

# **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

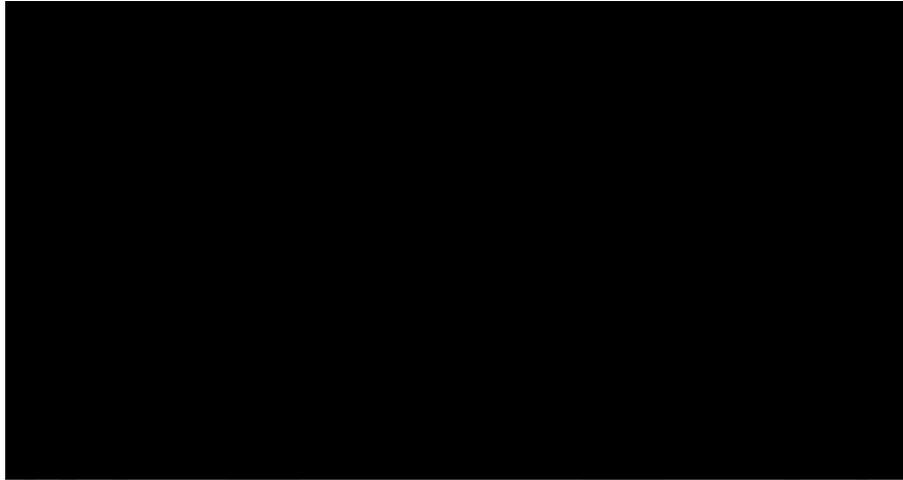
usaha kecil dalam menstabilkan perekonomian Indonesia hingga saat ini. Tidak dapat dipungkiri bahwa keberadaan usaha kecil membawa dampak yang luar biasa terhadap penanganan masalah-masalah ekonomi seperti telah diungkapkan di atas. Kontribusi UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) terhadap kesempatan 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. 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, 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. 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 Gambar berikut :

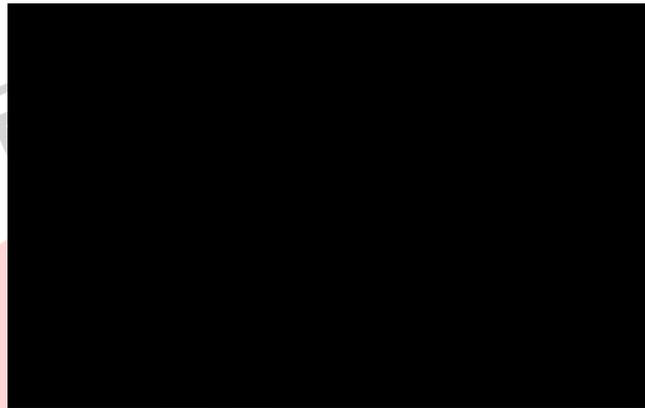
**Gambar 1.1**

Dari Gambar 1.1 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 berinteraksi 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).

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*

Dari Gambar 1.2 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%. 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**

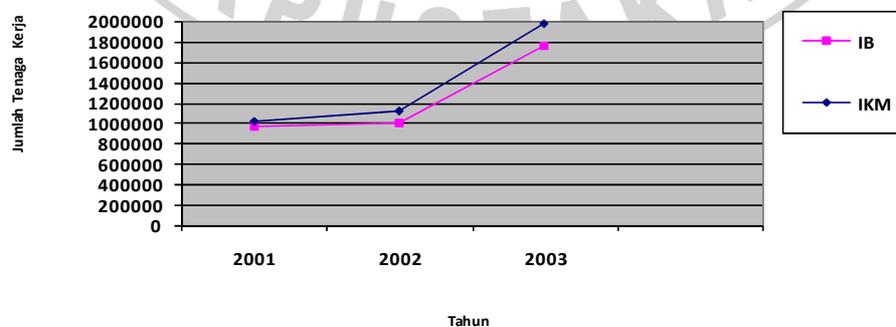
	Unit Usaha (Unit)	%	Tenaga Kerja (Orang)	%	PDB (Rp 1 Juta)	%
Usaha Kecil	36.985.072	99,85	61.700.343	88,63	493.674.020	45,08
Usaha Menengah	55.061	0,14	7.536.088	10,82	493.674.020	45,08
Usaha Besar	1.946	0,01	383.573	0,56	403.847.433	36,89
<b>TOTAL</b>	<b>39.042.079</b>	<b>100</b>	<b>69.619.004</b>	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

*Sumber : BPS (Badan Pusat Statistik)*

Dari data Tabel 1.1 jelas terlihat bahwa usaha kecil memiliki kontribusi paling besar dalam penyerapan tenaga kerja dibandingkan dengan usaha menengah dan usaha besar. Peran Usaha Kecil dan Menengah dalam penyerapan tenaga kerja dapat 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 :

**Gambar 1.3** Perkembangan Jumlah Tenaga Kerja pada Usaha Besar dan Kecil Menengah



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. 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
<b>Deperin, Bank, dan Kadin</b>	< 200 Juta	200 Juta- 1 M	1-5 M
<b>BPS, Depnaker</b>	1-4 TK	5-19 TK	20-99 TK
<b>UU No. 20 tahun 2008</b>	≤ 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).

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
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	<b>85.74</b>	9.09	5.17	100.0
Pertambangan dan penggalian	6.73	2.96	<b>90.30</b>	100.0
Industri Pengolahan	15.14	12.98	<b>71.89</b>	100.0
Listrik, Gas, dan Air Bersih	0.52	6.80	<b>92.68</b>	100.0
Bangunan	43.88	22.57	33.55	100.0
Perdagangan, Hotel, dan Restoran	<b>75.60</b>	20.81	3.59	100.0
Pengangkutan dan Komunikasi	36.69	26.64	36.67	100.0
Kuangan, Pariwisata, dan Jasa Perusahaan	16.80	46.47	36.73	100.0
Jasa-Jasa	35.59	7.16	57.25	100.0
<b>PDB</b>	<b>40.55</b>	<b>15.22</b>	<b>44.22</b>	<b>100.0</b>
<b>PDB TANPA MIGAS</b>	<b>46.22</b>	<b>17.19</b>	<b>36.60</b>	<b>100.0</b>

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

Dari Tabel 1.3 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. Usaha besar memiliki nilai tambah dalam pengolahan industri primer seperti pertambangan, penggalian, pengolahan, listrik, gas, dan air bersih.

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.
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 kemampuan manajerial.
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 di dalam 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 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 usaha dengan ditunjukkannya pendapatan usaha yang relatif stabil dalam jangka waktu tertentu. Kemampuan dan keterampilan dalam menciptakan sesuatu agar pendapatan usaha bisa relatif stabil dalam jangka waktu tertentu dikenal dengan istilah Kemampuan Manajerial. Untuk mencapai pendapatan usaha yang tinggi, pada umumnya para pengusaha kecil mengandalkan pada kemampuan pengelola dalam mengelola perusahaan, sehingga semakin tinggi tingkat kemampuan manajerial yang dimiliki maka akan semakin tinggi pula tingkat pendapatan usaha yang akan dicapai oleh suatu badan usaha, sehingga pendapatan usaha sebagai tujuan akhir perusahaan dapat dicapai secara optimal. Seperti yang diungkapkan oleh Sondang

P. Siagian (2007:2) bahwa keberhasilan organisasi sesungguhnya merupakan gabungan antara kemahiran manajerial dan keterampilan teknis para pelaksana kegiatan operasional. Salah satu indikator kesuksesan atau keberhasilan yaitu tingkat pendapatan usaha yang relatif stabil dalam jangka waktu tertentu, sehingga tujuan perusahaan untuk *survive* akan tercapai.

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 pakaian jadi di Metro Indah Mall. Usaha berdagang pakaian jadi sangat fleksibel, karena setiap harinya dunia fashion selalu membawa konsep yang baru, konsep usaha ini sangat potensial. Disamping itu, usaha perdagangan 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**

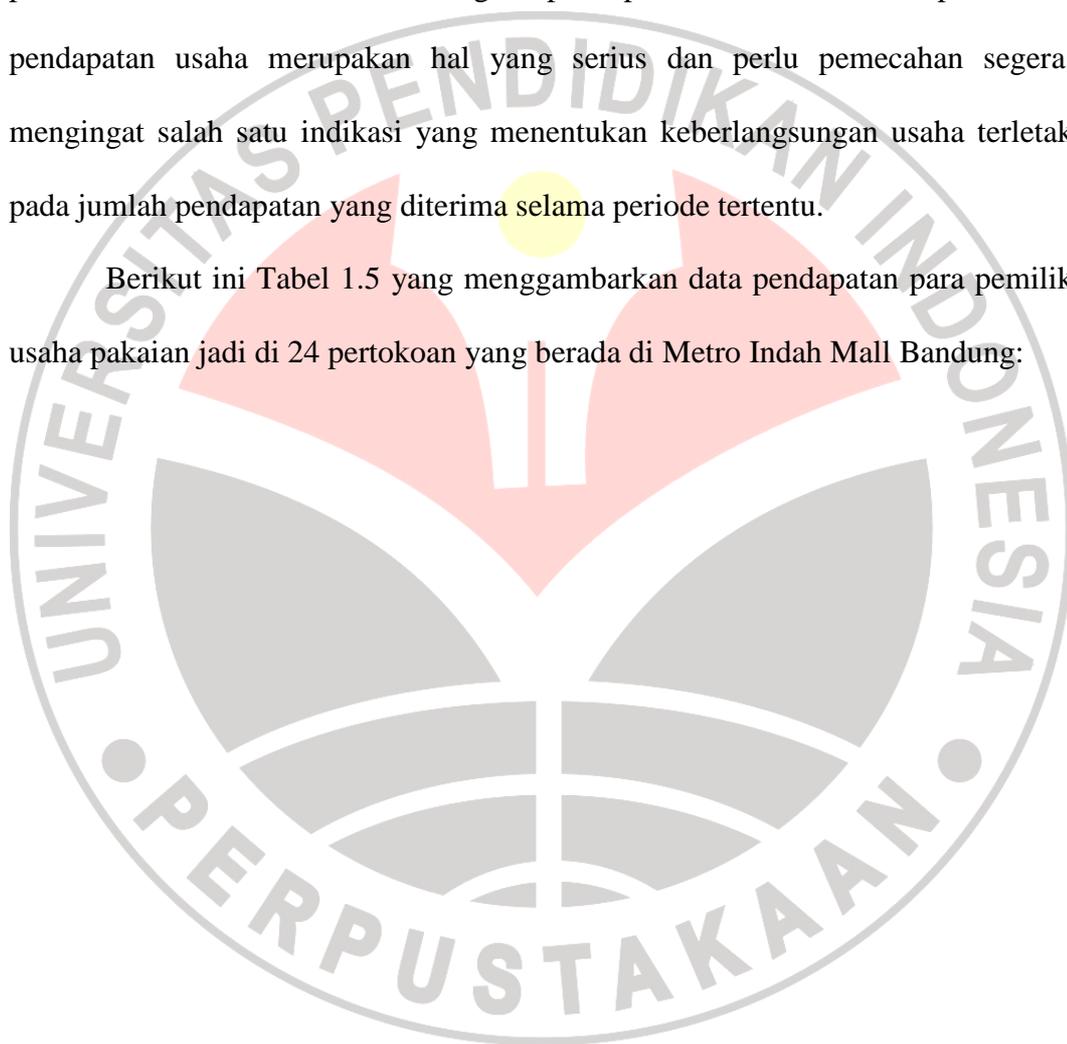
No	Lapangan Usaha	Jumlah Tenaga Kerja yang terserap		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Pertanian	6.440	1.380	7.820
2	Pertambangan dan Galian	-	-	-
3	Industri	115.460	88.780	204.240
4	Listrik, Gas, dan Air	3.220	-	3.220
5	Konstruksi	46.920	2.300	49.220
6	<b>Perdagangan</b>	<b>191.820</b>	<b>97.980</b>	<b>289.800</b>
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	-	-	-
<b>JUMLAH</b>		<b>541.880</b>	<b>284.740</b>	<b>826.620</b>

*Sumber : BPS kota Bandung*

Dari Tabel 1.4 terlihat bahwa usaha dalam bidang perdagangan, termasuk pakaian jadi 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 pakaian jadi di Metro Indah Mall. Saat ini, terutama di Metro Indah Mall, banyak berdiri toko yang menjual pakaian jadi. Jumlah penjual pakaian jadi di Metro Indah Mall banyak, namun pada penelitian ini hanya diambil beberapa usaha pakaian jadi yang termasuk kedalam kategori usaha yang berdirinya lebih dari satu tahun. Perkembangan usaha pakaian jadi tetap berjalan dengan normal sesudah 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. Namun, kenyataan yang terjadi saat ini, terutama dalam usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall, terjadi penurunan dan ketidakstabilan tingkat pendapatan usaha. Masalah penurunan pendapatan usaha merupakan hal yang serius dan perlu pemecahan segera, mengingat salah satu indikasi yang menentukan keberlangsungan usaha terletak pada jumlah pendapatan yang diterima selama periode tertentu.

Berikut ini Tabel 1.5 yang menggambarkan data pendapatan para pemilik usaha pakaian jadi di 24 pertokoan yang berada di Metro Indah Mall Bandung:



**Tabel 1.5**  
**Pendapatan Usaha pakaian jadi Periode Tri Wulan dari bulan Januari-Desember**  
**2008**

No	Nama Toko	Pendapatan Usaha					KET
		Tri wulan I (dalam ribuan rupiah)	Tri wulan II (dalam ribuan rupiah)	Tri wulan III (dalam ribuan rupiah)	Tri wulan IV (dalam ribuan rupiah)	Persediaan Pakaian (satuan)	
1	Three n three	26.275	17.900	24.970	20.100	30.000	-
2	Tanca	25.750	21.230	29.990	19.050	35.000	-
3	C-Shop	26.000	20.590	24.930	17.250	25.000	-
4	MB Collection	22.150	20.100	24.000	20.400	35.000	-
5	ZIA	17.950	15.190	19.400	15.050	40.000	-
6	Yella Collection	23.100	20.800	24.670	20.100	35.000	-
7	Zen's Collection	27.450	25.470	24.100	16.200	25.000	-
8	Annisa Creative Colletion	24.300	21.330	29.300	16.400	35.000	-
9	Deri Collection	24.560	21.140	29.050	20.300	27.000	-
10	Ranavata Collection	29.340	26.170	30.100	25.200	28.000	-
11	Jarwal	27.100	22.130	24.220	16.420	25.000	-
12	Little Friend's	24.200	20.120	24.590	16.900	20.000	-
13	Vaatola	23.900	21.240	24.800	17.100	20.000	-
14	Chiquitita	24.150	20.390	19.130	12.800	35.000	-
15	Vortex Distro and Clothing	23.500	21.100	24.570	20.150	20.000	-
16	Diery	24.340	22.090	24.500	17.300	25.000	-
17	Ankels	23.870	20.980	27.600	20.500	24.000	-
18	Barbel	28.230	25.190	24.780	21.100	25.000	-
19	Black ID	30.950	27.200	32.100	21.450	20.000	-
20	Jail	28.450	26.100	29.500	22.980	23.000	-
21	Redline	25.980	17.900	24.870	21.390	30.000	-
22	Flo	24.430	21.990	23.900	20.525	20.000	-
23	Proshop	25.960	22.650	24.400	18.350	22.000	-
24	Inspired	24.880	21.410	24.950	19.150	20.000	-
Total		606.815	520.410	614.420	456.165	644.000	

Sumber: Data Pra-Penelitian

Ket: - = Menurun



Berdasarkan Tabel 1.5 dapat dilihat bahwa rata-rata seluruh pemilik usaha mengalami penurunan pendapatan usaha. Pada tri wulan ke-satu total pendapatan usaha 606.815 (dalam ribuan rupiah), namun pada tri wulan ke-empat mengalami penurunan drastis menjadi 456.165 (dalam ribuan rupiah). Secara total, pendapatan usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall menunjukkan angka yang tidak stabil. Ini mengindikasikan usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall masih bermasalah dalam hal pendapatan yang belum stabil.

Fenomena yang terjadi ini didapat setelah melakukan penelitian selama beberapa hari, sebagian besar faktor yang menyebabkan penurunan pendapatan usaha tersebut diantaranya terletak pada masalah kurangnya kemampuan manajerial yang mereka miliki, seperti dalam perencanaan membuat usaha yang kurang terkoordinasi, kurangnya pemahaman dalam menerapkan prinsip-prinsip organisasi, kurangnya perilaku seorang manajer dalam menggerakkan orang (karyawan), kurangnya pengendalian terhadap kegiatan usahanya serta tidak pernah melakukan penilaian terhadap hasil-hasil yang nyatanya dicapai dengan hasil-hasil yang seharusnya dicapai, jika seorang manajer memperhatikan

penilaian maka seharusnya ia selalu melakukan evaluasi terhadap setiap kegiatan yang berhubungan dengan usahanya.

Berikut ini data tentang kelemahan dalam Kemampuan Manajerial :

**Tabel 1.6**  
**Persentase kelemahan dalam Kemampuan Manajerial**

<b>Faktor Penyebab</b>	<b>Persentase</b>
Perencanaan	17.3 %
<b>Pengorganisasian</b>	<b>29.35 %</b>
Penggerakan	23.74%
<b>Pengendalian</b>	<b>29.78%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100 %</b>

*Sumber : Pengolahan data pra- penelitian*

Berdasarkan Tabel 1.6 kelemahan utama dalam kemampuan manajerial pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall adalah kurang dalam hal fungsi pengendalian, yang ditunjukkan dengan persentase sebesar 29.78 %. Kelemahan kedua yang menjadi masalah dalam kemampuan manajerial pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall yaitu kurangnya dalam hal fungsi pengorganisasian, dengan persentase sebesar 29.35 %.

Jika diruntut dari kelemahan-kelemahan tersebut, tentunya faktor yang mempengaruhi penurunan pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di pertokoan Metro Indah Mall Bandung berdasarkan data pra-penelitian yang dilakukan oleh penulis, permasalahan di atas terjadi dikarenakan sumber daya manusia yang kurang professional dalam mengelola usahanya. Maka berhasil tidaknya suatu usaha tidak tergantung pada besar kecilnya ukuran usaha, tetapi lebih ditujukan kepada pengusaha tersebut dalam menyikapi kendala atau permasalahan yang timbul dalam usahanya. Hampir rata-rata pengusaha kurang memperhatikan tentang peningkatan kemampuan manajerial yang pada dasarnya

akan melahirkan pengusaha-pengusaha kecil yang kompeten dan professional. Jika kemampuan ini kurang dikembangkan maka usaha ini akan tetap lemah.

Seperti yang dikemukakan oleh Syamsuri ( 2000:21) bahwa sangat penting bagi pengusaha lemah untuk memiliki jiwa *entrepreneurship* dan manajerial *skill*.

Menyadari pentingnya pendapatan usaha, para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung perlu memiliki manajerial *skill* yang tinggi, sehingga dapat membantu mereka dalam keberlangsungan usahanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dalam penelitian ini penulis bermaksud menganalisis mengenai keterkaitan dan besarnya hubungan antara manajerial *skill* yang ditampilkan seorang pemilik usaha dengan pendapatan usaha dengan mengangkat judul penelitian "***Hubungan Kemampuan Manajerial dengan Pendapatan Usaha***" (Studi pada Pemilik Usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung).

## 1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan 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 pakaian jadi, 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 menurunnya jumlah pendapatan usaha dari waktu ke waktu. Keadaan tersebut jelas bahwa dengan tingkat pendapatan usaha 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 pendapatan usaha saja yang meningkat, namun dapat *survive* dalam situasi persaingan.

Dengan demikian, untuk dapat bertahan, pemilik usaha perlu memiliki kemampuan manajerial yang tinggi untuk mengembangkan usahanya. Perlu dianalisis mengenai seberapa besar kemampuan manajerial memiliki hubungan dengan pendapatan usaha.

### **1.2.2 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang dan identifikasi masalah di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini antara lain :

1. Bagaimana gambaran kemampuan manajerial para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung?
2. Bagaimana gambaran pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung?
3. Bagaimana hubungan kemampuan manajerial dengan pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

#### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah tersebut, dapat ditentukan bahwa tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Gambaran kemampuan manajerial para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung
2. Gambaran pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung
3. Seberapa besar hubungan kemampuan manajerial dengan pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung

#### **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

##### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran terhadap perkembangan ilmu ekonomi, khususnya bidang manajemen sumber daya manusia, yaitu mengenai hubungan kemampuan manajerial dengan pendapatan usaha para pemilik usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall Bandung

##### **1.3.2.2 Kegunaan Praktis**

Kegunaan praktis dari penelitian ini, antara lain :

1. Memberikan kontribusi bagi objek penelitian yaitu Pemilik Usaha pakaian jadi di Metro Indah Mall yang dijadikan objek penelitian, sebagai alternatif

masuk atau sebagai bahan pertimbangan dalam membangun dan meningkatkan pendapatan usaha melalui peningkatan kemampuan manajerial.

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.

