

**PENGARUH *FIRM SIZE*, *RISK TAKING*, *COMPETITIVE ADVANTAGE*
TERHADAP *PIONEERING ORIENTATION* PADA UMKM YANG BARU
BERTUMBUH**



UNTAR
Universitas Tarumanagara

DIAJUKAN OLEH:

NAMA : JOSEPHINE CALISTA
NIM : 115210078

**UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA
MENCAPAI GELAR SARJANA**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS TARUMANAGARA
JAKARTA**

2025

BAB I

PENDAHULUAN

A. Permasalahan

1. Latar Belakang Masalah

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) telah menjadi fondasi utama perekonomian Indonesia selama beberapa dekade terakhir. Perannya sebagai penyerap tenaga kerja terbesar dan sebagai penyumbang signifikan Produk Domestik Bruto (PDB) menjadikan UMKM sebagai komponen penting dalam pembangunan nasional. Menurut data Kementerian Koperasi dan UMKM (2024), UMKM berkontribusi sekitar 61% terhadap PDB nasional serta menyerap lebih dari 97% tenaga kerja di Indonesia. Angka ini menunjukkan bahwa keberadaan UMKM bukan hanya menjadi pelengkap perekonomian, tetapi justru menjadi tulang punggung yang menopang struktur ekonomi nasional.

Seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya kebutuhan masyarakat, UMKM semakin berkembang pesat, terutama pada sektor makanan dan minuman. Sektor ini menunjukkan pertumbuhan yang konsisten selama lima tahun terakhir, bahkan pada masa pandemi, industri kuliner tetap menjadi salah satu industri yang dapat bertahan dan kembali bangkit dengan cepat. Hal ini disebabkan oleh tingginya permintaan terhadap makanan sebagai kebutuhan dasar, serta munculnya berbagai inovasi yang mempermudah transaksi makanan secara daring melalui platform digital. Deloitte (2020) menyatakan bahwa sektor makanan dan minuman merupakan salah satu sektor yang paling adaptif dalam menghadapi perubahan perilaku konsumen.

Namun, perkembangan pesat sektor kuliner juga menciptakan persaingan yang semakin kompleks. Para pelaku UMKM harus memiliki strategi yang tepat dalam menghadapi kompetisi ketat tersebut. Salah satu strategi yang dinilai relevan dan penting dalam konteks UMKM adalah *pioneering orientation*. Konsep *pioneering orientation* merujuk pada kemampuan dan keberanian suatu

usaha untuk menjadi pelopor dalam inovasi, baik dalam pengembangan produk baru, layanan baru, maupun strategi pemasaran baru. Ruiz-Ortega et al. (2021) menyebutkan bahwa *pioneering orientation* berperan penting dalam meningkatkan daya saing suatu usaha karena memungkinkan pelaku usaha untuk memanfaatkan peluang baru sebelum kompetitor melakukannya.

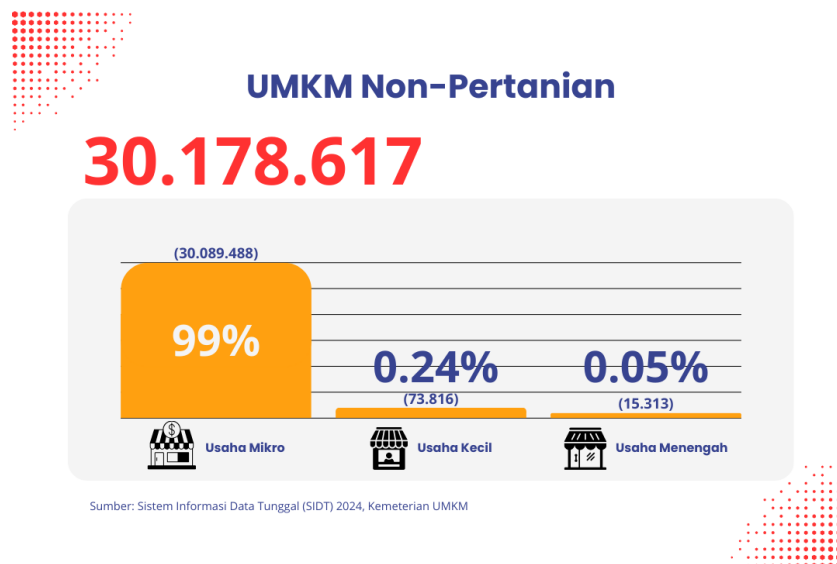
Dalam konteks ini, *pioneering orientation* menjadi faktor strategis yang menentukan keberhasilan UMKM dalam menghadapi dinamika pasar. UMKM yang memiliki orientasi pionir cenderung lebih adaptif, berani mengambil peluang baru, serta mampu menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pandangan kewirausahaan berkelanjutan yang menekankan pentingnya sikap, norma sosial, dan orientasi strategis dalam pengembangan UMKM. Penelitian yang dilakukan oleh Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si., (2021) menunjukkan bahwa sikap berkelanjutan dan orientasi kewirausahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik kewirausahaan pada UMKM, serta memperkaya pemahaman teoritis mengenai perilaku kewirausahaan di tingkat usaha kecil dan menengah. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan UMKM tidak hanya ditentukan oleh ukuran usaha semata, tetapi juga oleh orientasi strategis yang dimiliki sejak fase awal pertumbuhan.

Selain orientasi kewirausahaan, dukungan dalam bentuk pendampingan dan penguatan kapasitas juga memiliki peran penting dalam meningkatkan daya saing UMKM. Melalui kegiatan pengabdian kepada masyarakat, Dr. Hetty Karunia Tunjungsari, S.E., M.Si., menegaskan bahwa pendampingan kewirausahaan mampu memberikan manfaat langsung bagi UMKM, terutama dalam meningkatkan kemampuan promosi produk dan memperluas pangsa pasar. Hal ini mengindikasikan bahwa UMKM yang mendapatkan arahan strategis dan memiliki keberanian untuk mengadopsi pendekatan baru akan lebih siap untuk menjadi pelopor di pasar yang kompetitif.

Fleksibilitas ini menjadi salah satu kekuatan UMKM dalam menghadapi persaingan. Petruzzelli et al. (2018) menyatakan bahwa meskipun perusahaan besar memiliki banyak sumber daya, struktur organisasi yang kompleks dapat

menghambat proses inovasi. Sementara itu, UMKM dengan struktur organisasi sederhana dapat membuat keputusan lebih cepat dan responsif terhadap perubahan.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh KADIN INDONESIA, dapat diketahui bahwa jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang tercatat hingga 31 Desember 2024 mencapai 30,18 juta unit UMKM Non Pertanian dan Perikanan, sedangkan UMKM Pertanian & Perikanan mencapai 29,34 juta unit. Adapun persentase dari komposisi usaha mikro kecil dan menengah didominasi dengan 99% pelaku usaha mikro yang setara dengan 30.089.488 unit usaha.



Sumber: Sistem Informasi Data Tunggal 2024, Kementerian UMKM

Gambar 1.1 Persentase Komposisi Pelaku Usaha Mikro, Kecil dan Menengah

Di Indonesia sendiri terdapat 16 sektor UMKM yang tersebar mulai dari yang tertinggi yakni perdagangan dan reparasi, akomodasi/makan minuman, industri pengolahan, jasa lainnya, pengangkutan/peredagang, konstruksi, penyewaan/organisasi, pertambangan, pendidikan, kesehatan/sosial, real estate, kesenian/hiburan/rekreasi, profesional/ilmiah/teknis, pengadaan listrik/gas dan keuangan/asuransi. Keseluruhan jenis UMKM yang ada di Indonesia menjadi pilar utama dalam pembangunan ekonomi. Oleh karena itu, pemerintah mulai

menyadari bahwa UMKM merupakan bentuk kontribusi dari masyarakat yang sangat signifikan bagi negara (Hendri et al, 2023). Secara langsung UMKM memberikan kontribusi yang cukup signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan membuka lapangan kerja. Dalam penelitian ini, peneliti hanya berfokus pada sektor makanan dan minuman saja. Pemilihan tersebut dikarenakan berdasarkan peringkat, sektor makanan dan minuman berada di posisi kedua dengan selisih persentase yang signifikan.

Dalam upaya untuk meningkatkan UMKM pada sektor makanan diperlukan adanya *pioneering orientation* pada pelaku usaha. *Pioneering orientation* sangat diperlukan untuk meningkatkan inovasi, membuka peluang baru, dan meningkatkan *competitive advantages* dalam mengembangkan suatu usaha. Penelitian terdahulu menyatakan bahwa *pioneering orientation* merupakan keinginan dari suatu usaha atau organisasi untuk mengembangkan keunikan dari suatu produk atau jasa yang dapat meningkatkan kompetisi pada suatu *market* sehingga dapat membawa suatu usaha atau organisasi tersebut memasuki *market* yang baru (Ruiz-Ortega, et al. 2021).

Pembahasan mengenai *pionering orientation* dinilai sangat penting, namun variabel ini belum banyak diteliti. Namun penelitian yang berkaitan dengan pengembangan dan pembaharuan suatu hal mulai diteliti. Terutama keterkaitan dengan peningkatan kompetensi pada UMKM seperti pada penelitian yang dilakukan pada 29 negara yang berada di Eastern Europe dan Central Asia. Dalam hal tersebut inovasi dapat meningkatkan performa usaha dan profit (Kijkasiwat & Phuensane, 2020). Dengan adanya hal tersebut, adanya orientasi untuk menjadi yang pertama dan terdepan dapat meningkatkan kemampuan dalam mempertahankan eksistensi pada market.

Pengembangan suatu usaha dan organisasi erat kaitannya dengan *risk taking*. Penelitian terdahulu menilai bahwa terdapat nilai-nilai dan karakter yang harus dimiliki oleh seorang pemimpin dalam menjalankan suatu strategi, yakni *risk taking* (Hurtado-Palomino, et al., 2024). *Risk taking* merupakan kemampuan yang dimiliki oleh para pemilik usaha untuk terlibat secara langsung dalam pengambilan keputusan yang dinilai berisiko (Liu, Chen and

Ko, 2024). Peneliti melihat adanya hasil penelitian yang berbeda dalam meninjau *risk taking* terhadap *pioneering orientation*. Pada negara berkembang, hal *risk taking* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap *pioneering orientation* (O'Dwyer dan Ledwith, 2010).

Konfigurasi struktural juga dapat mempengaruhi perkembangan suatu badan usaha. Oleh karena itu, *firm size* menjadi aspek yang harus dipertimbangkan karena dapat membantu untuk meninjau bagaimana perkembangan suatu strategi (Reed 2021). Banyak perusahaan besar yang mengalami kegagalan karena tidak dapat menyusun struktur dengan baik pada masa-masa awal perintisan usaha (Petruzzelli, Ardito, dan Savino, 2018). Penelitian sebelumnya melihat bahwa UMKM seharusnya lebih dimanfaatkan untuk proses penyusunan dari skala terkecil dan membentuk suatu standar (Guo dan Jiang, 2020).

Melalui penjabaran tersebut, penulis berpendapat bahwa perlu untuk dilakukan penelitian terkait hal tersebut pada UMKM Kuliner di Jakarta Barat. Adapun judul dari skripsi ini adalah “Pengaruh *Firm Size*, *Risk Taking*, Dan *Competitive Advantage* Terhadap *Pioneering Orientation* Pada UMKM Yang Baru Bertumbuh.”

2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjabaran yang terdapat pada sub-pembahasan sebelumnya, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

- a. *Firm size* dapat mempengaruhi *pioneering orientation*
- b. *Risk taking* dapat mempengaruhi *pioneering orientation*
- c. *Competitive advantage* dapat mempengaruhi *pioneering orientation*

3. Batasan Masalah

Suatu penelitian memerlukan adanya batasan permasalahan guna memfokuskan cakupan penelitian dan meminimalisasi adanya kemungkinan bias dalam suatu penelitian. Pada penelitian ini, objek yang

digunakan adalah *firm size*, *risk taking*, *competitive advantage*, dan *pioneering orientation*. Sedangkan subjek pada penelitian ini adalah pemilik usaha yang baru memulai atau merintis usaha.

4. Rumusan Masalah

Dengan adanya penjabaran pada pembahasan di latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Apakah *firm size* dapat mempengaruhi *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?
- b. Apakah *risk taking* dapat mempengaruhi *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?
- c. Apakah *competitive advantage* dapat mempengaruhi *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris dari *firm size* terhadap *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?
2. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris dari *risk taking* terhadap *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?
3. Untuk mengetahui pengaruh secara empiris dari *competitive advantage* terhadap *pioneering orientation* pada UMKM yang baru bertumbuh?

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat yang dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat memberikan wawasan serta dapat digunakan sebagai referensi dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan variabel yang digunakan dalam penelitian ini

seperti *firm size*, *risk taking*, *competitive advantage*, dan *pioneering orientation*. Penelitian ini juga dapat menelaah dan memberikan tambahan literatur mengenai teori *resource by value*, yang menitik beratkan pada value, keunikan, hingga sumber daya yang dimiliki oleh suatu organisasi atau badan usaha. Dengan kata lain, teori ini membantu melihat lebih jauh kondisi internal dan mengelola suatu organisasi dengan sumber daya yang dimiliki.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga memberikan manfaat secara praktis dengan meningkatkan pertumbuhan UMKM pada sektor makanan dan minuman atau kuliner.

DAFTAR PUSTAKA

- De la Gala-Velásquez, B., Hurtado-Palomino, A., Arredondo-Salas, A. Y., & Arredondo-Salas, C. (2025). How risk-taking affects pioneering orientation in tourism MSEs in developing economies: a business growth perspective. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1–30. <https://doi.org/10.1080/08276331.2025.2552543>
- Dicksen, P. R. (1996). The static and dynamic mechanics of competitive theory, *Journal of Marketing*, 60 (October), pp. 102–106.
- Effendi, P., & Surjadi, L. (2024). Pengaruh Leverage, Firm Size, dan Liquidity Terhadap Profitability, *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 6(1).
- Garcia-Villaverde, Pedro & Elche, Dioni & Martínez-Pérez, Ángela. (2020). Understanding pioneering orientation in tourism clusters: Market dynamism and social capital. *Tourism Management*. 76. 1-15. 10.1016/j.tourman.2019.103966.
- Guo, Z., & Jiang, W. (2020). Risk-taking for entrepreneurial new entry: Risk-taking dimensions and contingencies. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(2), 739-781.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to Use and How to Report the Results of PLS-SEM. *European Business Review*, 2-24.
- Hair, J., Hult, G., Ringle, C., & et al. (2017). *Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks: Sage Publication.
- Hair, J., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a Silver Bullet. . *Journal of Marketing Theory and Practice*, 139-151.
- Hair, J., Sarstedt, M, Hopkins, L., & Kuppelwieser, W. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *European Business Review*, 106-121.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24.
- Hartojo, G., & Soelaiman, L. (2025). Peran Keunggulan Kompetitif Sebagai Mediator Media Sosial dan Inovasi Terhadap Kinerja Usaha, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 7(3).

- Hendri, M., Hendrayati, H., Achyarsyah, M., & Suryana, S. (2023). Mindset kewirausahaan, kapabilitas organisasi usaha mikro dan pelatihan kewirausahaan terhadap strategi inovasi. JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia), 9(1), 25–39. <https://doi.org/10.29210/020232224>
- Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velásquez, B., & Merma-Valverde, W. F. (2021). The Synergistic Effects of Innovativeness, Risk-taking and Proactiveness on Performance of Tourism Firms. *Tourism Planning & Development*, 21(2), 178–199. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2001036>
- Kavana, H., & Puspitowati, I. (2022). The Effect of Proactive Action, Innovation and Risk Taking on Business Performance. 10.2991/aebmr.k.220501.043.
- Lenggogeni, L., & Ferdinand, A. T. (2016). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Bersaing dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–12.
- Liu, Gordon & Chen, Yantai & Ko, Wai Wai. (2024). The influence of marketing exploitation and exploration on business-to-business small and medium-sized enterprises' pioneering orientation. *Industrial Marketing Management*. 117. 131-147. 10.1016/j.indmarman.2023.12.012.
- Manolopoulos, D., Xenakis, M., & Karvela, P. (2025). Paving the Way to Success: Linking the Strategic Ecosystem of Entrepreneurial Start-Ups with Market Performance. *Sustainability*, 17(18), 8385. <https://doi.org/10.3390/su17188385>
- Mao, H., He, C., Huang, X., Wu, B., Chen, Z., & Zhou, L. (2022). When to become an electronic business venture after the COVID-19 pandemic? The role of strategic orientation and perceived environmental turbulence in determining online market entry timing. *Frontiers in Public Health*, 10, 989264.
- Madhani, P. M. (2010). Resource based view (RBV) of competitive advantage: an overview. *Resource Based View: Concepts and Practices*, Pankaj Madhani, ed, 3-22.
- Mahirah, A., Uzliawati, L., & Soleha, N. (2023). Effects of Firm Size and Capital Structure on Firm Value (Empirical Study of Telecommunication Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for 2018-2021). *Review of Accounting and Taxation*.
- Mei Ie, Tunjungsari, H. K., Gunadi, A., & Valentina, A. (2022). PKM Pendampingan Kewirausahaan Bagi UMKM Belitung Sebagai Upaya Mendukung Sustainable Tourism. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 1–9.

- Mueller, B. Titus, V., Covin, J., and Slevin, D. (2012). *Pioneering Orientation and Firm Growth: Knowing When and to What Degree Pioneering Makes Sense*, Management Department Faculty Publications. 98.
- O'Dwyer, M. & Ledwith, A. (2010). Size matters: Market orientation and NPD in small and large firms. *Int. J. of Product Development*. 12. 107 - 125. 10.1504/IJPD.2010.034991.
- O'Dwyer, M., & Gilmore, A. (2017). Competitor orientation in successful SMEs: an exploration of the impact on innovation. *Journal of Strategic Marketing*, 27(1), 21–37. <https://doi.org/10.1080/0965254X.2017.1384040>
- Reed, J. H. (2021). Strategic agility and the effects of firm age and environmental turbulence. *Journal of Strategy and Management*, 14(2), 129-149.
- Ruiz-Ortega, M. J., García-Villaverde, P. M., De La Gala-Velásquez, B., Hurtado-Palomino, A., & Arredondo-Salas, Á. Y. (2021). Innovation capability and pioneering orientation in Peru's cultural heritage tourism destinations: Conflicting environmental effects. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 441-450.
- Rynardo, K. & Utama, L. (2021). Pengaruh Orientasi Inovasi Terhadap Kinerja Umkm Bidang Kuliner. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*. 3. 1066. 10.24912/jmk.v3i4.13502.
- Sudrajat, J., & Setiyawati, H. (2021). Role of Firm Size and Profitability on Capital Structures and Its Impact Over Firm Value. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*. 2. 13-27. 10.38035/dijefa.v2i1.737.
- Theresa, Ivy & Md Noh, Nur Hidayah. (2022). The Effect of Innovation, Risk-Taking, and Proactiveness on Business Performance Among MSMEs in Jakarta. 10.2991/aebmr.k.220501.008.
- Tunjungsari, H. K., Selamat, F., & Chairy, C. (2021). *Sustainable Entrepreneurship in SMEs: The Case of Creative-Industry SMEs in Jambi, Indonesia. Proceedings of the Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM 2020)*, Advances in Economics, Business and Management Research. Atlantis Press.
- Mei Ie, Tunjungsari, H. K., Gunadi, A., & Valentina, A. (2022). PKM Pendampingan Kewirausahaan Bagi UMKM Belitung Sebagai Upaya Mendukung Sustainable Tourism. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 5(1), 1–9.

- Wijaya, F., & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaanm Pengambilan Risiko, dan Efikasi diri Terhadap Niat Berwirausaha, *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/jmk.v4i2.18230>
- Zikri, Z. U., & Noer Zainora. (2023). Analisis Keunggulan Bersaing Terhadap Keberhasilan Usaha. *Journal Research of Economic and Business*, 2(01), 42–52. <https://doi.org/10.55537/jreb.v2i01.218>
- Zhao, S., & Zhu, Q. (2018). A risk-averse marketing strategy and its effect on coordination activities in a remanufacturing supply chain under market fluctuation. *Journal of Cleaner Production*, 171, 1290-1299.