

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keberadaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dinilai sangat berkontribusi dalam membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021 Kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di Indonesia adalah sebesar 61,97%. Besarnya kontribusi UMKM ini karena mayoritas unit usaha Indonesia disumbangkan dari UMKM. Dimana sebanyak 63,4 juta adalah Usaha Mikro (Umi), 783,1 ribu adalah Usaha Kecil (UK) dan 60,7 ribu adalah Usaha Menengah (UM) (Kementerian Koperasi dan UKM,2021).

Pertumbuhan UMKM di Indonesia merupakan salah satu prioritas dalam pembangunan ekonomi nasional. Di Indonesia jumlah UMKM terus mengalami pertumbuhan setiap tahunnya. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2010 jumlah UMKM di Indonesia adalah 52,8 juta dan pada tahun 2018 bertambah menjadi 64,2 juta usaha. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 2021 jumlah UMKM di Indonesia adalah 64.19 juta, sehingga sektor ini mampu menyerap 97% tenaga kerja dan mengintegrasikan investasi sebesar 60,4 persen (Kementerian Koperasi dan UKM,2021).

Berdasarkan Keputusan Menteri Keuangan Nomor 216/KMK.016/1994 tanggal 27 juni 1994, UMKM merupakan perorangan atau badan usaha yang telah melakukan kegiatan/usaha yang mempunyai penjualan /omset per tahun setinggi-tingginya Rp 600.000.000 atau aset/aktiva setinggi-tingginya Rp 600.000.000 (diluar tanah dan bangunan yang ditempati) terdiri dari bidang usaha (Fa,Cv,PT dan koperasi) dan perorangan (pengrajin/industri rumah tangga, petani,peternak,nelayan,perambah hutan,penambang, pedagang, barang dan jasa). Menurut Dewan Koperasi Indonesia (DEKOPIN) UMKM merupakan para pelaku usaha ekonomi yang berskala kecil, menggunakan teknologi tradisional dan dikelola secara sederhana (laena,2010).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) merupakan unit usaha produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha disemua sektor ekonomi yang memiliki batasan tertentu dalam hal jumlah tenaga kerjanya, jumlah penjualan atau omsetnya, dan jumlah aset atau aktivitya. Serta masih melakukan pengelolaan usaha yang sederhana dengan teknologi yang masih sederhana.

Salah satu UMKM yang jumlahnya mengalami peningkatan di Indonesia adalah *Coffee shop*. Berdasarkan riset Independen Toffin, jumlah *Coffee shop* di Indonesia hingga agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, terjadi peningkatan hingga 3 kali lipat dari tahun 2016 yang hanya mencapai 1000 gerai. Hal ini dikarenakan adanya peningkatan tren minum kopi dikalangan anak muda yang mana menjadikan kegiatan minum kopi ini sebagai *lifestyle* dan sebagai sarana menunjukkan eksistensi mereka. Pada tahun 2020 ICO merilis data pertumbuhan jumlah peminum kopi di Indonesia yaitu sebesar 4800 kantong kopi per 60kg yang mana angka tersebut lebih besar dari tahun sebelumnya sebesar 4750 kantong kopi per 60kg (ICO, 2020).

Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian mencatat konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi di Indonesia tahun 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22% setiap tahunnya. Pada tahun 2021 pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton yang menandakan terjadinya surplus sebanyak 425 ribu ton (Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian, 2016).

Konsumsi kopi juga mengalami peningkatan di Sumatera Barat, dan salah satunya di Kota Padang. Peningkatan konsumsi kopi ini memberikan peluang untuk para pembisnis membuat *Coffee shop* dengan menjadikan budaya minum kopi tersebut sebagai salah satu inovasi dalam berwirausaha. Hal ini dibuktikan dengan jumlah *Coffee shop* di Kota Padang terus meningkat setiap tahunnya. Berdasarkan Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTPS) Kota Padang diketahui bahwa sampai tahun 2016 terdapat 19 *Coffee shop* yang telah memiliki izin resmi usaha. Dan berdasarkan hasil pengamatan

awal dilapangan sudah ada lebih dari 50 *Coffee shop* yang ada di Kota Padang. Hal ini mengindikasikan peluang pasar yang luas dan kompetitif.

Menurut Shafariah (2016) perkembangan *Coffee shop* ini berkaitan erat dengan konsep kewirausahaan sebagai pendorong kinerja usaha. Dengan demikian semakin tinggi orientasi kewirausahaan maka semakin tinggi pula pertumbuhan *Coffee shop* dari sisi penjualan, perkembangan usaha dan laba karena usaha yang berkembang merupakan keinginan setiap wirausahawan.

Menurut Robbins dan Coulter (2010) wirausaha merupakan seseorang atau sekelompok orang yang melakukan usaha dengan terorganisasi untuk mengejar peluang guna menciptakan nilai, memenuhi keinginan dan kebutuhan melalui inovasi dan keunikan. Wirausahawan adalah orang-orang yang mampu menjawab tantangan-tantangan dan memanfaatkan peluang-peluang yang ada (Dewanti,2008). Wirausahawan yang sukses umumnya memiliki kompetensi yang ditunjukkan dengan sikap dan perilakunya dalam mengelola dan menjalankan usahanya. Sikap dan perilaku yang tepat dapat membantu seseorang untuk mencapai prestasi atau kinerja yang diharapkan sehingga usahanya dapat terus berkembang (Shabuddin, 2015).

Perkembangan wirausaha dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Tercapainya tujuan wirausaha dapat dilihat dari seberapa besar wirausaha mampu memanfaatkan kesempatan atau mengatasi tantangan dan ancaman dari lingkungannya. Hal ini dilakukan dalam rangka menghadapi atau memenuhi tuntutan dan perubahan yang terjadi dilingkungan bisnis sehingga dapat mencapai kinerja usaha yang diinginkan (Putra,2019).

Menurut Shabuddin (2015) kinerja usaha adalah hasil kerja yang dicapai perusahaan dalam hal kualitas maupun kuantitas dalam kurun waktu tertentu. Kinerja dapat diketahui hanya jika wirausaha menetapkan kriteria keberhasilan yang dapat berupa tujuan atau target yang ingin dicapai perusahaan. Kinerja usaha diukur sebagai bentuk evaluasi terhadap suatu usaha sehingga dapat menjadi penilaian bagi wirausaha ataupun calon investor nantinya. Kinerja usaha yang baik akan menarik investor untuk menanamkan modalnya di usaha tersebut sehingga usaha itu akan lebih cepat berkembang (Tika,2014).

Kinerja usaha dipengaruhi oleh faktor eksternal dan internal perusahaan. Faktor eksternal adalah faktor yang bersumber dari luar kegiatan usaha yang sulit untuk dikendalikan sedangkan Faktor internal merupakan faktor yang bersumber dari dalam usaha bisnis tersebut dan biasanya dapat dikendalikan. Menurut Subroto, Hapsari dan Astuti (2016) faktor internal yang mempengaruhi kinerja usaha UMKM adalah faktor sumber daya manusia, keuangan, produksi dan pemasaran. Sementara itu faktor eksternal yang mempengaruhi kinerja usaha adalah aspek sosial, budaya, ekonomi, kebijakan pemerintah dan peranan lembaga. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Siagian (2019) menunjukkan bahwa faktor internal berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM sedangkan faktor eksternal tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kinerja UMKM. Sehingga faktor internal menjadi faktor yang diteliti dalam penelitian ini.

Menurut Armstrong dan Baron (1998) dalam Wibowo (2007) salah satu faktor internal yang mempengaruhi kinerja usaha adalah faktor personal wirausaha. Menurut Syarif (2013) faktor personal merupakan ciri-ciri yang melekat pada individu yang dapat membedakan dirinya dengan orang lain. Menurut Armstrong dan Baron dalam Wibowo (2007) Faktor personal yang mempengaruhi kinerja adalah tingkat keterampilan, kompetensi yang dimiliki, motivasi dan komitmen individu. Namun Menurut *Webster's Ninth New Collegiate Dictionary* dalam Lastanti (2005) kompetensi merupakan keterampilan dari seseorang atau seseorang yang mempunyai tingkat keterampilan tertentu dalam subyek tertentu yang diperoleh dari pelatihan dan pengalaman. Menurut Undang-Undang No 13 Tahun 2003 Kompetensi merupakan kemampuan kerja setiap individu yang mencakup aspek pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang sesuai dengan standar yang ditetapkan. Sehingga pada penelitian ini peneliti menggunakan tiga faktor personal yang mempengaruhi kinerja usaha yaitu kompetensi yang dimiliki, motivasi dan komitmen individu.

Menurut Song Hee Ng dan Daisy Mui Hung Kee (2013) dalam (Yunus,2020) Faktor personal pertama yang mempengaruhi kinerja usaha adalah kompetensi kewirausahaan. Kompetensi kewirausahaan diperlukan oleh sebuah usaha ketika menghadapi persaingan baik di dalam negeri maupun internasional.

UMKM kopi seperti *Coffee shop* pun mengalami berbagai permasalahan pengembangan usaha akibat kompetensi wirausaha yang belum unggul, khususnya keterampilan teknis dan kemampuan manajerial (Furqon,2019). Hal ini disebabkan karena biasanya pemilik UMKM sekaligus menjadi manajer yang menjalankan usaha dan mengorganisir manusia. Maka kompetensi manajer seperti keahlian perencanaan dan berorganisasi, manajemen administrasi dan keahlian komunikasi dibutuhkan untuk peningkatan kinerja sebuah usaha.

Motivasi berwirausaha sebagai salah satu faktor personal yang mempengaruhi kinerja usaha merupakan hal yang harus dimiliki dalam diri seseorang untuk menjadi wirausaha yang sukses. Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan gairah kerja seseorang sehingga mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya dan upaya untuk mencapai kepuasan (Hasibuan,2000). Salah satu motivasi yang paling dibutuhkan pelaku usaha adalah keinginan untuk terus belajar dan menambah keterampilan karena motivasi untuk terus belajar menjadi modal awal bagi wirausaha untuk mengembangkan bisnisnya.

Faktor personal selanjutnya yang mempengaruhi kinerja adalah komitmen individu. Menurut Gibson (2008) komitmen seseorang melibatkan tiga sikap antara lain adalah identifikasi dengan tujuan organisasi, perasaan loyalitas terhadap organisasi dan perasaan keterlibatan terhadap tugas-tugas organisasi. Hal ini menunjukkan bahwa jika tidak adanya komitmen pada perusahaan dapat mengurangi efektifitas perusahaan dan menurunkannya produktifitas kerja. Wirausaha yang mempunyai komitmen akan memberikan hasil kerja yang baik dan loyalitas terhadap perusahaan. Dengan demikian komitmen yang tinggi dari wirausaha dapat meningkatkan dan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Setiap *Coffee shop* akan berkomitmen untuk melakukan inovasi terhadap produk dan jasa serta pelayanan dengan memberikan nilai tambah yang berbeda kepada konsumennya. Nilai tambah ini menjadi pembeda antara satu *Coffee shop* dengan yang lainnya sehingga konsumen mempunyai alasan untuk memilih *Coffee shop* tersebut dibandingkan dengan yang lainnya. Hal ini menyebabkan peningkatan persaingan antara *Coffee shop*. *Coffee shop* bersaing untuk menciptakan kualitas terbaik untuk setiap produk yang ditawarkan. Secara umum

setiap *Coffee shop* menawarkan produk yang sama. Setiap *Coffee shop* harus mampu membuat konsumen tertarik pada produk yang mereka tawarkan. Menjaga kualitas produk dapat memenangkan persaingan usaha *Coffee shop* di Kota Padang. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perkembangan yang signifikan pada *Coffee shop* di Kota Padang.

B. Rumusan Masalah

Coffee shop di Kota Padang mengalami peningkatan jumlah setiap tahunnya. Berdasarkan data yang diambil dari Badan Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (BPMPTPS) Kota Padang hingga tahun 2016 terdapat 19 *Coffee shop* yang telah terdaftar di Kota Padang. Bahkan berdasarkan hasil pengamatan di lapangan pada tahun 2021 terdapat lebih dari 50 *Coffee shop* di Kota Padang. Masing-masing *Coffee shop* memperhatikan *store Atmosphere* dan *Customer Experience* yang berkaitan dengan kepuasan, lokasi, pelayanan, susunan dan rasa. Sehingga hal tersebut dapat meningkatkan minat konsumen terhadap kopi yang ditawarkan (Edsel,2021).

Fenomena yang dianalisis dalam penelitian ini adalah kinerja usaha dari *Coffee shop* di Kota Padang. *Coffee shop* merupakan salah satu industri dengan tingkat persaingan yang tinggi dan lingkungan yang dinamis serta terus berkembang. Kehadiran pendatang baru membawa konsep dan tema baru dalam bisnis, sehingga kinerja bisnis pelaku usaha yang tidak dapat bersaing akan turun karena kehilangan pelanggan. Hal ini menunjukkan pentingnya kompetensi pada diri wirausaha karena kompetensi wirausaha diperlukan dalam menghadapi persaingan secara lokal dan global. Menurut Cyhe (2010) dalam Asyifa (2019) kompetensi wirausaha menjadi lebih utama dalam rangka mengambil keputusan terhadap tantangan lingkungan bisnis karena pemilik *Coffee shop* umumnya bertindak sebagai manajer, pengelola dan juga pemimpin suatu usaha.

Pelaku usaha *Coffee shop* memiliki beberapa kendala dalam mencapai kinerja usaha yang optimal. Kendala ini membuat *Coffee shop* sulit untuk berkembang dan mempunyai daya saing. Kendala tersebut antara lain seperti sumberdaya manusia. *Coffee shop* kesulitan dalam mencari dan mempertahankan tenaga kerja yang memiliki loyalitas, kedisiplinan,kejujuran dan tanggung jawab

yang tinggi terhadap perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa komitmen merupakan salah satu hal yang penting pada diri wirausaha karena komitmen yang tinggi terhadap perusahaan akan menjadikan wirausaha memiliki sikap yang profesional dan menjunjung tinggi nilai-nilai yang telah disepakati dalam perusahaan.

Permasalahan lainnya timbul dari internal pelaku usaha yaitu seperti rendahnya motivasi wirausaha. Kebanyakan wirausaha *Coffee shop* di Kota Padang tidak mempunyai struktur perusahaan yang jelas. Dimana kebanyakan seorang wirausaha harus fleksibel untuk mengatur semua hal seperti produksi, sumber daya manusia, keuangan dan lainnya. Sehingga motivasi untuk menjadi seorang wirausaha *Coffee shop* harus diperhatikan. Dimana menurut Moekijat (1981) motivasi mempunyai peran penting dalam peningkatan produktivitas usaha. Apabila seseorang memiliki motivasi yang tinggi maka akan memunculkan gairah kerja yang tinggi dan berpengaruh pada prestasi kerja.

Usaha *Coffee shop* berbeda dengan perusahaan besar dalam segi keterbatasan sumber daya manusia, keterbatasan sumber keuangan, persaingan pasar dan struktur yang sejajar dan fleksibel. Keterbatasan sumber daya manusia pada usaha *Coffee shop* membuat dimensi kualitas dan waktu pengerjaan sangat penting diperhatikan. Persaingan pasar yang terus meningkat membuat kepuasan konsumen harus diperhatikan oleh seorang wirausaha. Selain itu, struktur usaha yang fleksibel membuat seorang wirausaha harus bertanggungjawab pada banyak ranah, maka kompetensi dan motivasi seorang wirausaha juga harus diperhatikan. Masalah yang timbul dari beberapa *Coffee shop* adalah pengukuran yang rumit. Maka diperlukan kajian lebih lanjut tentang penerapan pengukuran kinerja usaha pada *Coffee shop*.

Peneliti menemukan fenomena di lapangan bahwa 6 dari 19 *Coffee shop* yang terdaftar dalam izin BPMPTSP Kota Padang 2016 sudah tutup. *Coffee shop* mengalami penurunan pelanggan bahkan tutup padahal belum lama berdiri. Penurunan pelanggan menyebabkan penjualan menjadi turun, sehingga kinerja bisnis ikut menurun. Hal ini disebabkan karena *Coffee shop* tidak mampu bersaing dengan kompetitornya. *Coffee shop* tidak mampu menyediakan fasilitas yang baik, lokasi yang menarik, harga yang bersaing hingga produk yang unik dan

berkualitas. Mereka tidak memperhatikan lingkungan bisnisnya, tidak melakukan inovasi di berbagai sektor, dan tidak mengetahui kondisi industri dan pelanggan yang ada menyebabkan penurunan kinerja usaha pada *Coffee shop* nya.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka judul dari penelitian ini adalah Pengaruh Faktor Personal Wirausaha Terhadap Kinerja Usaha *Coffee shop* di Kota Padang. Hal tersebut perlu diperhatikan karena semakin ketatnya persaingan membuat usaha harus bisa bertahan didalam industri dan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya. Adapun variabel yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini adalah kompetensi wirausaha, motivasi wirausaha dan komitmen wirausaha dalam mencapai kinerja usaha yang baik. Dengan demikian maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Bagaimana gambaran usaha *Coffee shop* di Kota Padang.
2. Bagaimana pengaruh faktor personal wirausaha terhadap kinerja usaha *Coffee shop* di Kota Padang.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mendeskripsikan gambaran usaha *Coffee shop* di Kota Padang.
2. Menganalisis pengaruh faktor personal wirausaha terhadap kinerja usaha *Coffee shop* di Kota Padang.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang akan diperoleh dengan melakukan penelitian ini, antara lain:

1. Bagi Pelaku Bisnis, penelitian ini dapat menjadi pertimbangan dalam peningkatan kompetensi wirausaha, komitmen wirausaha dan motivasi wirausaha untuk meningkatkan kinerja usaha *Coffee shop* di Kota Padang.
2. Bagi Peneliti, penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan pengembangan ilmu pengetahuan serta pola pikir dalam menganalisis hubungan kompetensi wirausaha, komitmen wirausaha dan motivasi wirausaha terhadap kinerja usaha

3. Bagi Peneliti Lain, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi atau bahan perbandingan dalam melakukan penelitian selanjutnya dimasa yang akan datang.

