

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Negara Indonesia merupakan sebuah negara berkembang yang mempunyai potensi ekonomi yang tinggi. Sebagai salah satu negara di kawasan Asia Tenggara, Indonesia memiliki beragam ciri khas yang memungkinkannya untuk mengalami pertumbuhan ekonomi yang signifikan. Terdapat 4 aspek yang menjadi penopang terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia, yakni investasi, pengeluaran pemerintah, kinerja ekspor dan konsumsi. Dengan adanya kemajuan teknologi, kegiatan digitalisasi bagi pelaku usaha dan pedagang pasar memiliki peran penting agar dapat menggerakkan ekonomi masyarakat dan meningkatkan daya beli rumah tangga. Para pelaku usaha harus dapat menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman dan siap untuk memasuki era digitalisasi usaha atau digitalisasi bisnis (kominfo.go.id, 2024).

Salah satu pilar utama yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah kewirausahaan. Dengan adanya bantuan teknologi dan digitalisasi bisnis maka dunia kewirausahaan dapat berkembang dengan cepat. Kewirausahaan merupakan kemampuan dan kesiapan seseorang untuk mengembangkan, mengelola dan menjalankan suatu bisnis, termasuk menghadapi segala tantangan dan ketidakpastian yang mungkin terjadi, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (liputan6.com, 2021). Kegiatan kewirausahaan ini dilakukan sebagai proses menciptakan sesuatu yang baru dan bernilai dengan berani mengorbankan waktu dan tenaga, serta menanggung risiko finansial.

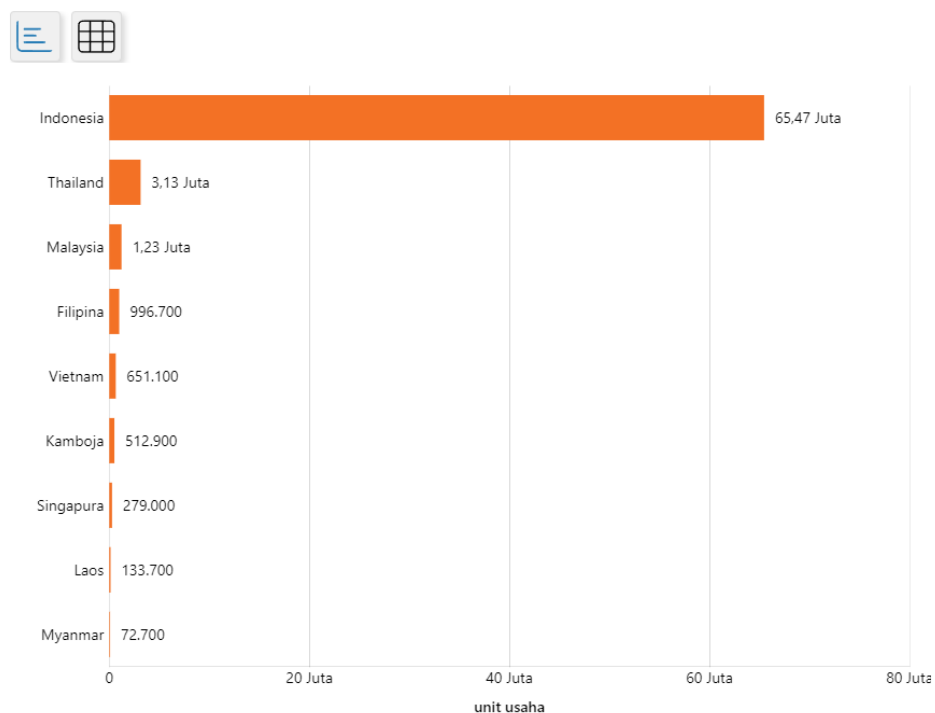
Menurut lingkup cakupannya, kewirausahaan terdiri dari beberapa jenis antara lain usaha mikro, kecil dan menengah atau biasa dikenal dengan UMKM. Indonesia memiliki sejumlah sektor ekonomi nasional yang potensial dan tangguh. Salah satunya adalah sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM), terutama usaha mikro yang secara signifikan besar dan mampu menyerap tenaga kerja dalam

jumlah yang besar (Iswan, 2023). Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di Indonesia memiliki peran yang krusial dalam pertumbuhan ekonomi negara dan penciptaan lapangan kerja. Namun, perekonomian negara Indonesia mengalami krisis ketika munculnya virus Covid-19 pada akhir tahun 2019 hingga tahun 2022. Krisis ekonomi ini terjadi karena banyaknya UMKM yang bangkrut dan banyaknya karyawan yang terkena PHK massal atau pemutusan hubungan kerja di beberapa sektor industri. Menurut Kementerian Ketenagakerjaan (Kemnaker) pada saat pandemi Covid-19, secara keseluruhan pemutusan hubungan kerja tercatat sebanyak 72.983 karyawan dari total 4.156 perusahaan.

Menurut Ketua Asosiasi UMKM Indonesia (Akumindo), selama tahun 2020 terdapat 30 juta usaha yang bangkrut karena Covid-19 (cnbcindonesia.com, 2021). Hal ini merupakan kemunduran dalam dunia industri karena jumlah usaha yang bangkrut sangat besar. Pada tahun 2019, jumlah usaha di Indonesia sebanyak 64,7 juta. Setelah terjadi pandemi, jumlah usaha di Indonesia menjadi 34 juta di tahun 2020. Pada masa pasca pandemi Covid-19, perekonomian di Indonesia berangsur membaik. Hal ini terbukti pada tahun 2022, UKM menyumbang 90% dari kegiatan bisnis. Selain itu, UMKM juga menyumbang 61% PDB negara dan menghasilkan lebih dari 50% total lapangan kerja (cnbcindonesia.com, 2023).

Jumlah UMKM di Negara ASEAN (2021)

databoks



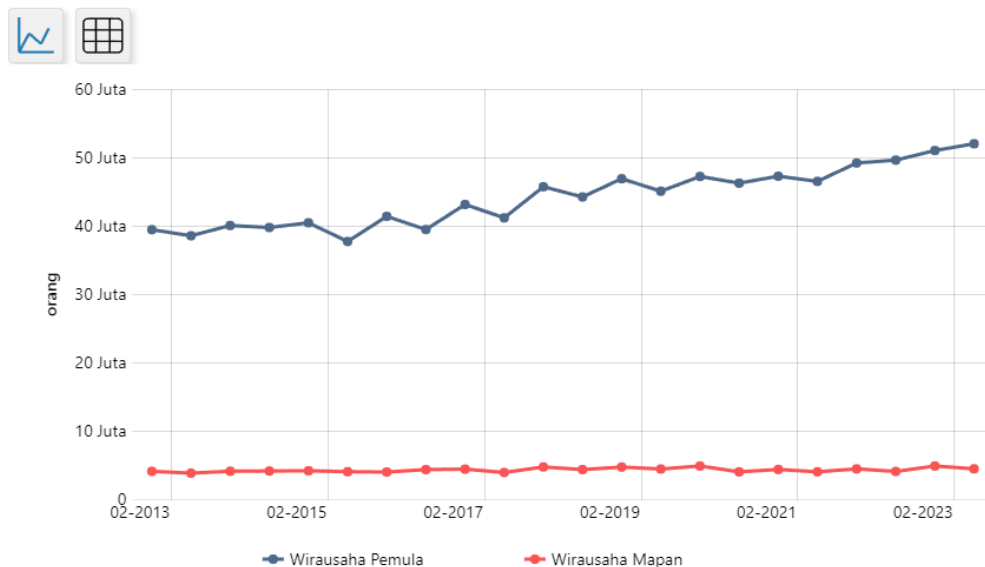
### Gambar 1. 1 Jumlah UMKM di Negara ASEAN

Sumber: Databoks (2022)

Dari data pada gambar 1.1 tersebut, negara Indonesia memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terbanyak di Kawasan negara ASEAN. Pada tahun 2021, data ini mencatat jumlah UMKM di Indonesia mencapai 65,46 juta unit usaha. Adapun negara yang memiliki jumlah UMKM terendah di kawasan negara ASEAN adalah negara Myanmar dengan total keseluruhan hanya sebesar 72.700 unit usaha. Disamping itu, UMKM Indonesia juga mengalami ketertinggalan dibandingkan dengan UMKM di Singapura, yang berkontribusi pada ekspor sebesar 38,3%, Thailand 28,7%, Myanmar 23,7% dan Vietnam 18,7%, sedangkan Indonesia hanya mencapai 15,69%.

Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori (Februari 2013- Agustus 2023)

databoks



Gambar 1. 2 Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kategori

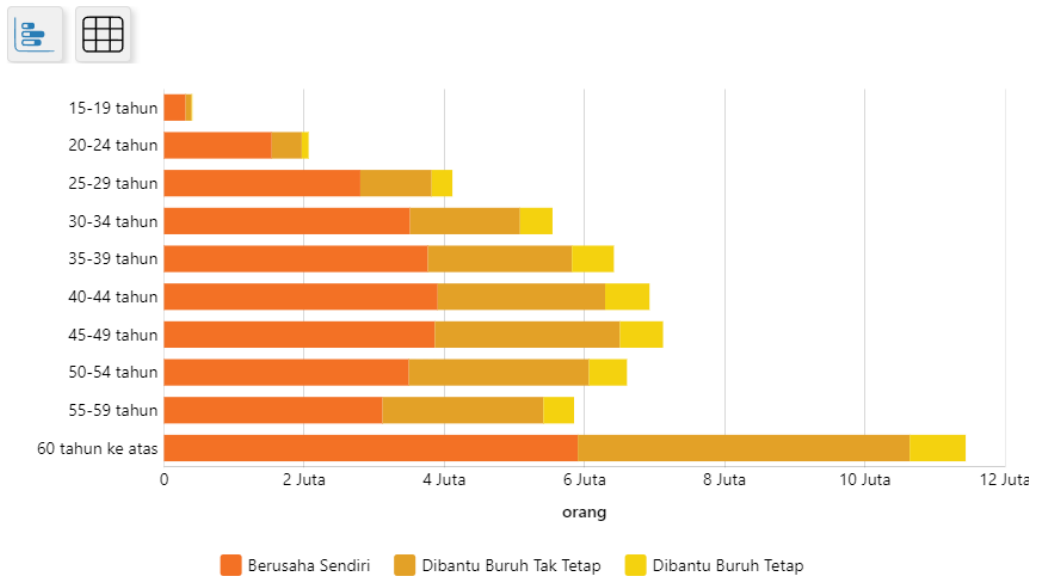
Sumber: Databoks (2023)

Berdasarkan data pada gambar 1.2 tersebut, jumlah wirausaha di Indonesia mengalami perubahan yang signifikan. Pada tahun 2023, jumlah individu yang

memulai usaha mencapai 52 juta orang, terdiri dari 32,2 juta orang yang menjalankan usaha sendiri dan 19,8 juta orang yang berusaha dengan bantuan buruh tidak tetap atau tidak dibayar. Sementara itu, jumlah individu yang memiliki usaha mapan dan menggunakan tenaga kerja tetap atau dibayar mencapai 4,5 juta orang. Dalam kurun waktu satu dekade terakhir, jumlah wirausaha pemula di Indonesia meningkat sebesar 12,6 juta orang atau tumbuh sebesar 31,8%. Sementara itu jumlah wirausaha mapan di Indonesia meningkat sebanyak 360,9 ribu orang atau tumbuh sebesar 8,7%.

**Jumlah Pelaku Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia dan Status Usaha (Agustus 2023)**





**Gambar 1. 3 Jumlah Wirausaha di Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia**

Sumber: Databoks (2023)

Berdasarkan data pada gambar 1.3 pada tahun 2023, jumlah individu yang terlibat dalam kegiatan wirausaha di Indonesia dan berusia 60 tahun keatas sudah mencapai angka yang signifikan. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia, terdapat sekitar 5,9 juta orang dalam kelompok usia ini yang menjalankan usaha sendiri (wirausaha pemula). Selain itu, terdapat sekitar 4,7 juta lansia yang berusaha dengan bantuan buruh tidak tetap atau tidak dibayar (wirausaha pemula), serta 798

ribu lansia yang memiliki usaha mapan dan menggunakan tenaga kerja tetap atau dibayar (wirausaha mapan). Dengan demikian total jumlah lansia yang terlibat dalam kegiatan wirausaha mencapai 11,4 juta orang setara dengan 20,25% dari total pelaku wirausaha di Indonesia. Dari data ini, tentunya dapat dikatakan bahwa sedikitnya jumlah pelaku wirausaha muda yaitu hanya sebesar 6,5 juta dengan akumulasi dari total penduduk usia 15-19 tahun, 20-24 tahun dan 25-29 tahun.

Dilansir dari laman berita Media Indonesia, mayoritas Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki kendala dalam memasuki pasar digital. Bagi para pelaku ekonomi Indonesia, terutama UMKM, perkembangan ekonomi digital yang luar biasa berkembang secara pesat tentunya memiliki tantangan sekaligus peluang tersendiri. Menurut data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), pada Juni 2021, dari total 8,2 juta unit usaha yang disurvei, termasuk pelaku UMKM, hanya 29% yang telah mengintegrasikan bisnis mereka ke dalam *platform e-commerce*. Namun, pada Agustus 2022, berdasarkan laporan *mediaindonesia.com*, jumlah UMKM yang terlibat dalam ekosistem digitalisasi meningkat menjadi 20,24 juta. Sementara itu, menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkoinfo), pada tahun yang sama, total UMKM di Indonesia mencapai sekitar 65 juta unit. Namun, hanya sekitar 19 juta unit UMKM yang mampu melakukan bisnis secara *online*, yang setara dengan 29% dari total jumlah UMKM.



**Gambar 1. 4 Kontribusi UMKM terhadap PDB tahun 2010 - 2020**

Sumber: Kementrian Koperasi dan UKM (2021)

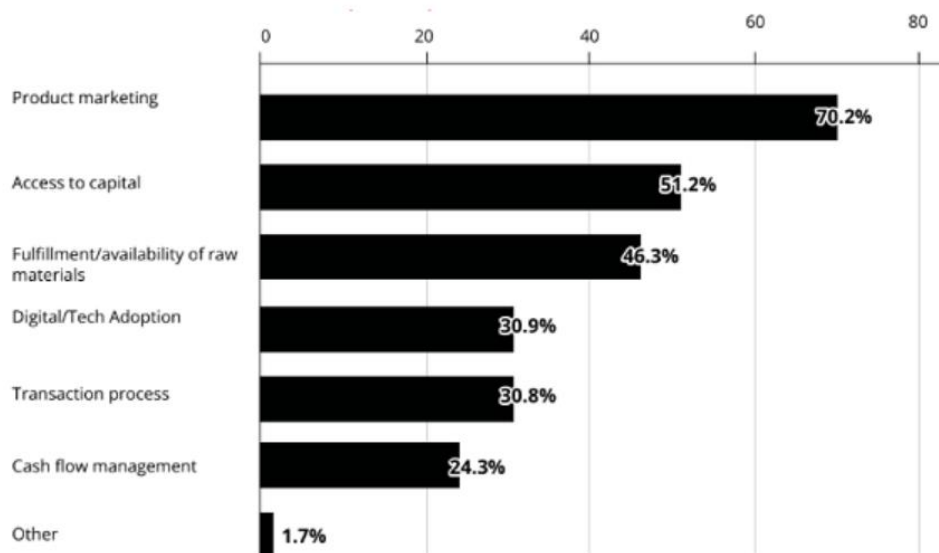
Secara teori, Produk Domestik Bruto (PDB) adalah ukuran dari keseluruhan nilai barang dan jasa yang dihasilkan oleh semua individu atau perusahaan di suatu negara dalam jangka waktu tertentu, biasanya dalam satu tahun. Tujuan PDB adalah untuk memberikan gambaran mengenai ekonomi suatu negara dan produktivitas para penduduknya. Dari data pada gambar 1.4 tersebut, kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) telah mengalami perubahan dari tahun ke tahun. Kontribusi UMKM terhadap PDB terendah yaitu pada tahun 2017 lalu, sebesar 57,1% dan tertinggi pada tahun 2020 sebesar 61%. Menurut data dari Kementrian Koperasi dan UKM, pada tahun 2022 UMKM memberikan kontribusi sebesar 61,9% terhadap total Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja lokal.

Menurut data Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Tangerang, jumlah UMKM pada tahun 2022 adalah sebesar 59.257 pelaku usaha yang mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu 25.918 pada tahun 2021. Menurut Kepala Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Tangerang, Nurul Hayati, menjelaskan bahwa lonjakan jumlah ini bisa dijadikan indikasi positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Tangerang ([news.republika.co.id](https://news.republika.co.id), 2022). Namun, menurut penelitian International Labor Organization (ILO), pada tahun 2022 setidaknya sebesar 39,24% pelaku usaha memutuskan berhenti menjalankan usahanya. Berhentinya sebuah usaha dapat disebabkan oleh banyak faktor antara lain kurangnya motivasi untuk berkembang, tidak mampu menjual produk dan tidak mampu melakukan ekspansi ([ukmindonesia.id](https://ukmindonesia.id), 2022).

Selain itu, menurut Akademisi dan Dosen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas (Unand), Hafiz Rahman menyatakan banyak UMKM yang sulit berkembang karena tidak memahami kapasitas daya saing bisnis maupun daya saing produk sehingga proses perkembangan menjadi stagnan atau tidak signifikan ([antaranews.com](https://antaranews.com)). Kabupaten Tangerang memiliki banyak potensi UMKM yang dapat dikembangkan. Namun, UMKM di daerah ini ternyata masih

banyak yang belum memanfaatkan teknologi digital dalam bisnisnya sehingga sangat sulit untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Menurut Taouab & Issor dalam Srimulyani et al (2023), *business performance* atau kinerja bisnis sebuah UMKM dapat diukur dari empat perspektif, yaitu: *financial*, *customer*, *innovation and learning*, dan *internal processes*. Secara umum, kinerja bisnis sebuah UMKM juga dapat diukur dari dua aspek, yaitu dari aspek *financial* dan *non-financial*. Aspek *financial performance* dapat diukur dengan laba yang didapat, biaya operasional yang dikeluarkan dan ketersediaan modal yang dimiliki. Sedangkan untuk aspek *non-financial performance* dapat diukur dengan reputasi merk, kepuasan pelanggan, dan inovasi bisnis.



**Gambar 1. 5 Hasil Survei *MSME Empowerment Report* Mengenai Permasalahan UMKM**

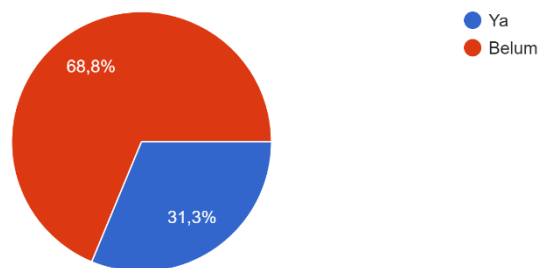
Sumber: [dailysocial.id](https://dailysocial.id) (2023)

Berdasarkan survei berjudul *MSME Empowerment Report* yang dilakukan oleh *DSInnovate* kepada 1.500 pelaku UMKM di berbagai daerah termasuk Kabupaten Tangerang, dapat dilihat bahwa masih banyak UMKM yang mengalami beberapa kendala dalam mengembangkan usaha mereka. Salah satunya ialah sebanyak 70% UMKM kesulitan dalam memasarkan produknya sehingga dapat

mempengaruhi reputasi merk dari suatu UMKM. Kemudian, sebanyak 51,2% merasa kesulitan dalam mendapatkan dukungan modal dan sebanyak 46,3% kesulitan dalam menemukan pemasok bahan baku untuk memenuhi kegiatan produksi.

Untuk memperkuat hasil data yang diperoleh dari berbagai sumber dan literatur, penulis juga melakukan pengumpulan data secara langsung melalui media *google form* dengan cara survei langsung ke tempat para pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang. Total responden yang didapat adalah sebanyak 32 responden yang merupakan para pelaku UMKM di Kabupaten Tangerang. Berikut ini adalah hasil data yang didapatkan oleh penulis.

Apakah Anda sudah menggunakan teknologi dalam kegiatan operasional usaha Anda? (cth kegiatan operasional: pembelian, pengiklanan, pemasaran, dan penjualan)  
32 jawaban



**Gambar 1. 6 Hasil Survei UMKM Mengenai Penggunaan Teknologi**

Sumber: Hasil Data Peneliti (2024)

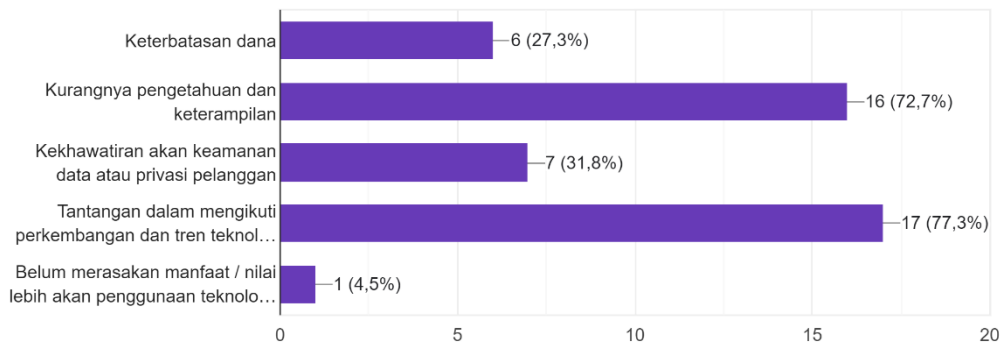
Berdasarkan gambar 1.6 diatas, penulis mendapatkan hasil data bahwa sebesar 68,8% atau 22 responden para pelaku UMKM belum menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya. Sedangkan sebesar 31,3% atau 10 responden para pelaku UMKM sudah menggunakan teknologi dalam menjalankan usahanya sehari-hari. Maka dari data tersebut, dapat disimpulkan mayoritas responden belum menggunakan teknologi dalam kegiatan operasional usahanya.



Apakah Anda menghadapi tantangan tertentu dalam menerapkan teknologi dalam usaha Anda?

Jika ya, apa saja?

22 jawaban



**Gambar 1. 7 Hasil Survei UMKM Mengenai Tantangan Penggunaan Teknologi**

Sumber: Hasil Data Peneliti (2024)

Berdasarkan gambar 1.7 diatas, penulis mendapatkan hasil data bahwa mayoritas responden yaitu sebesar 77,3% atau 17 responden para pelaku UMKM merasa sulit untuk mengikuti perkembangan dan tren teknologi yang cepat dan sebesar 72,7% atau 16 responden para pelaku UMKM merasa kurang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup dalam menggunakan teknologi. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama yang dialami oleh para pelaku UMKM adalah daya saing usaha yang lemah karena rendahnya kinerja bisnis yang dihasilkan, yang dilihat dari aspek *financial* yaitu keterbatasan modal dan aspek *non-financial* yaitu reputasi merk, yang dipengaruhi oleh kegiatan pemasaran dan pemenuhan bahan produksi serta inovasi bisnis yaitu pemanfaatan teknologi dalam menjalankan usaha.

## 1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang ditemukan bahwa Indonesia sebagai negara dengan jumlah UMKM terbanyak di negara ASEAN,

namun faktanya pada tahun 2021, UMKM Indonesia hanya mampu menyumbang 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan meningkat menjadi 61% pada tahun 2022. Meskipun memiliki jumlah terbanyak, tetapi daya saing UMKM Indonesia masih kalah dengan negara Myanmar yang UMKM-nya mampu menyumbang hingga 69,3% terhadap PDB setempat.

Selain PDB, nilai kontribusi ekspor para pelaku usaha di Indonesia juga kalah saing dengan negara tetangga, khususnya di Asia Tenggara. Menurut data, UMKM Singapura memiliki nilai kontribusi eksportnya mencapai 38,3 %, Thailand 28,7%, Myanmar 23,7%, dan Vietnam 18,7% sementara Indonesia hanya 15,69%. Hal ini disebabkan oleh masih banyaknya UMKM di Indonesia yang menjalankan usahanya dengan cara konvensional karena mayoritas para pelaku usaha didominasi oleh Masyarakat berusia lansia (bps.go.id).

Dilansir dari laman berita antaranews.com, pada Kabupaten Tangerang masih banyak UMKM yang sulit berkembang karena tidak memahami kapasitas daya saing bisnis maupun daya saing produk sehingga proses perkembangan menjadi stagnan atau tidak signifikan. Banyak faktor penyebab UMKM sulit berkembang, antara lain kurangnya motivasi untuk berkembang, tidak mampu menjual produk, tidak mampu melakukan ekspansi dan sulit mengikuti perkembangan zaman sehingga kegiatan penjualan masih dilakukan dengan cara konvensional.

Maka dari itu, dari masalah tersebut akan diteliti apa saja yang menjadi faktor-faktor internal yang mempengaruhi *Business Performance* pada wirausaha khususnya Usaha Mikro, Kecil dan Menengah di daerah Kabupaten Tangerang dengan variabel-variabel yang ingin diteliti adalah *Self Efficacy (SE)*, *Entrepreneurial Motivation (EM)*, *Entrepreneurial Leadership (EL)*, dan *Innovative Behavior (IB)*. Adapun pertanyaan penelitian yang akan saya teliti adalah sebagai berikut:

1. Apakah *Self Efficacy* memiliki pengaruh positif terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang?

2. Apakah *Entrepreneurial Motivation* memiliki pengaruh positif terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang?

3. Apakah *Entrepreneurial Leadership* memiliki pengaruh positif terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang?

4. Apakah *Innovative Behavior* memiliki pengaruh positif terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian yang akan saya lakukan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh dari *Self Efficacy* terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang.
2. Untuk mengetahui pengaruh dari *Entrepreneurial Motivation* terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang.
3. Untuk mengetahui pengaruh dari *Entrepreneurial Leadership* terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang.
4. Untuk mengetahui pengaruh dari *Innovative Behavior* terhadap *Business Performance* Wirausaha di Kabupaten Tangerang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penulis memiliki harapan yang besar agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti lainnya. Adapun harapan penulis mengenai manfaat penelitian ini adalah:

#### **1.4.1 Manfaat Akademis**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan, wawasan akademis serta referensi kepada para pembaca ataupun peneliti lainnya yang ingin menulis riset dengan

topik sejenis yaitu pengaruh *Entrepreneurial Internal Factors* terhadap *Business Performance* pada Wirausaha di Kabupaten Tangerang. Adapun faktor internal yang diteliti adalah *Self Efficacy*, *Entrepreneurial Motivation*, *Entrepreneurial Leadership* dan *Innovative Behavior*.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis diharapkan dapat memberikan saran dan informasi mengenai pengaruh *self efficacy*, *entrepreneurial motivation*, *entrepreneurial leadership* dan *innovative behavior* terhadap *business performance* untuk menjadi bahan evaluasi dan data yang mendukung untuk pemerintah dan institusi pendidikan dalam upaya peningkatan jumlah UMKM yang akan memasuki pasar digital sehingga dapat meningkatkan *business performance* wirausaha di Indonesia khususnya Kabupaten Tangerang.

#### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian ini memiliki batasan yang mencakup konteks, kriteria dan fokus tertentu untuk memastikan hasil yang relevan dengan topik penelitian. Batasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Penelitian ini memfokuskan pada pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang beroperasi di Kabupaten Tangerang.
2. Penelitian ini terbatas pada variabel *self efficacy*, *entrepreneurial motivation*, *entrepreneurial leadership*, *innovative behavior*, dan *business performance*.
3. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui penyebaran kuesioner baik secara *online* maupun *offline* menggunakan Google Form.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini ditulis berdasarkan sistematika penulisan agar laporan penelitian terancang dengan sistematis, antara lain:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab I ini menguraikan latar belakang studi termasuk fenomena masalah yang dihadapi, rumusan masalah, dan pertanyaan penelitian. Selanjutnya, penulis menetapkan tujuan penelitian, manfaatnya secara akademis dan praktis, serta batasan-batasan yang menjadi fokus penelitian.

### BAB II LANDASAN TEORI

Bab II ini mencakup pembahasan mengenai teori-teori utama terkait dengan topik penelitian, termasuk *self efficacy*, *entrepreneurial motivation*, *entrepreneurial leadership*, *innovative behavior* dan *business performance* yang dipilih oleh penulis.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab III ini menguraikan secara rinci mengenai gambaran umum objek penelitian, desain studi, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, operasionalisasi variabel, teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV ini berisi penjabaran analisis data yang telah dilakukan oleh penulis berdasarkan metode dan teknik yang telah dijelaskan pada Bab III, serta pembahasan mengenai hasil analisis tersebut.

### BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Selain itu, dalam bab ini penulis juga memberikan masukan untuk penelitian mendatang dengan fokus topik yang serupa.