

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

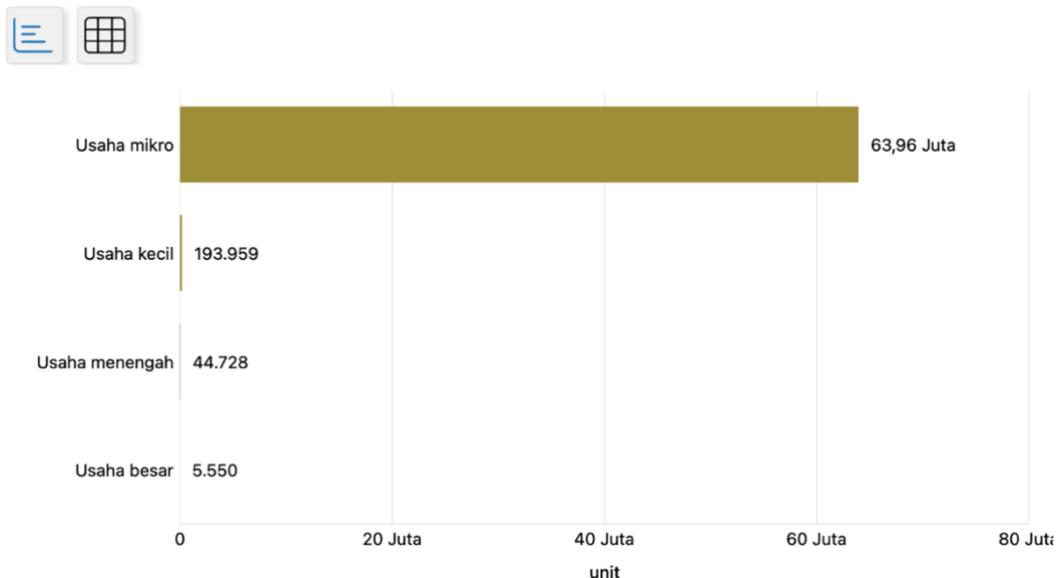
UMKM merupakan singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang merupakan sebutan bagi suatu usaha perorangan ataupun suatu organisasi. Menurut Irawan (2019) dalam penelitiannya UMKM didefinisikan sebagai unit usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha di semua sektor ekonomi. Merujuk pada penelitian yang dilakukan oleh Salman et al., (2022) mengatakan bahwa UMKM merupakan salah satu jenis usaha kecil yang sangat berperan dalam peningkatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat dikarenakan kemampuan mereka dalam menghadapi berbagai situasi. Pendapat dari Iwan (2019) UMKM itu tulang punggung perekonomian rakyat yang dapat mengurangi masalah kemiskinan serta perkembangannya mampu memperluas sektor ekonomi dengan kontribusi yang signifikan. Bagi Riana (2022) UMKM adalah pelaku ekonomi yang fleksibel dalam penyesuaian terhadap perubahan iklim dalam usaha dan terus mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap perekonomian. Tak hanya sampai disitu, menurut Nirfandi (2019) UMKM itu merupakan salah satu bidang usaha yang dapat berkembang dan konsisten dalam perekonomian nasional.

UMKM telah banyak berkontribusi terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) Nasional Indonesia sebesar 61,07% atau setara 8,5T yang dimana angka tersebut bukan angka yang kecil, sehingga membuktikan bahwa UMKM memiliki potensi untuk terus diperhatikan dan dikembangkan khususnya mendorong kontribusi di perekonomian Indonesia (ekon.go.id, 2021), terlebih lagi selain mendorong tingkat perekonomian, peran dari pelaku UMKM sendiri dapat mendorong tingkat kewirausahaan nasional di Indonesia. Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KemenKop UKM) Teten Masduki

(2023) menyebutkan bahwa rasio dari kewirausahaan nasional di Indonesia sendiri masih berada pada 3,47% menjelang akhir tahun 2023 (idxchannel.com, 2023). UMKM berperan aktif dalam suatu daerah karena dengan kehadiran UMKM justru akan membantu perputaran perekonomian suatu daerah tersebut tetap berjalan dengan lancar, meningkatkan lapangan pekerjaan yang dimana akan mengurangi pengangguran seperti yang dikatakan oleh Kementerian Koperasi, UKM bahwa total UMKM berada pada 64 juta (databoks, 2023) pelaku telah berhasil menyerap sebanyak 123 ribu tenaga kerja sehingga akan mengurangi tingkat pengangguran (djpb.kemenkeu.go.id, 2023). Hal ini didukung oleh pernyataan dari Presiden Indonesia, Pak Jokowi yang turut mengatakan bahwa UMKM menyerap tenaga kerja besar-besaran hingga 97% (kompas.com, 2022). Dikutip dari situs ekon.go.id bahwa sektor UMKM memberi kontribusi dalam penyerapan tenaga kerja yang mencapai 97% dari keseluruhan tenaga kerja yang ada (ekon.go.id, 2023).

Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah/UMKM di Indonesia Berdasarkan Kelasnya (2021)

databoks



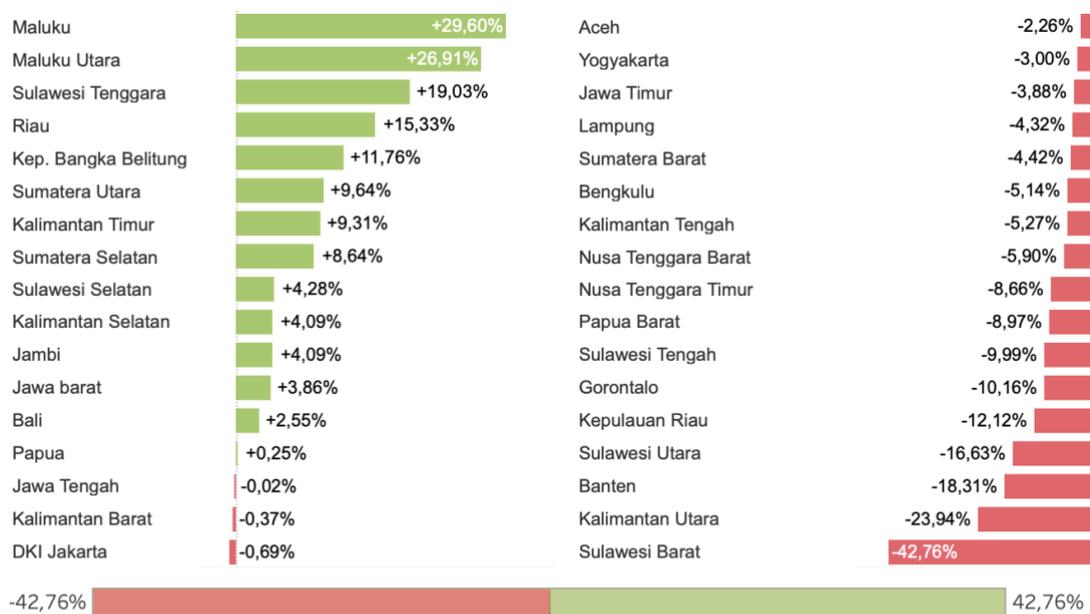
Gambar 1. 1 Data Pelaku UMKM di Indonesia

Sumber: databoks (2023)

UMKM di Indonesia memberikan dampak yang positif hingga pemerintah pun turut memberikan dukungan untuk mendorong pelaku UMKM. Salah satu program yang diciptakan oleh pemerintah adalah SMESCO, yaitu sebuah organisasi untuk mendukung UMKKN naik kelas serta mampu bersaing secara global (smesco.go.id, 2022; ukmindonesia.id, 2023), yang tentunya hal ini sangat mendukung kelancaran kegiatan para wirausaha di Indonesia. Kementerian Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (KemenKop UKM) Teten Masduki (2024) mengungkapkan tujuan dari dibentuknya SMESCO ini untuk membekali para UKM dengan keterampilan dan sumber daya yang diperlukan untuk berkembang di pasar domestik maupun global nantinya (infopublik.id, 2024). Menteri Koperasi dan UKM, Teten Masduki (2023) mengatakan harapannya kedepan untuk masyarakat Indonesia menjadi lebih berani melangkah dalam berbisnis karena masih banyak yang beranggapan berbisnis itu sulit (kompas.com, 2023). Teten Masduki juga terus berupaya agar produk lokal menjadi pilihan masyarakat. Layanan smesco tersebut akan dijadikan pusat UMKM dan beragam produk lokal agar meningkatkan perhatian terhadap produk dalam negeri serta meningkatkan rasa nasionalisme masyarakat (goodnewsfromindonesia.id, 2023).

Namun masih didapati UMKM yang mengalami kegagalan. Menurut data dari kemenkopukm.go.id (2021) pada gambar 1.2 yang menyatakan bahwa angka kewirausahaan di Banten mengalami penurunan. Wilayah Banten menunjukkan angka -18,31% yang dimana artinya jumlah wirausaha mengalami penurunan alias tidak bertambah bahkan berkurang. Hal ini ditambah lagi dari survei databoks (2021) tercatat sebesar 60,2% pelaku UMKM yang modalnya hanya mampu bertahan di 3 bulan pertama saja yang dimana modal dalam suatu usaha itu merupakan aspek yang penting untuk mempertahankan serta berkelanjutan usaha tersebut. Dalam periode yang mirip, tercatat pula 44% UMKM mengalami penurunan omzet hingga 30% yang membuat pelaku UMKM tersebut diambang posisi yang kurang aman. Ditambah lagi sebesar 50% hingga 60% UKM hanya bertahan dalam periode

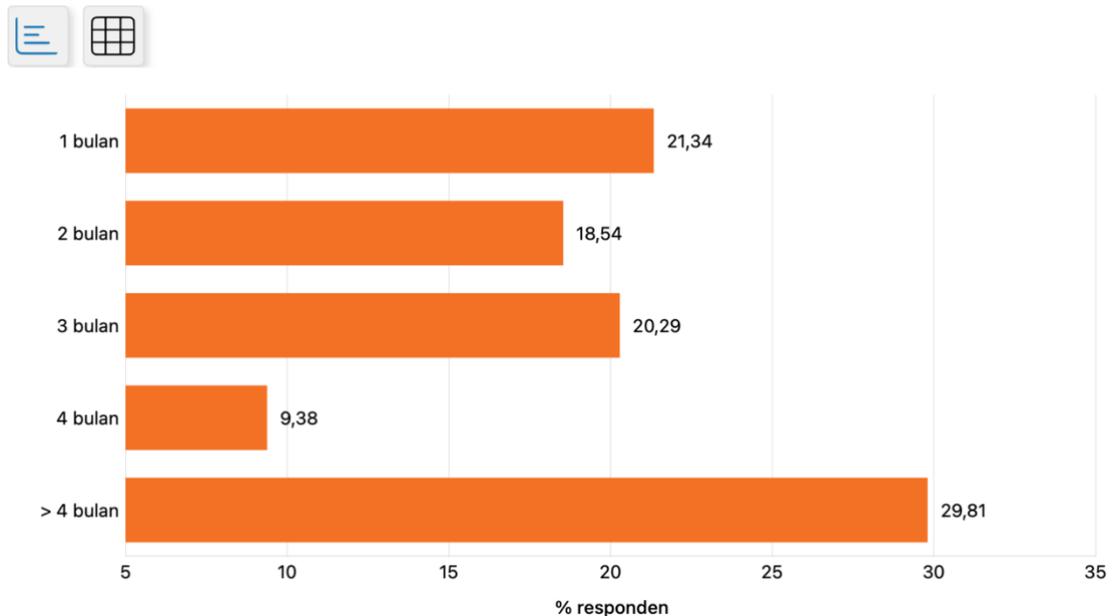
maksimal 3 tahun pertama hal ini didukung oleh riset Fundera (2017) sebesar 82% penyebab kegagalan usaha UMKM ini karena kehabisan modal atau kurang terampil dalam mengelola keuangan serta sebesar 46% dikarenakan kurangnya kemampuan dalam mengatur manajemen usahanya sendiri (ekonomi.republika.co.id, 2019). Selain itu, seperti yang kita ketahui bahwa *Covid-19* juga turut memberikan dampak negatif terhadap kondisi perekonomian khususnya bagi para pelaku UMKM yang tercatat dari BPS, sebesar 82,85% dari mereka mengalami penurunan omzet (Alfin, 2021).



Indikator pertumbuhan wirausaha berwarna merah menunjukkan bahwa pertumbuhan wirausaha kurang dari 0%. Hal ini berarti sebagian besar provinsi di Indonesia mengalami penurunan atau kemunduran pertumbuhan wirausaha.

Gambar 1. 2 Data Tingkat Pertumbuhan Wirausaha

Sumber: kemenkopukm.go.id



Gambar 1. 3 Data Umur Usaha UMKM

Sumber: databoks (2021)

Dugaan dari kegagalan UMKM bisa saja disebabkan oleh karena dipengaruhi oleh karakter atau *social identity* mereka yang tergambar dari identitas *darwinian*, *missionary*, dan *communitarian*. Menurut hasil penelitian Brandle et al., (2018) yang menyatakan bahwa pengusaha yang berkarakter identitas *missionary* ini kurang memiliki tingkat kesuksesan karena fokus mereka yang cenderung terarah kepada tujuan atau misi tertentu sehingga bukan memprioritaskan keuntungan. Kemudian Brandle et al., (2018) juga turut menyatakan bahwa kewirausahaan mendapat dorongan kuat dari faktor identitas sosial yang dimiliki oleh perilaku pelaku usaha itu sendiri. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa seorang wirausaha dengan identitas sosial *darwinian* dan *communitarian* cenderung memiliki tingkat keberhasilan yang tinggi dalam bisnisnya karena mereka diyakini mampu menjalankan usahanya dengan baik. Sementara itu, hasil penelitian dari De La Cruz (2018)

menyatakan bahwa identitas sosial *communitarian* justru memiliki pengaruh yang kurang signifikan terhadap performa bisnis, berbeda dengan identitas sosial *darwinian* dan *missionary* yang cenderung berpengaruh secara signifikan. Secara dasar, identitas sosial merupakan salah satu faktor yang perlu suatu individu ketahui terlebih dahulu bahwa dirinya memiliki identitas sosial yang seperti apa, khususnya sebelum mereka memulai suatu bisnis. Identitas sosial dipercaya dapat membuat suatu individu untuk bisa lebih mengenal karakter mereka sendiri dan lebih tergambar tujuan atau motivasi mereka dalam membuat ataupun menjalankan suatu bisnis (Fauchart & Gruber, 2011; Bosma, et al., 2011). Menurut Oostrum (2017) bahwa identitas sosial yang berbeda-beda ini menjadi karakteristik seorang wirausaha dalam berbisnis, sehingga bermodalkan identitas sosial ini mereka dapat mengetahui tujuan maupun motivasinya serta dapat menentukan strategi yang tepat bagi bisnisnya sesuai dengan identitas sosial mereka masing-masing.

Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh Majid Murad et al. (2022) dengan subjek mahasiswa universitas sektor publik di Pakistan terdapat faktor berupa *Entrepreneurial Social Identities* (*Darwinian Identity, Missionary Identity, Communitarian Identity*) yang mempengaruhi *Nascent Entrepreneurial Behavior* dan mediasi berupa *Entrepreneurial Self-Efficacy* yang mendapatkan hasil bahwa identitas sosial setiap wirausaha yang terdiri atas *darwinian*, *missionary*, dan *communitarian* ternyata memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap perilaku kewirausahaan yang baru lahir. Faktor *Entrepreneurial Self-Efficacy* sebagai mediasi juga menjadi pendorong positif dalam mendorong wirausaha dalam bertindak. Namun penelitian ini penting untuk dilakukan karena dari hasil tersebut belum tentu sama untuk para pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang karena antara mahasiswa khususnya di Pakistan dan pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang memiliki perbedaan yang dimana mahasiswa kebanyakan belum memiliki pengalaman berbisnis yang banyak dibandingkan pelaku UMKM yang memang sudah melakukan kegiatan usahanya sehingga tentu tantangan yang dihadapi juga berbeda pula

serta terdapat perbedaan budaya, sosial dan lain-lain antara wilayah Pakistan dan Kabupaten Tangerang. Oleh karena itu, peneliti ingin membuktikan pengaruh sosial identitas kewirausahaan apakah juga menghasilkan hasil yang sama untuk perilaku kewirausahaan yang baru lahir pada para pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*?
2. Apakah *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*?
3. Apakah *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*?
4. Apakah *Darwinian Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
5. Apakah *Missionary Identity* memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
6. Apakah *Communitarian Identity* memiliki pengaruh positif terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*?
7. Apakah *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Darwinian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*?

8. Apakah *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*?
9. Apakah *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif memediasi hubungan antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*?
10. Apakah *Entrepreneurial Self-Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*?

1.3 Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *Darwinian Identity* terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
2. Untuk mengetahui pengaruh *Missionary Identity* terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *Communitarian Identity* terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
4. Untuk mengetahui pengaruh *Darwinian Identity* terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.
5. Untuk mengetahui pengaruh *Missionary Identity* terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.

6. Untuk mengetahui pengaruh *Communitarian Identity* terhadap *Entrepreneurial Self-Efficacy*.
7. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap hubungan mediasi antara *Darwinian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
8. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap hubungan mediasi antara *Missionary Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
9. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap hubungan mediasi antara *Communitarian Identity* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.
10. Untuk mengetahui pengaruh *Entrepreneurial Self-Efficacy* terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

1.4 Manfaat Penelitian

Harapan penulis dengan dikerjakannya penelitian ini dan didukung oleh data-data pendukung agar penelitian ini dapat maupun bisa menjadi manfaat bagi peneliti-peneliti lain maupun bagi banyak orang khususnya bagi ranah kewirausahaan, berikut manfaat ditulisnya penelitian ini:

1.4.1 Manfaat Akademis

Penulis berharap dengan ditulisnya penelitian ini dapat menjadi bekal bagi para peneliti-peneliti selanjutnya terkait pengaruh dari variabel *Entrepreneurial Social Identities* (*Darwinian Identity*, *Missionary Identity*,

Communitarian Identity), *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penulis berharap dengan ditulisnya penelitian ini dapat berguna bagi pihak lain baik berupa informasi, acuan hingga menjadi referensi mengenai pengaruh dari *Entrepreneurial Social Identities* (*Darwinian Identity*, *Missionary Identity*, *Communitarian Identity*) terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior* yang dimediasi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy*. Besar harapan saya sebagai peneliti dengan hadirnya penelitian ini dapat berguna untuk meningkatkan angka wirausaha di Indonesia kedepannya khususnya pelaku UMKM serta meminimalisir faktor-faktor kegagalan usaha UMKM di Indonesia agar terus dapat memberikan manfaat yang positif bagi perekonomian negara.

1.5 Batasan Penelitian

Pada penelitian ini juga memiliki batasan-batasan dalam proses pengerjaannya yang dilakukan oleh penulis terkait batasan latar belakang hingga batasan terhadap ruang lingkup penelitian ini dilakukan untuk berusaha semaksimal mungkin meraih hasil bagi penelitian ini. Batasan-batasan tersebut berupa:

1. Penelitian ini menggunakan pelaku UMKM dengan pengetahuan dan pengalaman dalam kegiatan berwirausaha di wilayah Kabupaten Tangerang.
2. Penelitian ini dibatasi atas 3 *variable independent* yang termasuk dalam *Entrepreneurial Social Identities* diantaranya *Darwinian Identity*, *Missionary Identity* dan *Communitarian Identity* dengan 1 *variable*

sebagai mediasi yaitu *Entrepreneurial Self-Efficacy* dan 1 *variable dependent*-nya yaitu *Nascent Entrepreneurial Behavior*.

3. Penelitian akan dilakukan dengan menyebarkan kuesioner berupa *Google Form*.

1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian dengan judul Analisis Pengaruh *Entrepreneurial Social Identities* terhadap *Nascent Entrepreneurial Behavior* yang Di Mediasi oleh *Entrepreneurial Self-Efficacy* pada Pelaku UMKM Di Kabupaten Tangerang ini akan terdiri dari 5 (lima) bab secara berurutan dengan perincian sebagai berikut:

1.6.1 BAB I: PENDAHULUAN

Pada Bab 1 akan berisikan latar belakang terhadap kondisi yang ada di lapangan yang akan menjadikan rumusan masalah serta tujuan dari dilakukannya penelitian ini secara urut dan jelas.

1.6.2 BAB II: LANDASAN TEORI

Pada Bab 2 akan berisikan segala teori-teori definisi yang berhubungan dengan variabel pada penelitian ini.

1.6.3 BAB III: METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab 3 akan berisikan penjelasan terkait objek penelitian yang akan diteliti seperti gambaran umum objek penelitian, gambaran dari metode pengumpulan data, hubungan antar variabelnya, dilakukannya analisis data

dan terakhir akan dilakukan uji hipotesis sebagai pembuktian dalam penelitian ini.

1.6.4 BAB IV: ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada Bab 4 akan berisikan hasil analisis data dari penelitian yang telah dilakukan dan gambarannya yang dipaparkan sebelumnya pada Bab 3. Akan diperlihatkan dan dijelaskan terhadap semua hasil penelitian yang telah berhasil dikumpulkan baik itu berupa data maupun hasil dari dilakukannya *survey* oleh peneliti.

1.6.5 BAB V: SARAN DAN KESIMPULAN

Pada Bab 5 akan berisikan kesimpulan yang didapatkan dari keseluruhan penelitian yang telah peneliti lakukan sebelumnya serta berisikan saran yang semoga bermanfaat bagi peneliti lain, pembaca maupun bagi banyak orang kedepannya.

