

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Wirausaha merupakan titik awal dari munculnya berbagai usaha dalam menemukan ide atau gagasan untuk menjalankan suatu bisnis. Semangat kewirausahaan ini dimanfaatkan untuk mengelola bisnis agar dapat dikenal secara luas oleh masyarakat. Orientasi kewirausahaan merupakan unsur yang krusial dalam pengembangan suatu usaha, khususnya dalam mewujudkan kegiatan bisnis yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan secara berkelanjutan. Seorang wirausahawan dituntut untuk senantiasa berpikir kreatif dan inovatif, serta memiliki kepekaan dalam mencari, menciptakan, dan memanfaatkan peluang usaha. Berdasarkan perspektif ini, kewirausahaan tidak hanya dimaknai sebagai tindakan ekonomi semata, melainkan sebagai kemampuan untuk menggerakkan sumber daya secara strategis demi mencapai kesuksesan bisnis yang lebih luas.

Serupa halnya apabila suatu perusahaan memberikan penekanan sebuah proaktivitas dalam kegiatan bisnisnya, maka perusahaan tersebut telah melakukan aktivitas kewirausahaan yang secara otomatis mendorong tingginya kinerja pemasaran. Ketika seorang pengusaha berhasil meraih kesuksesan, bisnisnya akan terus tumbuh dan berkembang. Pada titik tertentu, muncul kenyamanan dalam mengelola usaha dan terbentuk rutinitas yang stabil. Usaha tersebut mulai berfokus pada aktivitas

operasional harian dan peningkatan efisiensi, hingga akhirnya berjalan dengan lancar seperti mesin yang terawat. Oleh karena itu, menjaga semangat dan jiwa kewirausahaan tetap menyala menjadi hal penting bagi setiap wirausahawan. (Krismitasari, 2021) Seseorang tidak akan mengalami kemajuan dalam mewujudkan perbaikan, tanpa adanya upaya yang melibatkan pemikiran dan tenaga. Seorang wirausahawan selalu berusaha untuk melakukan inovasi guna memperbaiki sebuah keadaan. (Machfoedz, 2006)

Sebagai orang yang beriman, kita tidak hanya semata-mata diarahkan untuk mengejar kehidupan akhirat atau dunia saja, melainkan harus menyeimbangkan keduanya. Keseimbangan ini berarti tidak larut dalam aktivitas mencari harta, tetapi tetap berusaha sambil mendekatkan diri kepada Allah Swt. Dalam menghadapi pertumbuhan bisnis yang perkembangannya sangat pesat, seorang wirausahawan harus memiliki keahlian, kreativitas, dan kemampuan berinovasi untuk menciptakan sesuatu yang baru agar dapat bersaing, bahkan mengungguli produk serupa. Semakin besar suatu usaha dan semakin banyak pula modal yang harus dimiliki, maka semakin meningkat pula keterampilan yang dibutuhkan dalam pengelolaannya.

Orientasi kewirausahaan merupakan bentuk strategi perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha yang bertujuan untuk memperoleh keunggulan kompetitif, yang tercermin melalui indikator proses pengambilan keputusan, penerapan praktik, serta penggunaan metode

tertentu. Agar menjaga keberlangsungan usahanya, seorang pengusaha perlu merumuskan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan.. Selain itu, keunggulan bersaing juga memiliki peran penting dalam dunia usaha. Bisnis yang memiliki keunggulan bersaing akan mampu bertahan di tengah persaingan untuk mengukur keberhasilan yang dicapainya. Oleh karena itu, daya saing usaha menjadi salah satu indikator yang mendukung pencapaian kinerja perusahaan secara keseluruhan. (Noervitasari dkk., 2022)

Saat ini, persaingan dalam sektor usaha kecil semakin intens, yang ditandai dengan maraknya pelaku usaha baru yang bergerak di bidang serupa. Usaha kecil tersebut saling bersaing untuk merebut dan mempertahankan pangsa pasar, dengan tujuan agar konsumen selalu memilih setia dan tidak beralih ke produk serupa dari pelaku usaha lain. Melihat kondisi persaingan yang ketat, usaha kecil dituntut untuk mampu menerapkan manajemen bisnis secara produktif dan efisien, serta menghasilkan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan pasar dan memiliki kualitas yang lebih unggul dibandingkan pesaing. (Fatmawati, 2016) Pemasaran merupakan gabungan dari berbagai aktivitas yang saling berkaitan, yang yang ditujukan untuk mengidentifikasi kebutuhan konsumen melalui proses penawaran, pertukaran produk dan penciptaan atau jasa yang bernilai. Proses ini juga mencakup pengembangan strategi promosi, pelayanan, distribusi, dan penetapan harga agar kebutuhan

konsumen terpenuhi secara optimal dengan tetap memperhatikan keuntungan perusahaan.

Kinerja pemasaran menjadi alat ukur penting untuk menilai efektivitas strategi dan orientasi yang diterapkan oleh perusahaan. Strategi pemasaran dirancang untuk mencapai kinerja pemasaran dan keuangan yang optimal. (Yulita & Gunawan, 2019) Secara umum, kinerja pemasaran mencerminkan pencapaian yang dihasilkan dari seluruh proses aktivitas pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi. Selain itu, kinerja pemasaran juga dapat dijadikan ukuran untuk menilai sejauh mana suatu produk berhasil meraih prestasi di pasar yang menjadi sasaran yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan.

Sejumlah penelitian terdahulu telah banyak membahas secara kualitatif dan beberapa menunjukkan hubungan yang kuat antara aspek-aspek orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing, dan peningkatan kinerja pemasaran. Mahantari dan Kasih (2021) menegaskan bahwa penerapan inovasi, keberanian mengambil risiko, dan sikap proaktif dalam orientasi kewirausahaan mampu meningkatkan pencapaian tujuan usaha kerajinan di Desa Tigawasa. Rodiana dan Nawawi (2023) dalam studi pada Koaki Store menemukan bahwa orientasi kewirausahaan Islami, yang mencakup ambisi, keberanian, dan inovasi, mendorong pemasaran yang lebih luas serta memperkuat kepercayaan diri pelaku usaha, meski masih menghadapi ketergantungan dalam distribusi. Penelitian Anam dkk. (2021) menggarisbawahi bahwa kemampuan pengusaha dalam menghadapi era

new normal sangat dipengaruhi oleh dimensi orientasi kewirausahaan seperti pengambilan risiko, proaktivitas, dan inovasi penjualan. Lalu pada penelitian yang dilakukan oleh E. Mellysa Putri, dkk (2024) keunggulan bersaing diperkuat dengan citra merek yang mengutamakan kualitas dan inovasi produk didukung oleh sertifikasi halal. Sementara itu, studi oleh Putri dkk. (2023) menunjukkan bahwa digital marketing sebagai strategi pemasaran dapat memperkuat keunggulan bersaing UMKM, meningkatkan daya tarik konsumen dan memperluas jangkauan pasar. Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dapat berperan dalam meningkatkan kinerja pemasaran, khususnya pada usaha kuliner lokal seperti Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang disebutkan diatas, umumnya dilakukan pada perusahaan manufaktur, sektor kerajinan, atau UMKM dengan pendekatan umum, dan belum spesifik mengangkat sektor kuliner tradisional lokal sebagai fokus kajian. Di sisi lain, aspek nilai-nilai keislaman, warisan budaya lokal, dan motivasi spiritual pelaku usaha juga belum banyak disorot sebagai faktor yang memperkuat strategi kewirausahaan dan keunggulan bersaing. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan studi kasus kualitatif deskriptif terhadap Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin, yang tidak hanya menampilkan dinamika orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dalam praktik, tetapi juga

mengintegrasikan aspek nilai-nilai Islam dan budaya lokal sebagai bagian dari karakter usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis yang lebih kontekstual, mendalam, dan relevan dengan kondisi UMKM berbasis kearifan lokal.

Usaha di bidang kuliner dapat dengan mudah ditemukan di berbagai wilayah, termasuk di Kota Banjarmasin. Salah satu usaha kuliner yang cukup dikenal adalah Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin. Ketupat Kandangan merupakan makanan tradisional khas dari Kota Kandangan yang memiliki keunikan tersendiri, salah satunya adalah cita rasa gurih dari ikan gabus (ikan haruan) yang diasapi terlebih dahulu sebelum disajikan dengan kuah santan ketupat dan campuran bumbu khas dari masing-masing penjual ketupat.

Dari beberapa warung ketupat yang ada, peneliti mengambil fokus penelitian pada Warung Kaum Ketupat Kandangan yang terletak di Jl. Bumi Mas Raya, kota Banjarmasin. Alasannya dikarenakan warung ketupat ini memiliki keunggulannya sendiri daripada warung ketupat yang lain. Adapun beberapa keunggulannya yakni Warung Kaum Ketupat Kandangan ini merupakan warung ketupat yang paling terkenal di kota Banjarmasin. Selama berdirinya juga sudah pernah di datangi oleh berbagai lapisan masyarakat, seperti *influencer*, awak media serta pejabat-pejabat pemerintah. Contohnya media lokal seperti Tribunnews dan Banjarmasin Post seringkali mengunggah berita positif tentang Warung Kaum Ketupat Kandangan salah satunya dilansir dari link

<https://banjarmasin.tribunnews.com/2021/03/27/video-wisata-kuliner-kuliner-di-banjarmasin-warung-kaum-ketupat-kandangan> yang membahas unggulnya fasilitas yang disediakan oleh warung tersebut. Selain media lokal, Warung Kaum Ketupat Kandangan ini juga sudah terkenal di media nasional dan internasional salah satunya *youtube channel* Indonesia Kaya dimana video tersebut sudah mencapai 1 juta pemutaran dalam kurun waktu 2 bulan setelah diunggah. Media internasional pun ikut meliput Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin, contohnya seperti youtuber asal Amerika Selatan dengan nama *youtube channel* “*Best Ever Food Review Show*” memiliki jumlah *subscriber* yang fantastis yaitu 11.5 juta.

Orientasi kewirausahaan yang tinggi memiliki peran utama dalam hal pengelolaan risiko dan pengambilan keputusan secara optimal. Perusahaan yang dipimpin oleh individu dengan orientasi wirausaha cenderung memiliki visi yang jelas dan keberanian dalam menghadapi risiko, sehingga dapat mendorong pencapaian kinerja yang maksimal. Untuk memperoleh hasil dari strategi yang dijalankan, perusahaan harus terlebih dahulu mencapai keunggulan bersaing (*competitive advantage*). Secara keseluruhan, orientasi kewirausahaan telah terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan perusahaan, khususnya dalam hal kinerja pemasaran. (Potolau & Safriansyah, 2022) Sedangkan Porter mengemukakan bahwa inti dari pencapaian kinerja pemasaran dalam menghadapi persaingan pasar terletak pada keunggulan bersaing. Konsep keunggulan bersaing ini merujuk pada manfaat strategis yang diperoleh

perusahaan melalui kemitraan atau kolaborasi yang bertujuan untuk membentuk posisi kompetitif yang lebih kuat di pasar. (Rasyidi, 2016)

Peneliti memilih judul ini karena melihat bahwa Warung Kaum Ketupat Kandangan tidak hanya menjadi salah satu pelaku usaha kuliner lokal yang berkembang pesat, tetapi juga mencerminkan karakteristik kewirausahaan yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Peneliti merasa tertarik pada bagaimana pelaku usaha mampu mempertahankan keaslian resep tradisional, sambil tetap responsif terhadap perkembangan zaman melalui pemanfaatan teknologi digital. Sebagai salah satu bentuk UMKM yang dikenal luas hingga ke luar daerah, warung ini memperlihatkan praktik orientasi kewirausahaan dan strategi keunggulan bersaing yang dapat dijadikan contoh, khususnya dalam konteks bisnis lokal berbasis budaya. Selain itu, adanya nilai-nilai Islami yang diterapkan secara implisit dalam praktik bisnisnya, seperti kejujuran, tanggung jawab, dan keberkahan usaha, mendorong peneliti untuk mengangkatnya sebagai studi kasus.

Adapun penelitian ini dilakukan secara kualitatif untuk mengkaji dan menggali secara mendalam pengalaman dan fokus terhadap perspektif pelaku usaha dalam membentuk strategi bisnis mereka melalui dimensi orientasi kewirausahaan, keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran. Terlebih lagi, pada konteks lokal dan nilai-nilai personal wirausaha sering kali luput dari perhatian padahal memiliki dampak yang besar dalam menentukan arah bisnis sebuah usaha. Oleh karena itu, melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pelaku

usaha Warung Kaum Ketupat Kandangan memaknai orientasi kewirausahaan dan bagaimana mereka membentuk serta mempertahankan keunggulan bersaing dalam upaya meningkatkan kinerja pemasaran usaha mereka. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran kontekstual tentang praktik-praktik kewirausahaan yang tumbuh secara alami dalam masyarakat dan lingkungan bisnis lokal. Berdasarkan uraian diatas sehingga dari itu penulis mengambil judul penelitian “Analisis Orientasi Kewirausahaan dan Keunggulan Bersaing dalam Meningkatkan Kinerja Pemasaran (Studi Kasus pada Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin).”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana orientasi kewirausahaan diterapkan oleh pemilik Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin dalam menjalankan usahanya?
2. Bagaimana keunggulan bersaing dimiliki oleh pemilik Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin dalam menjalankan usahanya?
3. Bagaimana kinerja pemasaran yang dicapai oleh Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin?
4. Bagaimana orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing berperan dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penulis ingin mengadakan serangkaian penelitian yang bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui orientasi kewirausahaan yang dijalankan oleh pemilik Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.
2. Untuk mengetahui keunggulan bersaing yang dimiliki oleh pemilik Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.
3. Untuk mengetahui kinerja pemasaran yang dicapai oleh pemilik Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.
4. Untuk mengetahui peran orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran pada Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.

D. Signifikansi Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memiliki guna manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Secara Teoritis

Secara konseptual, hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan bagi pengembangan teori, kontribusi dalam memperkaya wawasan dan pengetahuan mengenai orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasaran. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan kajian teoritis di lingkungan akademik, khususnya dalam kegiatan perkuliahan.

2. Manfaat Secara Praktis

Manfaat praktis penelitian ini bertujuan untuk menambah wawasan dan pengalaman, baik bagi penulis maupun pembaca, serta menjadi bahan pembelajaran dan informasi bagi peneliti selanjutnya dalam mengkaji isu-isu sejenis dari perspektif yang berbeda. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi tambahan koleksi literatur di perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.

E. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi kekeliruan dalam menafsirkan isi penelitian ini, penulis memberikan penjelasan mengenai batasan istilah sebagai berikut:

1. Orientasi Kewirausahaan dipahami sebagai pemaknaan dan praktik yang dijalankan oleh pelaku usaha dalam mengelola dan mengembangkan usahanya melalui inovasi, keberanian mengambil risiko, dan sikap proaktif. Dalam konteks ini, peneliti mengeksplorasi bagaimana pelaku usaha menafsirkan dan menerapkan nilai-nilai kewirausahaan dalam menghadapi dinamika pasar. Pemahaman ini diperoleh melalui interaksi langsung, narasi pengalaman, serta refleksi dari pelaku usaha.
2. Keunggulan Bersaing dipahami sebagai persepsi pelaku usaha terhadap faktor-faktor yang membedakan produknya dari pesaing dan memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Fokus peneliti adalah pada bagaimana pelaku usaha membangun narasi mengenai keunikan produk,

kualitas layanan, strategi promosi serta strategi harga yang dijalankan untuk memenangkan persaingan.

3. Kinerja Pemasaran dipahami sebagai interpretasi sebuah usaha terhadap hasil kegiatan pemasaran yang mereka lakukan, salah satu indikatornya yang mencakup nilai penjualan, pertumbuhan penjualan serta porsi pasar. Pengukuran kinerja dilakukan melalui pemaknaan subjektif pelaku usaha dan dokumen pendukung atas keberhasilan usahanya.

F. Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini disusun dalam tiga bab, dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

1. Bab I berisi bagian pendahuluan yang menjelaskan latar belakang permasalahan penelitian. Dari uraian tersebut, dirumuskan permasalahan secara jelas, yang selanjutnya menjadi dasar dalam merumuskan tujuan penelitian sebagai hasil yang ingin dicapai. Kemudian signifikansi penelitian dalam teoritis dan praktisi. Definisi operasional berfungsi untuk membatasi makna dari istilah-istilah dalam judul penelitian yang bersifat umum atau luas. Sementara itu, sistematika penulisan menjelaskan struktur penyusunan skripsi secara keseluruhan.
2. Bab II memuat landasan teori, yang berisi pembahasan berbagai teori yang relevan dengan isu yang diteliti, uraian terhadap penelitian sebelumnya, serta penyusunan kerangka berpikir.

3. Bab III membahas metode penelitian, yang mencakup penjelasan mengenai jenis dan pendekatan penelitian, lokasi pelaksanaan, serta subjek dan objek yang diteliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan tahapan penelitian yang digunakan dalam penelitian.
4. Bab IV adalah laporan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan oleh pelaku usaha pada orientasi kewirausahaan dan keunggulan bersaing dalam meningkatkan kinerja pemasarannya.
5. Bab V berisi penutup yang berisikan kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran bagi penelitian berikutnya yang berkesinambungan dengan orientasi kewirausahaan dan keunggulan dalam meningkatkan kinerja pemasaran khususnya melalui perspektif dari pelaku usaha Warung Kaum Ketupat Kandangan Banjarmasin.