

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam zaman globalisasi serta kompetisi industri yang bertambah kencang, industri kecil berperan krusial untuk mendorong pertumbuhan perekonomian lokal, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Menurut Hartati dalam (Ermaya & Fahria, 2019), salah satu bagian penting dari perekonomian Indonesia merupakan sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Usaha di sektor industri kecil memiliki daya tarik yang besar bagi berbagai kalangan, termasuk anak-anak muda dan orang dewasa. Saat ini, banyak usaha baru yang muncul dengan ide-ide unik dan dapat dijadikan untuk contoh ide bisnis. Kemajuan teknologi dan akses internet juga memungkinkan orang dengan mudah mencari inspirasi dan berbagai informasi terkait bisnis yang tengah naik daun (Suparwo, A., Suhendi, H., Roisah, R., Arifin, T., & Shobary, M. N., 2018).

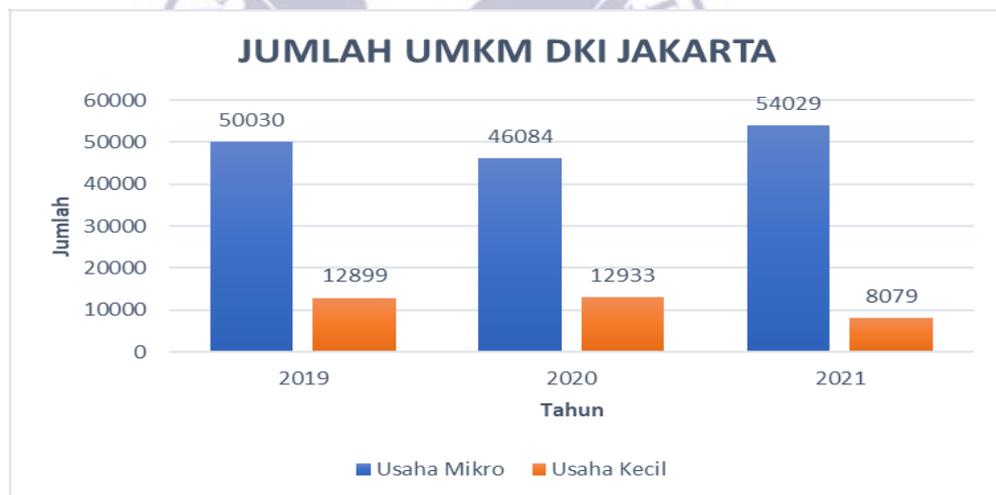
UMKM sangat diminati karena beberapa alasan. Pertama, UMKM memberikan kesempatan kepada individu untuk memulai usaha dengan modal terbatas, sehingga lebih terjangkau bagi banyak orang. Kedua, UMKM seringkali lebih fleksibel dalam mengadaptasi perubahan pasar dan tren bisnis, sehingga lebih mudah untuk mengikuti perkembangan yang sedang berlangsung. Terakhir, dengan adanya teknologi dan akses internet yang semakin meluas, pelaku UMKM dapat dengan cepat memperoleh informasi dan sumber daya yang dibutuhkan untuk mengembangkan usaha mereka, membuat industri kecil ini semakin menarik dan

diminati (Wijoyo, H., Vensuri, H., Widiyanti, M., Sunarsi, D., Haudi, Prasada, D., Kristianti, L., Lutfi, A., Akbar, I., 2020).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah masih terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan sampai saat ini. Menurut Kementerian Keuangan Republik Indonesia, sepanjang tahun 2022 terdapat 64 juta UMKM di Indonesia, jumlah tersebut mewakili 99% dari total unit usaha di Indonesia (Putri, 2023). Peran UMKM di Indonesia sangat penting karena membantu mensabilisasi perekonomian nasional dalam ancaman resesi (Putri, 2023) dan menjadi tulang punggung bagi perekonomian negara. Berdasarkan data dari Kementerian Keuangan Republik Indonesia, pada tahun 2022 UMKM menyerap dan memberdayakan 97% tenaga kerja Indonesia dan menyumbang 60% dari PDB Indonesia (Kemenkeu, 2022). Keberhasilan pertumbuhan UMKM ini memiliki dampak positif pada perekonomian secara makro dan mikro di Indonesia. Salah satu contohnya adalah sektor jasa perbankan yang mendukung UMKM dengan memberikan modal operasional. Hal ini memungkinkan UMKM untuk mengatasi masalah akses permodalan yang selama ini menjadi hambatan. Meskipun UMKM telah mencapai banyak kesuksesan, ada beberapa tantangan yang harus diatasi. Tantangan tersebut meliputi kurangnya permodalan, kurangnya kemampuan manajerial, keterbatasan dalam mengorganisir dan pemasaran, serta persaingan yang kurang sehat. Semua tantangan ini perlu dicarikan solusi untuk mendukung pertumbuhan UMKM yang berkelanjutan (Suci, 2017).

Menurut hasil survei dari Katadata Insight Center (KIC) pada bulan Juni Tahun 2020 yang melibatkan 206 pelaku UMKM di JABODETABEK, kebanyakan

UMKM sekitar 82,9% merasa berdampak negatif akibat pandemi ini. Sementara hanya 5,9% yang mencatat pertumbuhan positif. Bahkan, dampak pandemi telah menjadi penyebab sebesar 63,9% UMKM mengalami penurunan omzet lebih dari 30% dan hanya 3,8% yang melaporkan peningkatan omzet. Survei KIC juga mengindikasikan bahwa para pelaku UMKM telah mengambil serangkaian langkah efisien untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka. Beberapa tindakan yang mereka ambil termasuk mengurangi produksi barang dan jasa, mengurangi jam kerja, jumlah karyawan, dan saluran penjualan maupun pemasaran. Namun, beberapa UMKM juga mengambil langkah sebaliknya dengan meningkatkan pemasaran sebagai bagian dari strategi bertahan (Afifah, 2023).



Gambar 1.1 Jumlah UMKM DKI Jakarta
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2023

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 di atas menunjukkan jumlah UMKM dalam beberapa tahun terakhir. Terdapat penurunan jumlah usaha mikro dari tahun 2019 hingga 2020 (dari 50,030 menjadi 46,084) dan meskipun jumlahnya naik kembali pada tahun 2021 (menjadi 54,029), terdapat fluktuasi yang signifikan. Ini dapat menunjukkan kesulitan yang dihadapi oleh usaha mikro dalam bertahan, terutama selama periode tertentu. Jumlah usaha kecil

juga mengalami penurunan dari tahun 2020 hingga 2021 (dari 12,933 menjadi 8,079).

Hal tersebut menunjukkan bahwa fluktuasi yang signifikan dalam jumlah UMKM menunjukkan bahwa sektor UMKM tidak stabil dan cenderung mengalami kegagalan usaha. Padahal sangat krusial bagi UMKM saat ini untuk mempertahankan keberlanjutannya, bukan berarti langsung menjadi usaha berskala besar, namun untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha dalam sektor UMKM menjadi usaha yang berhasil (Nagel & Suhartatik, 2018). Menurut penelitian oleh Sulastrri, S., Mulyadi, H., & Nurhidayah, N. (2022), faktor internal dan eksternal menjadi dua faktor utama yang membentuk minat berwirausaha yang berhubungan langsung terhadap keberhasilan usaha sektor UMKM (Nagel & Suhartatik, 2018). Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri seorang wirausaha atau pelaku UMKM, faktor internal mencakup sifat dan sikap individu, keterampilan dan kemampuan individu (Sulastrri et al., 2022), kontrol diri, keinginan untuk berprestasi, pengendalian risiko, emosi, kreativitas serta inovasi yang dimiliki individu untuk menjadi seorang wirausaha yang dapat meningkatkan keberhasilan usahanya (Nagel & Suhartatik, 2018). Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar diri seorang wirausaha atau pelaku UMKM, faktor eksternal bisa berasal dari lingkungan sekitar seorang wirausaha seperti lingkungan keluarga (Nagel & Suhartatik, 2018), lingkungan bisnis, dan lingkungan sosial ekonomi (Sulastrri et al., 2022). Faktor internal dikatakan dapat membentuk minat berwirausaha melalui dorongan dan pemberian bimbingan, sehingga individu dapat menjadi wirausaha yang berhasil.

Faktor selanjutnya yaitu minat berwirausaha yang merupakan motivasi individu untuk memulai dan menjalankan usaha. Tingkat minat berwirausaha dalam suatu masyarakat dapat mempengaruhi pertumbuhan UMKM. Jika minat berwirausaha rendah, jumlah UMKM baru mungkin sedikit, sementara jika minat berwirausaha tinggi, jumlah UMKM baru mungkin bertambah. Jika minat berwirausaha rendah, UMKM yang ada mungkin juga kurang dalam hal inovasi dan pertumbuhan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nagel & Suhartatik (2018) bertujuan untuk mengetahui bagaimana faktor-faktor internal dan eksternal mempengaruhi minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada UMKM di Surabaya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor internal (termasuk karakteristik individu atau pemilik UMKM) berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha, tapi tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Begitu juga dengan faktor eksternal (termasuk faktor-faktor lingkungan bisnis) yang berpengaruh signifikan terhadap minat berwirausaha tapi tidak menemukan pengaruh signifikan terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan minat berwirausaha berpengaruh terhadap keberhasilan usaha. Ini berarti bahwa minat yang kuat untuk berwirausaha dapat berkontribusi positif terhadap kesuksesan usaha. Dari hasil penelitian terdahulu ini dapat dikatakan bahwa untuk meningkatkan keberhasilan usaha, diperlukan untuk meningkatkan minat berwirausaha terlebih dahulu dengan meningkatkan faktor internal dan faktor eksternal UMKM.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penelitian yang akan dilaksanakan di wilayah JABODETABEK seraya mengaitkan variabel Faktor Internal, Faktor Eksternal, Minat Berwirausaha terhadap keberhasilan usaha dengan berjudul **“Pengaruh Faktor Internal dan Eksternal Terhadap Minat Berwirausaha dan Keberhasilan Usaha Pada UMKM di JABODETABEK”**

1.2 Masalah Penelitian

Saat ini UMKM menjadi salah satu jenis usaha yang sangat diminati masyarakat Indonesia. UMKM mendominasi total jumlah unit usaha di Indonesia secara signifikan (99,99%), dan memberikan dampak positif bagi perekonomian negara secara mikro dan makro. Menurut Katadata Insight Center, sebanyak 82,9% UMKM di Jabodetabek merasakan dampak negatif pandemi, kemudian sebanyak 63,9% UMKM mengalami penurunan omzet (Afifah, 2023). Menurut Pahlevi (2022) sebesar 60.2% UMKM di pulau Jawa hanya mampu bertahan untuk beroperasi hingga maksimal 3 bulan saja, hal ini dikarenakan kurangnya strategi dan modal usaha UMKM. Data BPS juga menunjukkan bahwa jumlah usaha mikro di Jakarta mengalami penurunan sebanyak 3,946 unit usaha, dari 50,030 menjadi 46,084 unit usaha (2019-2020), sedangkan usaha kecil mengalami penurunan sebanyak 4,854 unit usaha, dari 12,933 menjadi 8,079 (2019-2020). Kemenkop UKM juga menambahkan bahwa telah ada 70 UMKM yang melaporkan kebangkrutan di awal tahun 2023 karena tidak bisa bersaing dengan kompetitor di *e-commerce* (Fauzi, 2023).

Dapat disimpulkan bahwa saat ini sektor UMKM masih tidak stabil karena cenderung mengalami masalah kegagalan usaha, berbagai UMKM yang telah

maupun baru berdiri mengalami penurunan penjualan, masalah keuangan, bahkan kebangkrutan akibat faktor internal dan eksternal yang terjadi pada UMKM. Penelitian sebelumnya oleh Nagel & Suhartatik meneliti pengaruh faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan usaha pada UMKM, namun tidak berhasil menemukan bukti signifikan terkait pengaruh faktor internal dan eksternal terhadap keberhasilan usaha. Sedangkan penelitian oleh Subroto, S., Hapsari, I., Astutie, Y. (2016) dan Yulianingsih (2021) menyatakan bahwa faktor internal dan eksternal merupakan prediktor signifikan dari keberhasilan usaha. Sehingga belum banyak penelitian dan teori sebelumnya yang mendukung informasi terkait hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap keberhasilan usaha UMKM. Adapun penelitian sebelumnya menemukan berbagai hasil yang berbeda terkait hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan usaha UMKM (Nagel dan Suhartatik, 2018; Radzi et al., 2017; Shahzad et al., 2021; Subaktilah et al., 2018).

1.3 Tujuan Penelitian

Berlandaskan perumusan masalah pada studi tersebut, oleh karena itu tujuannya dalam riset ini akan dijabarkan dibawah ini:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh faktor internal terhadap minat berwirausaha pada UMKM di JABODETABEK.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh faktor eksternal terhadap minat berwirausaha pada UMKM di JABODETABEK.

3. Menguji dan menganalisis pengaruh faktor internal terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di JABODETABEK.
4. Menguji dan menganalisis pengaruh faktor eksternal terhadap keberhasilan usaha pada UMKM di JABODETABEK.
5. Menguji dan menganalisis pengaruh minat berwirausaha terhadap keberhasilan pada UMKM di JABODETABEK.

1.4 Manfaat Penelitian

Riset ini juga memberikan keuntungan atau faedah yang diperoleh untuk pengguna dan juga bagi peneliti. Manfaat analisis yang dilakukan antara lain :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Berikut adalah dampak ideatif pada riset ini antara lain :

- a. Mendapatkan pemahaman serta pengetahuan yang lebih dalam tentang hubungan antara faktor internal dan faktor eksternal terhadap minat berwirausaha dan keberhasilan UMKM. Dampak riset ini mungkin menjadi partisipasi akademis serta memperkaya wawasan di bidang kewirausahaan dan manajemen usaha mikro dan kecil.
- b. Mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang variabel-variabel kunci dalam minat berwirausaha dan mencapai sukses pada UMKM di JABODETABEK. Dampak riset ini mungkin dapat memberikan panduan dan wawasan bagi mereka yang terlibat dalam pengembangan UMKM atau penelitian terkait.

- c. Menjadi sumber referensi untuk siapa pun yang tertarik untuk menggali lebih dalam tentang topik serupa maupun melanjutkan penelitian yang telah dilakukan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Di bawah ini tertera kegunaan nyata untuk riset ini :

- a. Mengasah keterampilan dalam merancang metode penelitian, mengumpulkan fakta, menganalisis informasi, dan melaporkan hasil riset. Keterampilan ini dapat berguna untuk penelitian-penelitian selanjutnya maupun kegiatan akademik atau profesional lainnya.
- b. Memberikan panduan bagi pelaku UMKM dalam meningkatkan strategi pemasaran mereka. Mereka dapat memanfaatkan hasil penelitian untuk meningkatkan manajemen usaha, mengoptimalkan sumber daya yang ada, dan menciptakan produk atau layanan yang lebih inovatif.
- c. Mendorong pelaku UMKM untuk mengembangkan kapasitas diri mereka melalui pendidikan tambahan, pengalaman kerja, kreativitas dan digital marketing. Dengan meningkatkan kualitas sumber daya manusia, UMKM dapat menjadi lebih tangguh dalam menghadapi tantangan dan peluang pemasaran.

1.5 Sistematika Penulisan

Inilah format tulisan yang diterapkan oleh peneliti:

BAB 1 PENDAHULUAN

Di bagian tersebut mencakup latar belakang, masalah penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian, serta struktur penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini, terdapat penjelasan mengenai variabel, hubungan antar variabel, teori yang digunakan dalam penelitian ini, hipotesis, serta model penelitian.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bagian ini, di jelaskan tentang objek riset, sistem pengolahan, jenis riset, menguraikan variabel penelitian secara operasional., kumpulan dan contoh, cara pencarian informasi, cara pengolahan informasi, serta pemeriksaan alat riset.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, terdapat dampak dari riset yang mencakup profil narasumber, penjelasan konstruk riset, pengolahan informasi penelitian, serta penjelasan pengolahan data.

BAB 5 KESIMPULAN

Di dalam bab ini, terdapat penjelasan mengenai hasil akhir mengenai penelitian ini, implikasi teoritikal, implikasi manajerial, serta limitasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya.