

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian nasional, merupakan indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. UMKM selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman di masa krisis, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Peran dan fungsi strategis ini, sesungguhnya dapat ditingkatkan dengan memerankan UMKM sebagai salah satu pelaku usaha komplementer bagi pengembangan perekonomian nasional, dan bukan subordinasi dari pelaku usaha lainnya. Keberhasilan dalam meningkatkan kemampuan UMKM berarti memperkokoh bisnis perekonomian masyarakat. Hal ini akan membantu mempercepat proses pemulihan perekonomian nasional, dan sekaligus memberi dukungan nyata terhadap pemerintah daerah dalam melaksanakan otonomi pemerintahan.

Saat ini, perkembangan UMKM berkembang dengan pesat, bahkan jumlah UMKM di Indonesia rupanya jauh lebih banyak bila dibandingkan dengan jumlah usaha besar. Perkembangan UMKM dan usaha besar di Indonesia bisa dilihat pada tabel 1.1 berikut.

Tabel 1.1  
Perkembangan Jumlah UMKM dan Usaha Besar di Indonesia  
Periode 2006-2010

Tahun	Jumlah UMKM	Jumlah Usaha Besar
2006	49.021.803	4.577
2007	50.145.800	4.463
2008	51.414.262	4.650
2009	52.764.603	4.677
2010	53.823.732	4.838

*Sumber : DEPKOPNAS*

Dari tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa jumlah UMKM terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, yakni dari tahun 2006 hingga 2010 sedangkan

jumlah usaha besar cenderung berfluktuatif. Pada tahun 2006 jumlah UMKM mencapai 49.021.803 unit sedangkan jumlah usaha besar hanya sebanyak 4.577 unit. dan sampai pada tahun 2010 jumlah UMKM di Indonesia mencapai 53.823.732 unit sedangkan jumlah usaha besar hanya sebanyak 4.838 unit.

Melihat kondisi tersebut, maka tidak salah bila keberadaan UMKM di Indonesia harus tetap dipertahankan karena UMKM dapat dijadikan sebagai penopang hidup bagi masyarakat kecil dan menengah serta dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian daerah maupun nasional.

Menurut Tulus Tambunan (2009: 2-4), UMKM sangat penting karena karakteristik-karakteristik utama mereka yang berbeda dengan usaha besar, sebagai berikut :

1. Jumlah UMKM sangat banyak jauh melebihi usaha besar.
2. Mempunyai suatu potensi pertumbuhan kesempatan kerja yang sangat besar.
3. UMKM memakai teknologi-teknologi yang lebih “cocok” terhadap proporsi-proporsi dari faktor-faktor produksi dan kondisi lokal yang ada di negara sedang berkembang (NSB), yakni sumber daya alam (SDA) dan tenaga kerja berpendidikan rendah yang berlimpah tetapi modal serta sumber daya manusia (SDM) atau tenaga kerja berpendidikan tinggi yang sangat terbatas.
4. Tingkat fleksibilitas UMKM tinggi.

Krisis ekonomi yang melanda sebagian negara di Asia Tenggara sejak pertengahan tahun 1997 adalah harga mahal yang harus dibayar untuk model pembangunan kapitalistik pilihan pemerintah, yang pada dasarnya mengejar pertumbuhan tinggi, ekspansi usaha, dan konglomerasi. Indonesia menderita paling parah dibanding dengan negara ASEAN lainnya, dan itu mencerminkan rapuhnya struktur dasar perekonomian. Pertumbuhan ekonomi yang pada tahun 1996 sebesar 8% merosot jadi -13,7% di akhir tahun 1998. Pendapatan perkapita yang sebelumnya mencapai di atas US\$1.000 merosot lagi jadi US\$300. Indonesia kembali menjadi negara miskin.

Akibat dari terpuruknya perekonomian nasional, terdapat ribuan angkatan kerja yang tidak memperoleh lapangan pekerjaan sehingga terjadi pengangguran. Pengangguran yang pada tahun 1997 hanya 4,7% naik menjadi 5,4% pada tahun

1998. Survei Angkatan Kerja Nasional (SAKERNAS) menyebutkan, sekitar 1,4 juta orang kehilangan pekerjaan di sektor formal, sementara pekerjaan di sektor non-formal bertambah 3,6 juta menjadi 57,3 juta orang pada tahun 1998. (Benedicta, 2003: 1).

Menurut Astamoen (2008: 5), salah satu penyebab kurang cepatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah masih sedikitnya jumlah entrepreneur sebagai pelaku ekonomi, antara lain pengusaha, pedagang, dan lain-lain. Dengan banyaknya entrepreneur, dua indikator penting dalam suatu negara maju dan makmur secara ekonomi akan terpenuhi, yaitu rendahnya angka pengangguran dan tingginya devisa terutama dari hasil barang-barang ekspor yang dihasilkan.

Buchari Alma (2003: 4) menerangkan bahwa suatu pernyataan yang bersumber dari PBB menyatakan bahwa suatu negara akan mampu membangun apabila memiliki wirausahawan sebanyak 2% dari jumlah penduduknya. katakanlah jika dihitung semua wirausahawan Indonesia mulai dari pedagang kecil sampai perusahaan besar ada sebanyak tiga juta, tentu bagian terbesarnya adalah kelompok-kelompok kecil yang belum terjamin mutunya dan belum terjamin kelangsungan hidupnya. Sebagai contoh, keberhasilan pembangunan yang dicapai oleh negara Jepang ternyata disponsori oleh wirausahawan yang telah berjumlah 2% tingkat sedang, berwirausaha kecil sebanyak 20% dari jumlah penduduknya. Inilah kunci keberhasilan pembangunan negara Jepang.

Contoh lain, di Samarinda terdapat peningkatan dalam jumlah industri kecil dan menengah. Pada tahun 2000 terdapat sebanyak 6.950 unit UKM dan pada tahun 2004 meningkat menjadi 13.233 unit, atau meningkat sebesar 91%. ([www.kaltimpost.web.id](http://www.kaltimpost.web.id)).

Terlepas dari berbagai kontribusinya dalam perekonomian nasional, UMKM seringkali dihadapkan dengan berbagai permasalahan klasik yang menghambat keberhasilan usaha yang bersifat internal dan eksternal. Permasalahan internal tersebut diantaranya : (1) terbatasnya penguasaan dan pemilikan asset produksi, terutama permodalan; (2) rendahnya kemampuan SDM; (3) ditinjau dari konsentrasi pekerjaan sumber dayanya, pengembangannya terhambat oleh konsentrasi rakyat di pedesaan yang bergerak pada sektor

pertanian; (4) kelembagaan usaha belum berkembang secara optimal dalam penyediaan fasilitas bagi kegiatan ekonomi. Sedangkan permasalahan eksternal yang dimaksud adalah : (1) terbatasnya pengakuan dan jaminan keberadaan UKM; (2) kesulitan mendapatkan data yang jelas dan pasti tentang jumlah dan penyebaran UKM; (3) alokasi kredit sebagai aspek pembiayaan masih sangat timpang, baik antar golongan, antar wilayah, dan antar desa-kota; (4) sebagian besar produk industri kecil memiliki ciri atau karakteristik sebagai produk-produk *fashion* dan kerajinan dengan *lifetime* yang pendek; (5) rendahnya nilai tukar komoditi yang dihasilkan; (6) terbatasnya akses pasar; (7) terdapatnya pungutan-pungutan atau biaya siluman yang tidak proporsional.

Berkaitan dengan usaha, tentunya para pengusaha UMKM baik perusahaan atau organisasi manapun pasti ingin mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Dengan kata lain mereka ingin mencapai keberhasilan usaha. Menurut Albert Widjaja (Suryana, 2006 : 168) laba perusahaan masih merupakan tujuan yang kritis dan menjadi ukuran keberhasilan usaha. Sedangkan menurut beberapa ahli dijelaskan bahwa faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha adalah persaingan, kekuatan modal, penguasaan teknologi, manajemen dan perilaku kewirausahaan.

Kriteria keberhasilan usaha kecil dalam penelitian Ghost, dkk (Riyanti, 2003: 27), tentang wirausaha kecil di Singapura menunjukkan hasil bahwa dari 85% responden yang menjawab, 70% wirausaha menggunakan net profit growth (laba bersih) untuk mengukur keberhasilan usaha, disusul oleh laba penjualan (sales revenue growth, 61%), laba setelah pajak (return on investment, 50%), dan pangsa pasar (market share, 48%). Selanjutnya, 38% dari wirausaha yang menggunakan kriteria keberhasilan laba bersih (net profit growth), berpendapat bahwa prestasi 6-10% pertumbuhan pertahun merupakan indikator keberhasilan usaha.

Saat ini UMKM sudah banyak tersebar di seluruh propinsi di Indonesia. keberadaan UMKM ini sangat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat, tidak terkecuali oleh masyarakat di Kota Serang. Berdasarkan data dari Disperindag Kota Serang jumlah UMKM di Kota Serang pada tahun 2011 mencapai 13.669

unit usaha dengan penyerapan tenaga kerja sebanyak 31.010 orang. Namun sayangnya pengelolaan UMKM ini belum optimal.

Salah satu yang merasakan belum optimalnya keberadaan UMKM di Kota Serang adalah bagi para pengusaha industri sate bandeng, padahal kita tahu sate bandeng merupakan makanan unggulan khas Kota Serang yang seharusnya industri ini dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah. Namun pada kenyataannya, industri sate bandeng ini kurang dapat maju di daerahnya sendiri. Saat ini industri sate bandeng di kota Serang berjumlah 23 unit. Jumlah ini terus menurun dari tahun ke tahun. Sebelumnya, di tahun 2012 pengusaha industri sate bandeng ini berjumlah 27 unit. Berikut daftar pengusaha sate bandeng yang terdapat di kota serang pada tahun 2013.

Tabel 1.2  
Daftar Pengusaha Kelompok Industri Pengolahan Makanan Sate Bandeng di Kota Serang

No	Nama Pengusaha	Bahan Baku	Kapasitas Produksi/Tahun	Jumlah Tenaga Kerja	Teknologi
1	Cepi Awaludin	Lokal	5.250 Kg	3	Tradisional
2	Ratu Tuti M	Lokal	4.500	6	Tradisional
3	Aliyah	Lokal	3750 Kg	6	Tradisional
4	Mamah	Lokal	4500 Kg	5	Tradisional
5	Harni Asih	Lokal	3750 Kg	2	Tradisional
6	Heri	Lokal	3750 Kg	3	Tradisional
7	Among	Lokal	3750 Kg	6	Tradisional
8	Alimu Saeful	Lokal	4500 Kg	4	Tradisional
9	Ika Sartika	Lokal	3750 Kg	4	Tradisional
10	Neneng Sofiah	Lokal	6240 biji	5	Tradisional
11	Agus Setiawan	Lokal	1000	3	Tradisional
12	Marsinah	Lokal	18.000	3	Tradisional
13	Sabihah	Lokal	7.500 biji	4	Tradisional
14	Juwah	Lokal	7.500 biji	5	Tradisional
15	Mahdufah	Lokal	7.500 biji	3	Tradisional
16	Nafsiah	Lokal	7.500 biji	2	Tradisional
17	Hj. Masitoh	Lokal	7.500 biji	4	Tradisional
18	Marsinah	Lokal	18.000	4	Tradisional
19	H. Muhammad	Lokal	4500 Kg	4	Tradisional
20	Hj. Sopiah	Lokal	1.800	6	Tradisional
21	Midah Dahmalia	Lokal	12.000 kg	3	Tradisional
22	Rimadi	Lokal	1.800	3	Tradisional
23	Uun Haeraotul	Lokal	1.800	5	Tradisional

Sumber : Disperindag Kota. Serang

Sebagai salah satu unit usaha, kegiatan industri sate bandeng ini tentu tidak lepas dari munculnya berbagai hambatan. Berdasarkan hasil wawancara pra penelitian kepada sejumlah pengusaha sate bandeng, di peroleh informasi bahwa salah satu penyebab kurang berkembangnya usaha sate bandeng di Kota Serang ini salah satunya adalah jumlah laba yang diterima para pengusaha sate bandeng yang cenderung menurun. Berikut ini adalah tabel laba 10 orang pengusaha sate bandeng selama 3 bulan terakhir yang terdiri dari bulan Februari 2013, Maret 2013 hingga April 2013.

Tabel 1.3  
Laba Pengusaha Sate Bandeng Periode Februari 2013 - April 2013  
Dalam ribuan rupiah

No	Nama	Laba Pengusaha			Ket.
		Februari'13	Maret'13	April'13	
1	H. Muhamad	17.950	17.400	16.000	Turun
2	Ibu Ratu	17.700	16.800	16.400	Turun
3	Cepi A	16.500	16.100	15.750	Turun
4	Ibu Mamah	15.600	16.050	15.275	Turun
5	Ibu Uun	15.700	14.000	13.200	Turun
6	Ibu Aliyah	17.000	16.800	16.000	Turun
7	Among	18.250	17.950	17.000	Turun
8	Harni Asih	16.700	15.400	14.200	Turun
9	Agus S	14.350	13.900	13.000	Turun
10	Neneng Sofiah	17.450	17.975	16.250	Turun
	<b>Jumlah</b>	<b>167.200</b>	<b>162.375</b>	<b>153.075</b>	<b>Turun</b>
	<b>Rata-Rata</b>	<b>16.720</b>	<b>16.237,5</b>	<b>15.307,5</b>	<b>Turun</b>

Sumber : Kuesioner prapenelitian, Data diolah

Dari survey yang dilakukan pada 10 pengusaha sate bandeng di Kota Serang, ternyata hampir semuanya mengalami penurunan laba selama 3 bulan terakhir. Dapat kita lihat pada table 1.3 diatas bahwa rata-rata laba pengusaha menurun selama periode 3 bulan. Pada bulan Februari 2013, rata-rata laba pengusaha yaitu sebesar Rp.16.200.000,00 sedangkan pada bulan Maret 2013 turun menjadi Rp.16.237.500,00 dan penurunan pun terjadi pada bulan April 2013 yaitu turun menjadi Rp.15.307.500,00.

Berdasarkan kondisi yang terjadi di lapangan, peneliti menggunakan teori *resources based strategy* (strategi berbasis sumber daya) dari Mahoney dan

Pandangan dalam pendekatan penelitiannya. Teori ini cocok untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks dan krisis eksternal. Teori ini dinilai potensial untuk memelihara keberhasilan perusahaan ketika berada dalam situasi eksternal yang bergejolak, misalnya dalam keadaan krisis ekonomi yang berkepanjangan di Indonesia. Teori ini mengutamakan pengembangan kapabilitas internal yang unggul, tidak transparan, sukar ditiru oleh pesaing, memberi daya saing jangka panjang yang melebihi tuntutan pasar saat ini, dan kebal terhadap resesi. Menurut teori ini, sumber daya perusahaan berupa tanah, teknologi, tenaga kerja (termasuk kapabilitas dan pengetahuan), modal dan kebiasaan rutin dapat dikelola secara khusus untuk memperoleh keuntungan yang terus-menerus dari persaingan. Untuk meraih keuntungan yang berkesinambungan, perusahaan harus berusaha mencari dan menumbuhkan kapabilitas khusus dari semua sumber daya yang mungkin belum dimanfaatkan secara optimal dan dapat dirubah menjadi peluang yang produktif yang unik melalui pencarian ide-ide baru atau wawasan manajemen yang lebih luas secara terus-menerus. (Suryana, 2006: 170). Selain teori strategi berbasis sumber daya, penelitian ini juga di dukung oleh teori dinamis dari Schumpeter, teori premi risiko dari F. Knight dan teori permainan untuk setiap variabel independennya.

Teori Dinamis dari J. Schumpeter menyatakan bahwa, profit terdapat pada kehidupan perekonomian yang dinamis dan diperoleh oleh pengusaha yang dinamis pula. Pengusaha-pengusaha yang dinamis yang disebut juga sebagai *captain of entrepreneur*, yaitu pengusaha pionir, yang berani menempuh jalan baru, menggunakan teknik baru dan mencoba metode-metode produksi baru, maka pada mereka akan diterima keuntungan-keuntungan mendahului pengusaha-pengusaha yang lainnya. Mereka akan menerima super normal profit, sedang pengusaha-pengusaha lainnya hanya normal profit saja. Baru dalam jangka yang lama, maka pengusaha-pengusaha lainnya akan mencontohnya untuk menggunakan teknik dan metode produksi baru. Dengan demikian maka super normal profit akan hilang. (Ika Waspada, Jurnal UPI). Teori premi risiko dari F. Knight di dalam bukunya "*Risk Uncertainty and Profit*" mengemukakan tentang profit dihubungkan dengan ketidak-pastian. Oleh karena itu, maka pengusaha

harus mempunyai “*perfect for seight*”. Untuk keberaniannya menanggung risiko dan pandangannya yang tajam tentang masa datang, maka sudah seharusnya mereka menerima penggantian atas kecakapannya. (Ika Waspada, Jurnal UPI). Sedangkan teori permainan (*Game Theory*) merupakan suatu usaha untuk mempostulir tindakan-tindakan strategi, yang apabila diikuti oleh para partisipan dalam sebuah situasi kompetitif, akan memungkinkan mereka untuk mengurangi tingkat ketidakpastian yang melingkupi tindakan-tindakan mereka. Hal tersebut tidak langsung dicapai dengan mengasumsi bahwa kita mengetahui apa yang akan dilakukan oleh seorang oponent, tetapi secara tidak langsung dengan jalan mengasumsi bahwa oponent tersebut mempunyai keterangan tertentu dan bahwasanya ia dimotivasi dengan cara-cara tertentu, atau dengan perkataan lain bahwasanya ia berperilaku secara rasional. (Winardi, 1981: 223).

Berdasarkan informasi yang didapat dilapangan dan teori yang digunakan di duga faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha para pengusaha sate bandeng adalah sikap para pengusaha yang kurang kreatif dan inovatif, kurang berani dalam menghadapi risiko dan kurang bisa memanfaatkan peluang usaha. Sebagian besar mereka tidak menyadari bahwa hal yang mendasar untuk mencapai keberhasilan usaha adalah berasal dari dalam diri pengusaha itu sendiri yaitu faktor wirausaha dalam bentuk perilaku kewirausahaan.

Dari fakta dan argumen diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang. Dengan judul yang diangkat adalah “**PENGARUH PERILAKU KEWIRAUSAHAAN TERHADAP KEBERHASILAN USAHA PENGUSAHA SATE BANDENG (Survey pada pengusaha sate bandeng di Kota Serang)**”.

## 1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang masalah, terlihat bahwa yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang, yang ditandai dengan penurunan laba pengusaha pada tiga bulan terakhir. Keberhasilan usaha yang terus



menurun ini terjadi karena faktor internal yaitu rendahnya kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang dimiliki oleh para pengusaha sate bandeng dalam bentuk perilaku kewirausahaan dimana pengusaha sate bandeng ini kurang kreatif dalam mengolah produk olahan bandeng, serta kurang berani menghadapi risiko usaha dan kurang jeli dalam melihat peluang usaha.

Dalam penelitian ini maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yaitu pada faktor perilaku kewirausahaan. Adapun rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran perilaku kewirausahaan pengusaha sate bandeng di Kota Serang?
2. Bagaimana pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang?
3. Bagaimana pengaruh keberanian menghadapi risiko terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang?
4. Bagaimana pengaruh obsesi mencari peluang terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang?

### **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan pengusaha sate bandeng di Kota Serang.
2. Untuk mengetahui pengaruh kreativitas terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang.
3. Untuk mengetahui pengaruh keberanian menghadapi risiko terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang.
4. Untuk mengetahui pengaruh obsesi mencari peluang terhadap keberhasilan usaha pengusaha sate bandeng di Kota Serang?

### 1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan, khususnya terkait keberhasilan usaha.
2. Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan gambaran serta informasi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan usaha, terutama bagi para pengusaha sate bandeng di Kota Serang, serta dapat digunakan sebagai pertimbangan bagi pemerintah untuk mendorong kemajuan usaha kecil rakyat.

