

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

UMKM sangat menarik perhatian berbagai negara, UMKM dinilai mampu menciptakan *demand* dan *supply* yang menghasilkan kegiatan perekonomian pada suatu daerah yang berdampak luas ke negara. Menurut *World Bank* (2018), Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi negara, khususnya negara berkembang. UMKM menghasilkan lapangan kerja sekitar 60% dan 40% untuk penghasilan *Gross Domestic Product* (GDP). Berdasarkan hal ini dapat disimpulkan UMKM memiliki pengaruh yang cukup besar pada tingkat kesejahteraan masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi dunia.

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang yang memiliki pertumbuhan UMKM tercepat di Dunia. Penelitian yang dilakukan oleh Lembaga Akuntan CPA Australia (2017) menghasilkan data bahwa UMKM di Indonesia khususnya usaha kecil mengalami pertumbuhan sangat pesat yang merajai pertumbuhan negara Asia Pasifik. Pertumbuhan ini mengakibatkan jumlah penguasaan UMKM sebesar 99,9% dan jumlah daya tampung tenaga kerja sebesar 97% (Data Kemenkop RI, 2015). Pertumbuhan UMKM yang pesat ini juga terjadi karena adanya dukungan pemerintah yang dituangkan melalui UU No. 28 Tahun 2008 dengan melakukan pemberdayaan dengan menciptakan iklim usaha dan pengembangan terhadap Usaha Mikro Kecil dan Menengah agar menjadi perusahaan yang tangguh dan mandiri. Dukungan UMKM juga dilakukan oleh pemerintah dengan menurunkan tingkat pajak yang dibebankan kepada pelaku UMKM (Yasa A, 2018).

Salah satu provinsi yang perekonomiannya dibantu oleh UMKM adalah Sumatera Barat. Perekonomian Sumatera Barat 98% digerakan oleh UMKM (Yusri dalam Tamela P, 2017). UMKM Sumatera Barat dinilai mampu menyelamatkan perekonomian dari lesunya daya beli masyarakat Sumatera Barat (Aziz dalam Chandra A, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Dinas Koperasi dan UMKM mencatatkan jumlah UMKM pada tahun 2015 sebanyak 548.478 unit. UMKM ini masih memiliki potensi untuk berkembang lebih lanjut sebesar 95% (Saleh dalam Purnama S, 2017). Berikut merupakan jumlah UMKM di Sumatera Barat :

Tabel 1.1 Jumlah UMKM Provinsi Sumatera Barat Tahun 2015

No	Kabupaten/Kota	Jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)			
		Usaha Mikro (Unit)	Usaha Kecil (Unit)	Usaha Menengah (Unit)	Total (Unit)
1	Kab. Lima Puluh Kota	271	4.973	43.679	48.923
2	Kab. Solok Selatan	40	913	8.925	9.905
3	Kab. Pasaman	69	3.121	25.351	28.541
4	Kab. Tanah Datar	285	5.772	37.556	43.613
5	Kab. Pasaman Barat	258	5.712	26.391	32.361
6	Kab. Pesisir Selatan	101	5.489	38.497	44.087
7	Kab. Solok	274	4.426	35.473	40.110
8	Kab. Padang Pariaman	292	4.574	37.474	42.340
9	Kab. Agam	301	4.635	42.561	47.497
10	Kab. Sijunjung	99	3.595	19.785	23.479
11	Kab. Dharmasraya	84	2.906	12.797	15.787
12	Kab. Kep. Mentawai	25	246	2.924	3.195
13	Kota Padang	950	39.403	35.883	76.236
14	Kota Sawahlunto	110	2.106	8.923	11.139
15	Kota Padan Panjang	105	2.549	6.769	9.423
16	Kota Bukittinggi	681	8.714	18.953	28.348
17	Kota Payakumbuh	396	4.954	13.895	19.245
18	Kota Solok	257	2.951	8.712	11.920
19	Kota Pariaman	305	2.623	9.401	12.329
	Jumlah	4.876	109.662	433.940	548.478

Sumber: Dinas Koperasi dan UMKM Provinsi Sumatra Barat, tahun 2015

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kota Padang menjadi sentral UMKM terbanyak di Sumatera Barat yaitu sebanyak 76.236 unit. UMKM ini dapat dilihat lagi dari kemampuan menghasilkan produknya. Jika UMKM menghasilkan barang dan jasa yang menggunakan kreativitas dan menghasilkan sesuatu atau memproduksi maka ia termasuk kedalam industri kecil menengah. Kegiatan memproduksi atau menghasilkan barang dan jasa secara bersamaan disebut dengan industri kreatif (Asosiasi UKM dan IKM Seluruh Indonesia, 2016). Berikut merupakan data industri kreatif atau industri kecil dan menengah di Sumatera Barat :

Tabel 1.2 Jumlah Industri Kecil dan Menengah Sumatera Barat 2015 & 2016

No	Kab/ Kota	Tahun 2015	Tahun 2016
1	Kota Padang	2.106 Unit	2.149 Unit
2	Kota Solok	393 Unit	423 Unit
3	Kab. Pasaman Barat	1.291 Unit	1.306 Unit
4	Kab. Pesisir Selatan	1.600 Unit	1.649 Unit
5	Kab. Sijunjung	705 Unit	755 Unit
6	Kab. Tanah Datar	2.316 Unit	2.358 Unit
7	Kab. Solok Selatan	543 Unit	533 Unit
8	Kota Padang Panjang	674 Unit	1.056 Unit
9	Kab. 50 Kota	517 Unit	531 Unit
10	Kota Pariaman	719 Unit	750 Unit
11	Kab. Dharmasraya	591 Unit	630 Unit
12	Kota Bukit Tinggi	2.109 Unit	2.146 Unit
13	Kab. Solok	510 Unit	573 Unit
14	Kab. Mentawai	195 Unit	225 Unit
15	Kab. Pasaman	828 Unit	1.376 Unit
16	Kab. Payakumbuh	876 Unit	884 Unit
17	Kab. Agam	1.301 Unit	1.301 Unit
18	Kota Sawahlunto	414 Unit	1.104 Unit
19	Kab. Padang Pariaman	1.043 Unit	2.176 Unit
Jumlah		18.731 Unit	21.945 Unit

Sumber: Dinas Perindustrian Sumatera Barat Tahun 2015 dan 2016

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa kota Padang merupakan salah satu daerah di Sumatera Barat yang paling banyak jumlah industri kecil dan menengah atau industri kreatif yaitu sebanyak 2.149 unit pada tahun 2016 yang mengalami peningkatan 2,04% dibandingkan 2015 yang sebanyak 2.106 unit. Industri kreatif ini berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat individu dalam menciptakan kesejahteraan. Industri kreatif akan berfokus kepada pemberdayaan daya cipta dan kreasi individu. Industri kreatif di Sumatera Barat dibagi atas dua kelompok yaitu media desain dan adat budaya. Kelompok media desain terdiri dari usaha periklanan, percetakan, desain animasi, dan usaha lain yang berkaitan sedangkan seni budaya berkaitan dengan seni pertunjukan, kerajinan, feysen dan kuliner (Burhasman dalam Hartono, 2015).

Dalam menjalankan setiap bisnis khususnya UMKM biasanya dikepalai oleh seorang *owner/manager* yang berguna untuk memimpin, mengatur dan memberikan arahan masa depan bisnis. Biasanya kegiatan tersebut dilakukan oleh laki-laki. Hal ini disebabkan oleh laki-laki yang bertanggung jawab dalam bekerja dan mencari nafkah. Namun saat ini kegiatan bisnis tidak hanya dijalankan oleh laki-laki karena perempuan banyak yang menjalankan bisnis UMKM. Pengusaha perempuan dinilai mampu menguasai 60% dari jumlah UMKM diseluruh Indonesia (Hani dalam Yukuana L, 2017). *Gender* perempuan dinilai paling baik bertahan dari berbagai krisis (Lia, dalam Lukihardianti, 2015).

Terdapat berbagai faktor yang akan mempengaruhi masing-masing *gender* laki-laki dan perempuan dalam melakukan dan menjalankan bisnisnya. *Gender*

akan memperlihatkan perbedaan nilai individu yang berpengaruh terhadap perbedaan perilaku individu yang disebabkan oleh adanya dimensi sosial dan budaya (Rahmawati, 2004). Nilai-nilai ini memberikan gambaran terhadap keyakinan atau kepercayaan individu untuk bertindak dan tujuan pribadi yang ingin diraih individu sehingga setiap individu memiliki kriteria yang berbeda dalam memahami situasi, menentukan pilihan, serta mengevaluasi kegiatan yang dilakukan (Boohene *et al.*, 2008).

Personal value merupakan representasi kognitif yang diinginkan individu (Boubukary, 2015). *Personal Value* distimulasi oleh keterampilan afektif individu. Keterampilan ini akan mempengaruhi individu dalam melakukan suatu sikap, kepribadian, dan tingkah lakunya. *Value* seorang individu dimulai dari adanya menerima, menyukai tindakan, dan berkomitmen terhadap sesuatu (Anderson, 2014). Jadi, jika seorang individu memiliki suatu nilai dalam hidupnya maka akan mempengaruhi perilaku yang dilakukan individu tersebut.

Personal value individu akan menggambarkan perilaku individu dimasa akan datang dalam melakukan tindakan, karena *personal value* adalah sesuatu hal yang dipegang dalam hidup. Jadi, *personal value* individu pemilik UMKM akan menentukan tujuan yang ingin dicapai oleh bisnis. *Personal value* akan mempengaruhi gaya manajemen yang diterapkan dalam usaha, memecahkan masalah yang terjadi dalam bisnis, mengambil keputusan, struktur bisnis yang dijalankan serta strategi yang digunakan untuk mencapai kinerja bisnis yang superior (Boohene, *et al* 2008).

Personal value gender perempuan mengarah kepada *tradition* yaitu mengacu kepada tradisi yang telah ada dan berkembang dalam masyarakat, *benevolence* bermakna berbuat baik kepada orang lain, *universalism* diaplikasikan dengan menerima adanya perbedaan yang bersifat universal, *conformity* yaitu menjalankan bisnis sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan, dan *security* yang bermakna bermakna menginginkan adanya keamanan dalam menjalankan hidup tanpa adanya rintangan. Sementara *personal value* yang dianut laki-laki lebih mengarah kepada *self direction* yaitu pengarahan pada diri sendiri dalam menjalankan bisnis yang direalisasikan dengan adanya ide-ide yang kreatif dan pengambilan keputusan secara pribadi, *stimulation* yaitu lebih menyukai adanya pengambilan keputusan yang berisiko tinggi untuk hasil lebih baik, *achievement* digambarkan dengan individu menginginkan adanya prestasi dalam kehidupan pribadi individu, *hedonism* digambarkan dengan individu yang berusaha mencari kesenangan dalam hidup, dan memiliki *power* yaitu ingin mendapatkan reputasi yang baik dari orang lain serta ingin memiliki kekuasaan untuk mengendalikan orang lebih besar (Fatoki, 2012).

Boohene, *et al* (2008) mendapatkan hasil penelitian, *personal values gender* laki-laki lebih mengarah kepada adanya *risk taking* yaitu keberanian dalam mengambil risiko, *personal development* yaitu adanya usaha untuk mengembangkan diri dengan belajar dan tidak bergantung kepada orang lain, *innovation* digambarkan dengan individu yang selalu berinovasi untuk mengembangkan bisnis yang dijalankan, *a need for achievement* adalah seorang individu menginginkan penghargaan sehingga melakukan pekerjaan dengan

maksimal, *ambition* adalah individu berambisi untuk mencapai tujuan, *broadmindedness* yaitu berpikiran luas dan terbuka, *capability* digambarkan dengan individu memiliki kemampuan dalam mengerjakan sesuatu, *courageousness* yaitu keberanian dalam menghadapi tantangan dan rintangan, *imagination* adalah kemampuan individu untuk berimajinasi yang tinggi untuk melakukan inovasi, *logic* berusaha mengambil keputusan/ tindakan yang berdasarkan logika, *responsibility* bertanggung jawab terhadap tugas dan kerja yang dilakukan, *self confidence* percaya diri dalam mengambil keputusan dan melakukan tindakan.

Gender laki-laki dan perempuan yang menjadi *owner/manager* akan memiliki perbedaan cara dalam menjalankan bisnisnya, Perbedaan ini akan terlihat dengan pemilihan strategi yang berbeda dalam menjalankan UMKM Industri kreatif. Pemilihan strategi yang tepat akan sangat berpengaruh dalam peningkatan kinerja perusahaan, sedangkan pemilihan strategi yang salah akan mengurangi performa bisnis tersebut. Strategi yang dilakukan akan memberi arahan masa depan tentang rancangan bisnis yang ingin dicapai individu dalam bisnis.

Strategi keuangan sangat berpengaruh besar terhadap pengembangan bisnis yang dijalankan. Strategi keuangan akan berpengaruh terhadap pengelolaan keuangan untuk mencapai tujuan usaha. Strategi keuangan perusahaan terdiri dari strategi untuk distribusi laba, strategi investasi dan strategi pembiayaan dan strategi yang berkaitan dengan hukum (Jarasvof, 2009). Strategi keuangan yang baik akan menghasilkan kinerja keuangan dan operasional yang baik secara

keseluruhan. Langkah perumusan strategi ini akan memberikan kontribusi terhadap daya saing UMKM (Kazancoglu, Y Ada., & Sagnak, M. 2013). Pemilihan strategi oleh perusahaan bergantung kepada seberapa proaktif atau reaktif pengambil keputusan usaha oleh *owner/manager*.

Proaktif dan reaktif seseorang dapat dinilai berdasarkan *gender* dari *owner/manager* tersebut. *Owner/manager* perempuan biasanya kurang proaktif dalam memilih strategi (Bhoone, *et. al.* 2008). Akibat dari hal ini adalah perumusan strategi oleh perempuan tidak sebaik perumusan strategi *owner/manager* laki-laki. Sedangkan laki-laki biasanya lebih proaktif yang menyebabkan tingginya jiwa wirausahawan yang dimiliki (Bhoone *et al.*, 2008). Proaktif dan reaktifnya individu bergantung terhadap reaksi *owner/manager* terhadap suatu masalah dalam kerja untuk membangun dan mengembangkan UMKM tersebut.

Gender owner/manager akan mempengaruhi kinerja UMKM. *Gender owner/manager* laki-laki dan perempuan akan meningkatkan/ melemahkan kinerja UMKM. Jika kinerja UMKM rendah, menyebabkan lesunya bisnis yang akan dijalankan dan terjadinya penutupan usaha namun jika kinerja UMKM yang tinggi akan memperlancarkan proses kegiatan bisnis yang dilakukan.

UMKM yang dijalankan oleh laki-laki memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan perempuan (Watson, 2010). Hal ini dapat digambarkan karena *gender* laki-laki memiliki tingkat pengembalian aset yang lebih tinggi dan risiko yang lebih rendah dibandingkan dengan UMKM yang dikendalikan oleh *gender* perempuan (Watson, 2010). Kinerja UMKM yang dipengaruhi oleh *gender* juga

dapat dilihat hasilnya dari pendapatan kotor UMKM yang dimiliki oleh perempuan lebih kecil dibandingkan dengan pendapatan kotor yang didapatkan oleh laki-laki (Abdullah Kh, 2004). Rendahnya pendapatan kotor akan berpengaruh besar terhadap pendapatan bersih, dan biasanya pendapatan bersih tersebut akan digunakan untuk tambahan modal dalam menunjang kegiatan bisnis yang dijalankan untuk prospek bisnis kedepannya.

Kinerja UMKM yang dihasilkan ini juga dapat disebabkan oleh ketertarikan bisnis *owner/manager* laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan. *Owner/ manager* laki-laki lebih berusaha untuk meningkatkan bisnisnya sehingga *owner/ manager* perempuan sehingga *owner/manager* laki-laki memiliki kinerja superior dibandingkan kinerja *owner/manager* perempuan (Alowaihan, 2006).

Pendapat lain mengatakan bahwa *gender* perempuan akan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan laki-laki (Wu Peiyan, 2017). *Gender* perempuan berusaha dalam menetapkan kinerja yang tinggi dalam jangka panjang dengan tidak fokus dalam tujuan jangka pendek namun profitabilitas jangka panjang usaha (Wu Peiyan, 2017). Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Julio M Rosa (2016) mendapatkan hasil bahwa kinerja UMKM yang dikendalikan oleh perempuan lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki yang dibuktikan dengan profitabilitas yang lebih baik dan bersifat lebih inovatif. *Gender* perempuan memiliki kinerja yang lebih tinggi dibandingkan dengan laki-laki juga dibuktikan dengan pertumbuhan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi serta produktivitas yang dihasilkan lebih besar dibandingkan dengan *gender* laki-laki (Ali Jabir, 2017).

Dalam menjalankan industri kreatif *owner/manager* dituntut untuk memiliki *personal value* yang tinggi mengarah kepada tindakan yang memiliki tingkat motivasi, tujuan, harapan yang tinggi untuk menjalankan bisnis sehingga menjadi lebih kreatif. *Personal value* sangat dipengaruhi oleh *gender* masing-masing *owner/manager*, jika *owner/manager* memiliki tingkat *personal value* yang rendah maka tindakan strategis manajemen akan berpengaruh besar terhadap peningkatan bisnis, hal ini *owner/manager* akan kurang proaktif dalam memilih strategi yang mengakibatkan rendahnya kinerja keuangan UMKM tersebut (Bhoone *et al.*, 2008). Dari uraian di atas maka peneliti mengajukan judul penelitian ini yaitu **“Analisis Gender, Personal Values, Strategi Keuangan dan Kinerja Keuangan UMKM Industri Kreatif di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana *personal value*, strategi keuangan dan kinerja keuangan *owner/manager* UMKM industri kreatif di Kota Padang?
2. Apakah terdapat perbedaan *personal value*, strategi keuangan, dan kinerja keuangan pada masing-masing *gender owner/manager* UMKM industri kreatif di Kota Padang?
3. Bagaimana pengaruh *personal value* terhadap pemilihan strategi keuangan *owner/manager* laki-laki dan perempuan yang akan

mempengaruhi kinerja keuangan UMKM Industri kreatif di Kota Padang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

1. Mengetahui *personal value*, strategi keuangan dan kinerja keuangan *owner/manager* UMKM industri kreatif di Kota Padang
2. Mengetahui bagaimana perbedaan *personal value*, strategi keuangan, dan kinerja keuangan pada masing-masing *gender owner/manager* pada UMKM Industri kreatif di Kota Padang
3. Mengetahui pengaruh apakah *gender* yang memiliki *personal value* yang tinggi akan baik dalam pemilihan strategi keuangan dan akan mempengaruhi kinerja keuangan UMKM Industri kreatif di Kota Padang

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini bermanfaat:

1. Pengembangan ilmu manajemen agar mengatur penempatan individu pada posisi *Top Manajemen Team* agar dapat mempengaruhi kinerja bisnis.
2. Pengembangan ilmu manajemen dalam mengatur strategi keuangan UMKM.
3. Pengembangan ilmu manajemen agar dapat memilih memaksimalkan kinerja keuangan usaha untuk kesejahteraan bisnis yang dilakukan.

1.4.2 Manfaat Empiris

Secara empiris hasil penelitian ini bermanfaat kepada :

1. Badan Pusat Statistik Sumatera Barat, mengetahui pengelolaan usaha yang dilakukan UMKM Industri Kreatif di Sumatera Barat khususnya Kota Padang
2. Institusi Keuangan, perbankan atau non perbankan untuk memberikan bantuan untuk peningkatan kinerja UMKM Industri Kreatif yang akan meningkatkan perekonomian.
3. Pemerintah, khususnya pemerintah Sumatera Barat, menetapkan kebijakan atau aturan mengenai UMKM Industri Kreatif.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Dalam melakukan penelitian, penulis membatasi ruang lingkup penelitian. Dimana penulis melakukan penelitian pada UMKM Kota Padang pada bidang industri kreatif. Ruang lingkup yang diteliti adalah pengaruh *gender*, *personal values*, strategi keuangan yang digunakan pada posisi manajemen, dengan menilai kinerja keuangan yang berdasarkan hasil pertumbuhan bisnis dan keuangan perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini adalah terdiri dari lima bagian yang terdiri dari :

1. BAB I PENDAHULUAN

BAB ini peneliti mendeskripsikan mengenai latar belakang, pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat dan ruang lingkup serta diakhiri dengan sistematika penulisan.

2. BAB II LITERATUR REVIEW

BAB ini peneliti menguraikan kerangka teori yang merupakan berkaitan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Teori yang digunakan meliputi *gender*, *personal value* yang dianut dan strategi keuangan dalam menjalankan bisnis sehingga mencapai kinerja keuangan UMKM yang superior. Dalam bab ini juga akan dijelaskan penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis dan model kerangka konseptual yang akan dipedomani dalam tahapan pengolahan data.

3. BAB III METODE PENELITIAN

BAB ini berisikan tentang metode penelitian yang peneliti pakai dalam melakukan penelitian, yang terdiri dari pendekatan penelitian, desain penelitian, teknik pengumpulan populasi dan sampel, teknik pengambilan sampel, peranan peneliti, serta pengukuran metode analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB ini akan membahas hasil tentang proses penyebaran data, deskriptif umum responden, analisis data yang digunakan untuk membuktikan hipotesis.

5. BAB V PENUTUP

BAB ini berisikan kesimpulan atas penelitian yang telah dilakukan, implikasi hasil penelitian, keterbatasan penelitian dan saran.

