

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Lingkungan bisnis di Indonesia cukup bersaing, terlihat dengan adanya klasifikasi usaha dari mikro, kecil, menengah, hingga besar. Masing-masing klasifikasi usaha memiliki perannya sendiri. Usaha mikro kecil (UMK) adalah entitas produktif yang didirikan oleh perorangan atau entitas usaha di sektor ekonomi (Panggah Febriyanto et al., 2019). Peranan yang sangat penting dalam mendorong kemajuan ekonomi Indonesia dapat ditemukan dalam usaha mikro kecil (UMK). Meskipun pengelolaan bisnis ini bersifat sederhana, namun menjadi opsi utama karena memerlukan modal yang terjangkau. Partisipasi UMK dalam aktivitas ekonomi tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat, memenuhi kebutuhan hidup, dan mencerminkan tingkat fleksibilitas yang tinggi dalam operasionalnya. Ciri khas UMK adalah kemampuannya untuk beradaptasi dengan perubahan; jenis produk atau komoditas yang dihasilkan tidak tetap, dan lokasi usaha dapat berpindah-pindah. Karena alasan ini, sebagian besar UMK di Indonesia memiliki umur komersial kurang dari 10 tahun (Badan Pusat Statistik, 2021).

Sebagian besar komposisi bisnis di Indonesia terdiri dari UMK, dengan persentase mencapai 98,68% dari total usaha yang ada. Tak hanya menjadi tulang punggung perekonomian, Usaha Mikro Kecil (UMK) juga memberikan dampak yang signifikan pada ketenagakerjaan di Indonesia. Lebih dari 59 juta orang, atau sekitar 75,33% dari total tenaga kerja di sektor nonpertanian, berkerja di UMK. Bahkan saat menghadapi krisis ekonomi pada sekitar tahun 1997-1998, UMK terbukti mampu bertahan dengan tegar, sedangkan usaha besar lainnya mengalami kejatuhan (Badan Pusat Statistik, 2021).

Dengan semua peran krusialnya, usaha mikro kecil (UMK) menjadi elemen kunci dalam perekonomian Indonesia, tidak hanya berkontribusi pada sisi ekonomi tetapi juga membuka peluang pekerjaan dan memperkuat ketahanan ekonomi di tengah menghadapi berbagai tantangan. Hal serupa berlaku untuk UMK di Provinsi Sumatera Barat, terutama di wilayah Kota Padang. Meskipun usaha mikro kecil (UMK) menyebar di beragam sektor di Kota Padang, seharusnya memberikan kontribusi positif pada perekonomian Indonesia, terutama di Kota Padang. Namun, pertumbuhan jumlah UMK di Kota Padang mengalami fluktuasi populasi selama beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Sumatera Barat tahun 2020, terdapat sekitar 100.712 usaha mikro kecil (UMK) di Kota Padang pada tahun 2019, mengalami penurunan dibandingkan dengan tahun sebelumnya, yakni 108.588 pada 2018. Pada periode 2016-2018, populasi UMK mengalami kenaikan, dengan total 78.298 pada 2016 dan 89.699 pada 2017. Penurunan yang mencolok dalam beberapa tahun terakhir di Kota Padang mencerminkan tantangan UMK dalam bersaing dan mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan yang sengit. Hal ini disebabkan oleh dominasi UMK yang mampu bertahan, menguasai pasar, dan membuat UMK lain yang kurang kuat dalam hal internal seperti omset, SDM, pengalaman, dan faktor lainnya harus rela tersingkir dari persaingan bisnis. Meski banyak Usaha Mikro Kecil (UMK) yang tersingkir, sejumlah UMK juga berhasil bertahan dalam persaingan yang sengit hingga saat ini. Tentu saja, keberhasilan tersebut dapat dikaitkan dengan karakteristik usaha yang sangat baik dari segi internal, memungkinkan mereka untuk bertahan dan meningkatkan kinerja bisnis mereka hingga sekarang. Untuk mengatasi fluktuasi dalam pertumbuhan populasi UMK yang kompetitif, perlu adanya strategi-strategi yang dapat menjaga eksistensi UMK sebagai pemain penting di industri tersebut. UMK diyakini dapat mengatasi pemborosan dan inefisiensi dalam operasional mereka dibandingkan dengan usaha besar, karena ukurannya yang kecil memungkinkan UMK

untuk berkembang melalui pembelajaran, perubahan, dan adaptasi terhadap perubahan pasar (Surya & Triherzaki, 2023). UMK yang telah berhasil bertahan sampai saat ini dapat dikatakan telah mencapai keberhasilan usaha.

Pencapaian keberhasilan dalam bisnis merupakan hasil dari upaya mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sukses dalam bisnis adalah fokus utama, di mana keberhasilan dalam usaha menjadi poin kunci dalam dunia bisnis. Secara umum, keberhasilan dalam bisnis mengindikasikan perubahan positif yang melebihi kondisi sebelumnya, sebagaimana yang dijelaskan oleh Trkman (2010) dan Unger *et al.* (2011) (Susilo & Agustino, 2022). Kriteria keberhasilan bisnis sering kali diukur melalui pencapaian laba. Laba ini menjadi salah satu target utama dalam menjalankan bisnis atau usaha, sesuai dengan pandangan dari Gebauer & Saul (2014) (Susilo & Agustino, 2022). Dalam mencapai keberhasilan, perusahaan dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal berasal dari lingkungan perusahaan itu sendiri dan dapat diatur atau dikendalikan. Hartanti (2013:7) mengungkapkan bahwa keberhasilan mencerminkan keadaan yang lebih baik atau lebih unggul daripada sebelumnya. Dengan demikian, keberhasilan dalam bisnis dapat diwujudkan melalui kerja keras dan motivasi yang kokoh. Semua elemen ini saling berhubungan dan bekerja bersama untuk mencapai keberhasilan yang diinginkan dalam dunia bisnis (Pangabea, 2022).

Untuk mencapai sasaran tersebut, terdapat beberapa faktor pendukung. Salah satunya adalah memiliki orientasi berwirausaha, di mana para pelaku usaha dapat fokus pada upaya untuk mencapai keberhasilan bisnis. Dengan demikian, mereka akan terus berusaha menemukan peluang-peluang baru guna mengembangkan bisnisnya. Miller (1983) menyampaikan gagasan bahwa bisnis yang berhasil umumnya menunjukkan karakteristik inovatif, proaktif, dan memiliki keberanian menghadapi risiko. Ia menamakan konsep ini sebagai orientasi berwirausaha. Organisasi yang mengadopsi orientasi berwirausaha

berupaya secara terus-menerus mengenali dan memanfaatkan peluang-peluang baru, dengan tujuan menciptakan nilai tambah dan mendominasi pasar. Berdasarkan penelitian sebelumnya, orientasi berwirausaha diakui sebagai faktor kunci yang membawa kontribusi pada keberhasilan dalam pengembangan produk baru, pencapaian kinerja keuangan dan non-keuangan yang tinggi, serta peningkatan kinerja sosial. Selain dari tiga faktor umum tersebut, Lumpkin dan Dess (1996) memperkenalkan agresivitas kompetitif dan otonomi sebagai dua faktor tambahan yang melibatkan orientasi berwirausaha. Awalnya, orientasi berwirausaha diakui dalam konteks studi organisasi. Namun, belakangan ini, karena keberhasilannya yang signifikan, banyak penelitian telah menggunakan konsep ini untuk menganalisis kewirausahaan pada tingkat individu (Cho & Lee, 2018).

Seorang wirausahawan juga harus bisa memahami potensi dirinya. Kepahaman akan potensi diri/ efikasi diri merupakan salah satu elemen penting dalam pemahaman tentang diri atau pengetahuan diri yang memiliki dampak signifikan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Hal ini terjadi karena keyakinan individu terhadap kemampuannya sendiri memiliki dampak besar dalam menentukan tindakan yang akan diambil untuk mencapai tujuan, termasuk dalam mengantisipasi berbagai situasi yang mungkin dihadapi. Fred C. Lunenburg (2011), mendefinisikan efikasi sebagai keyakinan individu atau kepercayaan pada kemampuannya untuk mencapai keberhasilan. Pengertian berbeda dari Reveich & Shatte, tahun 2002, menggambarkan efikasi diri sebagai keyakinan atas kemampuan diri untuk menghadapi dan menyelesaikan masalah dengan efektif. Luthans (2002) juga mengemukakan pemahamannya tentang efikasi diri sebagai keyakinan individu atau kepercayaan pada kemampuannya untuk memotivasi diri, mengelola sumber daya kognitif melalui strategi berpikir, dan mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk berhasil menyelesaikan tugas dalam konteks tertentu (Maryadi, 2021)." Selain orientasi berwirausaha dan efikasi diri, ada faktor lain yang akan diteliti, yaitu motivasi.

Dalam bahasa latin, kata motivasi digambarkan dengan kata "*movere*" yang memiliki arti dorongan atau tenaga penggerak. Motivasi merujuk pada keadaan di mana seseorang merasa didorong untuk mencapai tujuan organisasi dengan usaha sebesar-besarnya. Dorongan ini dipengaruhi oleh kemampuan individu untuk memenuhi berbagai kebutuhan pribadi, sebagaimana dijelaskan oleh Robbins pada tahun 2001. Abraham A. Maslow juga menyatakan bahwa manusia didorong oleh keinginan untuk memenuhi sejumlah kebutuhan bawaan yang melekat pada dirinya. Maslow mengembangkan konsep hirarki kebutuhan, di mana setiap manusia memiliki tingkatan kebutuhan yang harus dipenuhi. Prioritas diberikan pada kebutuhan yang lebih dasar, dan ketika kebutuhan ini terpenuhi, maka perhatian beralih ke kebutuhan yang lebih tinggi dalam hierarki tersebut. Proses ini berlangsung berkelanjutan seiring terpenuhinya setiap tingkat kebutuhan (Farida & Widayanti, 2015).

Dengan ungkapan lain, motivasi dapat diartikan sebagai dorongan internal yang mendorong individu untuk mencapai tujuan khusus. Motivasi juga dapat diinterpretasikan sebagai suatu strategi atau keinginan untuk mencapai keberhasilan dan menghindari kegagalan. Pemahaman ini sejalan dengan pandangan Hutagalung dan rekan-rekan (2010) yang menekankan bahwa motivasi adalah faktor kunci yang memengaruhi keberhasilan dalam berbisnis, karena motivasi utama individu menjadi wirausaha adalah keinginan untuk menjadi bos bagi diri sendiri *be their own bosses* (Farida & Widayanti, 2015).

Berdasarkan penjelasan pada paragraf sebelumnya, peneliti ingin mengetahui apakah Orientasi berwirausaha, Efikasi diri dan Motivasi berpengaruh terhadap keberhasilan Usaha Mikro Kecil di Kota Padang. Karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini guna memahami lebih lanjut tentang “ Pengaruh Orientasi Berwirausaha, Efikasi Diri, dan Motivasi terhadap Keberhasilan Usaha Mikro Kecil di Kota Padang ”.