

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 LATAR BELAKANG**

Perkembangan industri saat ini mendapat tantangan yang semakin besar akibat semakin besarnya dampak globalisasi, disinilah peran penting dari Usaha Mikro dan Menengah (UMKM) dalam meningkatkan perekonomian nasional. Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) pada saat ini mengalami peningkatan yang pesat dan menjadi kelompok pelaku ekonomi terbesar dalam perekonomian Indonesia, serta telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang usaha Mikro Kecil dan Menengah.

UMKM menciptakan pertumbuhan ekonomi yang terus meningkat serta menciptakan lapangan pekerjaan, pada tahun 2013 UMKM menyerap lebih dari 6 juta tenaga kerja diseluruh Indonesia (Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah) yang mampu menjadi sektor penggerak ekonomi nasional manupun regional. UMKM mempunyai peluang lebih besar untuk bertahan dibandingkan dengan perusahaan-perusahaan besar (Untari, 2005)

Menurut Ayyagri, Beck, dan Dermigict-Kunt (2003). Pada saat ini sangat penting kehadiran UMKM dalam pertumbuhan ekonomi suatu negara. Pada negara yang berpendapatan rendah UMKM berkontribusi 31% dari lapangan pekerjaan dan 15% dari GDP negara tersebut, pada negara yang berpendapatan menengah UMKM berkontribusi 55% dari lapangan pekerjaan dan 40% dari GDP, dan pada negara yang berpendapatan tinggi UMKM berkontribusi 65% dari lapangan pekerjaan dan 50% dari GDP, itu artinya bahwa UMKM merupakan roda penggerak perekonomian suatu negara.

Di Indonesia berbagai jenis UMKM tersebut telah bermunculan diberbagai daerah, salah satunya provinsi Sumatera Barat dengan tingkat UMKM yang besar, hal ini dapat dilihat dari total keseluruhan sektor usaha yang ada di provinsi Sumatera barat sebesar 501.410, terdapat 423.280 atau 84,42% nya merupakan usaha mikro, 74.410 atau 14,84% nya merupakan usaha kecil, sedangkan usaha menengah berjumlah 3.720 atau 0,74 %. (BPS Sumatra Barat,2013).

UMKM sangat fleksibel dan dapat dengan mudah beradaptasi dengan pasang surut dari permintaan pasar, hal ini terbukti bahwa UMKM telah memberikan kontribusi penting dalam ekspor dan perdagangan di Indonesia. UMKM yang bergerak sektor pakaian merupakan salah satunya, UMKM ini merupakan salah satu usaha yang paling banyak diminati untuk para pebisnis, karna pakaian merupakan salah kebutuhan pokok manusia yang

permintaannya akan selalu ada. Selain itu pakaian juga merupakan usaha dengan berbagai jenis fashion yang akan berganti setiap saatnya dan juga memiliki banyak segmen pasar yang dapat dilayani.

Kelompok masyarakat yang potensial dalam pemasaran produk oleh perusahaan lokal maupun perusahaan internasional adalah masyarakat yang berada pada kelompok usia remaja (Mangkunegara, 2005). Karena remaja sedang pada tahap pencarian identitas sehingga mereka biasanya menciptakan sesuatu yang berbeda pada penampilannya. Remaja umumnya membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan akan produknya saja, akan tetapi lebih mengarah pada pemenuhan kebutuhan psikologis. Artinya, pada remaja berbelanja pakaian tidak hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan sandang, melainkan adanya keinginan untuk menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti mode atau fashion yang sedang tren dalam menunjang penampilan mereka didepan publik (Hurlock, 2004).

Seiring dengan perkembangan fashion pakaian remaja tersebut dan tingginya tingkat kebutuhan remaja terhadap ketersediaan pakaian, maka semakin banyak bermunculan distributor store (distro) yang menyediakan pakaian remaja, tidak hanya distro bahkan konveksi pakaian juga ikut membuat berbagai pakaian untuk fashion remaja. Kemunculan UMKM pada sektor industri konveksi dan fashion remaja ini tidak selalu mengalami keberhasilan, banyak diantara UMKM tersebut yang tidak mampu bertahan.

Hal tersebut disebabkan oleh berbagai hal seperti ketidakmampuan beradaptasi, keterbatasan sumber daya dan modal, kurang maksimalnya hasil kerja dari sumber daya manusia, serta yang paling terpenting adalah ketika terjadinya kesalahan dalam perencanaan dari tujuan usaha baik itu untuk jangka panjang ataupun perencanaan jangka pendek usaha tersebut. Hal tersebut tidak terlepas dari peranan manajer ataupun pemilik usaha sebagai pengambil keputusan yang tepat untuk kelangsungan usahanya.

Pengambilan keputusan akan selalu dilakukan dalam sebuah usaha, sebab pengambilan keputusan merupakan proses awal setelah dilakukannya perencanaan, dan untuk melaksanakan tindakan-tindakan selanjutnya dalam mencapai tujuan dari sebuah usaha, seperti keputusan untuk menambah modal, mengurangi biaya keluar, promosi, pengembangan produk, dan lainnya. Karena pengambilan keputusan adalah sebuah proses, bukan hanya tindakan untuk memilih diantara berbagai alternatif, maka pengambilan keputusan memegang peranan yang penting, dimana keputusan yang salah atau tidak tepat akan berdampak negatif terhadap pengembangan usaha. Oleh karena itu pengambilan keputusan yang akan dilakukan oleh seorang manajer dan pemilik usaha merupakan hal yang sangat dipertimbangkan dan juga akan didorong oleh berbagai aspek dalam menentukannya, baik itu dari eksternal maupun internal dari manajer dan pemilik usaha tersebut. Pengaruh internal

dan eksternal yang ada dalam diri manajer dan pemilik usaha inilah yang dibahas dalam teori *locus of control* pada penelitian Rotter (1966).

Salah satu yang mendorong pengambilan keputusan adalah *locus of control* (lokus kendali) yang merupakan aspek kepribadian yang mengacu pada sistem psikologis individu. *Locus of control* adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa mereka memiliki kendali atas nasib mereka sendiri (Thomas et al,2006). Hal ini menunjukkan bahwa kegagalan dan kesuksesan mereka merupakan hasil dari pengaruh diri sendiri maupun dari lingkungan sekitar. *Locus of control* terbagi menjadi dua yaitu *internal locus of control* dan *external locus of control*. Individu dengan *internal locus of control* akan meyakini bahwa merekalah pemegang kendali atas apapun yang terjadi pada diri mereka, sedangkan individu dengan *external locus of control* yakin bahwa apapun yang terjadi pada diri mereka dikendalikan oleh kekuatan luar seperti keberuntungan, kesempatan dan lingkungan (Rotter 1966).

Dalam konteks usaha, salah satu hal penting dalam *locus of control* adalah pada saat seseorang memproses dan membuat keputusan dalam usaha yang dijalankan, keputusan tersebut dibuat oleh seorang manajer dan pemilik usaha, sehingga terdapat relevansi yang cukup kuat akan pentingnya *locus of control* terhadap proses dan pengambilan keputusan oleh manajer dan pemilik usaha. Hal tersebut untuk melihat sejauh mana faktor internal yaitu dirinya sendiri dan faktor eksternal yaitu lingkungan akan mempengaruhinya dalam

pengambilan keputusan. Oleh karena penulis akan mengadakan penelitian lebih lanjut pada untuk mengetahui bagaimana dampak *locus of control* mempengaruhi proses pengambilan keputusan pemilik dan manajer. Untuk selanjutnya akan dijelaskan dalam penelitian penulis yaitu **Pengaruh *Locus of Control* pada Proses Pengambilan Keputusan Pemilik dan manajer Usaha Mikro Kecil dan Menengah pada Sektor Industri Konveksi dan Fashion Remaja di Kota Padang**

## 1.1 RUMUSAN MASALAH

1.1.1 Bagaimana pengaruh *internal locus of control* terhadap proses pengambilan keputusan pemilik dan manajer usaha mikro kecil dan menengah pada industri konveksi dan fashion remaja di kota Padang.

1.1.2 Bagaimana pengaruh *external locus of control* terhadap proses pengambilan keputusan pemilik dan manajer usaha mikro kecil dan menengah pada industri konveksi dan fashion remaja di kota Padang.

## 1.2 TUJUAN PENELITIAN

1.2.1 Untuk mengetahui pengaruh *internal locus of control* terhadap proses pengambilan keputusan pemilik dan manajer usaha mikro kecil dan menengah pada industri konveksi dan fashion remaja di kota Padang.

1.2.2 Untuk mengetahui pengaruh *external locus of control* terhadap proses pengambilan keputusan pemilik dan manajer usaha mikro kecil dan menengah pada industri konveksi dan fashion remaja di kota Padang.

### 1.3 MANFAAT PENELITIAN

#### 1.3.1 Bagi Penulis

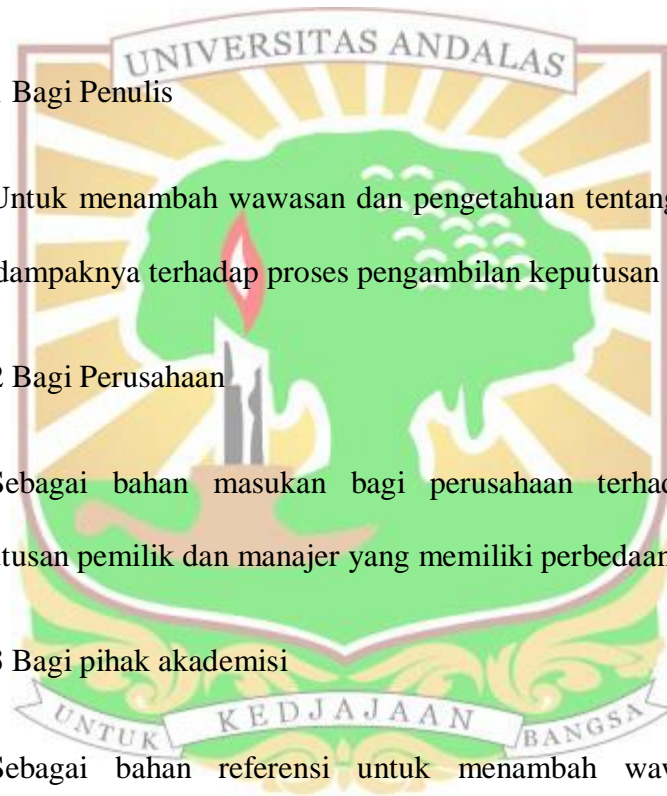
Untuk menambah wawasan dan pengetahuan tentang *locus of control* dan dampaknya terhadap proses pengambilan keputusan manajer.

#### 1.3.2 Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi perusahaan terhadap pengambilan keputusan pemilik dan manajer yang memiliki perbedaan *locus of control*.

#### 1.3.3 Bagi pihak akademisi

Sebagai bahan referensi untuk menambah wawasan dan juga memperdalam ilmu tentang pengaruh *locus of control* terhadap proses pengambilan keputusan.



## 1.4 SISTEMATIKA PENELITIAN

Secara umum sistematika penelitian ini terdiri dari beberapa bab dengan sistematika sebagai berikut :

### Bab I : Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, mamfaat penelitian, dan sistematika penulisan

### Bab II : Kajian Teori

Bab ini berisikan landaasan teori, pengembangan hipotesis dan penelitian terdahulu, serta kerangka pemikiran.

### Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan desain penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, operasional variabel serta teknik analisis data.

### Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisikan analisis pengambilan kuesioner, gambaran umum identitas responden dan perusahaan, deskripsi variabel penelitian, pengujian data, serta pembahasan dan implikasi.





## Bab V : Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

