7 (2015): 62–68, www.ijbmi.org.

⁸ Dinda Ayu Darma, Zulfia K Abdussamad, and Endi Rahman, "Pengaruh Strategi Inovasi Produk Dan Pemasaran Media Sosial Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UMK Kuliner Di Kota Gorontalo," *JAMBURA: Jurnal Ilmiah ...* 5, no. 1 (2022): 238–50, <https://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB/article/view/14767>.

⁹ Yosi Fadhilaa dkk. "Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Intervening Pada UKM Di Kota Jambi", 10, no. 01 (2021): 1–15.

¹⁰ Universitas Nahdlatul Ulama, "Environmental Factors and Their Impact" 03, no. 01 (2023), unja.ac.id.

¹¹ M Nur Alamsyah dkk, "Analysis of Product Innovation And Social Media Marketing To Improve Performance Analisis Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran," *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 4 (2022): 2161–69, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Orientasi kewirausahaan dikelah sebagai pembaruan kinerja dan disebut sebagai pelopor dalam mewujudkan kemajuan usaha yang memiliki daya saing tinggi. Seorang wirausaha yang berjiwa wirausaha akan menciptakan produk yang inovasi dan berani mengambil risiko seperti yang dijelaskan sebelumnya.¹²

Wisata kuliner desa Kenari banyak dikunjungi oleh masyarakat, tidak menutup kemungkinan semua pelaku UMKM menerapkan strategi unggul dalam bersaing. Hal tersebut terbukti seperti apa yang terjadi dilapangan. Tidak semua pedagangramai pembeli, ada juga yang sepi pembeli. Selain itu banyak pedagang yang menjual produk yang sama dengan pesaing, sehingga pembeli memilih produk yang dianggap memuaskan. Hal tersebut terjadi karena pedagang belum bisa menjawab keinginan pembeli. Selain itu, ada yang membuat pedagang sepi pembeli seperti belum berani mengambil risiko dalam mengambil keputusan yang membuat jualannya maju. Tidak hanya sepi pembeli namun banyak pedagang yang sudah gulung tikar, sehingga pedagang harus cekatan dalam melihat peluang demi untuk mengembangkan usahanya. Selain itu dalam mengembangkan usaha, pedagang harus pintar dalam melakukan pemasaran produk. Pedagang bisa melakukan pemasaran melalui sosial media.¹³

Era digitalisasi, pemanfaatan media sosial banyak digunakan oleh pebisnis, terutama dalam memasarkan produknya agar dikenal oleh masyarakat luas. Penggunaan sosial media merupakan suatu cara inovatif dalam memasuki pasar baru. Penjualan dan pembelian suatu produk akan lebih mudah melalui sosial media.¹⁴

Banyak pelaku bisnis yang kesulitan dalam menggunakan sosial media. Apalagi penggunaan sosial media pada pedagang UMKM kebanyakan mereka lebih suka berjualan offline. Di sebabkan oleh salah satu faktor yaitu keterbatasan yang dimiliki seseorang. Jadi mereka kurang memanfaatkan peluang yang ada atau keterlambatan

¹² Dwi Wahyu Pril Ranto, "Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja UMKM Bidang Kuliner Di Yogyakarta," *JBMA III*, no. 2 (2016): 1–11.

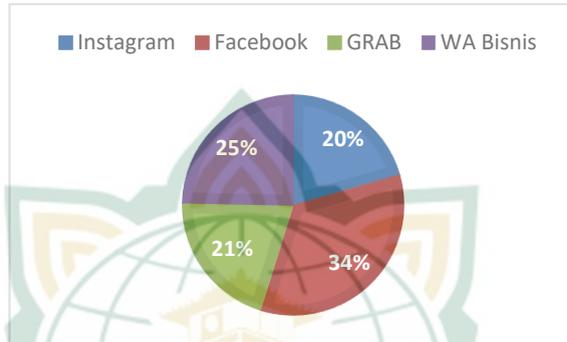
¹³ Bolot Wiji Prasetyo, "The Effect of Product Innovation , Marketing Strategy , Entrepreneurship Orientation on Marketing Performance of Sharia Hotels Mediated by Competitive Advantage," *Journal of Business And Management Review* 2, no. 9 (2021): 605–19, <https://doi.org/10.47153/jbmr29.2122021>.

¹⁴ Deddy Prihadi dkk, "Efektivitas E-Commerce Dan Media Sosial Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran Perdagangan Pasar Tradisional" *XI*, no. 1 (2019): 31–40.

menyadari adanya peluang usaha. Sehingga tidak memanfaatkan sosial media untuk pemasaran.¹⁵

Gambar 1. 2 Pengguna Platform Digital Pelaku UMKM Wisata Kuliner Kenari

Sumber : Data Desa Kenari Kalinyamatan Jepara
 Dapat dilihat pada gambar diatas, presentase penggunaan



Platform Digital oleh pelaku UMKM di Wisata Kuliner Desa Kenari Kalinyamatan Jepara, yaitu pengguna instagram sebanyak 20%, pengguna Facebook sebanyak 34%, pengguna GRAB sebanyak 21%, dan pengguna WA Bisnis sebanyak 25%. Pada data tersebut penggunaan *Platform Digital* pada pelaku UMKM di Wisata Kuliner Desa Kenari ini masih rendah. Hal ini tentunya menjadi perhatian khusus, mengingat masih rendahnya persepsi sebagian besar pemilik UMKM di wisata kuliner Kenari ini terhadap pemanfaatan sosial media untuk memajukan usahanya.

Penelitian yang dilakukan oleh Raiza Nora Dahana dkk dengan judul penelitian “*Competitive Advantage To Mediate The Influence Of Product Innovation And Entrepreneurial Orientation On Marketing Performance In Small And Medium Industry*” menyatakan bahwa keunggulan bersaing berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing, inovasi produk berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing dan orientasi kewirausahaan berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing.¹⁶ Selanjutnya penelitian

¹⁵ Fania Mutiara Safitri, “Mediasi Strategi Dalam Hubungan Pembelajaran Organisasi Terhadap Kinerja Bisnis,” *Majalah Ilmiah Solusi* 17, no. 3 (2019), <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1630>.

¹⁶ Raiza Nora Dahana, Nur Khusniyah Indrawati and Mugiono., “Competitive Advantage To Mediate The Influence Of Product Innovation And Entrepreneurial

yang dilakukan oleh Wiwik Handayani dkk dengan judul “*Competitive Advantage as a Mediating Product Innovation and Social Media for The Marketing Performance of Micro Small Medium Economics (MSMES) In Surabaya*” menyatakan bahwa sosial media berpengaruh positif terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing dan Sosial media berpengaruh positif terhadap keunggulan bersaing.¹⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Bolot Wiji Prasetyo dkk dengan judul penelitian “*The Effect of Product Innovation, Marketing Strategy, Entrepreneurship Orientation on Marketing Performance of Sharia Hotels Mediated by Competitive Advantage*” menyatakan keunggulan bersaing tidak berpengaruh terhadap kinerja pemasaran, orientasi kewirausahaan dan inovasi produk tidak berpengaruh terhadap keunggulan bersaing, dan keunggulan bersaing tidak dapat memediasi inovasi produk dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran.¹⁸ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh M. Nur Alamsyah dkk dengan judul penelitian “*Analysis of Product Innovation And Social Media Marketing To Improve Performance*” menyatakan tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara pemasaran media sosial terhadap keunggulan bersaing.¹⁹

Penjabaran di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di wisata kuliner Desa Kenari Kalinyamatan Jepara dikarenakan masih banyak pelaku UMKM yang memiliki keterbatasan dalam mengembangkan dagangannya. Selain itu, adanya kesenjangan antara peneliti sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian namun dengan objek yang berbeda. Berdasarkan uraian tersebut, maka judul dalam penelitian ini yaitu : **Pengaruh Orientasi Kewirausahaan, Inovasi Produk, dan Strategi Sosial Media Terhadap Kinerja Pemasaran dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel**

Orientation On Marketing Performance In Small And Medium Industry,” No.02.Vol.19 (2020): 413–23.

¹⁷ Wiwik Handayani dkk, “Competitive Advantage as a Mediating Product Innovation and Social Media for The Marketing Performance of Micro Small Medium Economics (MSMES) In Surabaya,” 2022, 1218–29.

¹⁸ Bolot Wiji Prasetyo Dan Imanda Firmantyas Putri Pertiwi., “The Effect of Product Innovation, Marketing Strategy, Entrepreneurship Orientation on Marketing Performance of Sharia Hotels Mediated by Competitive Advantage” Vol.2, No. 9 (2021): 605–19, <https://doi.org/10.47153/jbmr29.2122021>.

¹⁹ M. Nur Alamsyah dkk., “Analysis of Product Innovation And Social Media Marketing To Improve Performance Analisis Inovasi Produk Dan Sosial Media Marketing Untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran,” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3, no. 4 (2022): 2161–69, <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>.

Mediasi (Studi Pada Wisata Kuliner Desa Kenari Kalinyamatan Jepara).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
2. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
3. Apakah strategi sosial media berpengaruh terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
4. Apakah keunggulan bersaing berpengaruh terhadap kinerja pemasaran pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
5. Apakah orientasi kewirausahaan berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
6. Apakah inovasi produk berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?
7. Apakah strategi sosial media berpengaruh terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara?

C. Tujuan

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara
2. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi sosial media terhadap keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara

4. Untuk mengetahui pengaruh keunggulan bersaing terhadap kinerja pemasaran pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara
5. Untuk mengetahui pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara
6. Untuk mengetahui pengaruh inovasi produk terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara
7. Untuk mengetahui pengaruh strategi social media terhadap kinerja pemasaran melalui keunggulan bersaing pada UMKM wisata kuliner Kenari Kalinyamatan Jepara

D. Manfaat

Manfaat dalam penelitian ini adalah mewujudkan keberhasilan dari suatu penelitian untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti dan wawasan bagi pembaca, khususnya di bidang kewirausahaan.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dijadikan dokumen akademik yang digunakan sebagai acuan bagi aktivitas akademik khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam program studi Manajemen Bisnis Syariah.
- c. Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi acuan dan rujukan dalam penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktisi

- a. Bagi pelaku UMKM ,hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan masukan atau pertimbangan kepada para pelaku UMKM.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada peneliti selanjutnya mengenai variabel - variabel terkait.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Penulis membahas tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penulisan, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini meliputi deskripsi teori, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini meliputi jenis dan pendekatan, populasi dan sampel, definisi operasional variabel, uji validitas dan realibilitas instrument, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini penulis membahas tentang objek penelitian, deskripsi hasil data penelitian, uji validitas dan reliabilitas instrument, hasil uji asumsi klasik, hasil analisis dan pembahasan hasil penelitian.

BAN V : PENUTUP

Dalam bab ini berisi tentang Kesimpulan dan Saran.

