

Strategi Bisnis Dan Orientasi Kewirausahaan Pasar Terhadap Kreativitas UMKM Di Surabaya.

Nur Hidayatillah

Universitas 17 Agustus 1945

E-mail: nurhidayatillahhh540@gmail.com

Muhammad Yasin

Universitas 17 Agustus 1945

E-mail: yasin@untag-sby.ac.id

Address: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan,
Kecamatan Sukolilo, Surabaya, Jawa Timur, 60118

Corresponding author: nurhidayatillahhh540@gmail.com

Abstract: *Business strategy is very important in running a business. Increasingly fierce and diverse competition means that entrepreneurs must pay more attention to their business strategies. This is because the business can continue and develop amidst intense competition. According to Pedersen and Ritter (2020), strategy is a plan before it is carried out and followed up through practical activities. Strategy is a unique special preparation activity that differentiates the owner's business strategy from competitors in order to optimize competitiveness. Strategy is a project, meaning it provides solutions for the future and potential users. Strategy is defined as a pattern and shows company activities that can be explained through patterns that emerge from activities that have been planned and carried out previously. Strategy as a position means that entrepreneurs can use all the resources they have, both physical and scientific, to provide unique products to find a market that aims to be superior to competitors. Finally, the strategic perspective refers to the organizational culture of business people to view themselves and their environment as a strategy.*

Keywords: *Concept of Industrialization, Structural Transformation, Economic Growth*

Abstrak Strategi bisnis menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Persaingan yang semakin ketat dan beraneka ragam membuat para pengusaha harus lebih memperhatikan strategi bisnisnya. Hal ini dikarenakan agar usaha dapat terus berlangsung dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Menurut Pedersen dan Ritter (2020), strategi merupakan sebuah rencana sebelum dilakukan dan ditindaklanjuti melalui kegiatan praktis. Strategi sebagai kegiatan persiapan khusus yang unik sehingga membedakan strategi bisnis pemilik dengan para pesaing dalam rangka mengoptimalkan daya saing. Strategi adalah proyek artinya strategi ini memberikan solusi untuk masa depan dan calon pengguna. Strategi diartikan sebagai suatu pola dan menunjukkan kegiatan perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan sebelumnya. Strategi sebagai posisi, artinya pengusaha dapat menggunakan segala sumber daya yang dipunya, baik fisik maupun ilmu pengetahuan guna menyediakan produk yang unik untuk menemukan pasar yang bertujuan untuk lebih unggul dari pesaing. Akhirnya, strategi menjadi perspektif mengacu pada budaya organisasi pelaku bisnis untuk melihat diri mereka sendiri dan lingkungan mereka sebagai sebuah strategi.

Kata kunci: Concept of Business Strategy, Market Orientation, Micro small and Medium Enterprises

LATAR BELAKANG

Strategi bisnis menjadi hal yang sangat penting dalam menjalankan sebuah usaha. Persaingan yang semakin ketat dan beraneka ragam membuat para pengusaha harus lebih memperhatikan strategi bisnisnya. Hal ini dikarenakan agar usaha dapat terus berlangsung dan berkembang di tengah ketatnya persaingan. Menurut Pedersen dan Ritter (2020), strategi merupakan sebuah rencana sebelum dilakukan dan ditindaklanjuti melalui kegiatan praktis.

Strategi sebagai kegiatan persiapan khusus yang unik sehingga membedakan strategi bisnis pemilik dengan para pesaing dalam rangka mengoptimalkan daya saing. Strategi adalah proyek artinya strategi ini memberikan solusi untuk masa depan dan calon pengguna. Strategi diartikan sebagai suatu pola dan menunjukkan kegiatan perusahaan yang dapat dijelaskan melalui pola-pola yang muncul dari kegiatan yang telah direncanakan dan dilakukan sebelumnya. Strategi sebagai posisi, artinya pengusaha dapat menggunakan segala sumber daya yang dipunya, baik fisik maupun ilmu pengetahuan guna menyediakan produk yang unik untuk menemukan pasar yang bertujuan untuk lebih unggul dari pesaing. Akhirnya, strategi menjadi perspektif mengacu pada budaya organisasi pelaku bisnis untuk melihat diri mereka sendiri dan lingkungan mereka sebagai sebuah strategi.

Strategi bisnis sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Fitriyani et al., 2020) bahwa guna mewujudkan dan mengembangkan keberlanjutan usaha dibutuhkan pencapaian strategi yang matang dan memberikan hasil yang baik pada penguatan manajemen bisnis di bidang pemasaran, keuangan, sumber daya manusia dan bidang operasional. Para pelaku usaha harus siap dan tanggap terhadap setiap perubahan yang terjadi baik perubahan dari dalam maupun dari luar secara global untuk menjaga keberlangsungan usahanya.

Sebuah perusahaan harus menjadi perusahaan yang sustainable artinya perusahaan yang mampu bertahan dan sukses, tidak hanya pada saat ini tetapi juga dimasa mendatang.1 Kondisi dunia bisnis yang ada pada saat ini menuntut perusahaan untuk menempuh langkah-langkah strategik menuju ke masa depan setelah terjadinya krisis ekonomi. Kondisi krisis ditandai dengan kondisi ketidakpastian lingkungan yang tinggi dan turbulence. Meskipun memiliki sejumlah kelebihan yang memungkinkan usaha kecil menengah (UKM) dapat bertahan dalam menahan badai krisis, tidak semua usaha kecil dapat lepas dari akibat buruk krisis ekonomi. Hal tersebut disebabkan UKM memiliki lingkungan bisnis yang dinamis dan penuh ketidakpastian (seperti pesaing, supplier, regulator, dan asosiasi usaha) serta intensitas persaingan yang cukup tinggi. Tidak bisa dipungkiri hal tersebut menjadi pemicu yang menyebabkan munculnya ketimpangan kinerja dan produktivitas antara UKM dengan usaha berskala besar.

Untuk keluar dari krisis ekonomi, perusahaan harus mampu mendesain, memasang dan mengoperasikan sistem perumusan strategi, sistem perencanaan strategi dan sistem penyusunan program untuk memotivasi seluruh personel perusahaan dalam mencari dan merumuskan langkah-langkah strategik untuk membangun masa depan perusahaan. Disamping strategi bisnis, orientasi kewirausahaan perusahaan juga berperan dalam

pencapaian kesuksesan. Orientasi kewirausahaan dikenal sebagai pendekatan baru dalam pembaruan kinerja perusahaan. Orientasi kewirausahaan disebut-sebut sebagai spearhead (pelopor) untuk mewujudkan pertumbuhan ekonomi perusahaan berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Perusahaan yang berorientasi kewirausahaan akan selalu berupaya menghasilkan produk- produk baru yang inovatif dan memiliki keberanian untuk menghadapi resiko. Inovasi diartikan sebagai kemampuan menerapkan kreativitas dalam rangka memecahkan persoalan dan peluang untuk meningkatkan dan memperkaya kehidupan. Orientasi kewirausahaan menjadi suatu makna yang dapat diterima untuk menjelaskan kinerja usaha. Terdapat hubungan yang signifikan antara orientasi kewirausahaan yang ditetapkan dengan kinerja perusahaan untuk dapat berkompetisi secara lebih efektif didalam market place yang sama.

Kewirausahaan didefinisikan oleh Robert D. Hisrich, sebagai sebuah proses dalam menciptakan tambahan kekayaan. Kekayaan yang dihasilkan oleh individu yang menanggung resiko utama dalam hal modal atau komitmen karir atau menyediakan nilai bagi beberapa produk atau jasa. Kewirausahaan juga mengandung pengertian sebagai proses penciptaan sesuatu yang baru pada nilai menggunakan waktu dan upaya yang diperlukan, menanggung resiko keuangan, fisik serta resiko sosial yang mengiringi, menerima imbalan moneter yang dihasilkan serta kepuasan dan kebebasan berarti. Orientasi kewirausahaan diyakini memiliki hubungan langsung dengan orientasi pasar sehingga ditemukan bahwa orientasi kewirausahaan mendorong orientasi pasar.

Dalam mewujudkan keberhasilan perusahaan juga harus mampu mengembangkan strategi pemasaran yang berorientasi pada pasar, sehingga perusahaan mampu bersaing dalam meraih pasar yang semakin mengglobal dengan produk-produk import. Perusahaan yang berorientasi pasar adalah perusahaan yang tindakan-tindakannya konsisten dengan konsep pemasaran. Konsisten dengan pemikiran tersebut mengimplikasikan bahwa tujuan orientasi pasar sama dengan tujuan pemasaran.

Pertumbuhan UMKM di Surabaya sendiri juga semakin meningkat. Menurut kutipan dari <https://surabaya.go.id/id/berita/60749/umkm-surabaya-capai-> Wali Kota Eri menyampaikan bahwa UMKM adalah kegiatan ekonomi yang dapat menunjang perekonomian di Kota Surabaya, sehingga dia berharap dan berkomitmen untuk terus mengembangkan UMKM ini. Apalagi, setelah dilakukan pendataan hingga ke tingkat bawah, ternyata baru diketahui bahwa jumlah total UMKM di Kota Surabaya mencapai 60 ribu lebih atau lebih tepatnya 60.007 UMKM. “Mereka ini ada yang terdaftar di dinas sebanyak 13.441 UMKM dan ada pula yang terdaftar di kecamatan sebanyak 45.566 UMKM,” kata Wali Kota

Eri sambil memperlihatkan rincian di setiap kecamatan. Wali Kota Eri juga memastikan sudah menyiapkan berbagai intervensi untuk terus membangkitkan UMKM itu. Berbagai intervensi itu dilakukan oleh beberapa Perangkat Daerah terkait yang ada di lingkungan Pemkot Surabaya. Ia mencontohkan Dinas Perdagangan Surabaya yang melakukan pelatihan-pelatihan, memfasilitasi sertifikasi dan memfasilitasi pemasaran.

Semakin banyaknya usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang terus berkembang akan berakibat pada semakin ketatnya pula persaingan di lingkungan usaha kecil sehingga membuat pelaku usaha kecil tersebut harus menjadi yang lebih unggul dan harus terus melakukan inovasi-inovasi terbaru serta memiliki kiat-kiat yang tepat agar tetap mampu bertahan dalam menghadapi persaingan. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha membutuhkan suatu strategi terpadu yang dapat digunakan untuk mengantisipasi dampak dari suatu kejadian yang ada serta mampu untuk mengambil tindakan yang proaktif dan inovatif demi mempertahankan maupun meningkatkan kemampuan untuk bersaing.

RUMUSAN MASALAH

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh kreativitas kinerja pada bisnis UMKM di Jalan Tunjungan Surabaya?
2. Bagaimana analisis strategi pemasaran yang dilakukan di Jalan Tunjungan Surabaya untuk meningkatkan penjualan?

TUJUAN

1. Pengaruh kreativitas kinerja usaha terhadap keberhasilan bisnis UMKM di Jalan Tunjungan Surabaya.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis strategi pemasaran yang dilakukan oleh para kinerja Jalan Tunjungan untuk meningkatkan penjualan.

LANDASAN TEORI

Menurut Jaworski & Kohli, orientasi pasar berpotensi meningkatkan kinerja bisnis. Selain itu, orientasi pasar diyakini pula memberikan manfaat psikologis dan sosial bagi para karyawan, berupa perasaan bangga dan sense of belonging yang lebih besar, serta komitmen organisasional yang lebih besar pula. Orientasi pasar merupakan ukuran perilaku dan aktivitas yang mencerminkan implementasi konsep pemasaran. Konsep pemasaran

menegaskan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang ditetapkan adalah perusahaan tersebut harus menjadi lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan kepada pasar sasaran yang terpilih. Dalam orientasi pasar maka pembahasannya yaitu orientasi pelanggan dan orientasi pesaing. Orientasi pelanggan sebagai pemahaman yang memadai atas pembeli sasaran agar mampu menciptakan nilai superior bagi mereka secara berkesinambungan.

Dengan mengedepankan kepuasan pelanggan dalam penyerahan atau penawaran produk, maka perusahaan itu telah melakukan sesuatu yang disebut orientasi pelanggan. Organisasi perusahaan yang berorientasi pelanggan dapat memahami bahwa pelanggan melakukan pembelian dan pengonsumsiannya sesuatu adalah karena manfaat atau benefit dan bukan karena produk itu.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dianggap sebagai sektor yang memiliki peranan penting di dalam pembangunan ekonomi Indonesia karena pada sebagian penduduk Indonesia hidup dalam kegiatan usaha mikro, kecil maupun menengah untuk menopang kebutuhan ekonomi baik usaha di sektor tradisional maupun usaha di sektor modern. Usaha mikro, kecil dan menengah dianggap memiliki peranan penting untuk menopang ekonomi Indonesia karena dari adanya UMKM masyarakat dianggap mampu untuk membuka lapangan kerja baru yang dapat membantu perekonomian masyarakat di sekitar usaha tersebut.

Indonesia merupakan negara yang memiliki pelaku industri UMKM paling banyak, jumlah UMKM di Indonesia sendiri terus meningkat dari tahun ke tahun. Hal ini dapat dikarenakan tingginya usia produktif yang ada di Indonesia yang mana jumlah lapangan pekerjaan yang tersedia tidak sesuai dengan banyaknya usia produktif yang ada. Hal tersebut mendorong setiap individu untuk membuka lapangan pekerjaan sendiri dengan menciptakan inovasi-inovasi baru di bidang usaha dengan tingkat persaingan yang semakin ketat pula. Jumlah UMKM yang semakin meningkat dari tahun ke tahun membuat persaingan di kalangan para pelaku UMKM semakin ketat pula.

PEMBAHASAN

Kota Surabaya memiliki infrastruktur yang selalu baik dalam tahun ke tahunnya. Tentunya juga revitalisasi di kota ini sering dilakukan untuk membangkitkan kembali perekonomian mereka yang berada di kota ini. Karena sebagian besar penduduknya merupakan migrasi dari sebuah desa. Dan maka dari itu revitalisasi di Kota Surabaya ini

cepat karena mengingat banyaknya penduduk yang mayoritasnya adalah sebagai pedagang retail/grosir.

Revitalisasi yang dilakukan ini sangat beragam salah satunya adalah kawasan Jalan Tunjungan. Jalan Tunjungan adalah kawasan yang disulap menjadi icon dari kota Surabaya. Pada zaman Belanda Kolonial dulu kawasan ini merupakan kawasan yang bersejarah karena merupakan peninggalan Belanda semenjak awal abad ke 20 (Kusumatuti 2022). Banyak kejadian-kejadian bersejarah di tempat ini seperti halnya perobekan bendera di Hotel Majapahit. Karena dulunya Arek- Arek Suroboyo melakukan peristiwa penyobekan bendera pada tanggal 19 september 1945. Hingga sampai saat ini bangunan-bangunan tersebut masih autentik dan masih dijaga.

Entah seiring berjalannya waktu pada tahun 1990 an orang-orang lebih memilih berbelanja di mal ketimbang di jalan Tunjungan lagi. Akibatnya kawasan ini juga mengalami kepunahan dimana pusat-pusat perbelanjaan yang dulunya banyak dan berjejer saat itu banyak yang gulung tikar. Akhirnya jalanan ini semakin menjadi tidak berpenghuni. Pertokoan-pertokoan yang ada pun banyak yang tutup. Para pedagang yang berjualan di daerah tersebut mengeluhkan hal yang sama. Dulunya mereka meraup keuntungan yang sangat banyak tetapi ternyata tidak bisa bertahan. Pendapatan yang dialami oleh para pelaku UMKM banyak yang tidak menentu bahkan banyak yang rugi. Pendapatan dari para UMKM ini pun tidak pasti banyak sekali para UMKM yang mengeluhkan hal tersebut. Tidak hanya itu kurang perhatiannya peran pemerintah terhadap kawasan Jalan Tunjungan ini juga salah satu permasalahan bahwa kawasan ini tidak terawat. Dan ketika pada tahun 1950-1990 ini banyak juga jalanan untuk pedestrian tidak tertata rapi bahkan banyak yang berlubang. Kemudian Walikota Surabaya Saat Itu Tri Risma Harini menghidupkan kembali adanya suatu acara yaitu “Mlaku-mlaku Nang Tunjungan”. Dan hal itu tentunya berhasil memulihkan kembali UMKM yang ada di sekitar jalan Tunjungan tersebut. Namun itu semua juga tidak berlangsung lama karena adanya pandemi covid 19 acara tersebut hanya sebentar. Para UMKM yang ada pun mengeluh kembali karena pendapatan mereka menurun kembali. Banyak dari mereka yang tinggal di kawasan tersebut ikut merasakan bagaimana dampak covid 19 ini juga mempengaruhi perekonomian mereka. Sebenarnya kawasan tersebut masih menjadi kawasan bersejarah apalagi dipasang trotoar yang membuat para pejalan kaki juga nyaman. Bahkan sampai pengunjung yang ingin berfoto-foto di kawasan tersebut juga merasa nyaman. Banyak tempat-tempat yang masih autentik dan masih bagus untuk dijadikan objek foto bagi para pengunjung. Setelah itu kawasan ini banyak dikunjungi berbagai kalangan mulai dari kalangan muda hingga kalangan tua.

Sehingga pada tahun 2021 kawasan ini mendapat sorotan banyak pihak karena kawasan ini hampir mirip dengan kawasan jalan malioboro yang dimana banyak pedagang yang berjualan di jalan tersebut. Banyaknya pertokoan yang menjual berbagai produk kulineran seperti kopi-kopian dan makanan kekinian yang lagi hits di kalangan anak muda (Sabrina Wara 2014). Karena adanya revitalisasi di kawasan ini juga membuat para pengunjung ini betah berlama-lama disini. Karena tempatnya yang instagramable dan juga tempat ini menghadirkan banyak UMKM yang berjualan di kawasan pertokoan tersebut. Semakin lengkap juga penjual UMKM yang ada dan bahkan banyak dampak positif yang diperoleh dengan adanya revitalisasi Jalan Tunjungan ini. Berikut ini adalah data menurut Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah.

Gambar 1. Kondisi UMKM di wilayah jalan Tunjungan



Sumber : jawapos.com

Dari gambar 1. diambil pada tahun 2021 dimana UMKM di sekitaran wilayah tersebut tentu saja sedang naik daun. Banyak sekali yang berjualan di sekitaran wilayah tersebut. Dari sumber mengatakan bahwa jalan Tunjungan tersebut sangatlah ramai pengunjung bahkan para pedagang sendiri mengaku senang dengan peningkatan pengunjung setiap harinya (Mubarsyah 2021). Kebanyakan UMKM yang berada di kawasan tersebut memang dalam hal makanan dan minuman. Tempatnya yang autentik tersebut sangat cocok dengan banyaknya tongkrongan yang ada di daerah tersebut. Semua kalangan bisa merasakan keindahan Jalan Tunjungan dari malam hari. Karena di malam hari inilah Jalan Tunjungan mulai dipenuhi dengan banyak pengunjung. Entah itu hanya sekedar nongkrong atau hanya sekedar foto-foto saja. Meskipun demikian Jalan Tunjungan ini memiliki dampak negatif yang belum bisa terselesaikan karena pada dasarnya ini adalah Jalan Utama penghubung Surabaya Pusat maka jalan ini sering terjadi macet. Akibat volume pengunjung yang selalu meningkat setiap harinya. Serta hal tersebut menjadi keluh kesah bagi pengendara motor / mobil karena jika melewati kawasan tersebut mereka harus menempuh waktu yang cukup lama karena

banyaknya pengunjung yang datang serta parkirannya yang berada di pinggir jalan trotoar. Hal tersebut juga membuat macet jalanan tersebut. Maka dari itu di era walikota Surabaya saat ini Eri Cahyadi mengusulkan pembuatan parkir khusus untuk pengunjung jalan Tunjungan diarahkan ke gedung siola atau gedung-gedung di sepanjang jalanan tersebut. Tetapi para pelaku UMKM pun ikut senang karena perekonomian mereka ikut kembali pulih. Akses di jalan Tunjungan tersebut kini juga semakin diperbaiki. Bahkan ada spot-spot khusus untuk tempat nongkrong semua kalangan.

Dengan itu kawasan Jalan Tunjungan ini juga dijadikan salah satu destinasi wisata wajib jika berkunjung ke Kota Surabaya. Letaknya yang membuat masyarakat pun mudah mencarinya. Kata banyak orang jika berkunjung ke Surabaya wajib untuk mampir ke Jalan Tunjungan. Tempatnya ini sangat bagus dan menarik. Kulineran yang disajikan pun berbagai macam dari makanan ringan hingga makanan berat.

KESIMPULAN

Adanya jalan Tunjungan yang hidup kembali ini pun membangkitkan kembali jalan tersebut agar tidak mati dan berpenghuni. Yang awalnya jalan ini mengukir banyak sejarah tetapi sekarang dialih fungsikan menjadi wisata kekinian yang modern. Tempat nongkrong yang asik juga dihadirkan disini. Tempat yang wajib dikunjungi jika berkunjung ke Surabaya. Di sepanjang jalan yang dulunya hanyalah tempat pusat perbelanjaan sekarang sudah berubah menjadi tempat kekinian. Para UMKM di daerah tersebut mulai pulih kembali perekonomiannya semenjak adanya jalan Tunjungan yang selalu diperbarui setiap tahunnya bahkan menjadi kawasan nongkrong kaum muda-mudi untuk berbincang santai. Atau hanya sekedar foto-foto saja. Tempat tersebut sangat cocok dijadikan kawasan nongkrong. Karena tempatnya yang strategis dan kuliner yang ditawarkan pun beragam. Harga yang ada di sepanjang jalan tersebut juga sangat beragam mulai dari yang mahal hingga yang murah pun ada.

Tidak hanya keuntungan bagi para UMKM saja yang diuntungkan tetapi bagi penikmat atau pengunjung jalan Tunjungan tersebut. Karena mereka pun senang dengan diperbaruinya fasilitas-fasilitas di sepanjang jalan. Maupun ditambahnya spot foto di kawasan tersebut membuat romansa jalan Tunjungan dengan ke aesthetic an dan nuansa autentik nya yang masih kental pun terasa. Wajah Jalan Tunjungan yang selalu ramai di setiap malamnya membuat senyuman tersendiri bagi masyarakat sekitaran daerah tersebut. Mereka ikut bahagia perekonomian hidup kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Almasiyah, C.L. (2021). Analisis Dampak Pembangunan Infrastruktur Terhadap Tingkat Pendapatan UMKM Di Wilayah Kenjeran Surabaya.” *Pesquisa Veterinaria Brasileira*. <http://www.ufrgs.br/actavet/31-1/artigo552.pdf>.
- Gumilar, R. T. (2017). Analisis Dampak Relokasi Pedagang Kaki Lima Terhadap Revitalisasi Pasar Sebagai Infrastruktur Ekonomi Kota (Studi Pada Pedagang Kaki Lima Di Sekitar Pasar Kosambi)
- Hakim, A. (2021). BI Bantu 25 Booth Untuk UMKM Di Jalan Tunjungan Kota Surabaya.
- Mubarsyah, L.R. (2021). Pemasukan Pedagang UMKM Di Tunjungan Rp 500 Ribu – Rp 5 Juta Per Hari.
- Mulyadi. (2011). *Akuntansi Manajemen, Konsep, Manfaat Dan Biaya*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: STIE YKPN.
- Munawir. (2007). *Analisa Laporan Keuangan*. Yogyakarta: Lyberti.