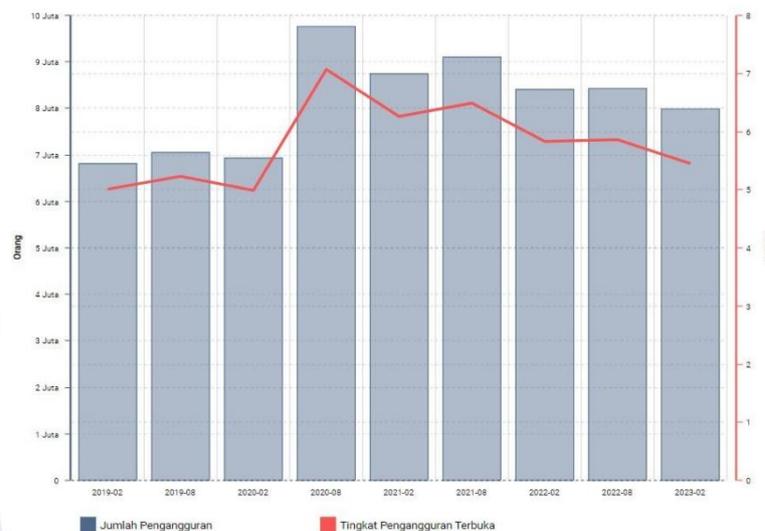


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang, sangat penting untuk berwirausaha dalam menciptakan sebuah peluang bisnis dan mengatasi ekonomi yang terus mengalami perkembangan. Dalam berwirausaha kita dapat menciptakan sebuah kesempatan dan nilai tambah untuk berinovasi dalam suatu bisnis, mulai dari terciptanya banyak peluang kerja, mendorong suatu inovasi, meningkatkan kemandirian ekonomi, meningkatkan kemampuan untuk menghadapi tantangan ekonomi hingga memperkuat ekonomi itu sendiri.



Sumber: Katadata, 2023

Gambar 1.1 Jumlah Angka Pengangguran

Berdasarkan informasi yang dikumpulkan dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah pengangguran di Indonesia mencapai sekitar 8 juta pada bulan Februari tahun 2023. Menurut Setiawan (2013:2), pengangguran dapat terjadi karena ketidakseimbangan antara tingkat perubahan angkatan kerja dan ketersediaan lapangan kerja yang memadai, serta rendahnya persentase penyerapan tenaga

kerja. Faktor tersebut terjadi karena terjadi penurunan pertumbuhan lapangan kerja yang dapat menampung tenaga kerja yang tersedia, atau bisa dibilang permintaan tenaga kerja lebih banyak dibandingkan dengan penawaran tenaga kerja yang ada. Maka dari itu, Indonesia butuh wirausaha baru untuk menyokong pengangguran yang ada.

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (Kemenperin) saat ini Indonesia membutuhkan lebih dari 4 juta wirausaha baru agar Indonesia menjadi negara maju, dikarenakan saat ini presentase wirausaha di dalam negeri masih diangka sekitar 3,47% dari total jumlah penduduk yang ada di Indonesia atau sekitar 8 juta jiwa dari 260 juta jiwa. Walaupun angka tersebut sudah melewati standar internasional yaitu sebesar 2 persen, tetapi dibutuhkan lebih bagi Indonesia untuk menggapai capaian negara tetangga. Di Thailand presentase sudah mencapai 4.26%, di Malaysia 4,74%, dan yang cukup tinggi yaitu Singapore dengan 8,76%.

Karena yang telah dikeluarkan oleh presiden yaitu Perpres nomor 2 tahun 2022 tentang Pengembangan Kewirausahaan Nasional untuk memajukan pertumbuhan wirausaha hingga tahun 2024 dapat tercapai 3,95% dari total semua penduduk yang ada di Indonesia yang saat ini masih diangka 3,47%. Berdasarkan sensus ekonomi Badan Pusat Statistik (BPS), baseline 2019 tingkat rasio wirausaha mencapai 3,4% yang setara dengan 8,2 juta jiwa penduduk Indonesia. Yang artinya masih kurang sekitar 1,5 juta jiwa yang memiliki usaha menetap hingga 2024 jika target yang diberikan sebesar 3,95% pada tahun 2024, sehingga rata-rata target pertahunnya bisa memperoleh sekitar 500 ribu wirausaha baru.

Seorang individu yang terlibat dengan proses bisnis bisa dianggap seorang pengusaha, tetapi tidak semua pengusaha bisa disebut dengan wirausaha. Menurut Handayani (2017:26) wirausaha berisikan orang-orang yang berjiwa kreatif, percaya diri, rajin dan ulet, siap menghadapi risiko, akurat dalam melihat peluang, dan pintar mengelola kualitas sumber dayanya dalam membangun dan mengembangkan usaha yang dijalani untuk meraih keberhasilan. Wirausaha

merupakan seorang individu yang dapat menjalankan dan mengorganisir suatu lembaga usaha atau bisnis yang dimilikinya (Vernia, 2018). Masalah yang sering dialami oleh para wirausaha adalah keahliannya modal yaitu dari segi finansial, padahal ketidak adaannya finansial dalam membuka atau menjalankan suatu bisnis bukan berarti tidak berani untuk memulai bisnis. Modal bisa bukan dari sisi finansialnya saja tetapi pengetahuan, *skill*, dan pengalaman kerja dapat memberikan keuntungan secara finansial. Seseorang akan membutuhkan pekerjaan untuk menunjang hidupnya dengan cara apapun, terlebih efek pandemi yang dihasilkan berdampak cukup buruk bagi sebagian penduduk di Indonesia, karena beberapa perusahaan melakukan *layoff* ke beberapa pegawainya dengan alasan tertentu. Dalam kondisi tersebut mereka membutuhkan pemasukan dana atau tambahan penghasilan akan membuka sebuah usaha untuk meraih benefit atau omzet yang kemudian disebut sebagai pengusaha. Seorang pengusaha cenderung melakukan pemikiran orientasi jangka pendek (*short-term orientation*) dibandingkan seorang wirausaha yang berani mengambil risiko dan memiliki pemikiran orientasi jangka panjang (*long-term orientation*) yang cenderung mengabaikan keuntungan sesaat, keluar dari zona nyaman, dan fokus untuk mengejar visi dan misi yang dibangun olehnya maupun usahanya.

Salah satu elemen yang menjadi gambaran kapabilitas seorang wirausaha adalah orientasi kewirausahaan, dalam berwirausaha terdapat beberapa hal yang harus ditentukan berhasil atau tidaknya usaha yang dijalankan. Menurut Utama (2018), orientasi kewirausahaan didefinisikan sebagai sifat dan nilai-nilai yang dimiliki oleh seorang wirausaha, seperti ketekunan, fleksibilitas, kecepatan, dan keberanian dalam mengambil risiko. Orientasi kewirausahaan merupakan jiwa yang mampu bersaing dan menunjukkan kreativitas serta inovasi dalam hal berusaha juga adanya sumber daya yang dimiliki agar menggapai keberhasilan (Zulkarnain et al., 2019). Sementara menurut Suganda et al (2019) orientasi kewirausahaan merupakan strategi untuk mendapatkan *benefit* dalam berbisnis untuk dapat berkompetisi dalam lingkup pasar yang sama secara efektif. Dengan demikian apabila seorang wirausaha memiliki kapabilitas orientasi kewirausahaan,

ia bisa disebut sebagai seorang wirausaha dengan melakukan perubahan-perubahan yang baru serta memanfaatkan peluang dan kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis agar terciptanya keberhasilan.

Orientasi kewirausahaan sangat memegang peran penting bagi kinerja perusahaan, Sinarsi (2013) dalam penelitiannya mengatakan bahwa peran orientasi kewirausahaan sangat berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan. Dilanjutkan studi yang dilakukan oleh (Purnama & Suryanto. 2010) memaparkan bahwa kemampuan suatu usaha memiliki pengaruh yang sangat penting bagi keberhasilan suatu usaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Danny & Utama (2020) orientasi kewirausahaan berpengaruh dalam kesuksesan suatu perusahaan, pendapat tersebut didukung dalam penelitian yang dilakukan oleh Erista (2016), ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Secara garis besar orientasi kewirausahaan sangat berkaitan dengan aktivitas individu dalam meraih peluang bisnis dengan mengantisipasi dari hal-hal riskan yang akan terjadi. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Filser et al. (2014), orientasi kewirausahaan terkait dengan peningkatan nilai, risiko, dan inovasi yang dilakukan oleh seorang pengusaha. Hal ini terkait dengan kemampuannya dalam mengidentifikasi peluang pasar dan memanfaatkan sumber daya yang tersedia.

Dimensi orientasi kewirausahaan terbagi menjadi tiga bagian yaitu, *inovativeness*, *risk taking*, dan *proactiveness* (Lumpkin dan Dess, 1996). Inovatif (*inovativeness*) adalah kemampuan yang biasanya terlibat dalam kreativitas dan eksperimen dengan tujuan memperkenalkan produk atau layanan baru, serta memimpin pengembangan teknologi melalui penelitian dan pengembangan proses baru. Pengambilan risiko (*risk taking*) mengacu pada tindakan yang berani dalam menghadapi ketidakpastian, termasuk melakukan evaluasi terhadap hal-hal yang tidak diketahui, menggunakan pinjaman, dan mengalokasikan sumber daya yang signifikan untuk memulai usaha di lingkungan yang kurang pasti. Sedangkan proaktif atau keaktifan (*proactiveness*) merupakan sebuah peluang yang dicari

menggunakan perspektif pandangan ke depan dengan mengenalkan produk atau jasa baru dalam lingkungan kompetitif dan mengambil langkah-langkah untuk merespons permintaan tersebut di masa yang akan datang

Dalam memulai suatu usaha diperlukannya beberapa persiapan yang harus dihadapi mulai dari keterampilan, pengetahuan, modal, hingga strategi bisnis untuk terjun dalam industri tersebut. Strategi bisnis adalah skema yang dibuat untuk mencapai tujuan suatu organisasi atau perusahaan dimana sistematisa untuk berfikir, kesiapan melangkah, penyusunan rencana, gairah untuk berkompetitif, dan *risk taker* dalam pengelolaan suatu bisnis (Joewono, 2012:3). Menurut Solihin (2012, p196), pandangan tersebut menyatakan bahwa strategi bisnis memiliki perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan strategi pada tingkat korporat. Strategi bisnis ini difokuskan untuk mencapai posisi kompetitif suatu organisasi atau perusahaan di dalam segmen industri tertentu.

Kinerja perusahaan juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi kesuksesan suatu usaha. Kinerja perusahaan adalah suatu gambaran mengenai tingkat pelaksanaan dari suatu kegiatan ataupun program dalam mewujudkan visi dan misi perusahaan yang akan diimplementasikan terhadap perencanaan strategis dan memanfaatkan kualitas sumber daya yang dimiliki (Abdullah, 2014). Menurut pandangan Moerdiyanto (2010), pandangan tersebut menyatakan bahwa kinerja perusahaan merupakan hasil dari suatu proses bisnis yang melibatkan pengorbanan berbagai sumber daya, mulai dari sumber daya manusia hingga keuangan perusahaan. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Sumiati (2015) mengemukakan bahwa *entrepreneurial orientation* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja perusahaan, dan hasil temuan Mahmud (2013) *entrepreneurial orientation* berdampak positif terhadap kemampuan suatu lembaga mulai dari kemampuan manajemen, strategi bisnis, dan kinerja perusahaan. Jika seorang wirausaha tidak memiliki bekal dan pengetahuan yang cukup serta kemampuan bersaing, maka peluang yang akan

didapatkan akan menjadi sulit. Maka dari itu, orientasi kewirausahaan menjadikan sebuah poin penting untuk dapat bersaing secara global.

Penelitian ini dilakukan oleh beberapa jenis perusahaan industri kreatif yang ada di daerah Tangerang dan Tangerang Selatan. Terdapat berbagai bidang pada perusahaan tersebut seperti, *digital marketing agency*, *public relation agency*, *consultant agency*, *advertising agency*, *entertainment agency*, dan *branding agency*.

Biro periklanan, atau yang kerap dikenal sebagai agensi, merupakan suatu perusahaan yang berperan membantu klien yang memiliki *brand* tertentu untuk mempromosikan produk atau jasa melalui berbagai media periklanan, seperti media sosial, *website*, televisi, dan lain sebagainya. Sebuah agensi memiliki tugas untuk merancang dan mengusulkan ide-ide kreatif dalam bentuk konten dan informasi pemasaran yang sesuai dengan targetpelanggan. Suatu agensi harus mahir dalam membaca dan menelaah tren-tren media sosial dan perilaku konsumen yang terjadi pada jaman sekarang. Agensi di Indonesia memiliki peran krusial dalam era digital saat ini. Pelanggan dan pemilik bisnis semakin beralih ke dunia digital, sehingga strategi komunikasi yang dijalankan oleh agensi perlu menggabungkan aspek konvensional dan digital. Konten digital menjadi senjata utama bagi agensi saat ini. Tantangan yang dihadapi agensi adalah kreativitas, inovasi, dan kecepatan dalam mengikuti tren yang terus berubah. Agensi juga harus memanfaatkan wawasan konsumen secara maksimal agar brand klien dapat diterima oleh audiens dengan relevansi produk yang ditawarkan.

Perusahaan yang bergerak pada industri kreatif perlu terus berkembang dan beradaptasi dengan perubahan dalam pemasaran digital, baik di dalam negeri maupun secara global. Dalam era digital ini, model bisnis tersebut tidak hanya dapat menjangkau target pasar lokal, tetapi juga dapat menarik perhatian audiens di seluruh dunia melalui strategi dan konten digital yang efektif. Oleh karena itu, agensi memainkan peran penting dalam perkembangan industri bisnis di negara

ini, karena mampu mendukung pertumbuhan hampir semua sektor bisnis secara global.

Penelitian ini mencoba untuk memahami dari fenomena di atas dan meneliti mengenai keinovatifan, *risk taking*, dan *proactiveness* terhadap kinerja perusahaan dari sebuah agensi yang ada di Indonesia khususnya daerah Tangerang dan Tangerang Selatan. Oleh dari itu, peneliti tertarik untuk mendalami dengan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Industri Kreatif di Tangerang dan Tangerang selatan)

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Perusahaan yang berkecimpung pada industri kreatif selalu ditodong untuk melakukan inovasi dan beradaptasi sesuai dengan masalah apa yang terjadi pada masyarakat. Perusahaan industri kreatif harus bisa menerapkan visi yang telah dibuat secara terencana dan terukur menjadi misi yang menjadi kewajiban untuk dijalankan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka pertanyaan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh keinovatifan (*inovativeness*) terhadap kinerja perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh pengambilan risiko (*risk taking*) terhadap kinerja perusahaan?
3. Bagaimana pengaruh proaktif (*proactiveness*) terhadap kinerja perusahaan?
4. Diantara tiga dimensi pada orientasi kewirausahaan, mana pengaruh yang paling kuat terhadap kinerja perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan untuk melakukan analisis terhadap keterkaitan orientasi kewirausahaan terhadap strategi bisnis dan dampaknya pada kinerja perusahaan. Karena dengan adanya hal tersebut, bagi seseorang ingin menjalankan atau memulai bisnis tetapi belum cukup wawasannya tentang kewirausahaan akan mendapat bekal. Dengan demikian, bekal pengetahuan tersebut dapat diimplementasikan pada usaha tersebut.

1. Untuk mengetahui pengaruh keinovatifan (*inovativeness*) terhadap kinerja perusahaan
2. Untuk mengetahui pengaruh pengambilan risiko (*risk taking*) terhadap kinerja perusahaan
3. Untuk mengetahui pengaruh proaktif (*proactiveness*) terhadap kinerja perusahaan
4. Untuk mengetahui dari tiga dimensi orientasi kewirausahaan mana pengaruh yang paling kuat terhadap kinerja perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh adalah pemahaman tentang pentingnya orientasi kewirausahaan bagi suatu perusahaan, karena tidak hanya dengan meraih profit yang besar, tetapi dibalik itu terdapat teknik, pengetahuan, dan strategi jangka panjang yang harus diperhatikan demi keberlangsungan suatu perusahaan.

1. Manfaat teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu membawa dampak positif untuk pengembangan khususnya ilmu pengetahuan di bidang manajemen
 - b. Peneliti dapat memperoleh dengan meneliti dan mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari diperkuliahan dalam dunia profesional.
2. Manfaat praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan ilmu mengenai orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan

perkembangan bisnis bagi perusahaan untuk meningkatkan kinerja perusahaan

- b. Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi peneliti selanjutnya dalam hal orientasi kewirausahaan, strategi bisnis, dan perkembangan bisnis pada kinerja perusahaan yang sejenis.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan Skripsi ini berjudul “Pengaruh Orientasi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi pada Perusahaan Industri Kreatif di Tangerang dan Tangerang Selatan).

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan inti dari masalah yang diangkat dalam penyusunan laporan Skripsi. Bagian ini mencakup latar belakang masalah, perumusan masalah dan pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta struktur penulisan laporan. Latar belakang masalah membahas tentang pengaruh orientasi kewirausahaan terhadap kinerja perusahaan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisikan seluruh penjelasan terhadap landasan teori yang relevan pada penelitian ini yaitu orientasi kewirausahaan, *inovativeness*, *risk taking*, dan *proactiveness*. Kemudian dalam penelitian ini menjelaskan tentang hipotesis dan model penelitian yang menjawab fenomena yang telah dijabarkan pada latar belakang.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan penjelasan tentang gambaran objek penelitian, penjelasan tentang proses pengumpulan data, teknik pengumpulan data, pemilihan dari pengolahan data, populasi dan sampel, operasional variabel dan teknik analisis data.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini, disajikan hasil dari analisis data yang diperoleh melalui pengujian data, karakteristik responden, serta pembahasan yang terkait dengan hasil analisis secara rinci dan sesuai dengan konsep penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membuat kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dan memberikan saran untuk pemerintah, perusahaan, pembaca, dan peneliti selanjutnya.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA