

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejak krisis ekonomi melanda Indonesia, terdapat banyak masalah sosial dan ekonomi yang timbul akibat dari ketidakseimbangan sektor usaha. Masalah yang sering timbul antara lain seperti tingginya tingkat kemiskinan, besarnya jumlah pengangguran, dan ketimpangan distribusi pendapatan. Menurut Kasmir dalam bukunya “Kewirausahaan”, suatu survey menyatakan hingga akhir tahun 2005, jumlah pengangguran telah mencapai angka 12.000.000 atau mengalami kenaikan sebesar 11 % dari tahun sebelumnya, 10% diantaranya atau sebanyak 1.200.000 merupakan lulusan perguruan tinggi. Sebuah data menunjukkan pula bahwa persentase tujuan para lulusan perguruan tinggi setelah lulus untuk melamar pekerjaan lebih besar daripada keinginan mereka untuk berwirausaha. Sekitar 76% membuat keputusan untuk melamar kerja dan hanya sekitar 4 % yang berminat menjadi seorang wirausaha. Gejala seperti inilah yang menurut Max Gunther disebut sebagai “*Sanglaritis*” atau bermental buruh, yaitu kecenderungan seseorang untuk selalu ingin menjadi pegawai.

Dengan adanya gejala seperti itu, pada akhirnya akan menimbulkan suatu kondisi dimana lapangan pekerjaan tidak lagi mampu menampung para calon tenaga kerja yang jumlahnya kian meningkat dari waktu ke waktu. Menyadari dampak dari terbatasnya unit usaha terutama dalam sektor besar membuat pemerintah memberikan kesempatan seluas-luasnya untuk para pengusaha dalam sektor kecil untuk mengembangkan usaha mereka. Ini terbukti dengan peran serta usaha kecil dalam menstabilkan perekonomian Indonesia hingga saat ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan usaha kecil membawa dampak

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

yang luar biasa terhadap penanganan masalah-masalah ekonomi seperti telah diungkapkan diatas. Kontribusi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) terhadap kesempatan kerja sangat besar mengingat kenyataan bahwa jumlah angkatan kerja di Indonesia sangat melimpah mengikuti jumlah penduduk yang besar dan di pihak lain, usaha besar tidak mampu untuk menyerap semua pencari kerja tersebut. Beberapa alasan pentingnya peran UMKM dalam menciptakan lapangan kerja terlihat dari beberapa perbedaan dasar antara UMKM dan Usaha besar seperti Usaha besar yang relatif padat modal, membutuhkan pekerja dengan pendidikan formal yang tinggi, dan memiliki sistem manajemen yang terstruktur. Sedangkan UKM relatif padat karya, sebagian pekerjanya berpendidikan rendah, serta sistem manajemen yang masih sederhana.

Sejauh ini, UKM diperkirakan menampung 90% tenaga kerja. Hal ini diungkapkan oleh Hendi Kurniawan (2003:172) bahwa usaha mikro, kecil dan menengah merupakan usahawan-usahawan yang menyediakan kesempatan kerja terbesar saat ini dan bahkan sampai waktu kedepan. M. Irfan dalam Anoraga dan Sudantoko (2002:244) menyatakan bahwa Usaha kecil dan menengah dalam perekonomian suatu Negara memiliki peran yang penting. Bukan saja di Indonesia, tetapi kenyataan menunjukkan bahwa posisi usaha kecil dan menengah mempunyai peranan strategis di Negara-negara lain. Indikasi yang menunjukkan peranan usaha kecil dan menengah itu dapat dilihat dari kontribusinya terhadap PDB, ekspor non migas, penyerapan tenaga kerja, dan peningkatan kualitas SDM yang cukup berarti.

Saat ini pemerintah mulai memberikan peran yang besar bagi perkembangan perekonomian rakyat dengan menekankan pentingnya peningkatan kualitas, produktivitas,

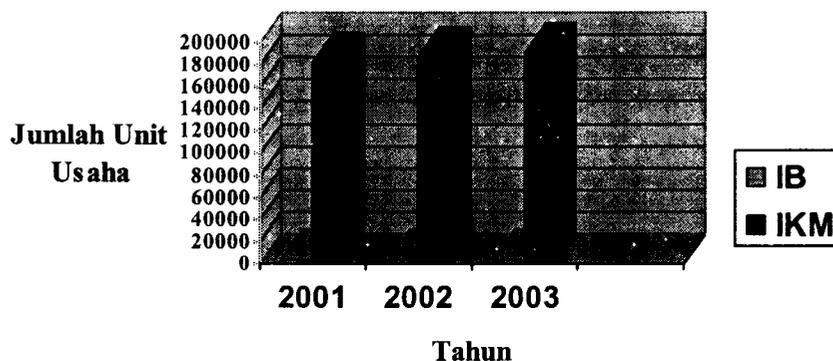
*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

dan daya saing ekonomi rakyat. Caranya dengan memberikan peranan yang lebih besar kepada usaha kecil, menengah dan koperasi.

Pemberian peran yang lebih besar tersebut sejalan dengan ketetapan MPR RI No IV tahun 1999, dimana telah digariskan misi bangsa Indonesia khususnya dalam bidang ekonomi, yaitu "Pemberdayaan masyarakat dan seluruh kekuatan ekonomi terutama pengusaha kecil, menengah dan koperasi dengan mengembangkan sistem ekonomi kerakyatan yang bertumpu pada mekanisme pasar yang berkeadilan berbasis pada sumber daya alam, dan sumber daya manusia yang produktif, mandiri, maju berdaya saing, berwawasan lingkungan dan berkelanjutan. Sedangkan arah kebijakan dalam bidang ekonomi, diantaranya adalah "memberdayakan usaha kecil, menengah dan koperasi agar lebih efisien, produktif, dan berdaya saing dengan menciptakan iklim berusaha yang kondusif dan peluang usaha-usaha yang seluas-luasnya. Dukungan pemerintah serta peluang yang besar bagi unit usaha tersebut terbukti dengan jumlah Usaha Kecil dan Menengah yang terus bertambah dan berkembang dari tahun ke tahun. Perkembangan jumlah unit Usaha Besar dan Usaha Kecil Menengah dapat dilihat pada grafik berikut :

Gambar 1.1

**Perkembangan Jumlah Unit Usaha Besar dan Usaha
Kecil Menengah**



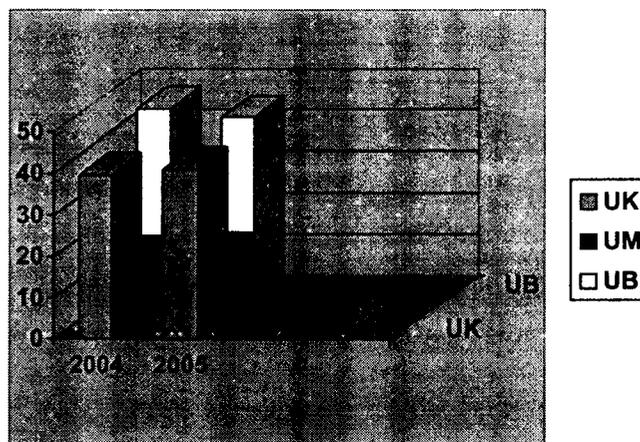
*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Dari gambar diatas, terlihat bahwa terdapat perbedaan yang sangat signifikan antara jumlah unit Usaha pada Usaha Besar dan Usaha Kecil Menengah. Ini menunjukkan bahwa perkembangan usaha kecil menengah sebenarnya jauh lebih pesat, terlebih setelah kontribusi yang disumbangkan bagi perekonomian negara mendapat respon positif serta dukungan dari pemerintah untuk terus berkembang.

Besarnya peran usaha kecil dalam perekonomian nasional paling tidak dapat dilihat dari Jumlahnya sangat besar dan menjadi tulang punggung perekonomian, Dalam aneka dimensinya telah menciptakan lapangan kerja yang luas bagi masyarakat, Dalam pembentukan produksi nasional, UKM adalah pelaku utama dalam pelayanan kegiatan ekonomi yang beriteraksi langsung dengan masyarakat lapisan bawah, dan Kegiatan ekonomi yang dilakukan oleh UKM mempunyai implikasi langsung untuk meredam persoalan yang berdimensi sosial dan politik (Sutrisno, 2002:21).

Disamping itu, usaha kecil memiliki peranan dalam memberikan kontribusi pada Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia pada tahun 2004 dan tahun 2005. Hal ini dapat dilihat pada gambar berikut :

Gambar 1.2 Peranan PDB tahun 2004 dan 2005



Sumber: Berita Resmi Statistik No. 21/VII/24 Maret 2006

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Dari gambar di atas memberi gambaran, selama periode 2004-2005 peranan Usaha Kecil dalam penciptaan nilai tambah terus meningkat dari 39,7 persen pada tahun 2004 menjadi 41,1 persen pada tahun 2005. Sebaliknya peranan usaha besar semakin berkurang dari 45,5 persen pada tahun 2004 menjadi 43,3 persen pada tahun 2005. Sementara peranan Usaha Menengah relatif stabil berkisar 15 persen selama periode ini.

Eksistensi usaha kecil yang telah memberikan kontribusi yang cukup berarti bagi pertumbuhan PDB juga terlihat dari sumbangannya melebihi usaha besar, yaitu lebih dari 45%, dan jika digabung dengan usaha menengah, pangsa mereka sudah lebih dari 53%. Disamping itu, jumlah unit usaha, jumlah tenaga kerja yang terserap serta pertumbuhan PDB pada usaha kecil, menengah, dan besar terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Perbandingan Jumlah Unit Usaha, Tenaga Kerja, dan Produk Domestik Bruto
Antara Usaha Kecil, Usaha Menengah, dan Usaha Besar

	Unit Usaha (Unit)	%	Tenaga Kerja (Orang)	%	PDB (Rp 1 Juta)	%
Usaha Kecil	36.985.072	99,85	61.700.343	88,63	493.674.020	45,08
Usaha Menengah	55.061	0,14	7.536.088	10,82	493.674.020	45,08
Usaha Besar	1.946	0,01	383.573	0,56	403.847.433	36,89
TOTAL	39.042.079	100	69.619.004	100	1.094.082.236	100

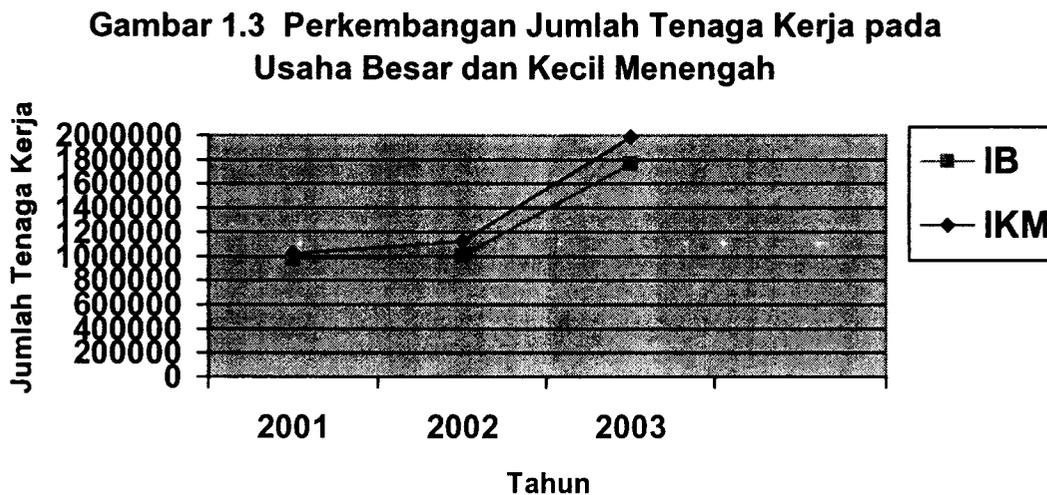
Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)

Dari data diatas, jelas terlihat bahwa usaha kecil memiliki kontribusi paling besar dalam penyerapan tenaga kerja dibandingkan dengan usaha menengah dan usaha besar. Disamping itu, peran Usaha Kecil dan Menengah dalam penyerapan tenaga kerja dapat

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

dilihat salah satunya dari perkembangan jumlah tenaga kerja yang kian berkembang dari waktu ke waktu

Perkembangan jumlah tenaga kerja yang terserap oleh Usaha Besar dan Usaha Kecil Menengah terlihat dari gambar berikut :



Untuk membedakan secara mudah mengenai skala kecil dan menengah dengan skala besar adalah dari aspek legalitas. Pendekatan ini telah digunakan secara konsisten oleh Badan Pusat Statistik, yaitu bahwa usaha kecil menengah identik tidak berbadan hukum sedangkan usaha besar pasti berbadan hukum. Disamping itu, terdapat perbedaan antara usaha mikro, kecil, dan menengah di Indonesia dimana Departemen Perindustrian, Perbankan, dan Kamar Dagang Indonesia (Kadin) menggunakan kriteria modal, sementara Departemen Tenaga Kerja dan Badan Pusat Statistik menggunakan kriteria tenaga kerja dan menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, kriteria Usaha Mikro, kecil, dan Menengah terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2 Kriteria Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Sumber	Mikro	Kecil	Menengah
Deperin, Bank, dan Kadin	< 200 Juta	200 Juta- 1 M	1-5 M
BPS, Depnaker	1-4 TK	5-19 TK	20-99 TK
UU No. 20 tahun 2008	≤ 50 Juta, ≤300 juta	50-500 juta, 300 juta- 2,5 milyar	> 500 juta, 2,5- 50 milyar

Sumber : Google.com (Google search)

Menurut UU No. 20 tahun 2008 tentang UMKM, kriteria Usaha Mikro adalah sebagai berikut:

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Sedangkan kriteria Usaha Kecil adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).

Kriteria Usaha Menengah menurut UU No. 20 tahun 2008 adalah sebagai berikut :

1. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

2. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Dilihat dari sektor usahanya, terlihat adanya perbedaan mengenai kontribusi yang diberikan Usaha kecil, Menengah, dan Usaha Besar terhadap Nilai PDB. Adapun rata-rata struktur PDB Usaha Kecil, Menengah, dan Besar terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.3
Rata-rata Struktur PDB Usaha Kecil, Menengah dan Besar
Tahun 2004-2005 (persen)

Lapangan Usaha	Rata-rata 2004-2005			
	Kecil	Menengah	Besar	Jumlah
Pertanian, Perkebunan, Peternakan, Kehutanan, dan Perikanan	85.74	9.09	5.17	100.0
Pertambangan dan penggalian	6.73	2.96	90.30	100.0
Industri Pengolahan	15.14	12.98	71.89	100.0
Listrik, Gas, dan Air Bersih	0.52	6.80	92.68	100.0
Bangunan	43.88	22.57	33.55	100.0
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	75.60	20.81	3.59	100.0
Pengangkutan dan Komunikasi	36.69	26.64	36.67	100.0
Keuangan, Pariwisata, dan Jasa Perusahaan	16.80	46.47		100.0
Jasa-Jasa	35.59	7.16	57.25	100.0
PDB	40.55	15.22	44.22	100.0
PDB TANPA MIGAS	46.22	17.19	36.60	100.0

Sumber: Berita Resmi Statistik No. 21/VII/24 Maret 2006

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa sektor usaha kecil memiliki keunggulan dalam bidang usaha yang memanfaatkan sumber daya alam dan sektor jasa seperti pertanian, perdagangan, hotel, dan restoran. Usaha menengah memberikan sumbangan yang cukup besar dalam bidang keuangan, pariwisata, dan jasa perusahaan. Sedangkan usaha besar memiliki nilai tambah dalam pengolahan industri primer seperti pertambangan, penggalian, pengolahan, listrik, gas, dan air bersih.

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Kekuatan ekonomi suatu negara memiliki korelasi yang positif dengan kontribusi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terhadap perekonomian suatu negara. Semakin besar kontribusi UMKM terhadap perekonomian maka makin kuat ekonomi tersebut.

Potensi keunggulan ekonomi dan sosial dari UMKM ditandai dari kapasitas mereka dalam Penciptaan lapangan kerja pada tingkat biaya modal yang rendah, Perbaikan dalam *forward* dan *backward linkage* antara berbagai sektor, Penciptaan kesempatan kerja bagi pengembangan dan adaptasi teknologi yang tepat guna, Sebagai *plot of skill* dan *semi skill workers*, Mengisi *market niche* yang tidak efisien bagi perusahaan besar, serta Sebagai pendukung perusahaan skala besar.

Sayangnya, kuantitas sektor UMKM yang tinggi tidak disertai dengan tingginya kualitas sektor tersebut, sehingga keberadaannya tidak menunjukkan suatu potensi yang besar. Di tengah segala keunggulan dan daya tahan terhadap krisis, UMKM sesungguhnya memiliki masalah yang sangat rumit dan mengakar pada ketiadaan kompetensi.

Dalam suatu penelitian, Kadin menyimpulkan beberapa faktor yang kemudian menjadi hambatan UMKM untuk bisa maju. Faktor-faktor tersebut antara lain;

1. Lemahnya sistem pembiayaan dan kurangnya komitmen pemerintah bersama dengan lembaga legislatif terhadap dukungan UMKM sehingga keterpihakan lembaga-lembaga keuangan dan perbankan masih belum seperti yang diharapkan.
2. Kurangnya kemampuan UMKM untuk meningkatkan akses pasar, daya saing pemasaran serta pemahaman regulasi pasar baik bagi pasar domestik maupun pasar global.

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

3. Terbatasnya informasi sumber bahan baku dan panjangnya jaringan distribusi, lemahnya kekuatan tawar menawar khususnya bahan baku yang dikuasai oleh pengusaha besar mengakibatkan sulitnya pengendalian harga.
4. Belum tercapainya *blueprint platform* teknologi dan informasi yang meliputi regulasi, pembiayaan standarisasi, lisensi, jenis teknologi tepat guna dan fasilitas pendukung kerja yang mampu digunakan sebagai keunggulan bersaing.
5. Masih rendahnya kualitas SDM yang meliputi aspek kompetensi, keterampilan, etos kerja, karakter, kesadaran, akan pentingnya konsistensi mutu, dan standarisasi produk jasa serta wawasan kewirausahaan.
6. Proses perijinan pendirian badan usaha, hak paten, merk, hak cipta, investasi, ijin *export-import* yang masih birokratis dan biaya yang tinggi serta memerlukan waktu yang panjang.
7. Keberadaan jasa lembaga penjamin, asuransi, dan jasa lembaga keuangan non-bank lainnya masih belum mampu melayani UMKM secara optimal.
8. Tidak berfungsinya secara baik lembaga promosi pemerintah didalam menunjang promosi produk dan jasa UMKM baik untuk pasar domestik maupun pasar global

Meninjau kelemahan dari usaha kecil sendiri, dikhawatirkan usaha tersebut akan sulit mencapai keberhasilan. Agar sebuah usaha mampu bertahan dan berhasil dalam dunia perekonomian dan perdagangan, setidaknya terdapat dua hal yang perlu dipenuhi, antara lain :

1. Lingkungan internal perusahaan harus kondusif, yang mencakup aspek kualitas SDM, penguasaan teknologi dan informasi, struktur organisasi, sistem manajemen, budaya

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

bisnis, kekuatan modal, jaringan bisnis dan dengan pihak luar hingga tingkat *entrepreneurship*.

2. Lingkungan eksternal juga harus kondusif, yang terdiri dari lingkungan domestik dan lingkungan global. Lingkungan domestik ini mencakup faktor pemerintah seperti kebijakan ekonomi, birokrasi, politik, dan tingkat demokratisasi sedangkan faktor non pemerintah seperti sistem perekonomian, sosial budaya masyarakat dan kondisi infrastruktur serta tingkat pendidikan masyarakat.

Dalam dunia bisnis sekarang ini, semua usaha memberikan banyak peluang untuk mencapai keberhasilan. Ini tergantung pada kemampuan dan sumber daya yang dimiliki oleh sebuah usaha, mengingat saat ini pemerintah memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada semua jenis usaha untuk berkembang.

Dalam hal ini, UMKM sebagai sektor usaha yang memiliki kemampuan dalam mendirikan dan mengelola bidang usahanya sendiri tentu saja harus memiliki suatu *skills* dalam meraih keberhasilan usahanya. Kemampuan dan keterampilan dalam menciptakan sesuatu untuk menunjang keberhasilan usaha dikenal dengan istilah Kewirausahaan (*enterpreneurship*). Untuk mencapai keberhasilan usaha yang tinggi, pada umumnya para pengusaha kecil mengandalkan pada kemampuan mereka dalam menciptakan sesuatu hal yang unik dan berbeda. Kemampuan ini identik dengan jiwa kewirausahaan seperti dikemukakan oleh Suryana (2006:2) bahwa inti dan hakikat kewirausahaan adalah kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar, kiat, dan sumber daya untuk mencari peluang menuju sukses. Salah satu indikator kesuksesan atau keberhasilan yaitu tingkat pendapatan dan volume usaha yang relatif stabil dalam jangka waktu tertentu, sehingga tujuan perusahaan untuk *survive* akan tercapai.

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Usaha kecil yang berkembang di Indonesia saat ini tidak sedikit yang menjanjikan prospek yang menguntungkan, terlebih karena saat ini banyak sekali usahawan yang berani terjun dalam persaingan global. Usaha kecil sendiri, ditinjau dari jenis produk atau jasa yang dihasilkannya dapat digolongkan kedalam 4 jenis yaitu usaha perdagangan, pertanian, industri, dan jasa. Salah satu usaha kecil dalam bidang perdagangan yaitu usaha penjual makanan. Saat ini, bisnis yang marak dibuka di banyak lokasi adalah bisnis makanan, karena pada dasarnya semua manusia selalu membutuhkan makanan, apalagi dengan menu yang unik, menarik, dan bervariasi. Salah satu jenis makanan yang menjadi *trend* saat ini adalah burger. Bisnis makanan ini dinilai cukup prospektif, mengingat jumlah usaha ini terus meningkat dari waktu ke waktu. Disamping itu, usaha perdagangan, terutama di kota Bandung banyak menyerap tenaga kerja, sehingga mampu mendongkrak perekonomian daerah yang pada akhirnya akan berpengaruh juga terhadap perekonomian negara. Adapun jumlah tenaga kerja yang terserap oleh beberapa jenis usaha di kota Bandung sebagai berikut :

Tabel 1.4 Jenis Lapangan Usaha dan Tenaga Kerja yang Terserap

No	Lapangan Usaha	Jumlah Tenaga Kerja yang terserap		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Pertanian	6.440	1.380	7.820
2	Pertambangan dan Galian	-	-	-
3	Industri	115.460	88.780	204.240
4	Listrik, Gas, dan Air	3.220	-	3.220
5	Konstruksi	46.920	2.300	49.220
6	Perdagangan	191.820	97.980	289.800
7	Transportasi dan Komunikasi	45.540	6.440	51.980
8	Keuangan	28.980	10.120	39.100
9	Jasa	103.500	77.740	181.240
10	Lain-lain	-	-	-
JUMLAH		541.880	284.740	826.620

Sumber : BPS kota Bandung

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Dari tabel diatas, terlihat bahwa usaha dalam bidang perdagangan, termasuk makanan sangat banyak memberikan kesempatan dalam hal penyerapan tenaga kerja. Hal tersebut dibuktikan dengan jumlah tenaga kerja yang terserap pada usaha perdagangan lebih besar dibanding usaha lain. Sama halnya dengan jumlah tenaga kerja yang terserap oleh usaha burger di kota Bandung. Saat ini, terutama di kawasan Kota Bandung, sangat banyak berdiri stand atau outlet yang menjual makanan tersebut. Biasanya stand ini berdiri di suatu lokasi yang permanen, dengan tujuan agar konsumen mudah mencarinya. Jumlah outlet burger di kota Bandung sangat banyak, namun pada penelitian ini hanya diambil beberapa usaha burger yang termasuk kedalam kategori Usaha Kecil dan Menengah. Perkembangan usaha outlet burger tetap berjalan dengan normal sebelum bermunculan usaha sejenis yang saling mendampingi. Adanya iklim persaingan dalam dunia bisnis bukan merupakan hal baru, yang semestinya menjadi hal baru adalah cara menyikapi persaingan tersebut. Dampak dari persaingan dalam usaha sejenis dirasa cukup besar dan berpengaruh terhadap eksistensi usaha tersebut.

Masalah umum yang kerap dihadapi oleh para pemilik usaha yaitu masalah keterbatasan sumber daya. Setiap usaha selalu mengupayakan tercapainya tingkat pendapatan usaha yang tinggi, sebagai salah satu indikator keberhasilan usaha mereka. Namun, kenyataan yang terjadi saat ini, terutama dalam usaha burger terjadi penurunan dan ketidakstabilan tingkat pendapatan usaha. Menurunnya tingkat laba sebagai akibat dari rendahnya pendapatan usaha merupakan suatu masalah yang berpengaruh terhadap keberhasilan suatu usaha.

Masalah penurunan pendapatan merupakan hal yang serius dan perlu pemecahan segera, mengingat salah satu indikasi yang menentukan keberhasilan usaha terletak pada

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

jumlah pendapatan yang diterima selama periode tertentu. Adapun data pendapatan outlet-outlet Burger selama 3 bulan terakhir terlihat pada tabel berikut :

Tabel 1.5 Pendapatan Outlet-Outlet Burger Selama 3 Bulan Terakhir

No	Nama Outlet	TR November '08	TR Desember '08	TR Januari '09
1	Edam burger	Rp 7.250.000	Rp 8.027.500	Rp 7.952.000
2	Raja Burger	Rp 5.130.000	Rp 5.975.500	Rp 5.200.000
3	Dewa Burger	Rp 4.700.000	Rp 4.856.500	Rp 4.270.000
4	Burger 3 1/2	Rp 6.984.500	Rp 6.900.000	Rp 6.783.000
5	Burger Edola	Rp 2.852.500	Rp 3.110.500	Rp 3.000.000
6	Rizky Burger	Rp 5.125.500	Rp 5.364.000	Rp 4.995.000
7	Beurgeur	Rp 9.832.500	Rp 8.540.000	Rp 9.250.000
8	Burger Buana	Rp 6.750.000	Rp 7.000.000	Rp 6.905.000
9	Burger Halaal	Rp 4.205.000	Rp 4.350.000	Rp 4.000.000
10	Lava Burger	Rp 8.600.500	Rp 9.020.000	Rp 8.990.000
	Total	Rp 61.430.500	Rp 63.144.000	Rp 61.345.000

Sumber : Pemilik Outlet melalui kuesioner penelitian

Dari tabel diatas, terlihat bahwa rata-rata penurunan pendapatan masing-masing outlet selama 3 bulan terakhir menunjukkan angka sebesar 8,54%. Secara total, penurunan pendapatan usaha burger di kota Bandung selama 3 bulan terakhir menunjukkan angka yang cukup signifikan. Pada bulan Desember-Januari terjadi penurunan pendapatan sebesar 1.799.000 atau sebesar 9,7% lebih rendah dari bulan sebelumnya. Ini mengindikasikan tingkat keberhasilan usaha burger di kota Bandung yang masih bermasalah dalam hal pendapatan yang belum stabil.

Namun, disisi lain, usaha burger di kota Bandung dinilai cukup berhasil, terlihat dari penilaian beberapa aspek dalam usahanya, seperti dalam hal perluasan usaha. Keberhasilan usaha burger di kota Bandung dalam hal perluasan usaha salah satunya

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

dapat dilihat dari jumlah cabang usaha yang berhasil didirikan di lokasi lain. Adfapun data mengenai jumlah cabang yang berhasil didirikan di kota Bandung terlihat dalam tabel berikut :

Tabel 1.6 Jumlah Cabang Usaha Burger di kota Bandung

No	Nama Usaha	Jumlah Cabang	Alamat Cabang Usaha
1	Edam Burger	3	Jl. Riau, Jl. Gelap nyawang, Dago
2	Burger edola	2	Jl. Sudirman, jl. H. Amir Mahmud
3	Burger Buana	3	Jl. Gandawijaya, Jl. Terusan Pasteur, Jl. Lanuma Husein
4	Burger 3 ½	1	Depan Toserba Yogya, Jl. Kepatihan
5	Lava Burger	5	Jl. Cikutra, Jl. Sadang Serang, Jl. Dipati Ukur, Dago Pakar, Jl. Padasuka

Sumber : Data Pra Penelitian

Keberhasilan usaha burger pun tidak terlepas dari masalah yang masih terus dihadapi selama proses menuju keberhasilan tersebut. Masalah yang kerap datang adalah masalah ketidaktersediaan modal. Namun yang terjadi saat ini, sebagian besar faktor yang menyebabkan kegagalan wirausaha tersebut terletak pada masalah produk mereka yang kurang berkembang, usaha yang cenderung statis sehingga mengakibatkan pasar yang mengalami kejenuhan. Penyebab kegagalan yang sering timbul dapat terlihat dalam tabel berikut :

**Tabel 1.7
Sebab Kegagalan Usaha yang Diindikasikan Oleh Penurunan Pendapatan**

Faktor Penyebab	Persentase
Pasar Jenuh	31,57 %
Harga Tinggi	11,08 %
Stagnansi Usaha	13,24 %
Pengetahuan	7,83 %
Modal	20,01 %
Kualitas	10,78 %
Lokasi	5,49 %
TOTAL	100 %

Sumber : Pengolahan data pra- penelitian

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

Berdasarkan tabel tersebut, sebab utama kegagalan usaha burger di kota Bandung adalah karena pasar yang jenuh, yang ditunjukkan dengan persentase sebesar 31,57 %. Ini berarti sebagian besar dari usaha tersebut memiliki produk yang kurang bervariasi sehingga ketika ada produk pesaing yang mendampingi, pasar telah terlalu jenuh dengan produk yang sama. Penyebab lain yang menjadi masalah atas kegagalan usaha yaitu keterbatasan modal, yaitu sebesar 20,01 %, karena pada dasarnya usaha kecil tidak memperoleh subsidi usaha dari pihak manapun. Faktor lain yang berpengaruh dalam menyebabkan kegagalan yaitu dari aspek stagnansi usaha, sebesar 13,24 %, yang disebabkan oleh tidak adanya unsur inovatif dalam usaha.

Jika diruntut dari penyebabnya, faktor yang menyebabkan wirausaha gagal dalam menjalankan usahanya, disamping karena keterbatasan juga dipengaruhi oleh situasi lingkungan eksternal seperti tuntutan dunia bisnis akan inovasi. Inovasi dapat diartikan sebagai penciptaan sesuatu yang baru dan berbeda (*create new and different*) oleh seorang wirausaha. Proses untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda tersebut yang kemudian lebih dikenal sebagai proses kewirausahaan yang pada hakikatnya menuju pada upaya penciptaan sesuatu yang unik serta pemanfaatan peluang untuk meraih sukses.

Persaingan yang timbul saat ini menuntut para pelaku usaha untuk lebih cerdas menyikapinya. Sebagai reaksi atas tuntutan lingkungan tersebut, pelaku usaha perlu berinteraksi dengan lingkungan sebagai bentuk manifestasi bahwa mereka memiliki daya tanggap terhadap lingkungan yang mempengaruhi kehidupan mereka. Reaksi inilah yang dikenal dengan istilah perilaku, yaitu reaksi manusia dalam menanggapi suatu objek atau peristiwa. Perilaku yang ditimbulkan didorong oleh faktor-faktor tertentu. Biasanya

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

seseorang berperilaku karena adanya suatu kebutuhan, seperti diungkapkan oleh Miftah Toha (2003:26) yang menyatakan 5 faktor yang mempengaruhi seseorang terangsang untuk berperilaku, yaitu : Kemampuan, Kebutuhan, Cara berfikir untuk menentukan pilihan, Pengalaman, dan Reaksi-reaksi efektif.

Dalam hal ini, pemilik usaha /wirausahawan berperilaku karena adanya dorongan kebutuhan untuk mempertahankan kelangsungan usahanya. Seperti telah diungkapkan sebelumnya bahwa usaha kecil yang memiliki keterbatasan dalam banyak hal hanya dapat mengeksploitasi kemampuan yang ada pada diri wirausahawan atau pemilik usaha agar mampu meraih keberhasilan usaha. Untuk tujuan tersebut, diperlukan suatu perilaku yang didalamnya mengandung kompetensi yang dibutuhkan untuk keberhasilan usaha dengan kemampuan memanfaatkan peluang usaha dan kesanggupan mengambil resiko. Inilah yang dikenal dengan perilaku kewirausahaan. Secara jelas, perilaku kewirausahaan dapat diartikan sebagai aktivitas atau kegiatan dari seorang wirausaha yang dibina oleh enam ciri utama yaitu percaya diri, berani mengambil risiko, keorisinilan, berorientasi tugas dan hasil, kepemimpinan, serta berorientasi ke masa depan untuk tercapainya tujuan. Perumusan ini sesuai dengan rumusan yang dikemukakan oleh Geoffrey G. Meredith (2002:5) dalam Suryana (2006:24) yang mengemukakan bahwa ciri-ciri utama kewirausahaan dapat dilihat dari watak dan perilakunya, yaitu percaya diri dan optimis, berorientasi pada tugas dan hasil, berani mengambil risiko dan menyukai tantangan, kepemimpinan, keorisinilan, dan berorientasi masa depan.

Berdasarkan pernyataan di atas, maka berhasil tidaknya suatu usaha tidak tergantung pada besar kecilnya ukuran usaha, tetapi lebih ditujukan kepada pengusaha

*Hubungan Perilaku Kewirausahaan dengan Keberhasilan Usaha
Outlet Burger di kota Bandung*

tersebut dalam menyikapi kendala atau permasalahan yang timbul dalam usahanya. Hal tersebut sebagaimana dikemukakan Winardi bahwa:

”faktor-faktor strategis yang memengaruhi tumbuhnya usaha para usahawan terletak pada elemen-elemen yang ada pada diri para usahawan tersebut. Sedangkan faktor lain yang berpengaruh atasnya antara lain pemerintah, lingkungan, keadaan sosial ekonomi masyarakat, iklim berusaha, struktur pasar, luas pasar dan profitabilitas perusahaan”.

Menyadari pentingnya keberhasilan usaha, para pemilik outlet burger di kawasan Kota Bandung perlu memiliki perilaku kewirausahaan yang dapat membantu mereka dalam menciptakan nilai tambah, mengingat pada usaha kecil, faktor penentu keberhasilan usaha terletak pada diri wirausaha, yang dikenal sebagai jiwa kewirausahaan. Jiwa ini perlu diaplikasikan dalam bentuk perilaku.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis bermaksud menganalisis mengenai keterkaitan dan besarnya pengaruh antara perilaku yang ditampilkan seorang wirausaha terhadap keberhasilan usaha dengan mengangkat judul penelitian ”*Hubungan Perilaku Kewirausahaan Dengan Keberhasilan Usaha*” (Studi pada Outlet-Outlet Burger di Kota Bandung)

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Perkembangan sektor UMKM tidak terlepas dari peran serta pihak yang terlibat didalamnya. UMKM merupakan bidang usaha yang dapat dikatakan mandiri dan memiliki kewenangan penuh atas segala sesuatu yang terjadi dalam usahanya. Keleluasaan yang diberikan pemerintah terhadap sektor ini mengakibatkan UMKM yang semakin banyak bermunculan ini selalu mengupayakan kemajuan untuk bidang usahanya.

Namun, dilihat dari karakteristiknya, UMKM ini tidak dapat mengandalkan faktor-faktor besar seperti ketersediaan modal atau SDM yang berkualitas tinggi untuk menunjang usahanya. Menurut Anoraga dan Sudantoko (2002:225-226), secara umum karakteristik usaha kecil adalah sebagai berikut :

1. Sistem pembukuan yang relatif sederhana dan cenderung tidak mengikuti kaidah administrasi pembukuan standar.
2. Margin usaha yang cenderung tipis
3. Modal terbatas
4. Pengalaman manajerial dalam mengelola perusahaan masih sangat terbatas
5. Skala ekonomi yang terlalu kecil
6. Kemampuan pemasaran dan negosiasi serta diversifikasi pasar sangat terbatas
7. Kemampuan untuk memperoleh sumber dana dari pasar modal rendah.

Keadaan yang terjadi saat ini, terutama pada bisnis burger, banyak sekali kendala yang dihadapi karena keterbatasan sumber daya yang dimiliki. Ketidakmampuan pemilik usaha dalam mempertahankan kelangsungan usahanya berdampak pada ketidakstabilan usaha yang ditandai dengan kemerosotan tingkat laba sebagai akibat dari menurunnya jumlah pendapatan dari waktu ke waktu. Hal ini mengindikasikan suatu kegagalan dari usaha, walaupun ukuran keberhasilan usaha tidak hanya terlihat dari tingkat laba dan jumlah pendapatan, namun jika melihat keadaan tersebut jelas bahwa dengan tingkat pendapatan yang semakin menurun mengakibatkan usaha tersebut semakin sulit mengembangkan potensi bisnis yang ada, bahkan mungkin pada akhirnya usaha tersebut tidak mampu lagi bertahan dalam dunia bisnis, sementara tujuan utama perusahaan bukanlah berorientasi pada profit, namun dapatv *survive* dalam situasi persaingan.

Dengan demikian, untuk dapat bertahan, pemilik usaha perlu memiliki jiwa bisnis yang tertanam kuat serta kemampuan untuk mengembangkan usaha dengan melakukan inovasi. Kemampuan inilah yang sering disebut sebagai Jiwa kewirausahaan yang diimplementasikan kedalam perilaku Kewirausahaan. Maka, perlu dianalisis mengenai seberapa besar perilaku kewirausahaan memiliki hubungan dalam mencapai keberhasilan usaha.

1.2.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana gambaran perilaku kewirausahaan pemilik Outlet burger di kota Bandung?
2. Bagaimana gambaran keberhasilan usaha Outlet Burger di kota Bandung?
3. Seberapa besar hubungan perilaku kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pada Outlet-Outlet burger di kota Bandung?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, antara lain :

1. Untuk mengetahui gambaran perilaku kewirausahaan pemilik Outlet Burger di kota Bandung
2. Untuk mengetahui gambaran keberhasilan usaha Outlet-Outlet Burger di kota Bandung

3. Untuk mengetahui hubungan perilaku kewirausahaan dengan keberhasilan usaha pada Outlet-Outlet burger di kota Bandung

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan teoritis dari penelitian ini adalah untuk membantu memberikan sumbangan kepustakaan sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu manajemen khususnya manajemen Sumber Daya Manusia yaitu mengenai konsep kewirausahaan dan konsep keberhasilan usaha.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis dari penelitian ini, antara lain :

1. Memberikan kontribusi bagi objek penelitian yaitu Outlet-Outlet burger di kota Bandung yang dijadikan objek penelitian, sebagai alternatif masukan atau sebagai bahan pertimbangan dalam membangun, meningkatkan serta mempertahankan keberhasilan usaha melalui penanaman perilaku kewirausahaan.
2. Sebagai bahan kajian lebih lanjut bagi para peneliti yang akan mengkaji permasalahan dalam disiplin ilmu yang sama , terutama aspek-aspek lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.