

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pemerintah memberi perhatian yang sangat besar terhadap perkembangan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM). Tidak saja jumlah UMKM di Indonesia mendominasi, tetapi juga UMKM dapat lebih bertahan dari terpaan krisis global. Berbagai inisiatif selalu diusahakan oleh pemerintah melalui pemerintah melalui Kementerian Negara Koperasi dan Usaha Kecil Menengah agar semakin banyak individu mau menekuni dunia wirausaha dalam bentuk pendirian UMKM. Perhatian pemerintah terhadap UMKM yang sangat besar merupakan langkah strategis yang tepat dibutuhkan bangsa Indonesia. Keseriusan kepedulian pemerintah terhadap UMKM dengan program-program untuk menumbuh kembangkan UMKM di Indonesia.

Perkembangan perekonomian negara merupakan salah satu usaha meningkatkan taraf hidup untuk kesejahteraan rakyatnya. UMKM menjadi tulang punggung perekonomian nasional karena ada tiga indikator yang menunjukkan peran pentingnya dalam perekonomian. *Pertama*, jumlahnya banyak dan mencakup setiap sektor ekonomi. *Kedua*, UMKM mempunyai potensi besar dalam menyerap tenaga kerja. *Ketiga*, UMKM memberikan kontribusi yang besar dalam pendapatan nasional (Dewi, 2017). Usaha mikro kecil selama ini terbukti dapat diandalkan sebagai katup pengaman di masa krisis perekonomian nasional tahun 1998, melalui mekanisme penciptaan kesempatan kerja dan nilai tambah. Keberadaan UMKM yang merupakan bagian terbesar dalam perekonomian

asional sebagai indikator tingkat partisipasi masyarakat dalam berbagai sektor kegiatan ekonomi. Semakin berkembangnya UMKM tentu akan meningkatkan perekonomian nasional melalui peningkatan ekonomi masyarakat. Perkembangan UMKM menjadi sesuatu yang harus dijaga serta ditingkatkan setiap tahunnya sejalan dengan perkembangan perekonomian yang mengalami naik dan turun dalam beberapa tahun ke belakang. UMKM merupakan kategori bisnis berskala kecil yang dipercaya mampu memberikan kontribusi terhadap perekonomian Indonesia, terutama saat krisis ekonomi yang terjadi pada periode 1998 sampai dengan periode 2000an. UMKM dianggap mampu bertahan pada krisis dimana puluhan perusahaan besar mengalami kebangkrutan (Manurung, 2014).

Menurut Tambunan (2014), bahwa UMKM adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam UU RI No.20 Tahun 2008. Hal ini menjelaskan bahwa UMKM adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang buka merupakan anak perusahaan atau bukan anak cabang yang dimiliki, dikuasai atau menjadi bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sesuai dengan ketentuan UU. Dengan adanya peraturan yang menjadi payung hukum, gerak UMKM menjadi semakin leluasa. Sehingga dapat diperkirakan dengan adanya dukungan dari pemerintah maka akan dapat meningkatkan perkembangan UMKM yang ada di Indonesia.

Pemberdayaan masyarakat merupakan strategi yang memfokuskan pada bagaimana memberikan peran yang memadai agar masyarakat dapat berperan

aktif dalam aktivitas sosial masyarakat. Karena UMKM yang berkembang dengan baik tidak lepas dari peran pemilik usaha dan faktor-faktor yang mendukung UMKM tersebut agar dapat terus beroperasi (Tambunan, 2014). Hal ini menjelaskan bahwa perkembangan UMKM dipengaruhi oleh karakteristik usaha, modal usaha, dan strategi pemasaran. Hal ini didukung oleh hasil penelitian dari Mustofa dan Anisa (2021), bahwa perkembangan UMKM dipengaruhi oleh karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran pada pelaku UMKM di Kabupaten Semarang. Maka dari itu untuk mempercepat laju perkembangan UMKM, para pelaku usaha menerapkan beberapa faktor yang mendukung perkembangan UMKM seperti karakteristik wirausaha, modal usaha yang digunakan, dan juga strategi pemasaran yang digunakan.

Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci merupakan desa yang berada di Kabupaten Kerinci. Desa Ambai Kecamatan Sitinjau laut ini memiliki perkembangan UMKM yang signifikan. Jumlah UMKM di Desa Ambai ini merupakan jumlah UMKM yang bisa dikatakan jumlahnya lebih banyak dibandingkan dengan desa lain yang ada di kecamatan sitinjau laut, ini memberi bukti bahwasanya di desa ambai ini UMKM berkembang pesat. Jumlah UMKM di Desa Ambai yang berkembang pesat tersebut dipengaruhi adanya karakteristik wirausaha, modal usaha, dan strategi pemasaran yang baik dalam melihat peluang usaha kecil untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin tinggi. Data UMKM Desa Ambai berkembang dengan pesat.

Tabel 1.1

**Perkembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di
Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut**

No.	Nama Pemilik	Jenis Usaha	Tahun Berdiri	Omset/Bulan (Rp)
1.	Darwis	Mini Market	1999	18.000.000
2.	Usman	Toko Klontong	2000	9.000.000
3.	Yasin	Toko Klontong	2006	12.000.000
4.	Ali Akbar	Toko Klontong	2008	10.000.000
5.	Karim	Mini Market	1998	21.000.000
6.	Fauzi	Mini Market	1998	23.000.000
7.	Putra	Toko Klontong	2009	8.000.000
8.	Hidayah	Toko Klontong	2009	8.500.000
9.	Zukri	Toko Klontong	2010	13.000.000
10.	Ramadhan	Mini Market	2000	14.000.000
11.	Ifwan	Mini Market	2010	16.000.000
12.	Rima	Kosmetik	2018	6.500.000
13.	Aura	Toko Klontong	2018	6.000.000
14.	Handika	Warung Makan	2020	4.000.000
15.	Agung	Warkop	2020	5.000.000
16.	Hidayah	Warung Klontong	2015	14.000.000
17.	Rohiq	Warung Makan	2019	9.000.000
18.	Bro Jai Yaong	Waserda	2021	14.000.000
19.	Deka	Cafe	2021	12.000.000
20.	Atikah	Cafe	2020	12.000.000
21.	Agung	Cafe	2019	8.500.000
22.	Azmi	Toko Ponsel	2015	7.000.000
23.	Hasbi	Rice Miling	2002	22.000.000
24.	Erlina	Rice Miling	2007	19.000.000
25.	Fadil	Toko Klontong	2017	15.000.000
26.	Boy	Toko Bangunan	2019	13.000.000
27.	Hasbi	Toko Bangunan	2022	18.000.000
28.	Joni	Warung	2022	12.000.000
29.	Heru	Warung	2022	11.000.000
30.	Bulkia	Warung	2022	14.000.000

Sumber: Kantor Kepala Desa Ambai

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, menunjukkan perkembangan UMKM di Desa Ambai sangat bagus. Perkembangan UMKM di Desa Ambai memperlihatkan tren yang bagus, dari UMKM yang omsetnya dari Rp. 5 juta s/d

Rp.23.000.000 perbulan menjadi tulang punggung ekonomi usaha kecil dan menengah di Desa Ambai. Perkembangan UMKM tersebut tidak hanya dapat meningkatkan pendapatan bagi pemilik tetapi juga mampu memberikan kesempatan dalam membuka lapangan pekerjaan sehingga kondisi ekonomi dapat tumbuh dengan baik. Perkembangan UMKM di atas tidak lepas dari adanya faktor dari karakteristik wirausaha, modal usaha, dan juga strategi pemasaran. Apabila karakteristik wirausahanya bagus, modal usahanya tinggi, dan strategi pemasaran tepat tentu perkembangan UMKM dapat tumbuh dengan baik pula di Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan UMKM di Desa Ambai Kabupaten Kerinci adalah karakteristik wirausaha. Menurut Sumarsono (2012), bahwa karakteristik wirausaha adalah karakteristik *entrepreneur* menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kewiraswastaan berasal dari kata *entrepreneur* (bahasa Inggris) adalah “orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk pengadaan produk baru, memasarkannya, serta mengatur permodalan operasinya. karakteristik wirausaha adalah suatu sikap percaya diri, pengambilan resiko dan kepemimpinan dalam mengelola usaha atau modal. Ketika seorang wirausahawan sudah memiliki karakter yang kuat dalam menentukan konsep usaha, maka pelaku UMKM akan menentukan langkah selanjutnya dalam mengembangkan usaha UMKM yang lebih besar. Hal ini menjelaskan bahwa karakteristik kewirausahaan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Purwanti (2018), menjelaskan bahwa

karakteristik secara parsial berpengaruh terhadap perkembangan UMKM di Desa Dayaan dan Kalilondo Salatiga.

Fenomena karakteristik wirausaha UMKM di Desa Ambai dari beberapa indikator seperti memiliki motivasi, orientasi ke masa depan, memiliki jiwa kepemimpinan, memiliki jaringan usaha yang luas, dan tanggap kreatif. Beberapa indikator karakteristik kewirausahaan tersebut sudah berjalan dengan baik, namun pada indikator memiliki jaringan usaha yang luas belum menjadi karakteristik bagi pengelola usaha UMKM, sehingga dari tahun ke tahun UMKM tersebut berjalan lambat dan sulit mengalami kemajuan. Kemudian banyak juga pelaku UMKM yang kurang tanggap dan kreatif dalam menciptakan pemasaran yang ketemporer sehingga terkesan monoton.

Faktor yang mempengaruhi perkembangan usaha UMKM adalah modal usaha. Menurut Riyanto (2012), menjelaskan bahwa modal usaha merupakan salah satu aspek yang harus ada dalam berwirausaha selain aspek lain yang tidak kalah pentingnya yaitu SDM (keahlian tenaga kerja), teknologi, ekonomi, serta organisasi atau legalitas. Apabila modal usaha tersedia sesuai yang dibutuhkan dalam membuka usaha, maka modal usaha tersebut dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM. Dengan modal usaha untuk melakukan perluasan usaha, dan modal usaha dapat digunakan dalam menjalankan usaha sehari-hari. Hal ini berarti bahwa modal usaha merupakan faktor pendukung yang sangat dibutuhkan oleh setiap pelaku usaha dalam mempengaruhi perkembangan usaha UMKM. Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian dari Mustofa dan Anisa (2021), yang

menjelaskan bahwa modal usaha dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM pada pelaku UMKN di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan fenomena modal usaha UMKM di Desa Ambai berdasarkan beberapa indikator yaitu struktur permodalan, pemanfaatan modal tambahan, hambatan dalam mengakses modal eksternal, dan keadaan usaha setelah menanamkan modal sudah berjalan dengan baik. Namun, sering juga pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam mengakses modal eksternal dalam mengembangkan usaha UMKM. Hal ini disebabkan adanya ketidakpahaman terhadap mekanisme dalam mengakses modal eksternal yang dapat dipakai dalam mengembangkan usaha UMKM yang lebih luas lagi untuk memenuhi permintaan masyarakat akan kebutuhan hasil produk, barang, jasa, dan sebagainya.

Selanjutnya perkembangan usaha UMKM dapat dipengaruhi oleh faktor strategi pemasaran. Menurut Suharyadi (2014), menjelaskan bahwa strategi pemasaran (*marketing strategy*) adalah suatu cara yang digunakan untuk membantu kita untuk membuat dan menjual barang dan jasa yang sesuai dengan kondisi perusahaan dan pasar target atau selera konsumen yang di tuju. Semakin bagus strategi pemasaran dari setiap usaha UMKN untuk mencapai tujuan, maka semakin mudah pula bagi pelaku usaha UMKM untuk mengembangkan usaha yang lebih besar lagi ataupun membuka cabang usaha UMKM pada lokasi lainnya yang dianggap membawa keuntungan bagi pelaku usaha. Jadi, strategi pemasaran dapat mempengaruhi perkembangan usaha UMKM di Desa Ambai. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian dari Azzahra, Khoirunisak, dan Apriliani (2022), hasil penelitian menjelaskan bahwa strategi pemasaran berpengaruh positif yang

signifikan terhadap perkembangan usaha UMKM gula Jawa di Desa Jonggolasari, Kecamatan Leksono Kabupaten Wonosobo.

Fenomena strategi pemasaran UMKM di Desa Ambai yaitu saat penjualan menurun kebanyakan para UMKM hanya berdiam diri dan hanya menunggu konsumen yang datang, tidak adanya inisiatif untuk menganalisis penyebab menurunnya penjualan atau mencoba strategi baru yang lebih baik lagi, kemudian para pelaku UMKM biasanya hanya memanfaatkan tenaga kerjanya sendiri tanpa meminta bantuan kepada orang lain. Hal ini dikarenakan para pelaku UMKM tersebut lebih menyukai bekerja sendiri tanpa dibantu oleh orang lain. Hal ini membuat saat terjadi pesanan yang banyak, para UMKM tersebut cenderung tidak mampu untuk memproduksinya sendiri. Sehingga membuat perkembangan usahanya menjadi terhambat.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti tertarik untuk meneliti skripsi yang berjudul: **“Pengaruh Karakteristik Wirausaha, Modal Usaha dan Strategi Pemasaran terhadap Perkembangan UMKM di Desa Ambai”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka perumusan masalah dalam penelitian adalah.

1. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial?
2. Apakah ada pengaruh modal usaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial?

3. Apakah ada pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa ambai secara parsial?
4. Apakah terdapat pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa ambai?
5. Seberapa besar pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa ambai secara simultan dan parsial?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah serta batasan masalah diatas maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial.
2. Untuk mengetahui pengaruh antara modal usaha terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa Ambai secara parsial.
4. Untuk mengetahui pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa ambai?
5. Untuk mengetahui besarnya pengaruh karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan UMKM di desa ambai secara simultan dan parsial?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Secara Akademis

- a. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan bagi pengembangan ilmu dan pengetahuan terutama berhubungan dengan karakteristik wirausaha, modal usaha dan strategi pemasaran terhadap perkembangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM).
- b. Menjadi bahan masukan untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan bagi pihak-pihak yang bersangkutan guna menjadikan penelitian ini lebih lanjut terhadap objek sejenis atau aspek lainnya.

1.4.2 Manfaat Secara Praktis

Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan kebijakan strategis mengenai perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Desa Ambai Kecamatan Sitinjau Laut Kabupaten Kerinci.

